

Chilenas de revista

Registro visual de publicaciones
femeninas editadas en Chile

1900-1970



DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile
Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos
Escuela de Diseño

Chilenas de revista

Registro visual de publicaciones
femeninas editadas en Chile
1900-1970

Paulina Astudillo Curriel

Profesor guía
Pedro Álvarez

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia
Universidad Católica de Chile para optar al título
profesional de Diseñadora

Julio 2016 · Santiago, Chile.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción	7	Selección de revistas	63
Marco Teórico	9	Categorización	66
Hacia una noción de diseño editorial	10	Propuesta	69
El medio impreso y sus principales tipologías	12	Estructura editorial	71
Evolución histórica del formato revista	15	Título y bajada	72
Impreso v/s digital en el ámbito de las revistas	18	Formato y papel	74
Tipologías de revistas	20	Layout	75
Formato y soporte		Estilos de párrafo	
El contenido		Diagramación	
Sistemas de clasificación bibliográfica		Recorrido de lectura	80
Revistas en Chile: Panorama histórico general	25	Paleta de Colores	82
Siglo XIX		Composición	83
Siglo XX		Edición de Imágenes	84
Publicaciones Femeninas	30	Línea gráfica	85
La revista femenina y la mujer en el siglo XX		Propuestas preliminares	86
Revistas femeninas en Chile		Propuesta final	88
Algunos hitos relevantes referidos al desarrollo de la mujer chilena del siglo XX		Implementación	95
Mercado Editorial en Chile	38	Gestión	
Mercado de revistas femeninas en Chile		Propuesta de valor	
Desarrollo actual de la industria editorial		Estrategia de comercialización	
Conclusiones	43	Usuarios y beneficiarios	
Oportunidad	45	Diferenciación y posicionamiento	
Usuario y contexto	46	Medios de financiamiento	
Formulación	49	Licencias	
Qué, por qué y para qué		Costos y precio	
Objetivos generales y específicos		Proyecciones	
Antecedentes	52	Conclusiones	103
Referentes	54	Bibliografía	104
Desarrollo del proyecto	57	Anexos	109
Levantamiento de información	60	Agradecimientos	124
Registro y catastro	62		



EVOLUCION FEMENINA

SI hay algo en donde todo razonamiento ha sido incompleto, que hasta hace poco no podíamos analizar, a causa de sus formas infinitas, era el corazón de la mujer. Hoy día este misterio ha desaparecido por una razón muy sencilla y es que el corazón de la mujer ha

desaparecido también. Sus sentimientos e inquietudes ya no residen en él. Y si hay una época en que esos sentimientos nos ofrecen la ocasión de un estudio especial, es la época actual. Hoy día el triunfo de la independencia individual y el egoísmo de nuestros afectos ha creado en la mujer

esta nueva filosofía que podríamos llamar filosofía de las glándulas que es la que ha imperado por sobre todo otro principio, descubriendo esta nueva arma de defensa que ellas llaman el derecho a vivir, el derecho a la felicidad. Este es el movimiento más impetuoso de filosofía que ha pro-

—15—

Introducción

La página de papel es y ha sido el soporte principal de las publicaciones impresas y su desarrollo ha supuesto un cambio en la historia y en la forma en que los seres humanos se comunican. Asimismo, la revista, en tanto modalidad y formato editorial dentro de este universo, ha sido una pieza que permite conectar con ella de forma tangible, la cuál otorga a los lectores un mundo de inspiración, conocimiento y por sobre todo, una historia que evoluciona y proporciona un vínculo inmediato con el espíritu de la publicación.

En Chile, en términos históricos y sociales, las revistas han jugado un rol esencial. Esta tipología de publicación ha pasado a ser una forma de coexistencia, de pertenencia, capaz de conformar grupos e influir en las masas. Son, en muchos sentidos, un espejo de lo que "es" el país, una suerte de termómetro social. En este contexto, y a lo largo de los años, un sector considerable de la sociedad y la población chilena ha utilizado la revista como un vehículo de expresión y de construcción de una identidad concreta: la mujer. En este sentido, las publicaciones femeninas dan cuenta de su evolución y desarrollo a nivel político, social y económico en el país. Si bien, todas son creadas con enfoques diferentes entre sí, reflejan las ideas que se van gestando, las cuales constituyen una nueva concepción del diseño y por otro lado, una nueva concepción de la mujer chilena.

El registro del paso de aquellas revistas chilenas femeninas por el país fuera de circulación, actualmente se encuentra disperso y limitado. Este estudio pretende recoger, analizar y poner en valor la visualidad de las revistas femeninas editadas en Chile, en un período histórico que ha sido el reflejo de hitos y procesos evolutivos de la historia de la mujer y la nación.

Este proyecto responde por un lado a mi interés personal por el diseño editorial, la comunicación visual y en particular las revistas. Por otra parte, su formato, soporte, la cualidad que tiene para cambiar sin perder su naturaleza propia en cada edición y su particular modo de conectar con cada uno de sus lectores. A esto se suma una creciente tendencia a las publicaciones de nicho y la oportunidad de poder reunir y otorgar parte de este material tangible, muchas veces olvidado, al patrimonio visual chileno.



Portada *Acción femenina*, 1923, número 7.

MARCO TEÓRICO

Hacia una noción de diseño editorial

En el contexto de la comunicación visual, el diseño editorial ha sido una de las áreas de mayor desarrollo y relevancia durante este siglo y el anterior. Al posicionarse en una sociedad donde “todo entra por los ojos”, esta práctica moderna de alguna manera obliga a toda publicación a cumplir con las expectativas de los actores involucrados: diseñador/editor y futuro lector.¹ Para comprender esto se hace necesario preguntarse, *¿qué es el diseño editorial?*

El concepto “diseño editorial” viene del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de un escrito impreso publicado tal como un libro, revista o periódico. En cuanto al significado literal del concepto “diseño editorial”, se hace inevitable definir ambas palabras por separado para luego comprenderlas de manera conjunta. Primero que nada, la noción de “diseño” a veces resulta un tanto complicado de precisar, ya que posee muchos niveles de significado cuyo sentido cambia completamente de acuerdo a quién lo utiliza y en qué contexto. De ahí el enunciado “el diseño consiste en diseñar un diseño para producir diseño”² acuñado por John Heskett hace algunos años. El especialista británico lo define a su vez como “la capacidad humana para dar formas y sin precedentes en la naturaleza a nuestro entorno, para servir a nuestras necesidades y dar sentidos a nuestras vidas”.³ Otra alternativa aún mas esclarecedora respecto a su función como disciplina proyectual, ha sido su evolución histórica, ya que muchas veces se entiende como una subdivisión de movimientos y estilos dentro de la historia del arte. De hecho, Wucius Wong, declara en su libro *Fundamentos de diseño* que a diferencia del arte, el diseño debe cumplir con ciertas exigencias prácticas, ya que este “es un proceso de creación visual con un propósito”.⁴ Por ejemplo, al exponer una unidad de diseño gráfico frente a los ojos del público, este debe transportar un mensaje prefijado.

No obstante, a diferencia de “diseño”, el término “editorial”, en tanto adjetivo, se refiere a aquello perteneciente o relativo a los editores o las ediciones.⁵ Un editorial, por otra parte, es un artículo que expresa la opinión de un editor sobre cuestiones que conllevan un interés especial en un momento particular. Por lo general, se trata de una nota que refleja la línea ideológica y la postura del medio de comunicación sobre el asunto en cuestión. En ese sentido, el editorial también es un género periodístico. La casa editora o empresa dedicada a la impresión y distribución de publicaciones, por último, también recibe el nombre de editorial.

Sin embargo, la concepción “editorial”, en combinación con la palabra “diseño”, ha trascendido de designar la forma de organización de la narración

¹ Esta práctica es de gran importancia para el diseño editorial y la comunicación visual en la sociedad contemporánea: Guy Julier, Isabel Campí, Hal Foster, Richard Buchanan y Enric Satué, entre varios autores, han analizado este fenómeno.

² Heskett, John. *El diseño en la vida cotidiana*. (trad. de Isabel Núñez). Barcelona, Editorial Gustavo Gili, SA, 2005, p.7

³ *Ibid*, p.7.

⁴ Wong, Wucius. *Fundamentos de diseño*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2004, p.41

⁵ Caldwell, Cath y Yolanda Zappaterra. *Periódicos y Revistas: Medios impresos y digitales*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2014.

“El diseño editorial es el marco a través del que una historia dada se lee e interpreta”

sobre una página, siendo la herramienta básica de toda publicación que define la recepción de la información a los lectores. Los diseñadores Gavin Ambrose y Paul Harris definen en su libro *Layout* los conceptos del sistema de diagramación o “maquetación” de una publicación de la siguiente forma: “el *layout* o maqueta hace referencia a la disposición de los elementos de texto e imagen del diseño. La relación de estos elementos, tanto entre ellos como con el esquema general del diseño, repercutirán en el modo en que los lectores verán y recibirán el contenido, así como su reacción emocional”.⁶ Por otro lado, Yolanda Zappaterra, creadora del libro *Diseño Editorial: Revistas y periódicos*, considera al diseño editorial como una forma de periodismo visual en la medida en que esa etiqueta lo distinga más fácilmente de otros procesos gráficos que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Es más, otros autores coinciden en descripciones similares a las de Zappaterra, pero referidas más bien al “objeto” del ámbito editorial. Vincent Frost, director artístico de la revista Zembra, señala que “el diseño editorial es el diseño de publicaciones periódicas: revistas impresas que salen a la venta en más de una ocasión y que, por lo general, tienen una apariencia y transmiten unas sensaciones características y únicas.”⁷ Asimismo, Martin Venezky, director de arte de la revista Speak define: “El diseño editorial es el marco a través del que una historia dada se lee e interpreta. Consiste tanto en la arquitectura global de la publicación (y la estructura lógica que esta implica) como el tratamiento específico de la historia (en la medida en que hace ceder o incluso desafía esa misma lógica), el cual lo abarca en términos de contenido.

En términos generales, las aproximaciones a la noción que establecen los diseñadores son similares entre sí, diferenciándose en el énfasis en el que lo sitúan. El tipógrafo Francisco Gálvez menciona que es “el diseño especializado en edición para publicar contenido a un público. Esto congrega varias profesiones, entre ellas la del periodista, el editor, el corrector y el diseñador gráfico principalmente.”⁸ En un sentido estrictamente editorial y entendido como el cruce de múltiples variables yuxtapuestas entre sí, Ximena Ulibarri describe al diseño editorial de la siguiente manera: “Editar significa pensar, significa corregir textos, significa reconstruir, entonces el diseño editorial es aquel que une un contenido donde además se trabaja con imágenes, vale decir tú trabajas con una amplitud de lenguajes, para poder proyectar, comunicar un contenido(...)”⁹ Al respecto, Ulibarri se refiere a lo importante que es el diseño gráfico, pero destaca que no tiene sentido si uno no se hace cargo del contenido, es decir, proporcionar coherencia y hacerse responsable de la totalidad de lo publicado.

Asimismo, las diseñadoras Cath Caldwell y Yolanda Zappaterra, autoras del libro *Periódicos y Revistas: Medios impresos y digitales* comentan que el diseño editorial “es el vivo reflejo cultural de la época en la que se produce”,¹⁰ es decir, el tiempo en el que se crea y edita cualquier publicación es clave en el proceso y resultado final del impreso, e incluso cualquier hito o signo del período en el que se inserte estará reflejado de algún modo en el mensaje gráfico.

De acuerdo a las diferentes opiniones de los autores antes mencionados, se podría concebir el “diseño editorial” como un sistema de maquetación que puede desempeñar diversas funciones, entre ellas, proporcionar una diagramación de texto e imagen armónica, que guíe y haga navegar al lector a través de un determinado tema. Además de esto, proveer de expresión al

⁶ Ambrose, Gavin y Paul Harris. *Layout: boceto previo de la composición de un texto que se va a publicar, usado para determinar sus características definitivas*. Barcelona, Parramon Ediciones S.A. 2005, p.6

⁷ Para mayor información consultar: Zappaterra, Yolanda. *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, SL, 2008.

⁸ Entrevista online a Francisco Gálvez, 23 de septiembre de 2015

⁹ Entrevista personal a Ximena Ulibarri, 25 de septiembre de 2015.

¹⁰ Caldwell, Cath y Yolanda Zappaterra. *op.cit*.

contenido mediante una estructura sólida y coherente para atraer y retener al lector. Finalmente, cabe destacar que el contexto en el que se ve inserta la publicación resulta esencial a la hora de proveer un determinado mensaje al lector. Es decir, la revista no solo es única por las decisiones del editor, diseñador y el resto del equipo de trabajo, sino también por el medio social y la situación histórica de la época en que se elabora.

El medio impreso y sus principales tipologías

Hoy en día, las calles se ven saturadas de una amplia gama de revistas y periódicos los cuales van dirigidos a un público diverso. El diseñador Lakshmi Bhaskaran relata en su libro *¿Qué es el diseño editorial?* que existen numerosas categorías y tipos de publicación, todos ellas dirigidas a públicos distintos, desde consumidores hasta clientes corporativos o comerciales. A su vez, los avances tecnológicos han conducido a la producción de múltiples impresos, lo que ha supuesto en la historia una nueva forma de comunicación.¹¹ El diseño editorial, como se menciona anteriormente, se considera como la capacidad de publicar y proyectar una narración coherente. Una publicación bien diseñada generalmente tiene esta cualidad, una línea única que provoca a los lectores. En el caso de los periódicos o las revistas, la conexión de los lectores con las publicaciones impresas es en cierto sentido un ejercicio de repetición, explica Robert Klanten en su libro *Turning Pages: Editorial Design for print media*. Según el autor, los lectores buscan regularmente las mismas publicaciones porque saben lo que obtendrán; esas que ofrecen un ángulo en el mundo que ellos están interesados.¹²

Lo particular de estos impresos es que existen actualmente pocas variables que limiten su diseño y sobre todo el de las revistas. Jeremy Leslie, director del grupo creativo de John Brown Citrus Publishing, en su libro *Nuevo diseño de revistas*, indica: “no existe ningún estándar de tamaño, formato o extensión que impida que funcione, tan solo las técnicas de impresión limitan al diseñador”.¹³ A su vez, Bhaskaran agrega que el diseñador tiene una labor de suma importancia en cuanto a la calidad de la publicación misma: “La duración de la vida de una publicación puede afectar en gran medida a la forma de diseñarla. Una revista con una vida útil de un mes puede seguir las últimas tendencias de diseño, pero un libro con una vida de años o décadas debe ser capaz de superar la prueba del paso del tiempo”.¹⁴ El diseño especializado para publicaciones es una disciplina proyectual que en términos formales comprende características tales como la extensión, el usuario, el manejo de la tipografía, la legibilidad, y en su conjunto un equipo por detrás que se haga cargo de todo ello.

Habitualmente, las tipologías referidas a la clasificación y categorización de los diferentes tipos de formato impreso se establecen por sus contenidos y características formales, vale decir, por la materialidad, maquetación o formato de los mismos. Es evidente además la importancia de las variables de edición y diseño en el proceso de elaboración de las publicaciones, por lo que se hace necesario identificar los tipos de impresos a partir de todas sus variables. En principio, se sindicará a “el libro” como la forma de documentación impresa más antigua que existe y que ha albergado una infinidad de conocimientos, ideas y creencias de toda la humanidad, entendiéndolo como un artefacto portátil que contiene una “serie de páginas impresas y cosidas, y que conserva, anuncia, expone y transmite conocimientos a los lectores a través del tiempo y del espacio”¹⁵ según lo propuesto por Andrew Haslam.



¹¹ Bhaskaran, Lakshmi. *¿Qué es el diseño editorial?* Barcelona, Index Book S.L., 2006.

¹² Kantlen, Robert. *Turning Pages: Editorial Design for print*. Berlín, Die Gestalten Verlag, 2010.

¹³ Leslie, Jeremy. *Nuevo diseño de revistas*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili SA, 2000, p. 10⁴ Caldwell, Catzh y Yolanda Zappaterra. *Periódicos y Revistas: Medios impresos y digitales*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2014, p.7.

¹⁴ Bhaskaran, Lakshmi, *op.cit*, p.22

¹⁵ Haslam, Andrew. *Creación, diseño y producción de libros*. Valencia, Art Blume, 2007, p.9

La revista *Ampersand*, fue un diseño de Frost Design para D&AD. Se les pidió que produjeran formatos completamente diferentes para cuatro números. Este número se creó en formato periódico y en términos de diseño y tipografía también.



La *Biblia de 42 líneas*, es una edición impresa por Johannes Gutenberg en Alemania, en el siglo XV. Este, es un monumento que marca un giro en el arte de hacer libros y en la transición de la Edad Media al mundo moderno. Se imprimieron 150 ejemplares en papel y 30 en pergamino con letra gótica, márgenes generosos, sin colofón, decoración a mano y con letras capitales ornamentadas.



El niño con dos cabezas

El bandido Bustamante y el ahorcado en Santiago



La *Lira Chilena*, una de las mayores expresiones locales de la llamada “literatura de cordel”, publicación impresa en pliegos sueltos.

El libro impreso es uno de los métodos más poderosos para transmitir ideas que han cambiado el curso del desarrollo intelectual, cultural y económico. Basta citar libros como *La Biblia*, *El Corán*, o el *Manifiesto Comunista* para hacernos una idea de la gran influencia de la palabra impresa.

Una de las primeras formas de publicación también fue el pliego suelto, hoja de papel impresa colgada en las paredes, adaptado más tarde como medio para compartir información general y sucesos diarios a los ciudadanos lo convierten como el primer precedente del periódico actual. El “periódico”, en términos formales, fue uno de los primeros medios impresos—publicado con periodicidad diaria, semanal o quincenal—en exponer información y acontecimientos, además representar un antecedente fundamental para el desarrollo de las publicaciones impresas posteriores como las revistas.

Por otro lado existen los folletos y catálogos, informes anuales o programas de teatro o ballet, entre otros, los cuales remiten a diversos tipos de publicaciones impresas que cumplen con ser herramientas de publicidad o promoción de objetos o servicio dirigidos a un público específico.

Por último, en tanto formato que resulta de especial interés para el presente proyecto, nos referiremos al producto cultural y editorial que se designa como “revista”. Este se puede definir, en su forma más elemental, como una combinación de texto e imágenes desarrollada por un equipo integrado por un diseñador, o director de arte, y un redactor, además de otros actores secundarios como el fotógrafo, productor, ilustrador, etc.

Según Jeremy Leslie, las primeras revistas surgieron en Inglaterra a principios del siglo XVIII; eran semanales y mas analíticas que los periódicos. Es más, Lewis Blackwell afirma que las revistas aparecieron como una

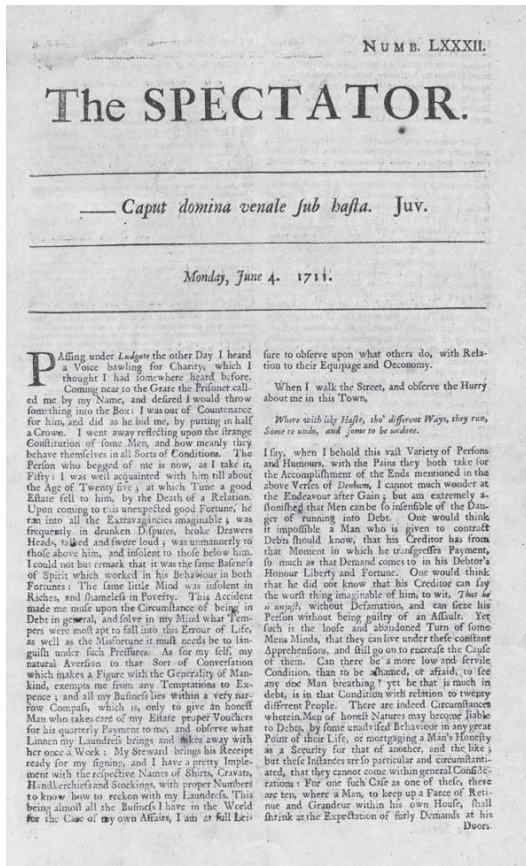
variante de los periódicos, siendo muy parecidas en sus hojas informativas. Blackwell menciona a “las revistas como las peligrosas amigas de los libros, siempre inquietas por subvertir alguna norma. Al mismo tiempo, son el pariente sofisticado de los periódicos, pues visten un mejor papel, una buena tinta y excelente encuadernación.”¹⁶ Retomando a Leslie, este ahonda un poco más en el concepto de este medio de comunicación: “Lo que suelen tener de fascinante las revistas es su naturaleza orgánica; a diferencia de los libros o de otros medios impresos, son un producto en constante evolución, que cambia ligeramente con cada número”.¹⁷ A su vez, Lakshmi Bhaskaran define que uno de los aspectos que diferencian a una revista del resto de las publicaciones es, básicamente, que se publica a intervalos regulares, ya sea mensual, trimestral o incluso anual. Esto le aporta mayor libertad al diseñador para ir construyendo o cambiando el diseño orgánico de ésta.¹⁸

En términos estrictamente formales, la revista, tanto en su diseño como en su contenido, detenta uno de los usos de la maquetación y retícula más innovadores y creativos del diseño gráfico, ayudando a establecer normas de uso que se aplican posteriormente en otras áreas de trabajo del ámbito editorial.¹⁹ El diseño debe ser consistente, coherente, entre lo que se está planteando con la palabra escrita a lo que se está planteando con el lenguaje visual y su entorno. Las revistas poseen la característica particular de verse beneficiadas directamente por el ambiente en el que se desarrollan.

De igual manera, Bhaskaran sostiene que otro factor que mantiene vigente a las revistas, es que permite conectar con los gustos, fetiches y fantasías personales: “Es posible que no podamos comprar la ropa de *Vogue*, pero podemos sentir el estilo de vida a través del aspecto y tacto de la revista. De misma manera, la suscripción a una publicación de interés especial nos permite conectar con individuos que piensan como nosotros”.²⁰ Dentro de ese mismo ámbito Janet Froelich, directora creativa de *Real Simple* menciona al diseño como el primer elemento a partir del cual se establece la relación con el lector. “Transmite el contenido, la esencia y la naturaleza más vanguardista de la publicación, además de proporcionar al lector un vínculo inmediato con el espíritu de la revista”.²¹

De acuerdo a las opiniones antes señaladas, se entiende por revista un medio de comunicación impreso cuyo objetivo es servir como vehículo para la transmisión de contenido generado por un editor o diseñador, la cual permite hacer táctil la mayoría de sus temas. Esta, por otro lado posee la propiedad de mutar constantemente, “al igual que el arte contemporáneo, podemos observar que la revista se definiría solo como revista si el creador la definiera como tal.”²²

Finalmente, cabe mencionar que la “revista” es un medio impreso la cuál hace referencia a un volumen cargado de contenidos y una historicidad importante. Sin embargo, esta publicación ha sido uno de los formatos con mayor libertad de experimentación en el pasado y para esto, es de suma importancia mencionar los hitos que han permitido a la revista y la página impresa desarrollarse como lo ha hecho hasta ahora.



The Spectator fue una publicación periódica fundada por Joseph Addison y Richard Steele en Inglaterra. El nuevo soporte de estos tipos de periódicos cobró importancia y otorgó nuevos espacios a escritores para que formaran parte de esta nueva era editorial.

¹⁶ Leslie, Jeremy, *op cit*, p. 8

¹⁷ Caldwell, Cath y Yolanda Zapatterra, *op cit*, p.10.

¹⁸ Bhaskaran, Lakshmi, *op.cit*.

¹⁹ Ambrose, Gavin y Paul Harris. *The Layout Book*. Lausanne, AVA Academia, 2007.

²⁰ Bhaskaran, Lakshmi, *op.cit*, p.22.

²¹ Caldwell, Cath y Yolanda Zapatterra, *op cit*, p.34.

²² Leslie, Jeremy, *op cit*, p.8.



Mercurio Galant, una de las primeras publicaciones consideradas “revista” fundada en 1692.

²³ Burke, Peter y Ana Biggs, *op.cit*, p. 87

²⁴ Blackwell, Lewis. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili. SA. 1998.

²⁵ Kinross, Robin. *Tipografía Moderna: Un ensayo histórico crítico*. Valencia: Campgràfic Editors, 2008



Portada y página interior revista *Jugend*. 1896, nº 32

Evolución histórica del formato revista

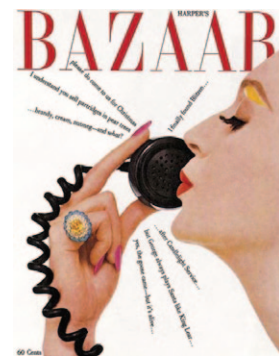
Desde los antiguos “magazines” del siglo XVIII, algunas revistas se han constituido como publicaciones influyentes, circunstancia a la que han contribuido los diseñadores y directores artísticos producto de la particular impronta visual que han “impreso” ellas. En tal sentido, fueron dos revistas, *The Tatler* y *The Spectator*, las cuales dotaron al soporte de una real importancia, proporcionando un nuevo espacio para escritores y periodistas. Pero también, se exploraron múltiples espacios con el fin de entregar nuevas sensaciones a los lectores. Gracias a los editores surgieron, entre otros formatos, las revistas las especializadas como *The Transactions of the Royal Society of London* (1665) o *Nouvelles de la Républiques des Lettres* (1684) que difundían información acerca de nuevos descubrimientos y sobre el lanzamiento de libros, por lo que las revistas también fueron una de las fuentes principales de difusión de conocimiento en esa época. Otras revistas, como la francesa *Mercurio Galant*, fundada en 1672, estaba dirigida a un público menos especializado: las mujeres. Este estaba escrito por un hombre, el dramaturgo Jean Donneau de Visé. La revista, que se publicaba con ilustraciones, adoptó la forma de una carta escrita por una dama de París a una dama del campo. La carta daba noticias, piezas teatrales recientes, las últimas modas en ropa y decoración interior. En contraste, la revista inglesa *The Spectator*, publicada en 1711 recalaba su distanciamiento de la política y el deseo de los editores de vigilar el combate antes que mezclarse en él. Su propósito declarado era sacar la filosofía de las instituciones académicas “para que viviera en los clubes y las asambleas, en las mesas de té y en los cafés”.²³

A fines del siglo XIX, se dio el inicio al llamado Modernismo y con ello, aparecieron varios entusiastas del mundo artístico inspirados por las formas de la naturaleza y estilos como el gótico. En cuanto a la industria editorial, tomó de modo superficial algunas de las aspiraciones del movimiento *Arts & Crafts*, que operó como manifestación del resurgimiento artesanal que contribuyó a la concienciación de la necesidad del diseño.²⁴

Dentro del marco del diseño editorial en Alemania, tras la revolución y el posterior florecimiento del *Art Nouveau* denominado “Jugendstil”, posiblemente derivado de la revista cultural *Jugend* (1896-1914), fue de gran relevancia para la cultura. Esta junto a otras revistas se convirtieron en los principales difusores del estilo con un enfoque sencillo y menos ornamental aplicado en múltiples impresos de la época.²⁵

Más adelante, la revista *The Imprint* publicada en 1913, proyecto de operación independiente, sirvió como primer “foro” del movimiento de reforma de la imprenta, el cual se distanció de la sensibilidad modernista y el ethos propio de las vanguardias artísticas (Dadá, Constructivismo, Neoplasticismo, etc.). El contenido de la revista reflejaba un esfuerzo por dirigirse a la industria impresora, incluyendo artículos sobre novedades en maquinaria de impresión. Por otro lado, el desarrollo tipográfico tuvo su correlato “moderno” en un fenómeno de la Europa continental del cual Alemania fue el centro, derivando en el movimiento denominado “Nueva tipografía”, corriente tipográfica y de diseño editorial que propuso bases del diseño en temas de claridad de información, asimetría en la composición de páginas y organización lógica de los textos.²⁶ Como ejemplo de esta tendencia, a veces muy localizada, vale destacar el trabajo de autores como Kurt Schwitters, Piet Zwart y Hendrik Werkman, entre otros. Werkman, bajo la influencia de las nuevas corrientes del arte, produjo en 1923 la revista *The Next Call*. Ésta incluía en sus páginas collages, grafismos y experimentos tipográficos, siendo parte de las pequeñas revistas de la vanguardia europea de la época.

Dentro de los artistas que estudiaron en Alemania y que emigraron a Estados Unidos por los problemas de la guerra, hubo dos casos significativos en relación a la modernización de la edición de revistas. Se trata de Mehemed Fehmy Agha y Alexei Brodovich, quienes fueron nombrados directores de arte de dos importantes revistas norteamericanas: *Vogue* (1929-1971) y *Harper’s Bazaar* (1934-1958), respectivamente. A pesar de que el contexto durante sus primeros años de desempeño no fuera el mejor escenario para el glamour producto de la Gran Depresión económica, sus primeros trabajos revivieron y acentuaron las atractivas y elegantes cualidades de las revistas: “ni uno ni otro fueron diseñadores de tipos, ni se sometieron a normas estrictas sobre qué tipos eran aceptables, pero los dos fueron precursores en la medida en que contribuyeron a forjar el nuevo concepto de “director de arte” como aquella persona que dirigía y tenía la visión global de la composición de la página, la fotografía y la ilustración, antes que implicarse en el diseño concreto de cada elemento”.²⁷ Ambos derribaron muchas convenciones imperantes hasta entonces en el diseño de revistas, liberaron la composición de la página de antiguos estándares con grandes fotografías, protagonismo a los espacios en blanco, buscando expresar contenido a través de la tipografía y rechazando lo accidentalmente decorativo.



Ediciones de la revista Harper’s Bazaar con Alexei Brodovich, como director de Arte.



“Fifty Bathing Suits” en *Vogue*, 1940. Portada bajo la dirección de Arte de Mehemed Fehmy Agha.

²⁶ Varias publicaciones de la época servían como difusor de esta nueva tendencia, y en 1925, se publicó la primera antología que hacía recapitulación de la teoría esencial del movimiento en un número especial de la revista *Typhographische Mitteilungen*. El editor invitado para este número fue Jan Tschichold, que con esta primera publicación se propuso difundir y transferir las ideas de la vanguardia al ámbito de la impresión ordinaria.

²⁷ Blackwell, Lewis, *op.cit.*, p.63



Portada revista *Life*, 1953



Ilustración de Norman Rockwell en la portada de la revista *Saturday Evening Post*, “Girl Reading the Post” en 1940.

²⁸ Smith, Anthony. *Goodbye Gutenberg: La revolución del periodismo electrónico*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S. A. 1983, p. 173

²⁹ *Ibid.* p. 176

³⁰ Santu, Enric. *El diseño gráfico: Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza Editorial S. A. 1988.

³¹ *Ibid.*

En relación al contexto editorial del siglo XX en América es importante mencionar a la revista estadounidense *Life*, como la vinculación de la nueva tecnología y los nuevos lectores. El éxito de la revista ilustrada de interés general de circulación masiva, que incluía fotografías y además un soporte de papel totalmente innovador para la época, asombró a todos e incluso a sus editores, “habían planeado una edición de 400.000 ejemplares, pero se vieron obligados a imprimir un millón por semana”.²⁸ En 1950 llegó la televisión con el poder de hacer lo mismo que *Life* pero mejor, por lo que la revista se devaluó. Esta trató de resurgir aumentando el tiraje, incrementando las ofertas y subiendo las tarifas de publicidad. En cambio, en el caso de la revista *Times* no necesitaba de la publicidad para prosperar ya que tenía un volumen tan alto de lectores que incluso aunque se fragmentase, contenía un mayor público especializado que las propias revistas especializadas. Por ejemplo, *Times*, descubrió que entre sus lectores tenía mas hombres de negocios que la propia *Business Week*, así que inició una “edición para hombres de negocios”.²⁹

Dentro del contexto de revistas de consumo que también hicieron época, fue la publicación *McCall’s*, dedicada al ama de casa media norteamericana. Esta adquirió especial relevancia gracias al giro que le dieron en su diseño en 1959. Su director artístico, Otto Storch, fundamenta aquel cambio debido a la gran competencia. Este factor, favoreció en general el nivel de diseño de las publicaciones editoriales periódicas. De hecho, revistas del tipo *Saturday Evening Post* de sus últimos años, el *Fortune*, *Playboy*, *Redbook*, *Seventeen*, *Ladie’s Home Journal*, entre otras, adquirieron gran interés por su diseño y el nivel de sus ilustraciones.³⁰

En el contexto de los años 70, las revistas son al parecer por el signo vitalista y explosivo de la década, más efímeras en la consideración del público. No obstante, las publicaciones aún más pasajeras parecen ser ciertas revistas de los años 80, a pesar de tener lenguajes propios, como la revista *The Face* o las que tienen como protagonista a la imagen y el gran formato como *Manipulator* y *Egoiste*.³¹

El cambio que ha experimentado la revista, ha sido promovido en parte por el desarrollo de los medios de comunicación y posteriormente de la tecnología digital. La nueva orientación que han adquirido, ha provocado también un cambio de actitud del lector frente a la publicación.

Por eso, cabe destacar que la nueva era digital que afecta directamente al mundo de las publicaciones. Esta nueva herramienta ha traído consigo múltiples características que han facilitado el acceso al mundo editorial. Las aplicaciones de celular y la capacidad de descargar información, ha permitido a la revista posicionarse de otra forma a los usuarios.

Por otro lado, está el rol que han adquirido los diseñadores, los cuales han debido sacar provecho de las nuevas tendencias, transformaciones culturales, espíritu de la época y asegurarse de estar a la vanguardia de las modas visuales y estéticas.

La integración de la tecnología mejorada al proceso de diseño, significa que los diseñadores —sobre todo los editoriales— tienen un control total sobre el contenido que presentan. Pudiendo usar lo digital para experimentar como nunca antes había sido posible, con la intención de atraer al lector y conseguir que la información presentada sea lo mas accesible y útil posible.

Impreso v/s digital en el ámbito de las revistas

Durante un largo tiempo las categorías del diseño editorial han estado reducidas solo al soporte impreso; no obstante, el escenario se ha ampliado producto del desarrollo de la era digital en los últimos años. Lakshmi Bhaskaran menciona este proceso, “el mayor cambio que se ha producido en el diseño editorial en los últimos 20 años ha sido el avance tecnológico. Ello ha ayudado a mejorar el diseño y la producción de publicaciones”.³²

El proceso de lo análogo a lo digital ha posicionado al soporte impreso de las publicaciones a un medio intangible, incorporando nuevas propiedades ajenas al papel, lo que ha significado exigencias de alta complejidad en el diseño. La versatilidad que ha adquirido una publicación con los avances tecnológicos es significativa. Por ejemplo, “si observamos el sector editorial enseguida encontramos que el mensaje puede ser el mismo a lo largo del día pero que el medio en que se representa es totalmente imprevisible. Leemos por la mañana el móvil, continuamos al mediodía desde un terminal de escritorio y probablemente continuemos desde un iPad tumbado en el sofá después de cenar.”³³

Esta dispersión de dispositivos de lectura rápida está convirtiendo el trabajo y las herramientas de diseño válidas hasta ahora en nuevos métodos de ejecución, representando un gran reto para el diseñador pero que suponen nuevas oportunidades.

Por otro lado, esta nueva generación de aparatos digitales—conformado por las páginas web, los móviles, las *tablets Android* y el *iPad*—, han aportado en la experiencia de lectura y sobre todo en las revistas, permitiendo que los usuarios interactúen con la publicación. Por ejemplo, en el caso de las publicaciones digitales, los titulares y otras vías de acceso actúan de enlaces en la navegación, lo cuál invita al lector a involucrarse además de leer.

El acontecimiento del formato digital ha levantado diferentes cuestionamientos en torno al posible fin del tradicional medio impreso, sin embargo, la pantalla no puede traducir los valores de una revista de forma táctil, expresiva y familiar a través de papeles, tipografías y estilos de imágenes. Más bien, las nuevas plataformas electrónicas han brindado una nueva categoría y nuevo valor al círculo editorial, sin sustituir al medio impreso.

Uno de los mitos más recurrentes es cómo la llegada de la Tablet supone la muerte de las publicaciones en papel, sin embargo esto es falso. En su libro, Zappaterra y Caldwell mencionan que la comercialización del iPad en 2010 no cambió todo: “las revistas y los sellos editoriales siguen siendo los mismos que antes de su lanzamiento. Las tablets son instrumentos fantásticos que ofrecen más posibilidades de interacción, ofreciendo más herramientas y cualidades, muy diferentes a lo que ofrece el medio impreso”.³⁴

Más allá de generar una contraposición entre los diferentes formatos, lo que ha hecho el diseño digital es revolucionar la forma en cómo se abarcan a partir de ahora las publicaciones digitales e impresas, las cuáles ofrecen características completamente diferentes entre sí. Meirion Pritchard, ex director de arte de *Wallpaper* menciona: “cuando diseñamos la revista ya estamos pensando en cómo va a funcionar en el iPad. El iPad nos ha obligado a pensar en cómo ampliar el contenido de la edición impresa y el de la web.

“Las tablets son instrumentos fantásticos que ofrecen más posibilidades de interacción, ofreciendo más herramientas y cualidades, muy diferentes a lo que ofrece el medio impreso”

³² Bhaskaran, Lakshmi, *op.cit.*, p.28-29

³³ En: www.rosallop.com/blog/orden-y-diseno. Fecha de consulta: 30 de Septiembre de 2015

³⁴ Caldwell, Cath y Yolanda Zappaterra, *op.cit.*, p.28

Contiene todos los elementos interactivos. El contenido es similar al de la revista pero adopta los elementos interactivos de la página web”.³⁵

En el pasado, se ha visto que la aparición de nuevos soportes no significan la desaparición de los ya existentes. El factor clave que menciona Jeremy Leslie en su libro sobre el desarrollo de soportes, es observar “a la audiencia”. La observación a través de los distintos medios, influye en el desarrollo de la revista como soporte de comunicación.³⁶

Es evidente que la revista se enfrenta con presiones muy diferentes al aspecto y forma de las revistas tradicionales hace un tiempo atrás, especialmente por la facilidad de introducción que tiene al mundo digital actualmente una publicación. A pesar de ello, el papel impreso sigue estando patente en las preferencias de los lectores, sobre todo en aquellas publicaciones especializadas en el cual sus características físicas ofrecen un valor en especial como marca.



Prueba de la revista *Vogue* para su versión “iPad app” en Marzo del 2011.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Leslie, Jeremy, *op.cit.*

Tipologías de revistas

Luego de establecer una visión panorámica de la trayectoria histórica de la revista, proporcionando además nociones conceptuales y culturales sobre la misma, resulta importante definir algunas de sus características básicas en relación a su formato, su soporte y una posible categorización de acuerdo a sus contenidos y línea editorial.

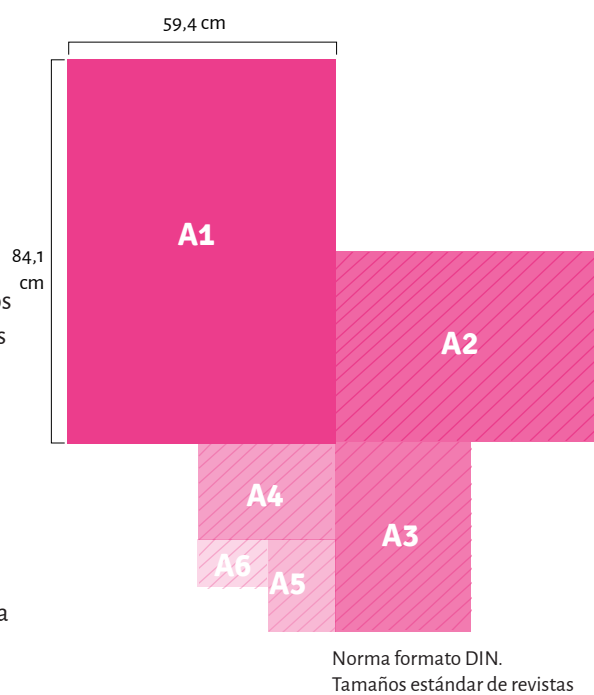
Formato y Soporte

La revista, en su forma más esencial, es un medio de comunicación cuyo objetivo es servir como vehículo para la transmisión de un contenido generado por un equipo, liderado habitualmente por un editor. El “diseño”, en este contexto, es básicamente una combinación de texto e imágenes, sin embargo, posee aún más complejidad de lo que se podría observar. Sobre esto, Roger Fawcett-Tang, autor del libro *Diseño de libros contemporáneos*, apunta lo siguiente: “El diseño editorial está siempre sujeto a los constantes cambios de orientación y estilo que afectan al diseño gráfico en su totalidad”.³⁷ Las publicaciones impresas deben batallar con la continua evolución del medio editorial. El diseñador de publicaciones, a diferencia de un diseñador de objetos o carteles, es el encargado de manejar las variables ya que se debe tener en cuenta el tipo de contenido y la mejor manera de organizarlo, así como la estructuración de cada página. Además, se tiene que tener en cuenta al público objetivo, cuál sería el formato o soporte mas apropiado, determinando como se procederá en términos de creatividad.³⁸ Para esto, es importante conocer cómo se configura una revista y dar cuenta de todas sus variables gráficas.

En las revistas, y en general en las publicaciones impresas, el “formato” responde a varios factores y, dependiendo del caso, a decisiones de varias personas posibles, sin embargo, la decisión del diseñador es importante a la hora de llevar a cabo una resolución final. Este representa la manifestación física de una publicación en cuanto a tamaño, forma o número de páginas los cuales generalmente vienen definidos por las imprentas y están condicionados por los tamaños de papel con los que trabajan. No obstante, hay publicaciones que optan por no hacer lo dictado, como las revistas británicas de diseño *Creative Review* y *M-real*, las cuales hacen de su formato cuadrado “toda una declaración de principios”. A su vez, *Statements*, *soDA* y *Visionaire* cambian formato con cada entrega. Por ejemplo, Cecilia Dean, editora de la revista estadounidense *Visionaire*, explica el funcionamiento de su revista en los siguientes términos: “el nombre es el único elemento constante. No nos esforzamos por cambiar el formato en cada número, sino que los temas deciden siempre la manera en que éste se presenta”.³⁹ En el caso de esta revista de moda, está más dedicada a la imagen visual que al texto, por lo que es de suma importancia la forma en la que se expone.

Para los tamaños de revista se suele utilizar la norma formato DIN, que va desde el extremo A1 (59,4 x 84,1 cm), como la revista Alemana *The Manipulator*, hasta un opuesto A6 como la publicación Londinense *The Fred*, ejemplo único de revistas más pequeñas. Jeremy Leslie menciona en su libro que el hecho de que esta publicación haya nacido antes que los *Apple Mac*, ayudó a que su apariencia fuese “antidiseño”, cuya fuerza no procedía de la maquetación si no mas bien de sus contenidos.

En cuanto al formato estándar A4 (21 x 29,7 cm), es el utilizado por la mayoría de las revistas. Esta dimensión de página viene por lo general determinado por el ancho de las bobinas de papel y por el ancho del tambor de



³⁷ Fawcett-Tang, Roger. *Diseño de libros contemporáneos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SA, 2004, p.7

³⁸ Lakshmi, Bhaskaran, *op.cit.*

³⁹ Caldwell, Cath & Yolanda Zappaterra, *op.cit.*, p.143



Portada de *Creative Review*, diseñada por Anthony Burrill, 2010. Revista de formato cuadrado.



The Manipulator magazine, 1992. Revista de gran formato.

⁴⁰ Lakshmi, Bhaskaran, *op.cit.*, p.34

⁴¹ Leslie, Jeremy, *op.cit.*

⁴² *Ibid*, p.11

⁴³ Caldwell, Cath & Yolanda Zappaterra, *op.cit.*, p.143

las imprentas offset utilizadas para imprimir las revistas de mayor tirada. Sin embargo, otro limitante de su medida y su diseño es su forma de presentación. Una publicación de tamaño estándar o menos cabrá sin problemas dentro de una estantería, mientras que otro formato aún más grande no podría. Además, dentro de ese tipo de exhibición, la portada y sobre todo “la cabecera pasa a ser lo “visible” para el cliente, por lo que desde la perspectiva del diseño significa que las revistas deben confiar sumamente en su cabecera inicialmente para captar a sus posibles lectores”.⁴⁰

Aún así, las revistas de nicho o mayor especialización, no adscritas al circuito comercial tradicional, pueden experimentar una mayor libertad a la hora de establecer su formato. Al respecto, Leslie señala: “estas revistas se benefician en dos aspectos: en primer lugar, al tener una tirada mas reducida, pueden imprimirse en imprentas pequeñas y adaptables. En segundo lugar, su enfoque hacia “lo pequeño es bonito” puede beneficiarse en gran medida de la tecnología de los ordenadores que han reducido los costes de producción”.⁴¹ Este avance ha generado que todo el proceso de diseño sea mucho más expedito e invite además a cuestionarse los formatos y tamaños tradicionales de la página.

Las elecciones de formato tienen también otras implicaciones básicas, como por ejemplo en la revista londinense *Time Out*. Cuando sacaron al mercado la edición de Nueva York, utilizaron un tamaño de página americano más pequeño que el europeo utilizado tradicionalmente. En el caso de la revista *Colors*, de la empresa italiana Benetton, surge como parte de la estrategia de mercado de Benetton. En la cual los primeros doce números de la revista aparecieron en un formato diferente.

Sin embargo, la industria está constantemente orientada a producir y publicar los tamaños habituales o estándar. Muchas revistas se han hecho con tamaños irregulares y la realidad económica los empuja a transformarse en una dimensión más convencional, como el caso particular de la revista *Mute* de Reino Unido, lanzada en formato de periódico. Su editora Pauline von Mourik Broekman comenta “para los anunciantes, distribuidores y vendedores el formato grande de periódico era un verdadero problema. Significaba que *Mute* podía sacar solo una fracción del ingreso potencial (bastante reducido ya) que conseguiría como revista pequeña, nueva y trimestral sobre arte y tecnología”.⁴²

Las decisiones en cuanto a criterios estéticos deben ser sumamente planificadas. Sus características físicas no se deben contraponer con sus consideraciones de tipo económica, funcional y a nivel de contenido.

“Para una cadena de hoteles de cinco estrellas que quiere transmitir una sensación de lujo está bien (supuestamente) imprimir una publicación de gran tamaño de papel satinado, mientras que otra necesita ser fácilmente transportable, como una guía de ocio, sirve mejor a sus lectores en un formato pequeño”.⁴³

El soporte, el cuál en este caso es el papel, también es parte integral del estilo y la funcionalidad, y por sobre todo el atractivo táctil de las publicaciones impresas el cuál no debe ser subestimado. En las revistas, la sensación de calidad se transmite a menudo a través del papel, su gramaje, la encuadernación y el acabado. Las cualidades táctiles de publicaciones cuidadosamente facturadas, como es el caso de la revista *soDA* (que usa estampados y plásticos de colores para sus portadas), *Matador* o *Statements*

transmiten una sensación y un mensaje muy diferentes a los de una revista como *Hola* o un semanario de actualidad como *The Economist*.

En el caso de Chile, los formatos estaban dados principalmente por el tamaño de las imprentas y las máquinas para imprimir. La revista *Zig-Zag*, una de las primeras revistas ilustradas en Chile, tenía el mismo formato a la revista *Harpers Weekly*, con 50 páginas impresas a color en papel de buena calidad.⁴⁴ Si bien la editorial trataba de lucir un diseño innovador para la época con contenidos atractivos para el público, las publicaciones chilenas no se desprendieron del modelo europeo editorial hasta la década de los 70.

El Contenido

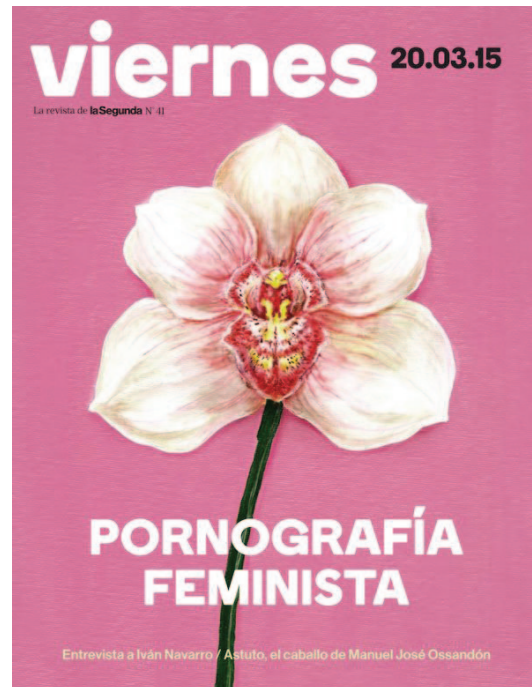
En relación al contenido, por lo general, toda publicación se divide en diferentes tipologías. En este sentido, las revistas difieren en contenido y diseño por el tipo de público al cual están dirigidas, pero tienen partes que son comunes entre todas ellas, lo que se podría denominar su lado “corporativo” o “institucional”. A continuación se observarán diferentes propuestas de clases de revistas definidas por el público al cual están dirigidas y su contenido.

Zappaterra y Cathwell clasifican a las revistas según al tipo de mercado al que apuntan. Primero, mencionan las de “gran tirada y títulos de distribución de kioskos”, dirigidas a la masa con diferentes contenidos. En este tipo de revistas, con frecuencia sus ediciones varían de unos países a otros y en cada uno de ellos las publicaciones atraen a múltiples tipos de lectores.

En segundo lugar, se encuentran los “Microzines”—publicaciones independientes o especializadas—que compiten por un nicho en el mercado con el propósito de ofrecerles a los lectores aquellos que las de tirada masiva no pueden ofrecer. Los “Microzines” son especialmente interesantes porque comparten un mercado de carácter autónomo, cualidad que finalmente influye en su contenido y su diseño.⁴⁵

Por otro lado, se encuentran los llamados “suplementos”, ediciones tipo revista que vienen junto a los periódicos, los cuales tienen como objetivo reforzar la imagen corporativa del mismo y, a la vez, conferirle una identidad visual distintiva, suponiendo un reto “especialmente atractivo para cualquier diseñador”. Además, también circula la denominada “Revista para clientes” o “B2B” (business-to-business), dirigidas exclusivamente a usuarios determinados (por lo general pertenecientes a grandes empresas).⁴⁶ Por otra parte, también se puede encontrar las “digitales”, las cuales son las revistas disponibles en medios digitales a través de internet, cuyo tipo de mercado determina el contenido y su forma. Por último, se pueden mencionar a las “revistas sociales”, híbrido entre producto de marca y la recopilación de contenidos que animan a los usuarios a “compartir” algo.

Desde otra mirada, es posible encontrar la tipología en relación a un género. Entre ellas están las revistas “periodísticas”, redactadas con el fin de informar a su audiencia sobre determinado ámbito de la realidad. Como por ejemplo: política, economía, sociedad, entre otros. Así también, existen las ediciones enmarcadas en la categoría general de “ocio”, que suelen abordar temas cotidianos, los cuales son redactados con lenguaje coloquial. Estas revistas incluyen temas relacionados con la cocina, moda, espectáculos y diseño. Las “científicas”, son usadas para difundir investigaciones, avances o novedades dentro de un determinado ámbito profesional, como puede ser la medicina, la biología, la farmacia, la psicología, etc. redactadas por personas que se dedican profesionalmente a esas disciplinas.



Revista *Viernes*, suplemento del diario *La Segunda*, n°41, 2015.

⁴⁴ Soto Veragua, Jorge. *Historia de la imprenta en Chile: Desde el siglo XVII al XXI*. Santiago, Editorial El Árbol Azul, 2009.

⁴⁵ Caldwell, Cath & Yolanda Zappaterra, *op.cit.*

⁴⁶ *Íbid.*



Trilogía de *Colors*, n° 81, 82 y 83 en *Colors Magazine* exhibition “Happiness and other survival techniques” en el museo de Londres.

Por otra parte, encontramos las revistas esencialmente “gráficas”, en las que sobresalen las imágenes por sobre el texto, como es el caso de la revista *Colors* o *Wallpaper*. En general, estas producciones editoriales se centran en la fotografía, la ilustración, la decoración o las artes visuales. Y así existen muchas otras.⁴⁷

Por otra parte, Cecilia García Huidobro y Paula Escobar, en su libro *Una historia de las revistas chilenas* recogen cientos de revistas nacionales agrupadas en diferentes temáticas. En un comienzo mencionan a las “magazinescas”, definidas como una fórmula editorial de comienzos del siglo XX, las cuales contenían nuevas técnicas de impresión que facilitaron la incorporación de fotografías e imágenes a color.⁴⁸ Las “revistas de radio y tv”, se dedicaban a informar sobre actores, cantantes y secciones con información sobre ellos, el cine y la música en general. También distinguen a la “revista femenina”, sección que muestra exclusivamente publicaciones para la mujer. Por otro lado, existe un amplio y heterogéneo mercado para las revistas “deportivas”; de “actualidad”; “infantiles” y “picarescas”.

Sin embargo, existen aún mas criterios de clasificación para las publicaciones impresas, pudiendo encontrar diferentes tipologías desde el ámbito del diseño como la que propone Roger Fawcett-Tang en su libro *El diseño de libros contemporáneos*. El inglés menciona tres categorías basadas en las etapas que constituyen el proceso de diseño y producción de un proyecto editorial. La primera es la “navegación”, que permite al diseñador guiar al lector a través de los niveles de información. Por otro lado está la “estructura” del formato que se conforma por tres elementos claves: Tipografía, sistema de retícula y el manejo de las imágenes. Y por último están las “terminaciones del producto y características técnicas”: materiales, elecciones sobre tipo de papel, sistemas de impresión y métodos de encuadernación.⁴⁹

Por otro lado, Leslie en su libro *Nuevo diseño de revistas* analiza y categoriza a las revistas por sus propiedades gráficas: formato, portada, ritmo (orden de los diferentes tipos de información), las palabras o su uso tipográfico y la utilización de imágenes que contribuyen en su conjunto, a generar la identidad y el impacto visual de una revista. Sobre esta misma base, explica que se añaden más elementos claves que definen a una revista, aludiendo principalmente el cómo se abarca el contenido y se diferencian de otra publicación de una misma temática definiendo su propia filosofía. De esto finalmente dependerá que el diseño sea más interesante y cautivo a sus lectores.⁵⁰

⁴⁷ En: www.tipos.co/tipos-de-revistas. Fecha de consulta: 24 de Agosto de 2015

⁴⁸ García Huidobro Mac Auliffe, Cecilia y Paula Escobar Chavarría. *Una historia de las revistas chilenas*. Chile: Ediciones Universidad Diego Portales, 2012.

⁴⁹ Fawcett-Tang, Roger, *op.cit.*

⁵⁰ Leslie, Jeremy. *Nuevo diseño de revistas 2*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili SA, 2003.

Sistemas de clasificación bibliográfica

Clasificar es una tendencia natural del ser humano. Los sistemas de clasificación bibliográfica surgen a partir de esta necesidad de organización del campo del conocimiento humano con el objeto de generar categorías, permitiendo al usuario el acceso a documentos sobre una temática determinada y proveyendo información sobre la ubicación espacial de una publicación en específico.

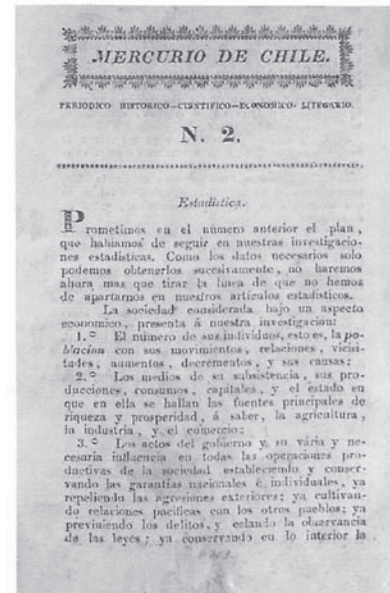
Estos sistemas han existido de una forma más o menos rudimentaria desde el momento en que se organizaron las publicaciones de una biblioteca de forma convencional. Para tal efecto, se dispusieron en estantes para facilitar la “navegación” y circulación del usuario, agrupándolos de acuerdo a un determinado criterio con el objetivo de poder recuperarlos fácilmente en los diferentes espacios donde se encuentren, tales como bibliotecas, librerías o en casas editoriales.

Existen diferentes métodos de clasificación de publicaciones impresas: pueden ser organizados por orden alfabético, de forma sistemática, es decir, proveyendo un punto de acceso temático mediante algún signo, o simplemente de forma jerárquica con categorías generales que abarcan subcategorías más específicas.

Entre los modelos más utilizados en bibliotecas y librerías se encuentra la Clasificación Decimal Dewey, ideado y publicado en 1876 por el bibliotecario norteamericano Melvil Dewey, el cual representa la codificación con la que la mayoría de las bibliotecas organizan sus colecciones. En este sistema las publicaciones impresas se dividen, en un primer nivel, en diez categorías disciplinarias –y no por temas– para luego distribuirse en diez subcategorías y así sucesivamente. Por otro lado, suele referenciarse el sistema de clasificación del Directorio Ulrich de publicaciones periódicas, una fuente de información bibliográfica con mas 60.000 publicaciones, que reúne la mayoría de los temas y disciplinas del conocimiento. Esta permite el acceso a todas las publicaciones de una periodicidad específica tales como revistas, diarios, boletines, etc. Su clasificación principal es alfabética de temas y sub clasificación alfabética de títulos.⁵¹

En lo anterior mencionado, se observaron diferentes tipos de clasificaciones bibliográficas de relevancia. Por otro lado, se hizo una exploración a través de las diferentes tipologías en las cuales se podría catalogar a una revista, distinguiendo particularmente dos: de temática dirigida a un tipo de lector y desde el punto de vista de sus propiedades gráficas. En la primera selección, es posible encontrar una alta gama de temáticas dirigidas a múltiples lectores destacando la revista femenina, la cual se ha definido a lo largo de los años como una publicación de gran envergadura para la industria editorial. Por otro lado, es oportuno destacar el análisis en el cuál se encasilla una publicación desde el punto de vista del diseño. Aquella clasificación, permite distinguir una revista a partir de sus elementos gráficos, otorgándole valor a cada una de sus partes. Ambos tipos de selección no son excluyentes entre sí, y permitirán en una instancia posterior del proyecto, servir como antecedentes de gran utilidad.

⁵¹ En: www.ulrichsweb.com/ulrichsweb/faqs.asp. Fecha de consulta: 12 de Octubre de 2015.



Portada del segundo número de *El Mercurio de Chile*, 1822. Esta publicación, dirigida por Camilo Henríquez, ha sido considerada por distintos historiadores y bibliógrafos de la literatura chilena como la primera revista nacional.

⁵² En: <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3421.html>. Fecha de consulta: 15 de Octubre de 2015.

⁵³ Alvarez Caselli, Pedro. *Historia del diseño gráfico en Chile*. Santiago: CNCL, Universidad Católica de Chile, pp.26-27.

⁵⁴ Subercaseaux, Bernardo. *Historia del libro en Chile (Alma y Cuerpo)*. Santiago: LOM Ediciones, 2000, p.12

⁵⁵ Soto Veragua, Jorge. *op.cit.*, p.71.

⁵⁶ Álvarez Caselli, Pedro, *op.cit.*

Revistas en Chile: Panorama histórico general

Siglo XIX

Un repaso por los principales hitos editoriales en la industria editorial chilena implica la revisión de determinadas etapas y coyunturas históricas—en las que irrumpieron diferentes publicaciones—en particular, las revistas—, en relación a su aporte a la cultura y la sociedad en la cual se editaron y comercializaron. Por esto, se podría decir que ciertas fases, “desde la importación de la primera imprenta al país, en el contexto intelectual, social y político de la Independencia, hasta la absorción de gran parte del medio editorial por la industria multinacional a finales del siglo XX, pueden considerarse como hitos que señalan las tendencias según las cuales el país se ha redefinido culturalmente”.⁵²

La independencia de Chile fue clave para el desarrollo del comercio nacional con la apertura de los puertos al intercambio internacional, eliminándose los obstáculos institucionales impuestos por la corona española. La estabilidad política y social a fines del siglo XVIII y comienzos del XIX, generó una economía mercantil importante.

Junto con eso, se produjo la introducción de la imprenta al país y con ello, la prensa escrita, provocando una “progresiva llegada al país de diversos materiales para las artes gráficas. Lo anterior también dio inicio a la difusión de informaciones y la publicación de avisos en Chile, inicialmente compuestos de bloques de texto, que fueron incorporando poco a poco pequeñas viñetas o ilustraciones. Se iniciaba así un largo proceso en que el mensaje visual acompañará progresivamente a productos y servicios mediante publicidad impresa, anuncios en la prensa, folletos, carteles, etc.”.⁵³

En 1812, apareció el primer número de la *Aurora de Chile*—redactado por Camilo Henríquez y editado por tipógrafos estadounidenses contratados por la junta de gobierno—, considerado como el primer periódico nacional. Acontecimiento que da cuenta de lo incipiente de la industria editorial en Chile, “el hecho que para operar la primera imprenta de gobierno (1812) se hayan tenido que importar, tres tipógrafos de Boston, indica claramente que el país carecía casi por completo de tradición en esta actividad”.⁵⁴ Diez años después, Henríquez fundó en 1822 la publicación *El Mercurio de Chile*, que algunos investigadores historiadores—como Amunátegui, Castro, y Sergio Villalobos—, lo consideran como la primera revista chilena. Jorge Soto Veragua, autor del libro *La historia de la imprenta en Chile* comenta: “*El Mercurio de Chile*, fue la primera revista propiamente tal que hubo en nuestro país; y no una revista cualquiera, sino henchida de estudios que interesan al historiador de la cultura, porque en algún grado reflejan lo que en el país se pensaba y sentía entonces”.⁵⁵ Según Pedro Álvarez, Henríquez se habría inspirado en las revistas británicas que llegaban a sus manos. Los diferentes autores declaran la publicación de esa naturaleza en función de su contenido, el cual incluía textos y artículos muchos mas extensos y elaborados que un periódico.⁵⁶

Más tarde, a propósito de la llegada de nuevos impresores y editores al país, destacó el editor español Manuel Rivadeneyra, quien habría llegado a Chile en 1839 a encargarse de la dirección de la imprenta de La Opinión, siendo uno de los pioneros del desarrollo de esta industria en el país. Además de mejorar la calidad del periódico *El Araucano*, en 1842 inició la impresión de la revista Literaria *El Museo de Ambas Américas*. Esta publicación hizo todo lo posible por llamar la atención de la sociedad chilena de la época. Lamentablemente, fracasó por la falta de hábito y gusto de la élite de ese tiempo. El poco apoyo

del público hacia los editores de revistas en aquel entonces era agudizado además por la elevada cifra de analfabetismo en el país.

Ese mismo año apareció el *Semanario de Santiago*, siendo una de las revistas literarias más influyentes del medio cultural criollo. Respecto a la misma, Pedro Pablo Figueroa señalaba: “al impulso dado a las letras por el semanario de Santiago en 1842, haciendo aparecer en la superficie de la sociedad los ingenios que elaboraban en el silencio de sus obras, se debe el rápido desarrollo de la publicidad, que marca un período de separación del que sucedió a la independencia”.⁵⁷ Aquella época, notable por el movimiento intelectual que se produjo en Chile, se publicaron entre otras revistas la *Revista de Santiago*, creada en 1848 y *Revista chilena*, fundada bajo un ideario liberal por Diego Barros Arana y Miguel Luis Amunátegui en 1875, las cuales contribuyeron al desarrollo erudito chileno.

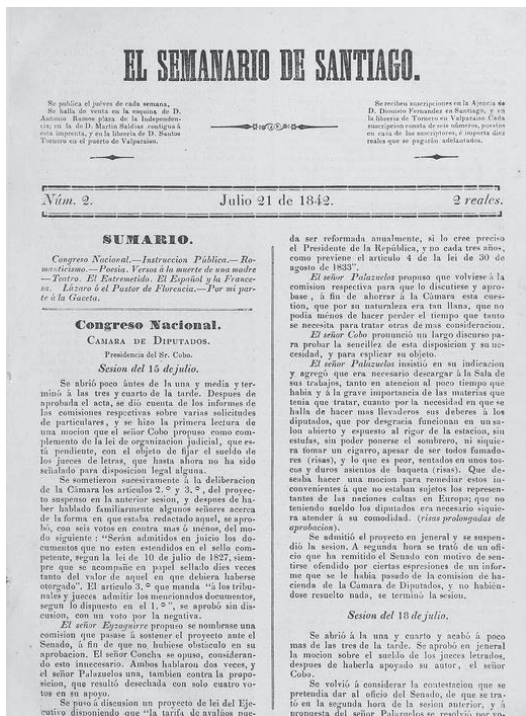
A mediados de la década, “la concepción intelectual del impresor y el tipógrafo como un agente de transformación social”⁵⁸, dio comienzo a la discusión sobre la actividad gráfica provocada en parte, por la divulgación en las diferentes publicaciones de la época. Por otro lado, el desarrollo de una red de revistas más amplia, diversa, interconectada, de mayor tiraje y con un mayor desarrollo tecnológico, conformaron un escenario que otorgó un espacio mayor a la comunicación impresa. Sin embargo, la calidad de las obras gráficas, especialmente su línea editorial, fue decayendo producto de inadecuadas aplicaciones tipográficas, una excesiva ornamentación o simplemente la mala calidad del soporte. Sin embargo, este escenario no se mantuvo por mucho, ya que la influencia de una actividad gráfica europea renovada a fines del siglo, le otorgaría un nuevo panorama a la industria editorial del país.

Siglo XX

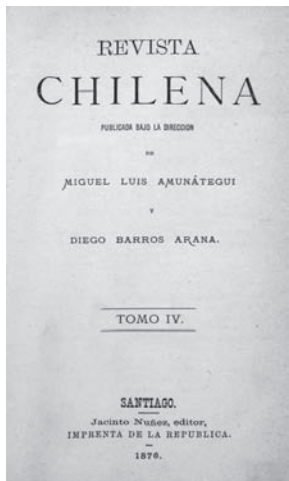
En el siglo XX con la estabilidad económica actual del país, comenzó una transformación en los hábitos de vida del ciudadano. Con ello, la sociedad chilena abrió sus puertas hacia Europa, iniciando una fuerte tendencia a la dependencia de este modelo y una falta de referentes propios en la producción artística cultural. Muchos, veían la imagen del país como poco innovadora, los “más conservadores veían con recelo esta fiebre hacia la Imitación de las costumbres extranjeras y las ansias de incorporar a este Chile tradicional y pobre al progreso vertiginoso que vivían los países Industrializados”.⁵⁹

Por otra parte, se daba en el país un acontecimiento que tendría una considerable influencia en todos los aspectos de la vida de los chilenos: el progresivo ascenso de la clase media chilena, con la ampliación de los espacios culturales, reservados en ese tiempo solo para la aristocracia. Esta transformación social, amplió el público, las nuevas propuestas culturales, y con ello, el número de publicaciones y proyectos editoriales en Santiago, Valparaíso y Concepción. La atmósfera apacible y fructífera, fue reflejada en las mismas publicaciones y afiches de la época a través de la gráfica de estilo victoriano y europeo, con tintes modernistas.

El florecimiento artístico y cultural de principios del siglo XX permitió la aparición de un considerable número de publicaciones que contribuyeron a la ampliación y diversificación del sector editorial. Si bien algunas no tuvieron mayor permanencia, promovieron el interés por las nuevas revistas ilustradas. Entre las revistas que aparecieron en los primeros años de la década están: *Instantáneas*, *La Ilustración*, *La lira chilena*, *Pluma y Lápiz*, y *Chile ilustrado*,



Portada de la edición n° 2 de *El Semanario de Santiago*, 1842.



Portada de la *Revista Chilena*, 1876.

⁵⁷ Figueroa, Pedro Pablo. *La librería en Chile*. París, Garnier hermanos, 1896, p.30.

⁵⁸ Álvarez Caselli, Pedro, *op.cit*, p.54

⁵⁹ Soto Veragua, Jorge, *op.cit*, p.165



Portada de la revista *Chile ilustrado*, n°6 1903.

⁶⁰ Álvarez Caselli, Pedro, *op.cit*, p.83



Página interior de la revista *Chile ilustrado*, n°9 1903.



Portada de la revista *La Lira Chilena*, n°42, 1902.

las cuales “tuvieron el mérito de haber incorporado un director de arte a su equipo creativo. Una mayor preocupación por las cubiertas, la diagramación y el contenido de estas publicaciones propició algunos resultados bastantes satisfactorios”.⁶⁰ Entre los directores artísticos se encuentran Luis Fernando Rojas, Alejandro Fauré, Emilio Dupré, José Foradori, entre otros. Se trataban de ilustradores, dibujantes y pintores chilenos o extranjeros, en especial, de origen francés o español. En ese tiempo, el país era un buen mercado para que diversos artistas se desarrollasen en el campo editorial, gracias a su estabilidad económica y la existencia de imprentas buenas.

En cuanto a las propuestas de revistas ilustradas más innovadoras e importantes de la época, se encuentra la publicación *Sucesos*, iniciada en Valparaíso por Gustavo Helfmann en 1902, el cual compuso un selecto equipo de ilustradores y diagramadores, y utilizó los recursos de la fotografía con mayor frecuencia que el resto de las publicaciones. Jorge Veragua habla de la revista como una publicación semanal, ilustrada, “magazinesca” e informativa, que abre una brecha que luego recorrerían muchas revistas del país.⁶¹

La gran aceptación que tuvo *Sucesos* repercutió en la capital y sirvió como



Página interior de la revista *Zig-Zag*, n° 953, 1923.

motivación para que se generara uno de los proyectos editoriales más significativos de la primera mitad del siglo XX del país: la revista *Zig-Zag*. La publicación creada por Agustín Edwards, fue diseñada sobre pautas muy diferentes a lo ya conocido. Hasta ese momento, las revistas eran difundidas solamente en la zona donde se imprimían, por lo que sus tirajes no eran muy grandes.⁶² La revista llegó a todo el país con un gran lanzamiento y promoción, comparado con lo que ya se había hecho con el resto de las revistas en este tiempo. Agustín Edwards, fundador y propietario de la revista cuenta que para anunciar la aparición de su primer número: “concebí una inundación formidable de circulares que cubriese a todo Chile y no dejase una sola casa en donde no se supiese que el “*Zig-Zag*” llegaba al mundo”.⁶³ Por otro lado, la revista presentó gran novedad en cuanto a sus propiedades gráficas, siendo la primera publicación chilena en imprimirse en papel satinado, tricromía y con fotografías originales. Cualidades argumentadas bajo el objetivo de difundir y ampliar el panorama artístico cultural de la época, contando con grandes ilustradores y colaboradores. Lo que más llamaba la atención de los lectores era la ilustración a color, ya que semanalmente se reproducían obras de destacados artistas nacionales. Tanto así, que compraban las ediciones de *Zig-Zag* para sacar sus páginas con las pinturas de los artistas, para enmarcarlos y adornar con ellos sus hogares. Después de aquel hito editorial, le seguirán revistas como “la plebeya *Corre-Vuela* en 1908, la galante y artística *Selecta* en 1909, la *Pacífico Magazine* en 1913, entre las más importantes y que inauguran el “magazine” en Chile”.⁶⁴

Este género era bastante versátil en cuanto a sus formatos y contenidos, evidenciado en parte por la generación del primer “magazine” para la mujer, *Familia*. En 1910 nace esta publicación literaria, de moda femenina y dedicada al hogar. La revista se hacía llamar como la “Revista mensual ilustrada dedicada exclusivamente al hogar”, delimitado a un público exclusivamente femenino,



Revista chilena *Zig-Zag*, n° 953, 1923.

⁶¹ Soto Veragua, Jorge, *op.cit.*

⁶² Álvarez Caselli, Pedro, *op.cit.*, p.88

⁶³ Soto Veragua, Jorge, *op.cit.*, p.206

⁶⁴ Ossandón, Carlos y Eduardo Santa Cruz. *El estadión de las formas: Chile en los albores de la “cultura de masas”*. Santiago, Lom ediciones / Arcis, 2005, p.62



Revista *Selecta* fue una de las numerosas revistas creadas por la editorial Zig-Zag en sus comienzos. Esta publicación fue concebida para el fomento exclusivo del arte y la literatura

⁶⁵ Álvarez Caselli, Pedro, *op.cit.*, p.99



Portada de la revista *Familia*, creada en 1910. Esta publicación fue una de las primeras revistas chilenas dirigidas a la mujer.

mayoritariamente de elite y letradas, con la finalidad de entretenerlas y cultivarlas. *Familia*, fue una de las primeras revistas chilenas que reflexionó acerca de la mujer y su participación en la sociedad, además de fomentar su autonomía e intereses por la educación, el arte y la cultura.

La proliferación de las publicaciones de la época fue importante, “el hecho de que en 1910 existieran más de 400 publicaciones en el país, y en 1923 alrededor de 725, es un dato que comprueba el buen pie en el que se encontraba el mercado editorial, situación obedecida por la exclusión del país en la guerra y el gran interés por difundir la expresión artística a través de revistas de carácter cultural”.⁶⁵

Por otra parte, la fragmentación de la actividad editorial en géneros y formatos estereotipados, como las revistas femeninas, trae consigo un nuevo mercado potencial a la historia editorial del país de suma importancia. Esta estrategia trae a la lectora un mundo autónomo, compuesto de información valiosa y que ha funcionado como vehículo de expresión de este sector de la sociedad que por muchos años fue ignorado.

A partir de las décadas de 1930 y luego de la posguerra, el mercado de las revistas en Chile se intensificará y diversificará, junto con la aparición de una nueva camada de revistas, entre las cuales el segmento femenino será de gran importancia. Este fenómeno cultural y comercial, provocará múltiples cambios en la sociedad, el cual será analizado más adelante con mayor detalle.

Publicaciones femeninas

La Revista Femenina y la mujer en el siglo XX

Desde que aparecieron las primeras publicaciones femeninas, la construcción de la identidad de la mujer ha sido motivo de investigación y exposición. Sin embargo, aquellas revistas han servido como un vehículo agente de un poder ideológico y social importante.

En los años de existencia de la prensa femenina, han habido una multitud de publicaciones diferentes que han propuesto estándares idóneos para cada circunstancia y momento histórico de la mujer. Por ejemplo, las publicaciones durante todo el siglo XIX tenían que lidiar con el tema de “la instrucción y la educación” de la mujer, referido más a las “buenas costumbres” que a conocimientos de tipo científicos, u otras revistas que introducían un destello de las ganas de emancipación de ciertos sectores de la sociedad.

La primera publicación femenina fue creada en Inglaterra en 1693. *Ladies Mercury* fue el inicio de la historia de las revistas para mujeres, abarcando temas como la moda, belleza, actividad doméstica, entre otros. Dentro de ese ámbito Juan F. Plaza “etiqueta” a las revistas de esa época: “La prensa femenina tiene su auge en el siglo XIX —especialmente en épocas de gobiernos liberales—, en el que adopta el papel de instructora (difunde conocimientos científicos y humanísticos) y educadora (enseña buenas costumbres) de la mujer. En ese tiempo, las revistas publicaban “recetas” de cómo debía ser la mujer para conseguir lo que quisiera.⁶⁶ Como la revista *Harper's Bazaar* la cual empezó siendo como un manual para mujeres de la alta sociedad, acerca de cómo hacer y lucir ciertos peinados respondiendo a unas normas sociales muy estrictas.

En Europa, el desarrollo de nuevos estándares para la mujer—los procesos del trabajo doméstico y de la imagen femenina—, evolucionaron recíprocamente con los grandes cambios económicos y de consumo derivados por la Primera Guerra Mundial. Luisa Passerini se refiere a esa transformación en cuanto a que “la imagen femenina de esa época refleja y al mismo tiempo estimula estos cambios”.⁶⁷ Un ejemplo de ello es la influencia que tiene la revista *Marie-Claire*, en 1937, la cual pone el cuidado de la belleza al alcance de las francesas de los medios populares. Al ser económica “democratiza” lo que antes sólo era asequible para las mujeres de las capas sociales acomodadas.

Dentro de ese mismo ámbito, a finales de los 30 en Francia, las publicaciones comienzan a adoptar formas típicas para llamar la atención de su público femenino. Ese mismo año la revista *Confidences* cambia su contenido teniendo en cuenta la soledad de las mujeres en esa época, la cual permite una circulación de relatos de mujeres anónimas que exponen sus sufrimientos en el transcurso de los grandes cambios ocurridos.

Al paso del tiempo, toda aquella construcción de la feminidad empezó a estar ligada al consumo. La importancia de la moda y de la modernidad pasó a ser un eje central en la vida de las mujeres dando el gran paso a una cultura material. Todo esto se hizo evidente debido al sistema de información y toda la gestión visual que se hacía con las campañas comerciales y con la publicidad en las revistas, cosa que contribuía a generar una imagen idealizada al lector. Por otro lado, el aumento de las publicaciones dirigidas a las mujeres, sirvió para generar nuevos y diferentes niveles de deseo y acelerar el crecimiento de la cultura de consumo que se basaba en la idea de modernidad de la época. Penny Sparke, en su libro *Diseño y cultura una introducción*, señala: “En este contexto, fue muy importante durante la segunda mitad del siglo XIX la expansión de las revistas femeninas, especialmente las que se centraban en



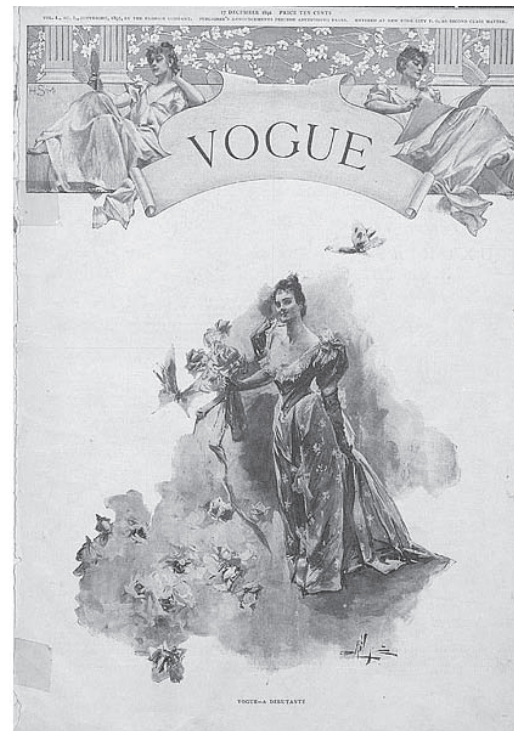
The Ladies Mercury, es considerada como la primera publicación dirigida a mujeres, creada en 1693. Hecho que da inicio a la historia de las revistas para mujeres, en las que los temas de moda, belleza, los asuntos domésticos y el chisme forman el corpus principal del contenido.



⁶⁶ Plaza, Juan F. Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes: La representación de los famosos. Caracas: Editorial Fundamentos, 2005.

⁶⁷ Passerini, Luisa. "Capítulo 5: El siglo XX". En: *Historia de las mujeres en Occidente*. Madrid: Grupo Santillana de Ediciones, S. A., 2000, p.397

En 1937, Jean Prouvost fundó *Marie Claire* en Francia. La publicación salía cada miércoles, con una variedad de temáticas relacionadas con el mundo femenino.



En 1892 nace en Estados Unidos una gaceta semanal llamada *Vogue*. Su creador, Arthur Baldwin Turnure, un miembro de la alta sociedad neoyorkina, quería crear una publicación en la que se hablara del estilo de vida y los intereses de su clase social.

⁶⁸ Sparke, Penny. *Diseño y cultura una introducción: Desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL, 2010, p.31

⁶⁹ Hinojosa Mellado, María Paz. *La Persuasión en la prensa femenina: Análisis de las Modalidades de la Enunciación*. Madrid: Editorial Visión Libros.2008,.

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ Álvarez Caselli, Pedro. *Mecánica doméstica: publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar 1945-1970*. Chile: Ediciones UC, 2011. p.91

la moda y la creación de hogar”⁶⁸ En esta cultura contemporánea de masas, la figura femenina aparece mas como un objeto, junto con las tradiciones y actitudes ancladas de los antiguos estereotipos bastante convencionales. La creación de la nueva mujer se le exigía una apariencia física cuidada según la nueva definición del ideal de feminidad, influenciada por las publicaciones.

“Se constata una representación enmarcada en un modelo irreal de mujer, siempre joven y bella, que gira constantemente alrededor de la evocación del hombre que, aunque en muchos casos se mantiene fuera del relato tanto en lo que se refiere a texto como a presencia icónica, es, sin embargo, el auténtico protagonista del mismo; en torno suyo suscitan todas las esperanzas y expectativas vitales de las protagonistas.”⁶⁹

Pero por otro lado trata de ser asequible al todo el público de lectoras con una actitud de todas las mujeres pueden alcanzar la belleza, siempre que se lo propongan con decisión.

Algunos autores consideran otro tipo de modelo de mujer del siglo XX, presentada más en una imagen muy tradicional de la mujer, asociada únicamente al matrimonio y la maternidad. Y otros que la idea de la globalización con un orden impone un determinado modelo de mujer.⁷⁰

En sí, las revistas han contribuido a mantener un orden específico tras sumergir a la mujer en un mundo ficticio. La tipología y modelo de mujer que propone cada revista es el que va marcando en las lectoras e influye en su construcción de la feminidad, desplegando además con eso intereses comerciales. Estos estereotipos se refuerzan entre sí en relación a la representación en los medios impresos de los nuevos papeles de las mujeres en la sociedad. El medio, en este caso, puede tener un peso en la construcción de la identidad de la mujer, dado que su influencia se sitúa en relación con múltiples soportes culturales, “no es menos cierto que su presencia masiva pone en circulación una coproducción de discursos donde la recepción de los mensajes es dinámica y se vincula a aspectos como la historia, la experiencia personal y colectiva, y los factores económicos, políticos y sociales”.⁷¹

Los cambios que pueden apreciarse en las revistas a partir de los años 90, articulan un compromiso con la tradición, tanto en este sentido como en la reproducción de las normas de la belleza femenina, a través de la innovación de una propuesta cultural femenina universal consagrada a la moda y al cuerpo. Revistas como *Vogue*, una de las revistas de moda más sofisticada y relevante a nivel mundial dan reflejo de ello, la cual siguen imponiendo tendencia desde su creación en 1892. La mujer ha evolucionado, así como sus ideas, su labor y por sobre todo su rol en la sociedad, por lo que las revistas han debido evolucionar también, tanto en contenido como en su apariencia visual de manera que siga captando la atención de sus lectoras.



Cubiertas revista *Vogue*, 1922.

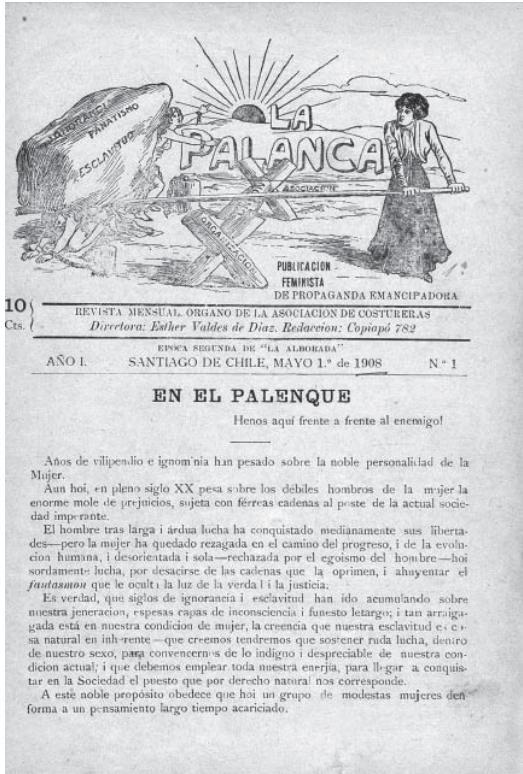
Revistas Femeninas en Chile

A continuación, se propone una revisión general de las revistas femeninas del siglo XX y el papel que éstas desempeñaban respecto a la influencia en la mujer lectora y consumidora del período en estudio, ya fuera como objeto o sujeto de modernización.

Durante el siglo XX, la mujer chilena perteneciente a los sectores sociales menos vulnerables enclavados en las zonas más urbanizadas se mantuvo dentro de los estándares clásicos occidentales del espíritu de la época, en el que el hogar y la familia constituían su universo natural y su esfera privada de acción. Sin embargo, las mujeres que tradicionalmente habitaban y trabajaban en el campo a cargo del sustento familiar, “se vieron empujadas a migrar hacia zonas urbanas producto de la crisis de la economía campesina y de las guerras que se vieron por esa época”.⁷² Las nuevas condiciones económicas y espaciales, empujaron a estas mujeres y a sus familias a emigrar a la ciudad y emplearse como mano de obra barata en diversas fábricas. Esta situación de múltiples transformaciones en el período de entreguerras motivó “al rechazo de las élites locales a los cambios producidos en la diferenciación genérico sexual del trabajo, en víspera de una posible amenaza a los valores de la familia”.⁷³ Esto dio pie para que las mujeres de sectores acomodados y mujeres de clase media ilustrada tuvieran acceso a la educación, motivando una incipiente industria de revistas femeninas, semanarios y periódicos editados por mujeres, teniendo como principal objetivo proteger la base social de la familia y su rol doméstico.

Los medios de comunicación impresos fueron mostrando de a poco la actuación de la mujer chilena a fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX. El hecho de que las opiniones y anhelos femeninos se fueran elevando de a poco en demanda de un mejoramiento en la enseñanza y acciones que abogaran su condición como mujer a través de la creación de diferentes soportes impresos, da cuenta de la gestación del movimiento feminista de este siglo.⁷⁴ Poco a poco, se comenzó a generar un repertorio de publicaciones femeninas nacionales dirigidas, en general, por mujeres, las cuales definían sus contenidos y discursos en función de la clase social a la que pertenecían sus redactoras y la ideología que mejor representaba sus aspiraciones, denotando la inclusión femenina en el periodismo moderno a lo largo de Chile.

El Eco de las Señoras de Santiago (1865) fue el primer periódico chileno dirigido y escrito por mujeres, publicación que surgió como forma de expresión y divulgación de sus ideales e intereses concretos, convencidas de que el periodismo en ese momento era “la palanca que mueve el mundo”.⁷⁵ Sin embargo, la intervención femenina en la sociedad a través de la prensa no fue fácil; sobre todo, porque se cuestionaba la capacidad intelectual de las mujeres para reflexionar y opinar de manera autónoma y libre, así como también la pertinencia de su incursión en campos que sobrepasaban las “esferas de su trabajo”, respecto a los quehaceres domésticos considerados aptos para ellas. Dicha iniciativa editorial femenina inaugurada por mujeres de elite también se amplió hacia otras clases sociales. Mientras *La Aurora Feminista* apuntaba a lectoras de origen modesto y la *Revista Industrial Femenina* (1912-1914) era obra de las alumnas egresadas de la Escuela Profesional Superior, *La Alborada* (1905), periódico bimensual aparecido en Valparaíso, y *La Palanca* (1907), editada en Santiago, fueron portavoces de movimientos obreros organizados que



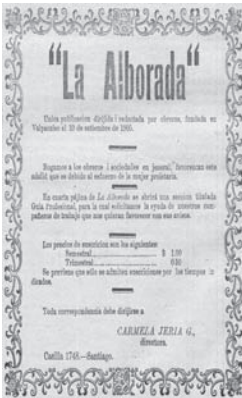
Cubierta revista *La Palanca*, n.º1, 1908.

⁷² Ugliati, Carola y Claudia Montero. *Albores de Modernidad: Constitución de sujetos femeninos en la prensa de mujeres en Chile, 1900-1920*. En: *Concurso Tesis Bicentenario 2004*. Santiago, Comisión Bicentenario, 2007, p.162

⁷³ Álvarez Caselli, Pedro, *Mecánica doméstica: publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar 1945-1970*, op.cit. p. 91

⁷⁴ Santa Cruz, Lucía; Teresa Pereira; Isabel Zegers y Valeria Maino. *Tres ensayos sobre la mujer: siglos XVIII - XIX - XX*. Santiago, Editorial Universitaria, 1978.

⁷⁵ En: *www.Memoria chilena*. cl Fecha de consulta: 25 de Octubre del 2015.

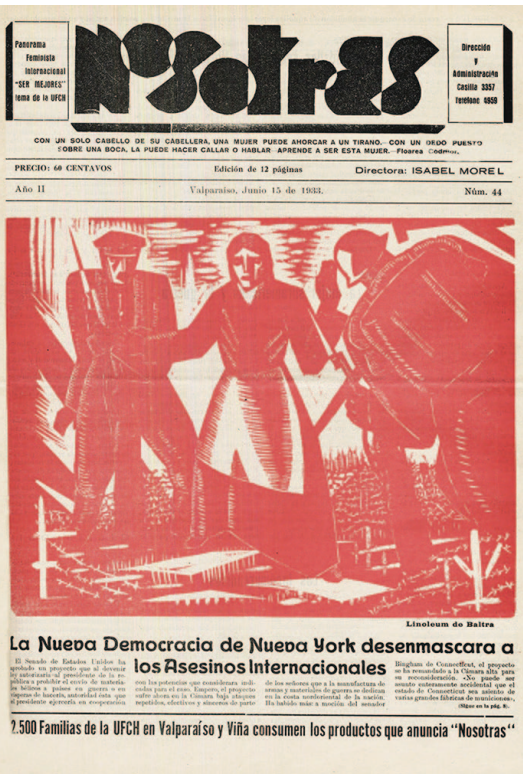


La Alborada, periódico obrero bimensual que aparece en Valparaíso y luego en Santiago entre 1905 y 1907, y más tarde, *La Palanca* en 1908 reunieron una serie de artículos que presentaban las demandas de esas mujeres y también de hombres comprometidos con la instrucción y emancipación económica femenina, la lucha contra la violencia hacia la mujer y la “esclavitud de la mujer trabajadora”.



Página interior, *Acción Femenina*, 1922.

⁷⁶ Álvarez Caselli, Pedro. *Mecánica Doméstica: Publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar 1945-1970*, op.cit, p. 94



Izquierda y derecha: Portadas revistas *Acción Femenina* (1922) y *Nosotras* (1928). Ambas fueron órganos de difusión de diversas agrupaciones feministas.

combinaban en su discurso la lucha de clases con la defensa de la emancipación de la mujer. En el caso de publicaciones de mujeres obreras, el origen “humilde” tendía a promover una línea de pensamiento marxista y un análisis de tipo de la realidad de la clase trabajadora, por lo que ambas revistas y como otras que surgieron en los años siguientes, se convirtieron en vehículos de difusión de diversas agrupaciones femeninas que se fundaban respondiendo a la influencia de distintas variantes del feminismo y a su demanda progresiva al acceso a la educación profesional y al trabajo remunerado. Entre otras publicaciones de este tipo se encuentran: *El Eco de la Liga de Damas Chilenas*, *Acción Femenina*, *La Voz Femenina*, *Nosotras* (1930) y la *Unión Femenina de Chile*, y *La Mujer Nueva* (1935-1941). Todas ellas informaban y algunas fortalecían el activismo provincial de las organizaciones que representaban. En el caso particular de la revista *Acción femenina*, editada por grupos acomodados y de clase media, sobre una base ideológica reconocida como “feminismo de igualdad”, se trató de una “plataforma que no cuestionó el orden social ni intentó deslegitimar la posición que le cabía a las mujeres, sino otorgar a ellas sus derechos cívicos en función de su reconocimiento como parte de la sociedad”.⁷⁶ En ese contexto, la reivindicación de derechos civiles y del voto femenino, y el intento por mejorar las condiciones materiales de las mujeres de clase media y baja, preocuparon a la prensa femenina. Otros ejemplos de ello fueron: *La Mujer* (1897) y *Vida femenina* (1919) dirigida por Inés Allende Aldunate, donde la publicidad comercial y profesional era el contenido principal.

Por otra parte, y al contrario de los órganos de difusión de los movimientos feministas y de la prensa obrera local, se encontraba otro segmento social

de mujeres que editaba revistas de orientación conservadora que buscaban mantener y promover las convenciones sociales imperantes. En este sentido, la dama “burguesa” de 1910 representa fielmente el mantenimiento de las prácticas habituales, la moda, la vida social, los intereses e inquietudes de la mayoría de la población femenina de aquel entonces. Es más, se podría describir a la mujer chilena de élite de principios de siglo como una reina indiscutida: “Madre, esposa, hija y hermana que tocaba al límite de la perfección, que debía ser mantenida y que nadie se atrevía a cuestionar”.⁷⁷

En 1910, Edwards funda la Revista *Familia*, como parte de la línea de publicaciones de nicho de la empresa editora Zig-Zag. Esta Revista que marcó tendencia en cuanto moda femenina de comienzo del siglo XX se hacía llamar como la “Revista mensual ilustrada dedicada exclusivamente al hogar”, delimitada a un público exclusivamente femenino, mayoritariamente de elite y letradas, con la finalidad de entretenerlas y cultivarlas. Poco después, se editó la *Revista Azul* (1914). Este “magazine” subtítulo “quincenario ilustrado del hogar y de la economía doméstica”, publicaba contenidos dedicados al quehacer hogareño, a la crianza de los hijos, a los cuidados estéticos femeninos y a la literatura histórica y de ficción, pero destinaba sus primeras páginas para informar del acontecer político nacional e internacional.

Entre las décadas de 1930 y 1940 surgieron nuevos proyectos editoriales, los cuales sirvieron como soporte a la ilustración y la fotografía, especialmente aquellas destinadas al segmento femenino, entre cuyos mayores exponentes de las décadas fueron: *Revista Femenina* (1924), *Bonita* (1932), *Margarita* (1934), *Eva* (1942), *Rosita* (1947). En el caso de la revista *Margarita* tuvo una larga duración y por lo general presentaba consejos, manualidades, moda, noticiario cinematográfico e incluso una sección matrimonial “¿Quiere usted casarse?”, con algunos autores emblemáticos.⁷⁸ En 1954 la revista pasa a llamarse *Confidencias*, la cual destacaba por publicar historias o testimonios de vida.

En general, los contenidos de estas revistas eran recomendaciones para el adecuado funcionamiento del hogar, así como para la salud y el bienestar de la familia, cuidado de la moda y la adecuada apariencia de las mujeres. A menudo también incluían patrones de bordado, recetas de cocina, recomendaciones de belleza, sugerencias para cuidar a los hijos, consejos de cómo comportarse en sociedad, etc. En general, los artículos, consejos y reportajes aparecidos en esta línea de revistas femeninas, proponían un modelo de mujer chilena renovada para dar cuenta del itinerario femenino al interior del hogar, es decir, se podía “afirmar que “la mujer moderna”, ahora ciudadana y con una mejor preparación, era libre y gozaba de mayores competencias que la prosaica y poco ilustrada mujer chilena del siglo XIX”.⁷⁹

En el caso de las publicaciones emblemáticas como *Eva* y *Margarita*, propusieron una narrativa de acuerdo al proceso de modernización, con contenidos en relación a la reproducción de la vida social, con un principal enfoque en el hogar y la cuidado de la familia. No obstante, a pesar de que las revistas tuvieran una visión común de la mujer, pudieron todas subsistir con éxito entre ellas ya que estaban dirigidas segmentos sociales distintos: “*Confidencias* se aboca a las capas medias, mientras que *Rosita* a la clase popular y *Eva* a la oligarquía”.⁸⁰

Sin embargo, ya entrados los años 60 comienza a desarrollarse una transformación de los roles femeninos tradicionales y se crean nuevas publicaciones dirigidas a la mujer, con enfoques y líneas editoriales entre sí, que reflejan la renovación de ideas que se van gestando en torno a la



Arriba y abajo: Portadas revista *Familia* (1910) y *La Revista Azul* (1914).

⁷⁷ Reyes del Villar, Soledad. *Chile en 1910: Una mirada cultural en su centenario*. Santiago: Editorial Sudamericana, 2004. P.85

⁷⁸ García Huidobro Mac Auliffe, Cecilia y Paula Escobar Chavarría, *op.cit.*

⁷⁹ Álvarez Caselli, Pedro. *Mecánica Doméstica: Publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar 1945-1970*. Santiago, Ediciones UC, 2011, p. 95

⁸⁰ Ledezma, Ana maría. “La sociedad en vitrina: mujeres en la publicidad. Chile a mediados del siglo XX” En: *Concurso Tesis Bicentenario 2005*, Santiago, junio 2007, p.277



Arriba y abajo: Cubierta de las primeras ediciones de las revistas *Paloma* (1972) y *Paula* (1967).

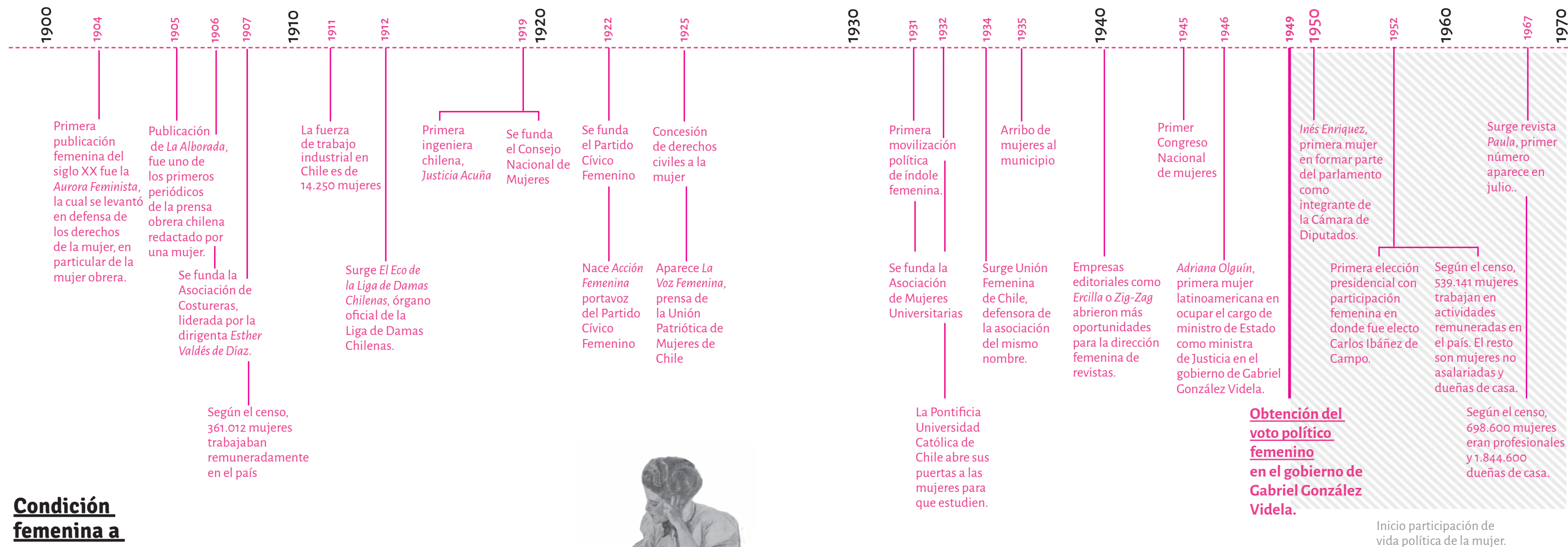
naturaleza del género femenino, caso de las revistas *Paloma* y *Paula*. Esta última, fue creada por Roberto Edwards y Delia Vergara en 1967, con una propuesta gráfica moderna e innovadora cuyos contenidos además tocaban temas considerados “tabú” para la época, como las infidelidades o las pastillas anticonceptivas. La revista se convirtió en un fenómeno editorial gracias a esta nueva concepción del diseño editorial chileno, siendo una de las primeras revistas en ser impresa por una máquina *offset* a cuatro colores, pero también se caracterizó por poseer un carácter feminista importante, la cual luchaba por la reivindicación del rol de la mujer y defendía sus principios. En cambio, la revista *Paloma* — creada a través de la empresa Editora Nacional Quimantú en 1972, tras la compra de la editorial Zig-Zag efectuada por el gobierno de la Unidad Popular —, contenía una línea más social y comprometida con el proyecto político del gobierno pero además, incluía entretención y temas femeninos. Sin embargo, era inevitable comparar ambas revistas, de hecho Cecilia Huidobro comenta que la diferencia entre las publicaciones, *Paula* y *Paloma*, era que ésta última era de izquierda. Finalmente la editorial es cerrada en 1973 y más tarde pasa a llamarse Gabriela Mistral, cuya primera revista lanzada es la revista femenina *Contigo*, la cuál tuvo un gran éxito en Regiones ya que en la capital era difícil competir contra la revista *Paula*. Diferentes revistas fueron lanzadas en los ochenta, no obstante a diferencia de esta última no tuvieron mucha suerte en el mercado editorial chileno.

Paula es una de las revista que actualmente se encuentra en circulación desde su creación en Chile, publicación que constantemente se ha reinventado y adaptado gráficamente a los diferentes cambios de la sociedad femenina chilena.

La revista femenina, ha sido parte de aquellos cambios que ha presentado la mujer desde su gestación en el país. Transformaciones no menores, que dan cuenta de una evolución progresiva del género femenino. No obstante, actualmente el rubro de estas revistas en Chile ha sido un sector que ha sabido reinventarse y adecuarse a los nuevos estándares que han ido surgiendo en la sociedad.

Algunos hitos relevantes referidos al desarrollo de la mujer chilena del siglo XX

Fuentes de información: Memoria chilena, *Queremos votar en las próximas elecciones: historia del movimiento sufragista chileno, 1913-1952* y Muestra Nacional de Hogares de la Dirección de Estadísticas y Censos, período Noviembre 1965-Febrero 1967.



Condición femenina a comienzos del siglo XX

Innumerables prejuicios rodean a la mujer como sujeto activo del acontecer social y político. Es vista como un elemento marginal, incapaz de actuar en cargos de relevancia en la sociedad. Y así los hombres asumían responsabilidades públicas y las mujeres las privadas, como el hogar y el cuidado de los hijos. La discriminación de la cual la mujer ha sido objeto se expresó también a nivel de educación,

sexualidad, y la situación jurídica y política. Si bien es cierto, que hacia 1913 comenzaron a plantearse frente a los aspectos educacional, civil y político de la mujer chilena, hicieron caso omiso de la situación miserable que aquejaba a la gran mayoría chilena.

Mujeres de élite

La imagen de esta mujer chilena resulta íntimamente relacionada con la moda, el hogar y la belleza. Representa además, un rol de abnegada esposa y madre, deber social sostenido en "la virtud de las mujeres" para cumplir con este tipo de responsabilidades. Toda la publicidad destinada a la mujer se orienta al cumplimiento de esos deberes. Por otro lado, las mujeres de élite estaban apartadas del ámbito político, distantes del incipiente ingreso femenino a la universidad y más aún del trabajo asalariado, argumentándose que poseía una "inferioridad física e intelectual" pero una gran sensibilidad para cuidar a su familia de los problemas que acarrea la vida en sociedad.⁸¹

⁸¹ Caviola, Edda; Files, Ximena; Lopresti, Lorella y Claudia Rojas. *Queremos votar en las próximas elecciones: historia del movimiento sufragista chileno, 1913-1952*. Santiago, LOM Ediciones, 2007, p.23



La gran mayoría

Dueñas de casa que, con su trabajo no remunerado y subvalorado permitía la satisfacción de las necesidades domésticas de la fuerza de trabajo. Paralelamente, un número restringido de mujeres se incorporó a los sectores productivos: servicios de la industria manufacturera y comercio. Representado por *empleadas domésticas* y *lavanderas*. Conforme mejoró la situación de la mujer ante la educación creció en número de profesionales pero éste siempre fue reducido.



Mercado Editorial en Chile

Mercado de revistas femeninas en Chile

Con la llegada del siglo XX, el mercado editorial chileno sufrió importantes transformaciones; los medios escritos empezaron a hacerse más masivos y, con ello, más influyentes. Por otro lado, los adelantos en cuanto a las técnicas de reproducción gráfica permitieron incorporar a las publicaciones múltiples formatos y soportes. Asimismo, el avance de la fotografía, significó que se incrementaran los temas de las revistas, convirtiéndose en uno de los mejores medios de difusión de arte y moda. A su vez, aumentaron los costos de producción, por lo que se volvió de suma importancia buscar nuevas formas de financiamiento y difusión. Las campañas a través de afiches fueron la estrategia publicitaria, pero además, las revistas necesitaron incluir publicidad para ser aún más rentables.

La prensa femenina vigente desde principios de siglo, evolucionó a lo largo de toda la época, lo cual estuvo ligado al progresivo cambio en el papel femenino, sobre todo por que el contexto cultural exigió que existieran medios dirigidos a la mujer con contenidos de su interés.

Más tarde, con el impulso de los movimientos feministas de Occidente y gracias a la paulatina inserción de la mujer en el espacio público y el mundo académico y laboral, las temáticas de las revistas femeninas lograron un cambio sustantivo en su imagen y temáticas, sobre todo por el surgimiento y la innovadora propuesta editorial de la revista *Paula*. Con ello y el paso del tiempo, el panorama editorial se ha ido ampliando cada vez más hacia las nuevas tecnologías y renovando a medida que el usuario ha evolucionado.

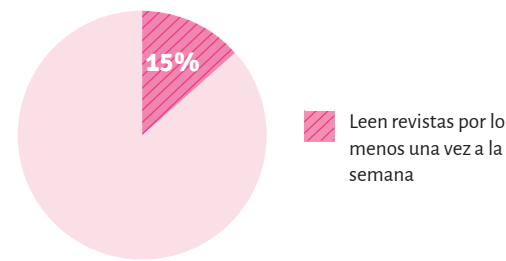
Actualmente, la mujer ha tomado un rol activo en la sociedad, lo que ha traído consigo una complejidad de sí misma y de los medios que la rodean. Asimismo, el país ha sufrido transformaciones, y las diferentes eventualidades históricas marcaron la trayectoria de cada una de las publicaciones para la mujer que se gestaron antiguamente, observando un panorama actual muy distinto a lo que se podía observar en el siglo XX. Sin embargo, esto no ha sido un factor limitante en la generación de una nueva serie de revistas, pudiendo observar un horizonte provechoso, sobre todo para aquellas empresas que producen publicaciones femeninas.

Dentro del contexto de la industria de la prensa escrita actual, es posible encontrar dentro de los principales grupos editoriales de revistas en Chile a las empresas El Mercurio SAP y COPESA. Esta última, está a cargo de importantes revistas dentro del país, como la revista *Paula*, *¡Hola!* y *Glamorama*. Por otro lado está la Editorial Televisa Chile, que si bien no es de origen chileno, se encuentra hace más de 25 años en el mercado con más de un 90% de los títulos que circulan en el país. En cuanto a las publicaciones femeninas de su propiedad, editó importantes revistas traídas de afuera como *Vanidades*, *Seventeen*, *Cosmopolitan* y *Women's Health* elaboradas con contenido chileno. No obstante, han habido publicaciones editadas por la compañía exclusivamente para el país, como la revista juvenil *Tú* o *Caras*, ambas revistas de gran éxito.

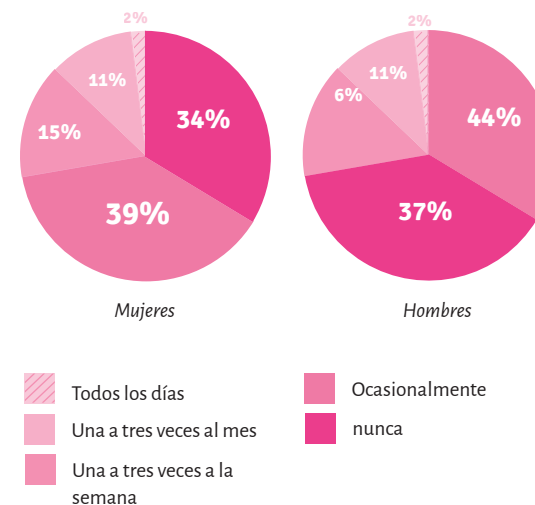
Durante los últimos años, el mercado de revistas chileno ha sido analizado desde sus diversas aristas por diferentes estudios de mercado. A continuación, se presenta un breve análisis demográfico de la composición de lectores de revistas impresas en Chile.

Según un estudio sobre el Comportamiento Lector a Nivel Nacional realizado el 2011 por el Centro de Microdatos de la Universidad de Chile, el 15% de las

Lectura de Revistas en formato impreso



Frecuencia de lectura de revistas en formato impreso por género



Estudio en base a información boletín de revistas emitido por VALIDA realizado en Marzo y Abril del 2014 (Gráficos de elaboración propia)

⁸² Organismo encargado de proveer información acerca de los niveles de circulación y lectura de medios escritos en Chile

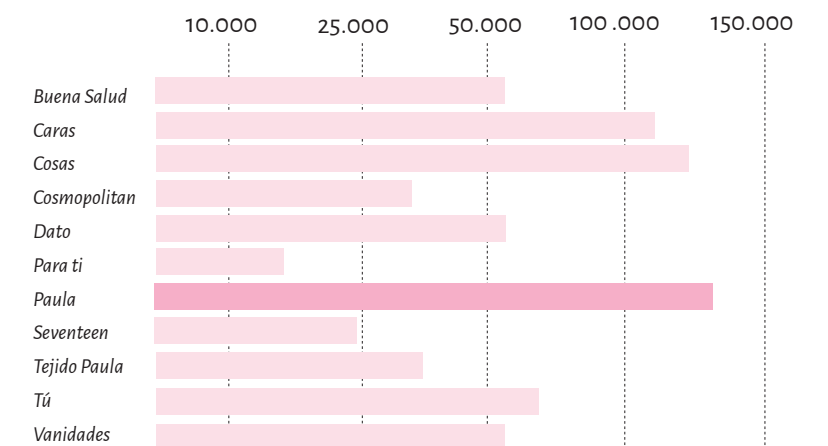
personas encuestadas señalan leer revistas al menos una vez por semana.

Por otro lado, es importante destacar que hay diferencias significativas en la frecuencia de lectura en cuanto a género, pues “un 44% de los hombres señala que nunca lee revistas en formato impreso, proporción que disminuye a un 34% entre las mujeres”. Dentro de ese mismo ámbito, se analizaron datos del boletín de las revistas más representativas realizado los meses de Marzo y Abril de 2014 emitido por VALIDA.⁸² De esta información, es posible notar una mayor participación de las mujeres como porcentaje del total de lectores de revistas. De este total, se observa que las mujeres representan un 63,65% de las publicaciones totales.

De acuerdo al mismo estudio, el mercado de revistas femeninas lo lidera la revista *Paula* con 139.379 lectoras, con una audiencia mayoritaria en el segmento C3. En segundo lugar se encuentra la revista *Cosas* con 117.117 lectoras siguiéndole *Caras* con 106.744. (Ver anexo 1)

Finalmente por lo que se pudo observar, las revistas femeninas chilenas han constituido un nicho de gran interés para el público lector de revistas. Desde el siglo XX en adelante, las publicaciones dirigidas a la mujer han generado una renovada concepción de la mujer, pero por otra parte, han sido un factor importante en la configuración del patrimonio cultural actual chileno.

Estudio de Lectoría de revistas femeninas 2014



1.9.2 Desarrollo actual de la industria editorial

En Chile la actual generación y producción de contenidos de tipo cultural, está tomando mayor importancia dentro del panorama de la industria cultural chilena. En el último tiempo, según la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC) del año 2012, se ha producido una creciente incorporación de la población al consumo cultural desde la década de los 90, hecho estimulado en parte por políticas públicas tal como la Ley 19.227 de Fomento al Libro y la Lectura, y los fondos concursables, lo que ha iniciado un nuevo proceso de crecimiento, viéndose reflejado en las ventas y en el desarrollo sobre todo de la industria gráfica. Esto junto otros hallazgos dan cuenta de la abundante base descriptiva con la que cuenta el país, así como de la necesaria profundización en determinadas dimensiones del consumo y la participación cultural.⁸³

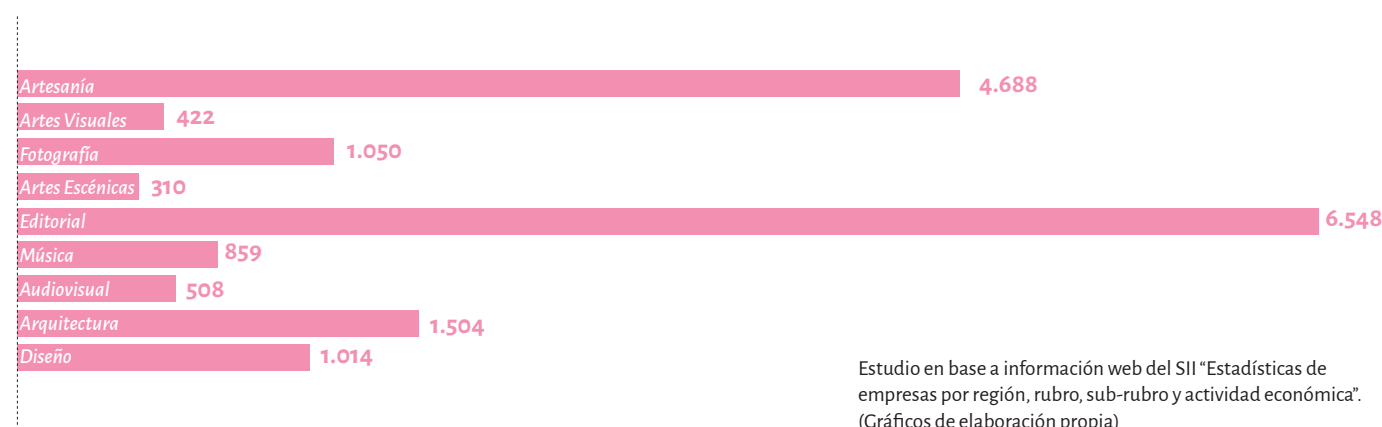
En términos de hábitos de consumo, la ENPCC 2012 expone un confortador panorama del índice de lectores y frecuencia lectora y, por otro lado, el aumento de la participación del segmento más joven en actividades culturales relacionadas con el patrimonio *inmaterial*.⁸⁴ Esto se podría traducir en una colaboración y producción en áreas como: artesanía, artes visuales, fotografía, teatro, danza, artes circenses, editorial, música, audiovisual, arquitectura y diseño. Sectores que transmiten un importante porcentaje del contenido vinculado a la identidad nacional y a la diversidad cultural.

Es importante además, observar el apoyo que se genera a sectores creativos de la industria por parte del mundo privado a través de actividades de carácter cultural. Esto ha dado como resultado un panorama nacional favorable, con expectativas de crecimiento y reconocimiento internacional.

Dentro del contexto actual, la globalización ha sido un factor fundamental para evaluar cada industria contemporánea. La industria editorial no ha quedado exenta de este fenómeno al verse impactado por la entrada de empresas extranjeras al mercado local, por lo que se ha observado en las últimas décadas una importante reducción de las empresas locales, pero un mantenimiento y leve aumento de las ventas totales de libros.

Sin embargo, hoy existen nuevos desafíos para las publicaciones impresas, en especial el libro, como la disminución del número de tirajes por edición debido a la alta competencia dentro del mercado editorial, un alto IVA no diferenciado del 19% y los grandes volúmenes de copias no oficiales de las publicaciones.

Número de empresas de la Industria creativa según sectores 2011

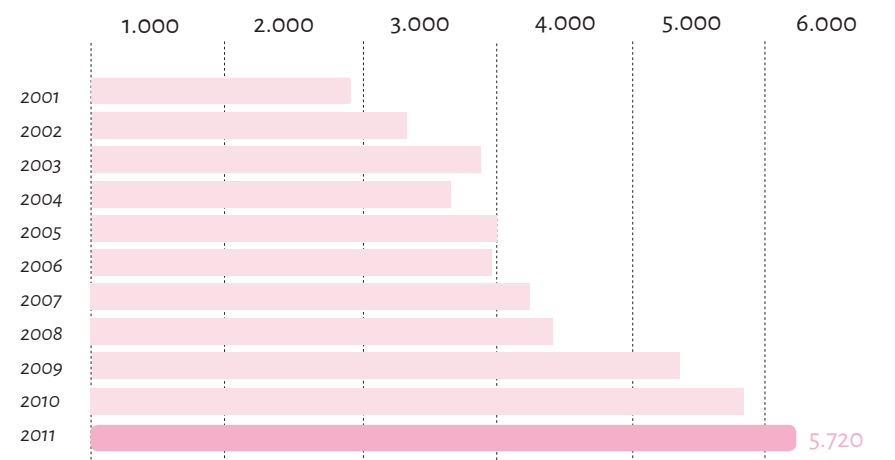


⁸³ ENPCC 2012: Encuesta nacional de Participación y consumo cultural. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile. Santiago, 2013.

⁸⁴ Patrimonio que comprende tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? En: Unesco.org Fecha de Consulta: 17 del 11 de 2015

Estudio en base a información web del SII "Estadísticas de empresas por región, rubro, sub-rubro y actividad económica". (Gráficos de elaboración propia)

Títulos registrados por año en Chile 2001-2011



Estudio en base a Informe estadístico 2011, Agencia Chile, ISBN (Gráficos de elaboración propia).

En cuanto a las ventas totales y exportaciones asociadas al libro son de las más importantes en el ámbito creativo. De hecho, a partir de los datos del Servicio de Impuestos Internos del año 2011 elaborados por el CNCA, es posible corroborar que se contaban con 6.548 empresas del sector editorial, lo que considera una producción anual de libros y publicaciones periódicas de un 18,8% del mercado creativo actual. Siendo las ventas totales asociadas al libro una de las más importantes en el ámbito creativo, representando el 48% de las ventas del sector cultural.⁸⁵

Asimismo, en cuanto a la producción, se deja ver una tendencia de alza en los títulos publicados, que crecieron de 2.582 en el año 2001 a 5.720 en el año 2011. Además, se observan nuevas tendencias asociadas al libro digital (*ebooks*), que representaron el año 2011 el 11% del total de las publicaciones. Estos cambios no han influido de forma positiva sobre las limitaciones de los tirajes, donde el segmento de 1-500 ejemplares ocupa el 42% de total, y el segmento de 510-1.000 ejemplares representa el 26% del total de ediciones.⁸⁶

Otro tema a destacar es que existe una fuerte concentración de editoriales y librerías en la capital, debido a la falta de presencia de canales de producción y comercio de libros en el resto del país, de hecho la "Región metropolitana concentra la mayor cantidad de nuevos incorporados al sistema con un total de 1.245 durante el período 2000 y 2014"⁸⁷ Esto ha originado la tendencia a la generación de diferentes empresas de producción editorial de tamaños más pequeños que apuntan a un usuario más específico como las librerías especializadas, las cuales han ido ocupando espacios importantes dentro del mercado, diversificando sus ofertas, postulando a los fondos concursables y a las compras del Estado. Algunos ejemplos de ellas son *Cuarto Propio*, *Lom Ediciones*, *Ocho Libros*, *Quilombo ediciones*, entre otras. Este tipo de editoriales se caracterizan por representar nichos de mercado no explorados y apuntar a los creativos emergentes. Esta línea editorial que han adquirido, permite a nuevos autores insertarse con sus proyectos y trabajar en conjunto con ellos. Incluso, la escasa oferta debido a la alta especialización y complejidad de las necesidades en la sociedad, posibilita que un libro de nicho se inserte en un mercado con una proyección más rentable y con una menor competencia. Por otro lado, se ha producido una ampliación de la circulación para libros de nicho gracias al surgimiento de nuevas plataformas para la venta vía páginas web como *Amazon*, aplicaciones para celulares y la generación de libros digitales.

⁸⁵ Mapeo de industrias creativas en Chile. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile. Santiago, 2014.

⁸⁶ Mapeo de industrias creativas en Chile, op.cit.,.

⁸⁷ "Nuevos agentes editores período 2000 - 2014". Informe estadístico 2014 agencia chilena ISBN International Standard Book number. Santiago, Cámara chilena del libro, 2015. p.27

Conclusiones

Al hacer una revisión global de la información, es posible observar que la historia de las mujeres chilenas ha estado marcada por múltiples hitos que han experimentado en el transcurso del tiempo y así, un permanente progreso hacia un nuevo formato de sociedad.

Aquella transformación de su condición inició su ruptura más profunda en el siglo XX, produciéndose algunos intentos de emancipación femenina en Chile, entendida como el proceso—todavía inconcluso—del progresivo ingreso de la mujer al mundo del trabajo, de la cultura y a una participación cada vez más activa en el contexto político, superando su rol tradicional de confinamiento en el hogar. Esta nueva actitud que se fue gestando en la mujer, evidenció el cambio al nuevo siglo y un anhelo de la mujer de querer transformar tanto su condición como también su papel.

Dentro de ese marco, las revistas en parte han sido un intento de dar cuenta de esos cambios sociales en que las mujeres tienen, un lugar central. Estas publicaciones han constituido plataformas para defender sus derechos desde su propia perspectiva.

Esta situación incorporó a mujeres de diferentes clases sociales, promovidas a la creación de las más diversas revistas durante gran parte del siglo, pero además motivó la creación de revistas para ellas en tantos segmentos sociales y de mercados de interés, originando así el comienzo de una industria de gran relevancia para la sociedad y que da cuenta de la gestación del movimiento feminista de ese siglo. Por otro lado, es importante mencionar que las revistas evidenciaron notables cambios en su diseño gráfico, tanto a nivel de su línea editorial como por el paso del tiempo, y estos cambios también se vieron demostrados por el proceso de evolución de la mujer.

La naciente industria editorial femenina chilena está marcada, como se mencionó anteriormente, por la iniciativa de mujeres que querían expresar y divulgar sus ideales. Aquellas creencias manifestadas en las revistas comenzaron a gestarse con mayor determinación con el desarrollo de la prensa obrera a partir de *La Aurora feminista* en 1904, sirviendo como un hito del cambio de siglo. Sin embargo, no todas las publicaciones de comienzo del siglo XX divulgaban la lucha de clases o la defensa de la emancipación de la mujer; también comenzaron a generarse proyectos editoriales y contenidos desde otros grupos sociales que apoyaban el conservadurismo de la época, principalmente mujeres de élite. Por ejemplo, la revista *Familia* en 1910 da cuenta de una corriente femenina desde el punto de vista de la mujer “dueña de casa” la cual debe resguardar los valores del hogar y la familia. **Aquellas revistas sirven como hitos de la prensa chilena y dan inicio a un gran repertorio de publicaciones femeninas del**

país en el siglo XX, con las más diversas temáticas y audiencias. A grandes rasgos, se editaban revistas para mujeres que se ocupaban de la esfera privada del hogar como también del autocuidado y la moda, por otro lado, existían publicaciones que intentaban acercar a la mujer sobre temas políticos y sociales con el fin de implicarla en los cambios que estaban ocurriendo en la sociedad.

No obstante, a partir de la segunda mitad del siglo, se deja entrever la imagen de una mujer un poco más liberada, una "mujer moderna", que no solo aspiraría a reivindicar el derecho de ser ella misma, sino también lucharía por objetivos nuevos, como la igualdad de condiciones con el hombre.

La creación de la revista *Paula* en 1967 refleja la transformación del rol femenino tradicional chileno, la cual podría ser parte del cierre de una etapa de revistas con cierto conservadurismo y anhelo de liberación. Por otro lado, la revista también introdujo una nueva concepción del diseño, por lo que se produce una especie de "quiebre" respecto al diseño editorial chileno producido en las publicaciones femeninas del siglo. En general, la década de los 70, representa la fecha culmine del proyecto por ser un tiempo de gran complejidad, que apunta al desplazamiento de la feminidad tradicional y en el cual nacen nuevos principios gestados en la época de posguerra, dando inicio a un nuevo ciclo editorial de revistas femeninas chilenas.

Oportunidad

Actualmente, un significativo *corpus* de revistas femeninas editadas en Chile—ya fuera de circulación—, se encuentra disperso y limitado a las colecciones de algunas bibliotecas y un reducido número de personas que por lo general pertenecen a un segmento de investigadores y coleccionistas. Esta oportunidad motiva el interés por llevar a cabo un proyecto editorial de nicho, que pueda registrar, ordenar, visibilizar y poner en valor parte de ese material en tanto bibliografía significativa para la historia del diseño gráfico y la industria editorial chilena.

Por otro lado, hoy existen pocas publicaciones nacionales que analizan el devenir histórico de las revistas en Chile; de forma general lo hace el libro *Una historia de las revistas chilenas* de Cecilia Huidobro y Paula Escobar, el cual otorga un panorama general sobre varias revistas editadas en Chile y sin acotarse solo a publicaciones femeninas. Además, existe un par de investigaciones y documentos, caso concreto son las tesis de pregrado: *Eva: modelos exclusivos, rescate patrimonial de la fotografía de moda de la revista femenina Eva entre 1967 y 1969*; *Territorios imaginarios de lo doméstico: vida cotidiana en las revistas femeninas 1930-1960*; y *Reinas de Papel: análisis y evolución gráfica de las revistas femeninas en Chile*. Aquellos proyectos, a diferencia de la presente propuesta, plantearon su investigación en base al análisis de solo una revista femenina, sin profundizar mayormente en otras publicaciones de la época.

En relación al presente proyecto, como factor diferencial y aporte, se pretende analizar y poner en valor la visualidad de las revistas femeninas editadas en Chile en un período histórico concreto de grandes transformaciones para la mujer como lo fue el siglo XX. Ello implica, la gestación de una iniciativa editorial y a la vez un desafío de diseño, cuyo valor como proyecto radica en la elaboración—por primera vez en el medio local—, de un libro que aborde la visualidad de las revistas femeninas en un período histórico en el cual resultaban tremendamente significativas para un sector de la población femenina chilena (no existía la televisión o internet). Por otro lado, también se desarrollará una comparación de la línea editorial de cada revista, lo que dará cuenta de su evolución. En resumen, se pretende abordar a la revista femenina chilena de forma integral y que acoja y registre aquel patrimonio gráfico de suma importancia para la industria editorial y la sociedad chilena.

También es importante mencionar el surgimiento de editoriales, microeditoriales y librerías especializadas que suelen difundir este tipo de publicaciones—sobre todo aquellas dedicadas a la venta de material nacional o libros de género— están en aumento, y el proyecto pretende ser parte de esa tendencia. De ahí nace la oportunidad de generar un proyecto editorial apostando por el formato impreso, porque precisamente las revistas son obras de carácter tangible, material que muchas veces generó afecto y emoción a un público consumidor, por lo que se debe dignificar y poner en valor esta cualidad. Las revistas impresas se han conservado por muchos años, y este proyecto apunta justamente a aquel interés: preservar ese patrimonio tangible como parte de aquella herencia visual de los predecesores del mundo editorial chileno.

Usuario y Contexto

Beneficiarios e interesados

El proyecto está dirigido a estudiantes universitarios y académicos interesados en la comunicación visual, la cultura de las revistas y la historia del diseño gráfico; de igual manera, podría ser de interés para estudiantes, investigadores y profesionales procedentes de otras disciplinas como la historia, la literatura y las ciencias sociales. Asimismo, este proyecto les podría ser de utilidad e interés a un segmento compuesto de diferentes profesionales vinculados al rescate y conservación del patrimonio visual. Por último, a estudiantes de educación media, que quieran estudiar e investigar el registro visual realizado, logrando tener acceso a distintos libros a través de las bibliotecas públicas.

Área de intervención

Bibliotecas En primera instancia, y particularmente en el ámbito académico y profesional del diseño, este registro documental pretende aportar a los escasos proyectos editoriales que abordan a las revistas femeninas en Chile además de generar un encuentro entre la historia y la cultura editorial con los códigos propios del diseño gráfico local. Por ello, y por tratarse de una propuesta que está aún en desarrollo, inicialmente se posicionaría en el contexto del sistema de bibliotecas de la Pontificia Universidad Católica de Chile como aporte bibliográfico a la biblioteca. Finalmente, en tanto tesis, su consulta se podría extender a otras universidades, e incluso a bibliotecas públicas que estuviesen interesadas.

Editoriales de Nicho En Chile, existe una actual tendencia del mercado en el cual han surgido editoriales y micro editoriales que apuntan a segmentos de usuarios cada vez más específicos, proyecto el cual está inserto dentro de este contexto. En una segunda instancia y una vez finalizado el proyecto, con el fin de ampliar y poder difundir aquel material elaborado a un mayor número de personas, se optaría trabajar en conjunto con editoriales de nicho de mercado que podrían estar interesadas:

- *Metales pesados*: su objetivo es cubrir las necesidades de las áreas de estética, filosofía, ciencias sociales y literatura. Actualmente cuenta con un catálogo de más de cincuenta títulos en estas áreas.
- *Origo*: Editorial especializada en libros ilustrados y de gran formato. Su catálogo abarca temáticas como el arte, la fotografía, la literatura, el vino y la gastronomía.
- *Quilombo Ediciones*: Tiene la convicción de hacer libros de origen chileno para Chile y el mundo. Declaran que su línea editorial se enfoca en libros ilustrados, libros visuales, libros álbum y libros objeto de calidad.

Esta instancia, no quita que en este proyecto se pueda sumar a líneas y colecciones editoriales locales que se han posicionado el último tiempo como casas mas grandes, caso de:

- *Ediciones UC*: editorial de la Pontificia Universidad Católica de Chile la cual surge con el objetivo de prestar servicio editorial de apoyo a la docencia y la investigación realizada en la universidad.
- *LOM Ediciones*: editorial que nace como un proyecto de carácter cultural que fomenta la lectura, la creación, la reflexión y el pensamiento crítico a través de la palabra escrita. Esta editorial tiene en su colección una amplia diversidad de títulos en distintas disciplinas: poesía chilena, la historia chilena y latinoamericana, ciencias humanas y sociales, fotografía, investigación periodística y artes. En general buscan siempre convocar a los más amplios públicos, y apuestan por una política donde sus títulos no tengan como obstáculo las capacidades adquisitivas de los lectores.
- *Ocho Libros*: Sus libros están orientados a temas insertos en la artes visuales, y el patrimonio cultural de Chile. Abarcan temáticas como la Historia y memoria gráfica, fotografía, diseño y arte en el espacio público, constituidos a partir de investigaciones, testimonios y trabajos creativos comprometidos con temas socioculturales, políticos y medioambientales.

Librerías y tiendas nacionales Actualmente en Chile existe la tendencia también a la creación de librerías y puntos de ventas especializados, de generar y vender una producción editorial de tamaños más pequeños a un tipo de lector. Teniendo en cuenta este factor, y proyectando el material realizado en cuanto a su sistema de difusión y la posterior comercialización del libro, se podría realizar a través de diferentes canales de distribución, los cuales se presentan a continuación:

- *Librerías especializadas y "boutique"*: Dentro de esta categoría, es posible encontrar dos tipos de librerías. El primero son aquellas que ofrecen libros de más de una temática, pero que apuntan a áreas de carácter más visual. Entre ellas es posible encontrar librerías como: *Qué leo*, *Contrapunto*, *Metales pesados*, entre otras. El segundo tipo, son librerías aún más especializadas que incluyen dentro de su colección, libros de una temática. En este caso, librerías de género como *Librería Lila* del Barrio Lastarria, que en un principio se instaló con libros hechos por mujeres y para mujeres. Otro ejemplo es la librería *Nosotrxs*, la cual dispone de bibliografía de calidad vinculado a temas de género y diversidad.
- *Tiendas de Centros culturales y museos*: Diferentes dependencias que reúnen productos del mundo editorial y del diseño chileno inspirado en la experiencia de los museos que hospedan sus espacios. La tienda del centro cultural GAM y la del centro cultural Corpantes, son lugares que poseen bastante material de origen nacional a los cuales podría interesarle.
- *Tiendas de diseño chileno*: Tiendas que fabrican y venden productos que representan al país a través de un lenguaje contemporáneo. Entre ellas es posible mencionar a Kaikai y Tienda Nacional.



EL REGALO DE PASCUA

Fotografía Revista
Industrial Femenina, p.7,
1913, número 11.

FORMULA- CIÓN

QUÉ

Registro documental y proyecto editorial sobre publicaciones femeninas editadas en Chile entre los años 1910 y 1970 . Esta periodización corresponde a los inicios del mercado editorial de publicaciones para mujeres chilenas, reflejando la transformación y desarrollo del rol femenino tradicional, hasta la creación de la revista *Paula*, que establece una ruptura con el modelo tradicional predominante.

POR QUÉ

Existen escasas investigaciones sobre la visualidad de revistas editadas en Chile, particularmente aquellas destinadas al segmento femenino. Por otro lado, el énfasis en el registro y el análisis desde el área disciplinar del diseño, vinculado a las publicaciones destinadas a mujeres es un fenómeno reciente en el ámbito nacional.

PARA QUÉ

La presente propuesta busca aportar al rescate y conservación del patrimonio visual de las revistas femeninas editadas en Chile, en tanto testimonio de la historia y desarrollo cultural del país. Asimismo, crear por primera vez en el medio local un material que las aborde y analice desde la disciplina del diseño. En resumen, se pretende revalorizar una parte de la historia chilena desde la perspectiva de las publicaciones femeninas y su análisis visual, que pueda transformarse en un antecedente y aporte para estudios posteriores relativos a este tema.

Objetivo General

Rescatar y poner en valor el patrimonio visual de las revistas femeninas publicadas durante un período de especial florecimiento de la industria editorial chilena.

Objetivos Específicos

Develar las formas, visualidad y contenidos dominantes en las revistas femeninas chilenas publicadas entre los años 1910 y 1970.

Aportar y rescatar el patrimonio cultural como parte del devenir histórico de la industria editorial en Chile, dirigida a segmentos de nicho sobre la base de un estudio desde la disciplina del diseño.

Preservar ese patrimonio tangible como parte de aquella herencia visual mediante la generación de un proyecto editorial impreso.

Antecedentes



100 revistas clásicas de diseño gráfico

Heller, Steven y Jason Godfrey. *100 revistas clásicas de diseño gráfico*. Barcelona, Blume, 2014

Recopilación de 100 revistas profesionales especializadas en diseño gráfico, publicidad y tipografía más influyentes de la sociedad. Mostrando a través de ellas, la evolución del diseño gráfico desde sus orígenes hasta convertirse en la profesión creativa que es ahora. Cada una de las revistas son analizadas en una doble página con fotografías a color de una portada y páginas interiores, una pequeña bibliografía del autor, información de la revista, su evolución y datos técnicos relevantes.

Si bien los autores generan una suerte de especificación técnica de las publicaciones con un gran aporte en términos de fotografía y diseño, no son clasificadas bajo ninguna categoría dejando de lado una posible tipología en cuanto a sus contenidos.



Antología visual del libro ilustrado en Chile

Aguilera, Claudio. *Antología visual del libro ilustrado en Chile*. Santiago, Quilombo Ediciones, 2014.

Registro visual que propone un recorrido por libros ilustrados chilenos desde 1788 hasta el año 2012. El autor selecciona un total de 68 obras ilustradas, las que acompaña con una reseña de cada título y fotografías a color. Menciona que esta selección no buscaba abarcar todos los libros creados en esas fechas, por el contrario, pretendía exponer títulos que ejemplificaran modos de interacción entre el texto y la imagen o dieran pistas sobre el rol del ilustrador en determinado momento histórico. Sin embargo, este libro no profundiza otras áreas de las ediciones.

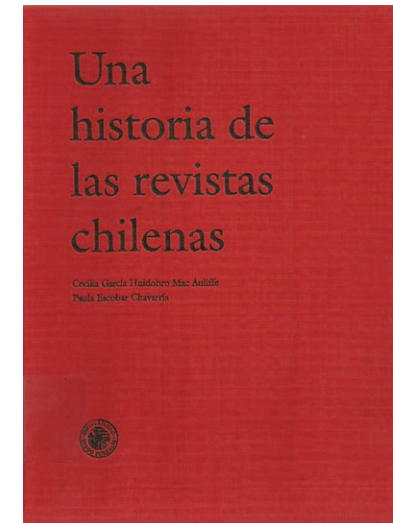


Mecánica Doméstica: Publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar 1945-1970

Álvarez Caselli, Pedro. *Mecánica Doméstica: Publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar 1945-1970*. Santiago, Ediciones UC, 2011.

Libro que expone los cambios ocurridos en los hogares chilenos relacionados con la incorporación de tecnología doméstica, la creación de hábitos que impulsaron nuevas formas de organización en la familia y el desarrollo de una nueva cultura de consumo a través de un estudio de las imágenes emanadas de los medios de comunicación y los mensajes publicitarios—los cuales provenían principalmente de revistas—, y como estos delinearón la subjetividad e identidad femenina “moderna” en Chile entre los años de 1945 y 1970

Si bien es posible observar un capítulo sobre las publicaciones femeninas, no profundiza más allá de cada una de ellas.



Una historia de las revistas chilenas

Cecilia García Huidobro Mac Auliffe
Paula Escobar Chavarría



Un sistema gráfico para las cubiertas de libros.

Un mensaje gráfico no es un producto espontáneo que aparece por inspiración, con una forma acabada y completa, en la mente de su autor. Todo mensaje gráfico responde a un proceso de reflexión, estrategia y toma de decisiones que afecta tanto al significado que quiere transmitirse como a la forma de expresarlo visualmente.

Hacia un lenguaje de parámetros.

Rosa Llop

GG®

Una historia de las revistas chilenas

Huidobro Mac Auliffe, Cecilia y Paula Escobar Chavarría. *Una historia de las revistas chilenas*. Santiago, Ediciones Universidad Diego Portales, 2012.

Publicación que recoge cientos de revistas nacionales desde comienzos del siglo XX agrupadas en distintos géneros: revistas “magazinescas”, cine y televisión, femeninas, deportivas, actualidad, cultura, infantiles y picarescas.

Si bien, es una completa revisión de las revistas chilenas, no trata el tema en particular de las revistas femeninas y desde el punto de vista del diseño, recorriendo las publicaciones solo de manera histórica.

Un sistema gráfico para las cubiertas de libros: Hacia un lenguaje de parámetros

Llop, Rosa. *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros: Hacia un lenguaje de parámetros*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, SL, 2014

Este libro es una especie de manual que ofrece respuestas a aquellas interrogantes que plantea todo proceso de conceptualización gráfica, mediante los diferentes tipos de estrategias creativas, elementos gráficos susceptibles de ser incluidos en cualquier proyecto gráfico o los factores perceptuales que inciden en la respuesta del receptor. Para ello toma como objeto de análisis las cubiertas de libros. Esta publicación es de utilidad ya que permite valorar la relevancia de la reflexión en el proceso de un análisis visual adaptable a la realidad de todo producto gráfico, ya sea revistas, afiches, identidad de marca, etc. (revistas, pósters, identidad, packaging, etc.).

Referentes



Diseño Nacional

Iniciativa de difusión de la historia del diseño y la cultura material de Chile, sustentada en una plataforma virtual bilingüe que permite la descarga de imágenes de gráficas y productos nacionales aparecidos entre 1840 y 1940. Funciona como una suerte de banco de imágenes de diseño patrimonial chileno, que es posible descargar de manera gratuita y libre de derechos de autor. Este repositorio digital hace disponible un archivo de 2.000 imágenes en mediana y alta resolución, las cuales en su mayoría, provienen de las colecciones y archivos de fuentes bibliográficas de bibliotecas nacionales y universitaria.

Esta plataforma, al igual que el proyecto sirve como registro del área de diseño editorial en la aparecen publicaciones femeninas, de utilidad para el mismo trabajo.



100 years / Style / East London

Publicidad que fue creada como publicidad de la apertura del Nuevo centro comercial Westfield's en Stranford el 2011. Este video muestra el patrimonio de la moda del este de Londres en los últimos 100 años en 10 segundos a través de diferentes bailes, música y conjuntos de ropa que van evolucionado a medida que pasa el tiempo.

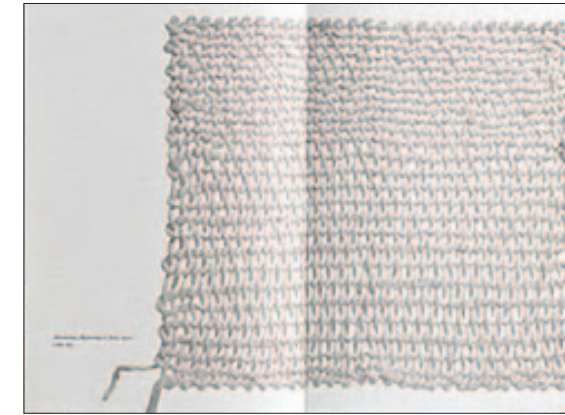
Material cinematográfico de interés ya que muestra una considerable evolución visual de la mujer a través de varias décadas



Rosie "The Riveter": We can do it!

Afiche de la propaganda *We Can Do It!* (¡Podemos hacerlo!), de la compañía Westinghouse Electric, creado por el artista gráfico J. Howard Miller en 1943. Esta imagen representó alrededor de 6 millones de mujeres que se hicieron cargo del esfuerzo bélico en las fábricas cuando los hombres fueron movilizados a la guerra. Bajo el lema "Nosotras podemos hacerlo!" estas mujeres se convirtieron en soldados de las fábricas de producción del denominado "frente interno". Fueron las responsables directas de la construcción de cientos de tanques, jeeps, municiones y partes vitales de bombarderos y buques como los famosos "Liberty Ships".

Es de relevancia mencionar, gracias al empoderamiento de la mujer en esa época a través de una obra impresa.



'Weaving as Metaphor': catálogo de la artista

Sheila Hicks

Libro editado por la Diseñadora Irma Boom, siendo uno de sus trabajos más destacados por su diseño. Este trabajo contempla el catálogo de la artista Sheila Hicks, el cual explora las texturas y el formato, en un fluido diálogo con el lenguaje artístico de la artista. La diseñadora Irma Boom, además de su labor artística y profesional, es conocida por su activismo político y fue una de las firmantes del manifiesto reivindicativo de la fundación Adbusters, muy crítica con el consumismo imperante en la sociedad actual

Si bien este es un libro con un gran potencial visual, sobre todo por lo que transmite a través de sus páginas, es relevante destacar ya que el proyecto fue generado por una mujer de gran relevancia a nivel internacional.



The Phaidon Archive of Graphic Design

Archivo que cuenta con 500 diseños gráficos, incluyendo periódicos, revistas, carteles, anuncios, tipografías, logotipos, diseño corporativo, portadas de discos de todo el mundo. Compilado e investigado por expertos, y se ilustra con un máximo de seis imágenes por entrada, incluyendo material histórico y contextual. Este "libro en una caja" incluye divisores los que permiten definir cómo desea organizar, si es cronológicamente, por orden alfabético, por el diseñador o por tema. Lo interesante, es que funciona como una guía de referencia del diseño con múltiples diseños a modo de "fichas" documentales, las cuales uno mismo puede ir clasificando, lo que permite ir generando además sus propias tipologías.

Explicación gráfica para la fabricación
de duraznos
en conserva para el invierno



PREPARAR LOS DURAZNOS.—Para quitar a los duraznos sus espaldas de buena limpieza de sus caras recubiertas, pásalos sucesivamente una brevesita sobre de pelo o de seda.



ENJUAGAR LOS DURAZNOS ANTES DE HERVIRLOS.—Para quitar la acidez a la fruta lágalos unos minutos hasta el punto con una buena lavada cuidando que dejen líquidos hasta el último hueso.



HERVIR Y ENSHAMADO SIMULTANEO.—Póngase los duraznos en agua fría, cocinando poco a poco la temperatura hasta bastante fuerte, y cuando estén suaves a la superficie del líquido, mézclalos con una cucharadita y góndelos en agua fría.



ENJUAGARSE LOS DURAZNOS POR SEGUNDA VEZ.—Colóquense una vez que estén fríos sobre una servilleta seca para que sequen y se deshucen de toda el agua que corre en gotitas por su superficie.



COLOCACION DE LAS FRUTAS EN EL FRASCO.—Colóquense las frutas una a una en el frasco tratando de que queden apretadas bien y se cubra proporcionalmente a 12 en cada frasco de un litro.



VERTEBRAR LA ALMIDAR PREPARADA CON UN TENDRONCILLO.—Se vertió el almíbar que se ha preparado sobre las duraznos, de tal manera de que cubra esta hirviendo si los duraznos se están al punto de estar ya cocidos. El mismo almíbar se puede utilizar también hervido.

FAMILIA Folleto 42
Enero 1910

C. ARNOLD y Cia
IMPORTADORES

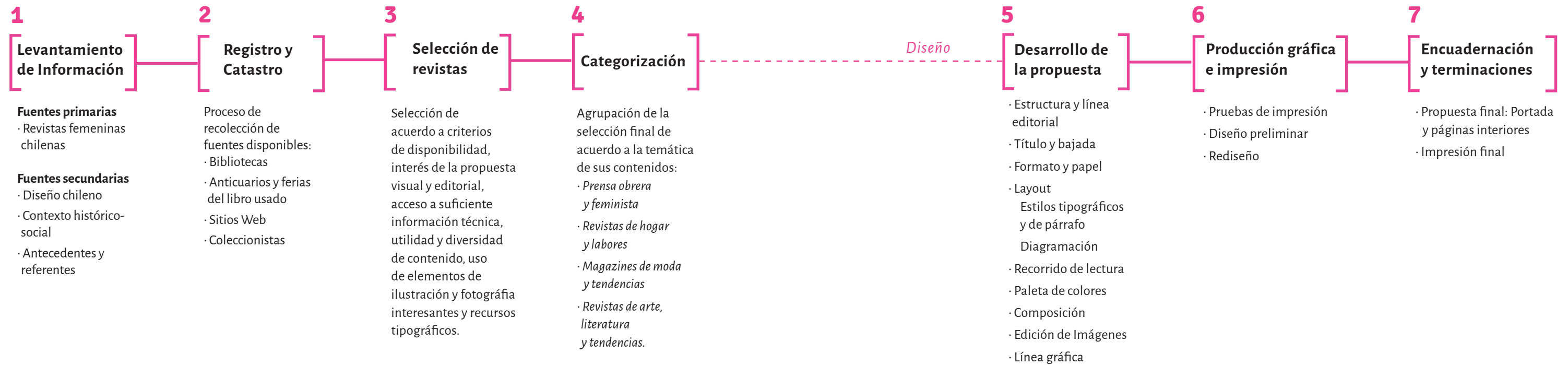
de Placas
Fajetas
Cristales
Savets y Recios
Artículos de Jaja
Fabricantes de
Tipos de Goma
Derechos de
Punches de Bronce,
etc., etc.

ESMERALDA 66-72
VALPARAISO

DESARROLLO DEL PROYECTO

Artículo Familia, "Explicación gráfica para la fabricación de duraznos en conserva para el invierno", p. 45, 1910, número 1.

Proceso del proyecto



1 Levantamiento de información

Para el desarrollo del presente proyecto se realizó un análisis de diferentes fuentes bibliográficas a partir de los siguientes ejes:

Fuentes primarias

Publicaciones chilenas dirigidas a mujeres de la época en el cual se inserta el proyecto y su contexto histórico-social.

Fuentes Secundarias

Bibliografía complementaria:

Diseño chileno Fuentes que incorporen en sus páginas registros de la historia del diseño en Chile y a diseñadores destacados en el ámbito nacional.

Contexto histórico-social Cualidades locales e históricas que aporten en la búsqueda de información sobre la sociedad en Chile en el siglo XX, la mujer chilena y las diferentes publicaciones impresas que se gestaron en aquella época.

Además de las fuentes citadas, un tercer criterio metodológico para el desarrollo del proyecto fueron los diferentes antecedentes y referentes.

A partir de la búsqueda y posterior análisis de diferentes fuentes escritas y visuales, se buscó generar ciertos criterios básicos que permitieran generar una estructuración preliminar de la propuesta.

A continuación algunos de los documentos revisados:

Artículos de revistas

“Del trabajo de la mujer” Jesusa Alfau en: *Acción femenina*, nº6, 1923.

“A lo que aspira el feminismo” Sin autor en: *Acción femenina*, nº3, 1922, p.3

“La mujer y la Educación” Sol Bórquez, en: *Acción femenina*, nº3, 1922.

“¿Es éste el mundo de la mujer?” Carmen Merino en: *Eva*, nº4, 1968, p.20.

“La chilena del año 2000” Sin Autor en: *Eva*, nº1264, 1969, p.85.

“Como se puede ser gorda” Sin autor en: *Familia*, nº63, 1915, p.9.

“La Mujer” Sin autor en: *La Palanca*, nº4, 1908, p.40.

“Tolerancia e intolerancia” Sin autor en: *El Eco de las señoras de Santiago*, nº3, 1865, p.1.

“A nuestras compatriotas” Sin autor en: *El Eco de las señoras de Santiago*, nº4, 1865, p.1.

“Nosotras i los hombres” Sin autor en: *El Eco de las señoras de Santiago*, nº9, 1865, p.1.

“Cómo se puede vivir cómodamente con \$ 500 pesos mensuales” Sin autor en: *La Revista Azul*, nº1, 1914, p.18.

“Panorama feminista chileno” Sin Autor en: *Nosotras*, nº10, 1931, pp.4-5.

“La mujer chilena” Sin Autor en: *Paula*. nº6, 1967.

“La Mujer Contemporánea” Amanda Puz en: *Saber Comer y vivir mejor*, nº26, 1967, pp.60-61.

“Vida Femenina” Sin autor en: *Siluetas*, nº2, 1914, p.23.

“Los Deportes de la Mujer” Sin autor en: *Siluetas*, nº1, 1914, pp.11-12.

Libros

100 revistas clásicas de diseño gráfico. Steven Heller y Jason Godfrey, 2014.

Diseño editorial : periódicos y revistas, medios impresos y digitales. Cath Caldwell, y Yolanda Zappaterra, 2014.

Diseño de revistas. William Owen, 1991.

El diseño gráfico: Desde lo orígenes hasta nuestros días. Santué, Enric. 1988.

Historia del diseño gráfico en Chile. Santiago, Pedro Álvarez Caselli, 2003.

Historia de la imprenta en Chile: Desde el siglo XVII al XXI. Jorge Soto Veragua, 2009.

La belle époque chilena: Alta sociedad y mujeres de élite. Manuel Vicuña, 2010.

La librería en Chile. Pedro Pablo, Figueroa, 1896

La mujer chilena: (el aporte femenino al progreso de Chile) 1910-1960. Felicitas Klimpel Alvarado, 1962.

La Persuasión en la prensa femenina: Análisis de las Modalidades de la Enunciación. María Paz Hinojosa Mellado, 2008.

Mecánica Doméstica: Publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar 1945-1970. Pedro Álvarez Caselli, 2011.

Queremos votar en las próximas elecciones : historia del movimiento sufragista chileno, 1913-1952. Edda Gaviola Artigas, Ximena Files Moreno, Lorella Lopresti Martínez y Claudia Rojas Mira, 2007.

Tipografía del siglo XX. Lewis, Blackwell, 1998.

Tres ensayos sobre la mujer chilena: siglos XVIII-XIX-XX. Lucía Santa Cruz, Teresa Pereira, Isabel Zegers, y Valeria Maino. 1978.

Una historia de las revistas chilenas. Cecilia Huidobro Mac Auliffe y Paula Escobar Chavarría, 2012.

Un sistema gráfico para las cubiertas de libros: Hacia un lenguaje de parámetros. Barcelona. Rosa, Llop, 2014.

Tesis

Zig-Zag: Un gigante de papel. Por Marcela Neira, 2005

Reinas de papel: Análisis y evolución gráfica de las revistas femeninas en Chile. Caso de Estudio Revista Paula. Por: Paula, Barrientos, 2015

Impreso en Chile: Antología del libro Chileno 1930-1973. Por: Sofía. Irrarrázaval, 2014

Lira popular y tipografía: acercamiento gráfico a un medio impreso popular. Por: Simoné Malacchini Soto, 2009.

La representación de la mujer y la familia en las revistas femeninas chilenas 1960-1970 Por: Catalina Ruiz Undurraga, 1995.

Sitios web

Biblioteca Nacional de Chile
www.bncatalogo.cl

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile
www.bcn.cl

Memoria Chilena
www.memoriachilena.cl

Diseño nacional
www.disenonacional.cl

Tipos de Revistas
www.tipos.co/tipos-de-revistas.

Chile Diseño
<http://www.chiledisenio.org>

Fotonovela chilena
<http://www.fotonovelachilena.cl>

2 Registro y Catastro

Parte del proceso de recopilación incluyó realizar un catastro de revistas femeninas dentro de las primeras décadas del siglo XX, con el inicio de la prensa obrera y las primeras publicaciones editadas para mujeres, hasta llegar al año 1967, momento en que se produce la aparición de la revista *Paula*, la cuál marca el fin de una época (1970), por cuanto se llega a un punto máximo de cambio y por la madurez que se ha gestado durante ese proceso.

Teniendo en cuenta el período en el cual se delimitó el proyecto, se realizó el proceso de recolección del material disponible. Este registro se llevó a cabo fundamentalmente en bibliotecas públicas y universitarias, colecciones privadas, anticuarios y ferias del libro usado. A la hora de buscar revistas se optó por el material cuyo origen y conservación fuese el óptimo posible y en su estado original, teniendo en cuenta que más tarde sería manipulado, fotografiado y escaneado.

Por otro lado, se optó por consultar sitios web como Memoria Chilena y Diseño Nacional, los cuales permitieron descargar de forma digital varios números de manera gratuita. Finalmente, se dispuso de material a través de la facilitación de revistas de varios coleccionistas, entre ellos, el Profesor Pedro Álvarez.

Bibliotecas

- Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Chile
- Sección de publicaciones de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- Biblioteca San Joaquín de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Hemeroteca de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Anticuarios y ferias del libro usado

- Feria permanente del Libro Usado, Galería Veneto, Providencia.
- Plaza Carlos Pezoa Véliz, San Diego.
- Feria de Anticuarios a un costado del GAM, Santiago Centro.
- Anticuarios Barrio Italia, Providencia.
- Libros Proa, Santiago Centro.
- Persa BioBío, Galpón Victor Manuel, Santiago.

Sitios web

- Memoria Chilena
- Diseño Nacional
- Fotonovela chilena

Publicaciones femeninas chilenas 1900-1970

<i>Acción Femenina</i>	1922-1938
<i>Alejandra</i>	1946-1949
<i>Amiga</i>	1966-1967
<i>Alma femenina</i>	1920
<i>Bonita</i>	1932-1933
<i>Betania</i>	1962
<i>Cenicienta</i>	1950-1951
<i>Confidencias</i>	1954-1971
<i>Contigo</i>	1936-1938
<i>Elite</i>	1936-1941
<i>Elegancia</i>	1963-1967
<i>Eufrosina</i>	1949-1951
<i>Eva</i>	1942-1974
<i>El Eco</i>	1912-1915
<i>Familia</i>	1910-1928
<i>La Alborada</i>	1905-1907
<i>La Aurora Feminista</i>	1904
<i>La Cruzada</i>	1915-1917
<i>La Mujer</i>	1921
<i>La Mujer en marcha</i>	1953
<i>La mujer nueva</i>	1935
<i>La Palanca</i>	1908
<i>La Revista Azul</i>	1914-1918
<i>La Silueta</i>	1917
<i>La Sindicada Católica</i>	1915-1918
<i>La Voz Femenina</i>	1925
<i>Nosotras</i>	1931-1935
<i>Margarita</i>	1934-1953
<i>Mirada</i>	1959-1961
<i>Mi Secretario</i>	1930-1931
<i>Mi Vida</i>	1958-1968
<i>Mujer y Hogar</i>	1937-1959
<i>Mujeres chilenas</i>	1947
<i>Revista femenina</i>	1924
<i>Revista Industrial Femenina</i>	1912-1914
<i>Rosita</i>	1947-1972
<i>Paula</i>	1967-2016
<i>Saber comer y vivir mejor</i>	1965-1971
<i>Santiago Elegante</i>	1937-1940
<i>Siluetas</i>	1914
<i>Silueta</i>	1917
<i>Unión Femenina de Chile</i>	1934
<i>Unión patriótica de las mujeres de Chile.</i>	1925
<i>Vida Femenina</i>	1919
<i>Yujú</i>	1935

3 Selección de revistas

A continuación, a partir de la recolección de 44 revistas femeninas chilenas se hizo una selección de 25 por orden alfabético, principalmente de acuerdo a criterios de disponibilidad del impreso, interés de la propuesta visual y editorial, acceso a suficiente información técnica, utilidad y diversidad de contenido, uso de elementos de ilustración y recursos tipográficos.



Acción Femenina
1923-1925
Surgió bajo la dirección del Partido Cívico Femenino. El sufragio femenino universal, el divorcio y el trabajo femenino fueron materias relevantes de la publicación.



Alejandra
1946-1949
Alejandra fue una revista social, diplomática de arte y literatura, que tenía como pensamiento servir a la cultura de la mujer hispana.



Bonita
1932-1933
Revista destinada a la Mujer y al Hogar. Entre sus principales contenidos destacaba la moda, notas de cine, consejos para el mejor arreglo del hogar, versos, selectos pensamientos, consultorios de moda, sentimental, de belleza, notas gráficas y de arte.



Cenicienta
1950-1951
Revista chilena dirigida a la mujer y el hogar, compuesta por sencillos artículos que ayudaban y entretenían a la lectora en la rutina del trabajo y el hogar.



Confidencias
1950-1971
Revista que relevó a *Margarita* en 1954, y partió siendo básicamente una publicación de novelas e historias de aventuras amorosas.



Contigo
1936-1938
Publicaba sugerencias de vestuario, secretos femeninos que ayudarían a realzar sus encantos y lindas historias para divertir a las mujeres en los momentos en que se encontraran solas.



Elite
1923-1925

Revista mensual dedicada casi exclusivamente a la difusión de moda y ofrecía ilustraciones a color.



Familia
1910-1928

Fue una de las primeras publicaciones que reflexionó acerca de la mujer y su participación en la sociedad. Estableció sus bases orientándose solo a mujeres de elite y letradas, con la finalidad de entretenerlas y cultivarlas.



Nosotras
1931-1935

Publicación que perteneció a la Unión Femenina de Chile y sirvió como órgano de difusión contribuyendo a la inserción de las mujeres en la vida política nacional, aún cuando no estuvieran facultadas para sufragar al sumarse a las campañas electorales de los candidatos presidenciales que apoyaban.



Revista Industrial Femenina
1912-1914

Dedicada a las dueñas de casas y a las industrias femeninas, fue obra de las alumnas de la Escuela Profesional Superior y funcionaba como portavoz y propaganda de la enseñanza profesional femenina.



Santiago Elegante
1937-1940

Publicación mensual dedicada a la sociedad chilena y el comercio femenino.



Elegancia
1949-1951

Revista de moda, belleza y salud, la cual incluía las últimas tendencias de la temporada.



La Mujer Nueva
1935

Periódico que editó el Movimiento de Emancipación de Mujeres de Chile, MEMCH, que debatió en sus artículos e ilustraciones sobre la condición de la población femenina de esa época.



Margarita
1934-1953

Semanario que entregaba cada jueves a las mujeres chilenas prácticas recetas de cocina, intrigantes historias, datos de belleza y moda.



Rosita
19947-1972

Publicación semanal que contaba con innumerables ilustraciones de las últimas tendencias de la moda y se caracterizó principalmente por entregarle a las lectoras diferentes herramientas y patrones que pudieran utilizar para elaborar su propia vestimenta.



Siluetas
1914

Revista semanal ilustrada de actualidades, arte y letras, que si bien no contenía material exclusivo para la mujer, gran parte de su volumen lo dedicaba con secciones para el público femenino.



Eufrosina
1949-1951

Revista Femenina de Artes y Letras, que nace de un grupo de mujeres de Linares bajo el nombre de *Eufrosina* como homenaje a una activa y entusiasta mujer que habría fallecido en Santiago, destacada por sus virtudes y acciones generosas en relación a la mujer.



La Palanca
1908

Portavoz de la Asociación de Costureras de Santiago que funcionó como continuación de la publicación porteña *La Alborada* en 1905.



Mirada
1959-1961

Revista quincenal que ilustraba y ponía en exposición temas de contingencia social que acontecieron a la mujer y al país en la década del 60; "la madre que es hombre", "la social vagancia infantil", "el divorcio", fueron algunos de los titulares publicados.



Paula
1967-2016

Revista que tensionó el modelo tradicional de la mujer haciendo visible la identidad femenina moderna. Por una parte trató de activar un nuevo periodismo, que ampliara el registro de los temas de interés dirigidos a la mujer y por otro, estuvo comprometida con la emancipación de las mujeres en el país.



Yujú
1935

Publicación femenina de corta duración que surgió a partir de la necesidad de crear una revista emocional y picaresca, pero al mismo tiempo fuera reducida de precio para que estuviera al alcance de todas las lectoras.



Eva
1942-1974

Revista para la mujer que ofrecía consejos y reportajes que proponían una narrativa y un modelo de mujer renovada. Daba cuenta del itinerario femenino al interior del hogar, la familia y la vida social, lo que le permitió llegar por sobre todo al segmento "oligárquico" del grupo femenino.



La Revista Azul
1914-1918

Quincenario que otorgaba conocimientos prácticos y consejos útiles en todo lo referente a la mujer y especialmente a la dueña de casa: cuidado del hogar, crianza de los hijos, cuidados estéticos, la literatura e incluso informaba sobre el acontecer político nacional e internacional.



Mi Vida
1958-1968

Publicación dirigida a mujeres que se caracterizó por poseer historias románticas que se reproducían semanalmente a través de las fotonovelas e historietas con personajes completamente ficticios.



Saber comer... y vivir mejor!
1965-1971

Publicación dedicada a la dueña de casa chilena en la que podía encontrar múltiples recetas de cocina y artículos sobre las costumbres alimenticias en Chile y el mundo.

4 Categorización

Dentro del período asignado para el presente estudio (1900-1970) sobre las revistas femeninas de la época, es posible descubrir múltiples temáticas en relación a la mujer. Para ello, se decidió agrupar la selección final temáticamente de acuerdo a sus contenidos en base a cuatro grandes categorías. Cada una de ellas conformará un capítulo de libro, de forma que el recorrido del libro permita un mayor contraste gráfico entre las revistas.

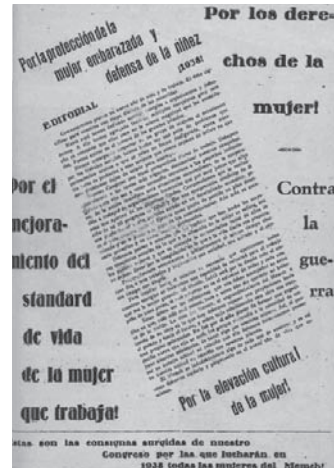
En primer lugar, se encuentra la **Prensa obrera y feminista**, publicaciones editadas y dirigidas por mujeres provenientes de sectores populares las cuales utilizaban la prensa escrita para representarse, articulando a través de estas iniciativas la reivindicación de los derechos civiles y del voto femenino, además de mejorar las condiciones materiales de su clase social.

A continuación, se consideran las revistas de orientación más conservadoras y elitistas, las cuales comprenden temáticas de moda y hogar. Sin embargo, se decidió establecer una distinción entre ambos tópicos generando así a las **Revistas de hogar y Labores**, dirigidas a la dueñas de casa—Madres y Esposas—e instruir las en aspectos referidos a la administración doméstica. Además cumplían con el propósito de entretener y cultivar a la mujer en el espacio privado, su dominio “natural”.

Por otro lado, se encuentran los **Magazines de Moda y Tendencias**, las cuales eran revistas que marcaban tendencia en cuanto a los vaivenes de la moda y belleza que apuntaban a mujeres de estratos sociales más acomodados, pero más tarde, surgirían publicaciones que brindarían vestimenta más accesible a través de su confección casera “popularizando” la moda en la década de 1950.

Por último, se enmarcan dentro de una cuarta categoría a las **Revistas de arte, literatura y actualidad**, creadas con el objetivo de entregarle información de utilidad y actualidad a la mujer en el ámbito de la cultura, las artes y la literatura chilena.

Prensa obrera y feminista



Revistas de hogar y labores



Magazines de moda y tendencias



Revistas de arte, literatura y Actualidades.



A continuación, se presenta un resumen de las categorías anteriormente mencionadas y las revistas seleccionadas para el desarrollo del proyecto ordenadas alfabéticamente:

Publicaciones femeninas chilenas 1900-1970



Acción Femenina	Cenicienta	Bonita	Alejandra
La Mujer nueva	Familia	Confidencias	Eufrosina
La Palanca	La Revista Azul	Contigo	Santiago Elegante
Mirada	Margarita	Elegancia	Siluetas
Nosotras	Saber Comer y vivir mejor	Elite	
Revista Industrial Femenina		Eva	
		Mi Vida	
		Paula	
		Rosita	
		Yujú	



Elegante blusa para Tennis confeccionada con velo listado guarniciones del mismo tono que la lista, en velo liso.

¡Caprichosa blusa con mangas subidas, bajo de "taffetas" con puntas que combinadas con velo en la parte alta, sujetas con calados producen un lindo efecto.

PROPUESTA

Chilenas de revista es un proyecto documental y editorial sobre publicaciones femeninas editadas en Chile entre los años 1910 y 1970, reflejando la transformación y desarrollo del rol femenino en el contexto social a través del análisis visual y el diseño de las revistas.

Sobre la base del registro realizado, se tomó la decisión de generar un proyecto editorial que busca rescatar el carácter tangible de las revistas consultadas—todas herederas del formato impreso—, que muchas veces generaron afecto y emoción a un público consumidor.

Estructura y línea editorial

Este proyecto busca hacer tangible parte de aquel patrimonio visual de las revistas femeninas chilenas en el período seleccionado, por lo que la línea editorial se centrará en su representación, buscando preservar aquellos aspectos característicos que aportan riqueza a las revistas impresas, como los papeles, el uso de la ilustración y la fotografía, los colores, las técnicas de impresión y las tipografías utilizadas.

Para esto, se propone un proyecto con el soporte de libro, puesto que guarda coherencia directa con la materialidad de las publicaciones. Se pretende reinterpretar aquellos recursos utilizados para la creación de las revistas del siglo XX desde una perspectiva personalizada y moderna, con la utilización de las nuevas técnicas de impresión y producción, pero que mantenga la esencia y coherencia del material impreso de la época.



Título y Bajada

Chilenas de revista

Para la entrega anterior, el nombre del proyecto *Pitucas, Aperradas y Liberales* surgió a partir de los estereotipos de las mujeres de fines del siglo XIX y principios del siglo XX que dieron inicio a la historia editorial femenina. Sin embargo, a pesar de su fundamentación no poseía alusión directa al mundo editorial de las revistas. Dentro de ese contexto se optó por generar una nueva propuesta que guardara coherencia con el contenido del libro: las publicaciones femeninas chilenas. *Chilenas de revista*, surge a partir de la identificación directa con el tema en cuestión "revistas de chilenas o para chilenas", donde ellas mismas protagonizan el contenido de éstas.

Registro visual de publicaciones femeninas editadas en Chile 1900-1970

Para la bajada del título se hace alusión al catastro y el posterior registro de las revistas femeninas chilenas realizado para este proyecto. Se menciona que es un registro visual, ya que la selección de las publicaciones se realiza en base a su nivel de interés de la propuesta visual y editorial.

La periodización seleccionada corresponde a los inicios de mercado editorial de publicaciones para mujeres en Chile, reflejando la transformación y desarrollo del rol femenino tradicional hasta la creación de la revista *Paula*, la cual establece una ruptura con el modelo tradicional predominante.

Proceso logotipo

El proceso gráfico del logotipo del libro evolucionó en base a los siguientes ámbitos: pertinencia al tema de la publicación, composición tipográfica, legibilidad, uso del color y pregnancia. Por otro lado, el cambio de nombre generó nuevas propuestas como también nuevas composiciones.

Logotipo final en fondo de color



Registro de publicaciones femeninas editadas en Chile 1900-1970

Rotulación propia basada en tipografía Volupia, primera propuesta.



Registro de publicaciones femeninas editadas en Chile 1900-1970

Tipografía NB Antiqua Pro. Bajada en Signika. Baja legibilidad.



Registro de publicaciones femeninas editadas en Chile 1900-1970

Tipografías Escafina, Bree serif y Scala Sans Caps.



Registro visual de publicaciones femeninas editadas en Chile 1900-1970

Tipografías Escafina, Signika y Bree.



Registro visual de publicaciones femeninas editadas en Chile 1900-1970

Tipografías Bree y Bree serif en altas. Bajada: poca legibilidad en fondos de color.



Registro visual de publicaciones femeninas editadas en Chile 1900-1970

Logotipo final

Formato y papel

Formato

Se eligieron las dimensiones teniendo en cuenta el tamaño general de libros ilustrados o publicaciones relacionadas con el área artística los cuales normalmente se desarrollan en grandes formatos, sin embargo, no se quiso utilizar a un tamaño grande para que la producción de costos no fuera tan elevada y uno no tan pequeño entendiendo que no se trata de una novela si no de un libro que contiene bastante información y por sobre todo contenido visual.

Finalmente el tamaño elegido fue de 18 x 25 cm vertical, el cual permite una adecuada manipulación y no es restrictiva en cuanto a la diagramación de textos.

Por otro lado, la historia de las revistas femeninas en cuanto a dimensiones es bastante homogénea. Las publicaciones eran creadas a modo de periódicos e incluso pequeñas publicaciones como las antiguas revistas de literatura. Teniendo en cuenta estos aspectos se brindó un volumen que pudiera incluir todos los formatos de las revistas sin alejarse demasiado de las medidas reales.

Papel

Considerando que el proyecto trata de exponer varias publicaciones del siglo XX hechas a partir de papeles antiguos o de diario, se opta por elegir un soporte que permita rescatar y hacer palpable aquel patrimonio visual a través de un material parecido, no estucado y que permita una adecuada reproducción de las fotografías.

En el caso que se debiese generar un libro para una futura publicación y comercialización, la opción más conveniente para las páginas interiores es el *Bond ahuesado* de 90 grs., un papel económico que remite a los papeles utilizados en las publicaciones permitiendo una óptima impresión a través de las técnicas modernas digitales, como la impresión offset tradicional a 4 colores.

Sin embargo, para la elaboración de la maqueta final—impresa en una prensa offset digital—, se decidió utilizar *Environment Natural Smoth* de 118 grs., un papel reciclado de un precio más elevado pero adecuado para este tipo de impresión, teniendo en cuenta que la impresión es de solo un ejemplar.

Layout

Tipografía

Para el proyecto se optó por utilizar 3 familias tipográficas:

Alegreya Sans

Tipografía Sans serif pensada originalmente para textos literarios. Posee 13 estilos y fue utilizada para todos los textos principales y pie de fotos del proyecto. Resultó bien en la lectura de textos largos y permitió un gran rendimiento a lo largo del impreso. Por otra parte, la posibilidad de variables de grosores y estilos de esta familia, permitió además jerarquizar en la diagramación.

Fueron ocupadas las variantes Light, Light Italic, Regular, regular Italic, Bold y Bold Italic.

Signika

Es una fuente Sans serif que posee 4 estilos inspirada en tipografías como Ronnia, Meta, Tahoma o DIN, pero femimizada. Por este mismo carácter y su gran contraste y legibilidad fue utilizada para los títulos. Su variante utilizada fue la Semi Bold..

Bree Serif

Familia tipográfica Serif que posee un carácter informal con reminiscencias de escritura cursiva y de trazo cálido. Fue utilizada en el logotipo y los títulos de cada capítulo del libro. Su variante utilizada fue la Bold.

Alegreya Sans Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

Alegreya Sans Light Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

Alegreya Sans Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

Alegreya Sans Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

Alegreya Sans Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

Alegreya Sans Bold Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

Signika Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

Bree serif Semi Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

Estilos tipográficos y de párrafo

A continuación se presentan las diferentes tipografías y estilos de párrafo utilizados para las portadillas y los textos de cada revista.

Signika regular 12 pt — **PRENSA**

Bree Serif 24 pt — **Obrera y feminista** *Título*

Alegreya Sans regular 10/12 pt — La naciente industria editorial femenina chilena, está marcada por la iniciativa de mujeres que querían expresar y divulgar sus ideales. Aquellas creencias manifestadas en las revistas comienzan a gestarse con mayor determinación con el desarrollo de la prensa obrera y feminista, ya que durante las tres primeras décadas del siglo XX surgieron en el país una gran cantidad de este tipo de periódicos femeninos, como complemento n valioso testimonio para la reconstrucción historiográfica de la cultura política de los trabajadoras desde fines del siglo XIX en Chile.(...)

Texto

Signika Bold
Small caps 14 pts. — **ACCIÓN FEMENINA** *Título*

Alegreya Sans Regular 10 pt. — 1922-1930 | 1934-1939

Alegreya Sans Regular 8 pt. — Santiago, Chile

Texto de análisis

Alegreya Sans regular 8/9 pt. — Debido a su carácter político-social, Acción femenina estuvo influenciada gráficamente por diferentes periódicos de la época. Sin embargo, se alejaba de aquellos patrones a través de su diagramación a dos columnas, la inclusión de ciertos detalles ornamentales, ilustraciones grabadas y fotografías que acompañaban a los artículos. La revista tuvo dos etapas claramente diferenciadas. En sus inicios la revista apeló a ilustraciones alegóricas con mujeres heroínas (...)

Texto descriptivo

Esta publicación surgió bajo la dirección del Partido Cívico Femenino, una importante organización feminista de la primera mitad del siglo XX. La institución, que a pesar de su denominación nunca actuó como partido político, fue presidida por Ester de Rivas Sanhueza y su objetivo fue ejercer presión para obtener reformas legales que abolieran la subordinación de las mujeres en los distintos ámbitos de la vida. El sufragio femenino universal, el divorcio y el trabajo femenino, fueron materias relevantes en la publicación. Se editó mensualmente y fue dirigida, en una primera fase, por César Sanhueza y Graciela Mandujano; posteriormente, Amanda Labarca—destacada académica, escritora y política chilena—asumió esa función. Si bien la revista tuvo un contenido notablemente político (...)

5 mm

Alegreya Sans Light 10/12 pt.

Signika Bold Subtitulado 20/22 pt. — **“El enorme porcentaje de matrimonios fracasados, acarrea el completo derrumbe de innumerables hogares y expone (...)”**

Cita alusiva a una revista

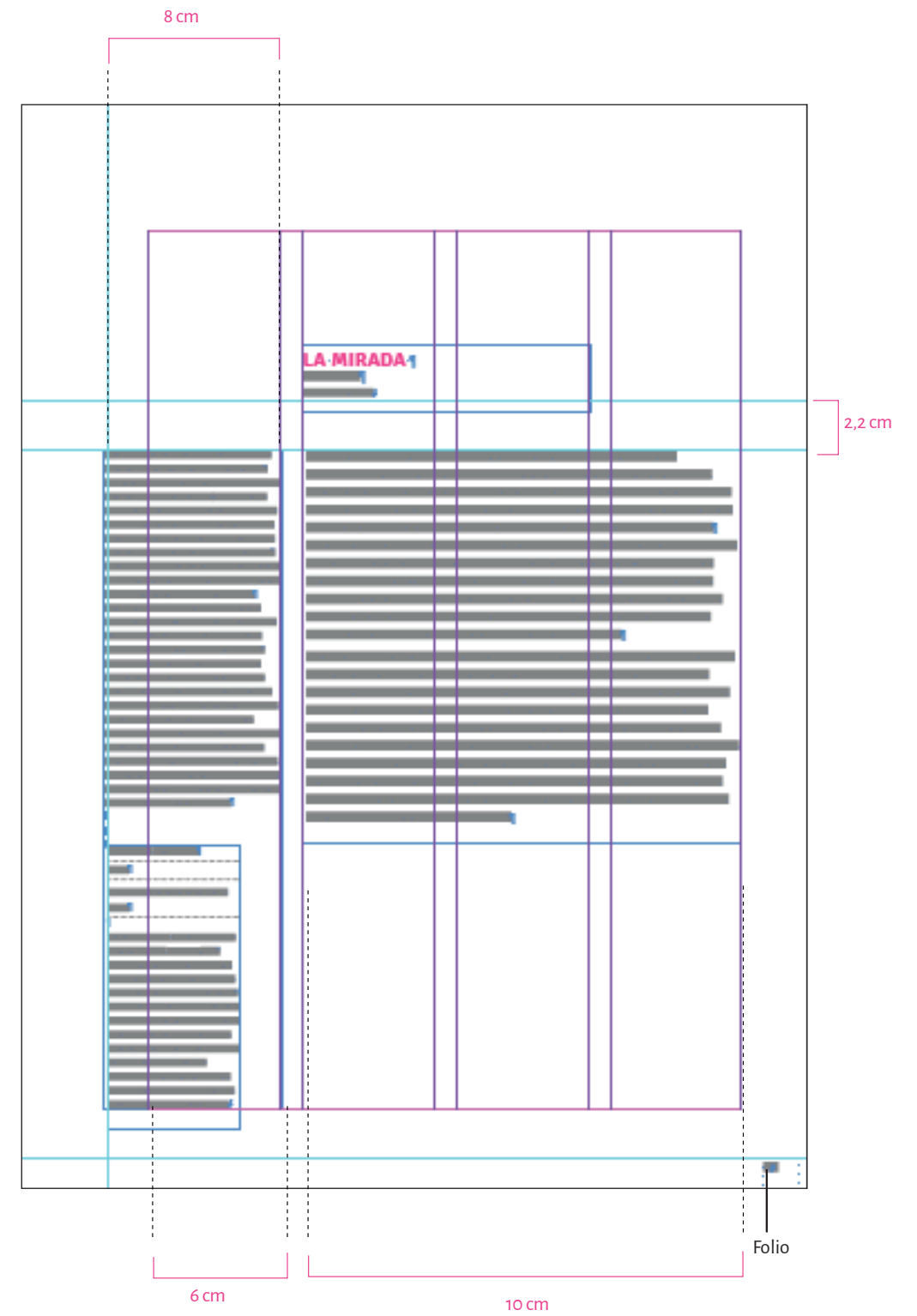
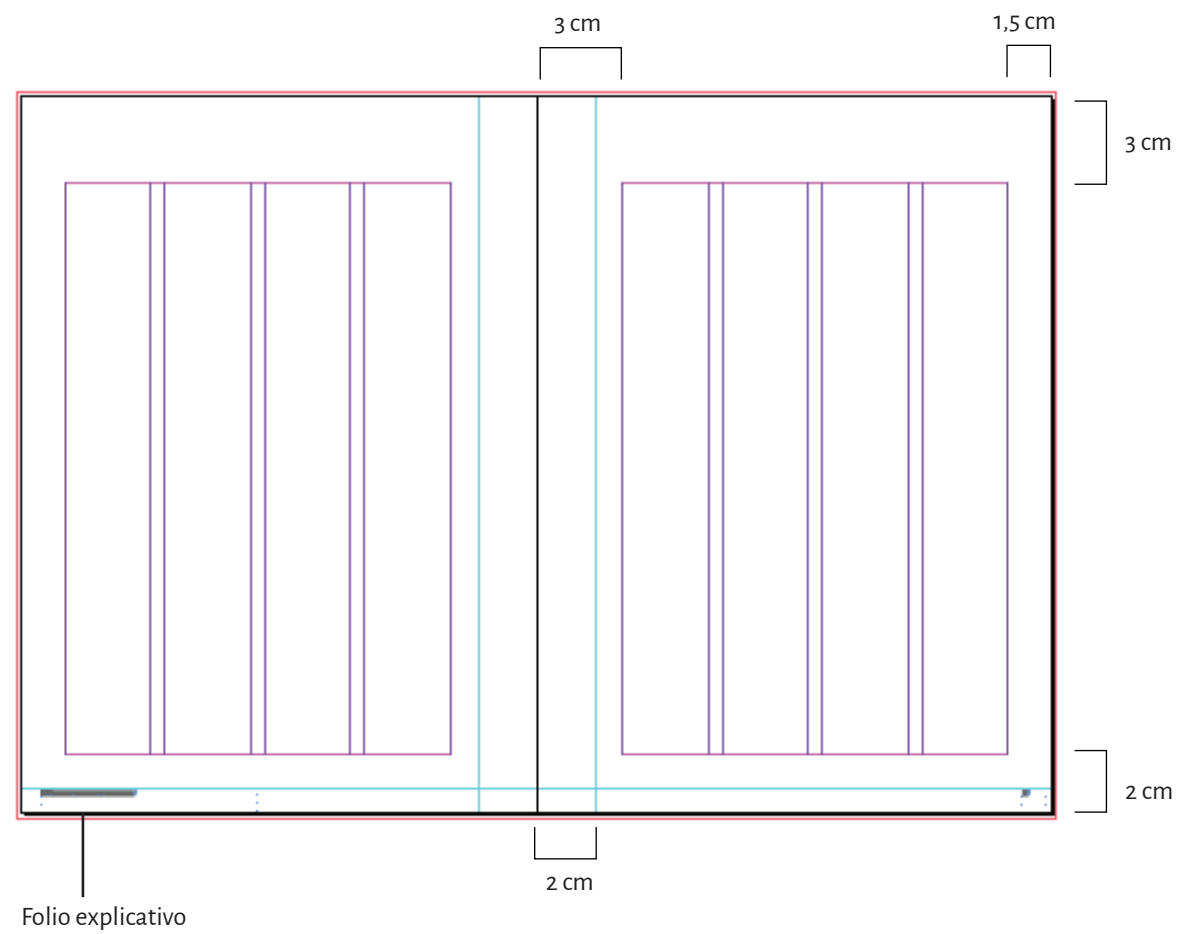
Alegreya Sans Bold 8/12 pt. — *Página izquierda:*
Portada Acción Femenina 1923 Número 7

Alegreya Sans Bold 8/9 pt. — La ilustración de la cubierta representa un cambio radical, que tras el fallecimiento de la mujer tradicional, emerge la mujer "nueva", más autónoma, propia del siglo XX) Esta portada se mantuvo hasta el número 10 de la revista.

Pie de Foto

Diagramación

Para el diseño del libro se utilizó una retícula compuesta por 4 columnas con un sangrado de 5 mm. Esta estructura se desarrolló exclusivamente para los textos, ya que debido a la gran cantidad de fotografías incluidas se debieron establecer una serie de normas propias—principalmente siguiendo criterios visuales—, para cada una de ellas a lo largo del libro.



Recorrido de Lectura

Esta propuesta es de un libro sobre cultura visual, por lo que la mayoría de sus páginas contiene imágenes, destacándose sobre todo en el tercer capítulo en las revistas de moda y tendencias debido a la gran cantidad de material que se dispuso de éstas.

- Solo texto
- Texto + imágenes
- Solo imágenes

TAPA		PORTADA		ÍNDICE		INTRODUCCIÓN			
APERTURA DEL CAPÍTULO 1		REVISTA 1				REVISTA 2			
		REVISTA 3				REVISTA 4			
				REVISTA 5				REVISTA 6	
				APERTURA DEL CAPÍTULO 2		REVISTA 7			
		REVISTA 8							

REVISTA 9						REVISTA 10			
		REVISTA 11						APERTURA DEL CAPÍTULO 3	
REVISTA 12						REVISTA 13			
		REVISTA 14							
REVISTA 15						REVISTA 16			
						REVISTA 17			
								REVISTA 18	
						REVISTA 19			
						REVISTA 20			

146	147	148	149	150	151	152	153	154	155
156	157	158	159	160	161	162	163	164	175
166	167	168	169	170	171	172	173	174	
176	177	178	179	180	181	182			

182 páginas
Impresión a 4/4 colores.

Paleta de colores

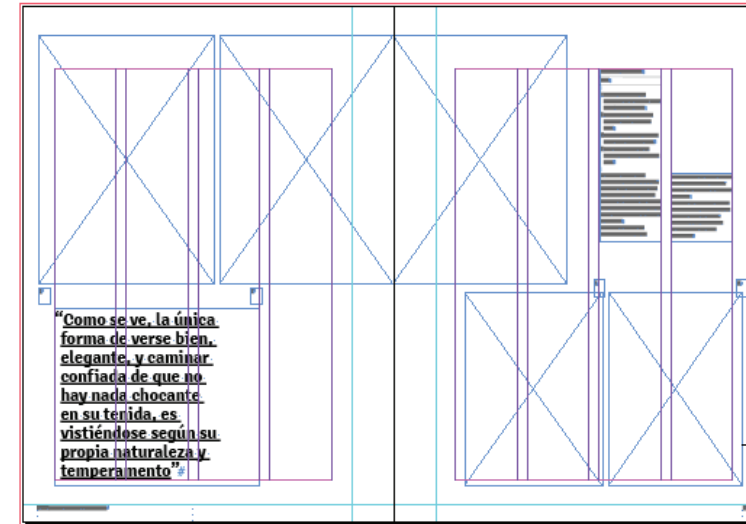
Este libro se proyecta para ser impreso en un sistema Offset a 4 colores. Se propone además el uso de un color magenta utilizado para los títulos, textos relevantes, ilustraciones duotonaes y fondos de página. Igualmente se aplica un color secundario para ciertos textos y fondos de los inicios de cada capítulo.

Se eligieron ambos colores dominantes en virtud de su intensidad cromática para que destacaran frente al contenido gráfico del libro. Sin embargo, es una combinación de colores armónicos, ya que está dada por colores que en el círculo cromático son adyacentes permitiendo una composición adecuada.

Respecto a la elección del magenta como color principal, se debe a que simbólicamente representa la feminidad, lo que construye inmediatamente un significado de esa naturaleza.

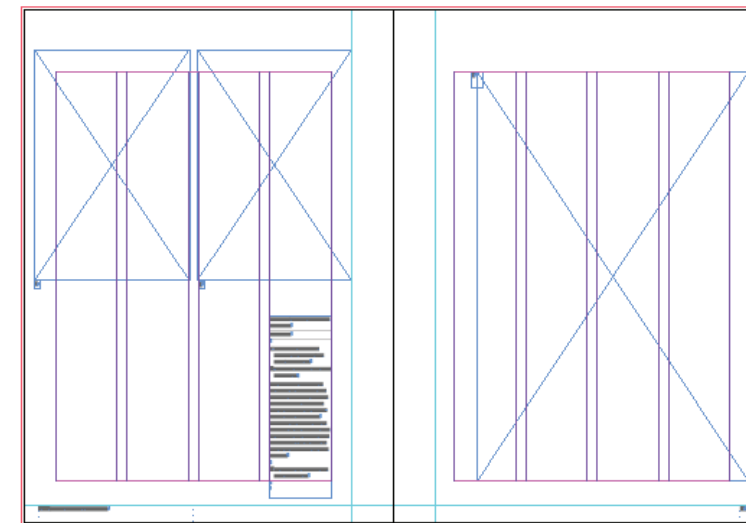
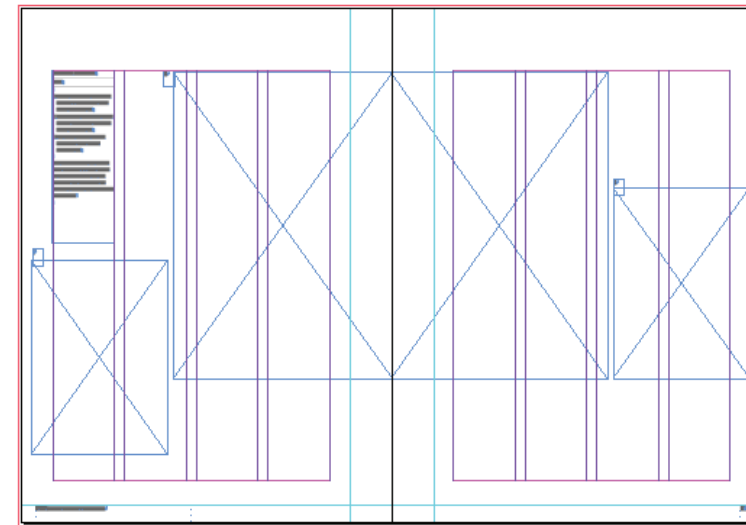
- C: 1
M: 89
Y: 9
K: 0
- C: 40
M: 5
Y: 20
K: 0

Composición



Como se mencionó anteriormente, la disposición de las imágenes se llevó a cabo a través de una composición óptima. Teniendo en cuenta que se contaba con gran cantidad de material, se debió aprovechar al máximo cada una de las páginas por lo que el uso de la retícula en este caso fue mínima. En general el diseño de los capítulos se ejecutó a partir de las revistas, y una vez que eran situadas se componía el texto de los pie de foto y las citas.

Imágenes



Edición de imágenes

Para obtener una reproducción de las imágenes en la forma más objetiva posible, se optó por utilizar el escáner, ya que de esta manera se creó un registro limpio, de colores verídicos y sin deformaciones.

Por otro lado, se fotografiaron varias revistas con el celular y cámara fotográfica ya que en varios contextos no contaba el material de forma personal.

Y por último, se realizó la descarga de imágenes vía internet de gran parte del material registrado.

Teniendo en cuenta que las revistas que se documentaron son bastante antiguas—muchas de las cuales no presentan un óptimo estado—, se editaron con Photoshop para lograr colores homogéneos y similares a las originales. Además, se modificaron y eliminaron detalles como manchas, rasgaduras, dobleces, entre otros, con el fin de mejorar su calidad buscando facilitar la apreciación del material, respetando el diseño original de las publicaciones.



Revista *Cenicienta*: Digitalización con escáner y posterior edición con Photoshop.



Revista *Mirada*: Digitalización con fotografía de celular y posterior edición con Photoshop.

Línea gráfica

Para la línea gráfica del proyecto se optó por recurrir a las mismas revistas como herramienta visual y utilizarlas a través de la técnica del collage, manteniendo el carácter tangible del papel de todas las publicaciones impresas.

Por otro lado, para otorgarle una apariencia más contemporánea, se optó por emplear ciertas tramas de medio tono de color que remiten al detalle de las técnicas de impresión de algunas revistas del siglo XX.

Ambos elementos se utilizarían para incluirlos en el libro en la medida que fuese adecuado con el diseño interior y no estorbe el contenido y las imágenes principales.



Propuestas preliminares

En una primera instancia, el proyecto se pensó como un registro que contenía una serie de fichas que expusieran diferentes aspectos característicos, permitiendo analizar las revistas gráficamente. Sin embargo, al ser estos elementos de análisis bastante generales, no permitía ahondar en un estudio visual más profundo y particular de la existencia de cada publicación.

En el segundo período de trabajo (proyecto de título), se optó por crear una estrategia de análisis de diseño más personalizada, dejando de lado las fichas técnicas para generar un análisis minucioso que profundizara en los detalles singulares de cada publicación, pero además que permitiera mezclar la historia de cada una teniendo en cuenta que gran parte de la vida de las revistas están vinculadas al desarrollo gráfico de éstas. Por eso mismo se optó por dedicar más páginas al desarrollo a las revistas dependiendo del material e información que se dispusiera de ellas.

Revista Industrial Femenina
1912-1914, Chile
Año 1912
N.º 1
Periodicidad: Mensual
Ciudad: San Santiago de Chile

La Revista Industrial Femenina, dedicada a las damas de la clase obrera y profesional, fue fundada en 1912 por la Escuela Profesional Superior y funcionaba como portavoz y propaganda de la enseñanza profesional femenina. Esta publicación fue creada en un ambiente de producción, donde el trabajo — en especial las Escuelas Profesionales de mujeres — era valorado, por lo que esta revista como fin hacer desaparecer todos aquellos conceptos erróneos que se tenían, ya que manifestaban que la Enseñanza Profesional femenina era una actividad social de tanta trascendencia como cualquier otra labor del país. Por lo que su misión era llevar a todas partes el conocimiento de que la actividad profesional femenina era "de una importancia ineludible y de que ella debe ser estimada en su valor y apoyada en lo que pueda". Declaraba Ana Val de Bérniz, directora de la revista. Por otro lado, pretendía ayudar a las damas de casa y contribuir a la difusión de enseñanzas prácticas. Contaba con secciones prácticas de higiene, jardinería, cocina, psicología del estudio del costado y crianza de los niños (cuando pequeño), y diferentes artículos de entretenimiento de poesía a una.

Revista Industrial Femenina
Año 1912
N.º 1
Periodicidad: Mensual
Ciudad: San Santiago de Chile

La Revista Industrial Femenina, dedicada a las damas de casa y a las Industriales Femeninas, fue obra de las alumnas de la Escuela Profesional Superior y funcionaba como portavoz y propaganda de la enseñanza profesional femenina. Esta publicación fue creada en un ambiente de producción, donde el trabajo — en especial las Escuelas Profesionales de mujeres — era valorado, por lo que esta revista como fin hacer desaparecer todos aquellos conceptos erróneos que se tenían, ya que manifestaban que la Enseñanza Profesional femenina era una actividad social de tanta trascendencia como cualquier otra labor del país. Por lo que su misión era llevar a todas partes el conocimiento de que la actividad profesional femenina era "de una importancia ineludible y de que ella debe ser estimada en su valor y apoyada en lo que pueda". Declaraba Ana Val de Bérniz, directora de la revista. Por otro lado, pretendía ayudar a las damas de casa y contribuir a la difusión de enseñanzas prácticas. Contaba con secciones prácticas de higiene, jardinería, cocina, psicología del estudio del costado y crianza de los niños (cuando pequeño), y diferentes artículos de entretenimiento de poesía a una.

elite
1935-1941, Chile
Año 1935
N.º 1
Periodicidad: Mensual
Ciudad: San Santiago de Chile

La Revista 'elite' fue fundada en 1935 por la Escuela Profesional Superior y funcionaba como portavoz y propaganda de la enseñanza profesional femenina. Esta publicación fue creada en un ambiente de producción, donde el trabajo — en especial las Escuelas Profesionales de mujeres — era valorado, por lo que esta revista como fin hacer desaparecer todos aquellos conceptos erróneos que se tenían, ya que manifestaban que la Enseñanza Profesional femenina era una actividad social de tanta trascendencia como cualquier otra labor del país. Por lo que su misión era llevar a todas partes el conocimiento de que la actividad profesional femenina era "de una importancia ineludible y de que ella debe ser estimada en su valor y apoyada en lo que pueda". Declaraba Ana Val de Bérniz, directora de la revista. Por otro lado, pretendía ayudar a las damas de casa y contribuir a la difusión de enseñanzas prácticas. Contaba con secciones prácticas de higiene, jardinería, cocina, psicología del estudio del costado y crianza de los niños (cuando pequeño), y diferentes artículos de entretenimiento de poesía a una.

elite
1935-1941, Chile
Año 1935
N.º 1
Periodicidad: Mensual
Ciudad: San Santiago de Chile

La Revista 'elite' fue fundada en 1935 por la Escuela Profesional Superior y funcionaba como portavoz y propaganda de la enseñanza profesional femenina. Esta publicación fue creada en un ambiente de producción, donde el trabajo — en especial las Escuelas Profesionales de mujeres — era valorado, por lo que esta revista como fin hacer desaparecer todos aquellos conceptos erróneos que se tenían, ya que manifestaban que la Enseñanza Profesional femenina era una actividad social de tanta trascendencia como cualquier otra labor del país. Por lo que su misión era llevar a todas partes el conocimiento de que la actividad profesional femenina era "de una importancia ineludible y de que ella debe ser estimada en su valor y apoyada en lo que pueda". Declaraba Ana Val de Bérniz, directora de la revista. Por otro lado, pretendía ayudar a las damas de casa y contribuir a la difusión de enseñanzas prácticas. Contaba con secciones prácticas de higiene, jardinería, cocina, psicología del estudio del costado y crianza de los niños (cuando pequeño), y diferentes artículos de entretenimiento de poesía a una.

En esta primera propuesta se contaba con 2 planas tamaño carta para desarrollar cada revista, por lo que solo permitía incluir un número reducido de imágenes y poco contenido.

Confidencias
1954-1955
Santiago, Chile

Confidencias fue la revista femenina que nació a principios de 1954 y nació siendo básicamente una publicación de novelas e historias de aventuras amorosas. Con el tiempo fue diversificando diferentes secciones: "Entre nosotras", que le otorgaba prácticas consejos de belleza y de cocina; "Bata y cocinilla", como suplemento dedicado a todas las lectoras que quisieran que sus platos fueran perfectos — les daba recetas a sus problemas; "Confidencias al calor" al hacerle eco mensual que era de guía para todas aquellas mujeres que vivían en la montaña; "El mundo de la semana" que les traía a las lectoras lo último de la moda de París a través de las nuevas revistas que salían desde París y de la actualidad de su hogar.

El caso Confidencias partió siendo una revista para la mujer chilena, más tarde se extendió y comenzó a ser publicada en el extranjero.

Revista Confidencias
1954-1955
Santiago, Chile

Al año 1954, cuando se estaba organizando la Escuela Profesional Superior y funcionaba como portavoz y propaganda de la enseñanza profesional femenina. Esta publicación fue creada en un ambiente de producción, donde el trabajo — en especial las Escuelas Profesionales de mujeres — era valorado, por lo que esta revista como fin hacer desaparecer todos aquellos conceptos erróneos que se tenían, ya que manifestaban que la Enseñanza Profesional femenina era una actividad social de tanta trascendencia como cualquier otra labor del país. Por lo que su misión era llevar a todas partes el conocimiento de que la actividad profesional femenina era "de una importancia ineludible y de que ella debe ser estimada en su valor y apoyada en lo que pueda". Declaraba Ana Val de Bérniz, directora de la revista. Por otro lado, pretendía ayudar a las damas de casa y contribuir a la difusión de enseñanzas prácticas. Contaba con secciones prácticas de higiene, jardinería, cocina, psicología del estudio del costado y crianza de los niños (cuando pequeño), y diferentes artículos de entretenimiento de poesía a una.

En las propuestas posteriores se optó por un formato más pequeño. En este diseño se debían generar diferentes lecturas en la página de entrada para cada revista. Se elegía una portada representativa y el resto eran páginas interiores. El problema era que varias de las publicaciones exhibían un desarrollo importante en la línea editorial de sus cubiertas, por lo que era de suma importancia mostrar más de una.

Revista Industrial Femenina
Año 1912
N.º 1
Periodicidad: Mensual
Ciudad: San Santiago de Chile

La Revista Industrial Femenina, dedicada a las damas de casa y a las Industriales Femeninas, fue obra de las alumnas de la Escuela Profesional Superior y funcionaba como portavoz y propaganda de la enseñanza profesional femenina. Esta publicación fue creada en un ambiente de producción, donde el trabajo — en especial las Escuelas Profesionales de mujeres — era valorado, por lo que esta revista como fin hacer desaparecer todos aquellos conceptos erróneos que se tenían, ya que manifestaban que la Enseñanza Profesional femenina era una actividad social de tanta trascendencia como cualquier otra labor del país. Por lo que su misión era llevar a todas partes el conocimiento de que la actividad profesional femenina era "de una importancia ineludible y de que ella debe ser estimada en su valor y apoyada en lo que pueda". Declaraba Ana Val de Bérniz, directora de la revista. Por otro lado, pretendía ayudar a las damas de casa y contribuir a la difusión de enseñanzas prácticas. Contaba con secciones prácticas de higiene, jardinería, cocina, psicología del estudio del costado y crianza de los niños (cuando pequeño), y diferentes artículos de entretenimiento de poesía a una.

Revista Industrial Femenina
Año 1912
N.º 1
Periodicidad: Mensual
Ciudad: San Santiago de Chile

La Revista Industrial Femenina, dedicada a las damas de casa y a las Industriales Femeninas, fue obra de las alumnas de la Escuela Profesional Superior y funcionaba como portavoz y propaganda de la enseñanza profesional femenina. Esta publicación fue creada en un ambiente de producción, donde el trabajo — en especial las Escuelas Profesionales de mujeres — era valorado, por lo que esta revista como fin hacer desaparecer todos aquellos conceptos erróneos que se tenían, ya que manifestaban que la Enseñanza Profesional femenina era una actividad social de tanta trascendencia como cualquier otra labor del país. Por lo que su misión era llevar a todas partes el conocimiento de que la actividad profesional femenina era "de una importancia ineludible y de que ella debe ser estimada en su valor y apoyada en lo que pueda". Declaraba Ana Val de Bérniz, directora de la revista. Por otro lado, pretendía ayudar a las damas de casa y contribuir a la difusión de enseñanzas prácticas. Contaba con secciones prácticas de higiene, jardinería, cocina, psicología del estudio del costado y crianza de los niños (cuando pequeño), y diferentes artículos de entretenimiento de poesía a una.

La Revista Azul
1934-1935
Santiago, Chile

Este magazine substituido "quincenario ilustrado del hogar y de la economía doméstica", comenzó a publicarse en noviembre de 1934. Esta revista se pensó a primer momento como un suplemento de consejos prácticos y consejos útiles en todo lo referente al contenido de la mujer y especialmente a lo relativo a la casa, el cuidado del hogar, la crianza de los hijos, los cuidados estéticos, la literatura y artículos informativos sobre el acontecer político nacional e internacional. Además, se pensó que esta revista debía ser un medio de expresión de la vida social de la mujer chilena, sus fiestas, sus nuevas pasadas y "policías" de la temporada y el verano en los más exclusivos balnearios del litoral.

Cada una de las fotografías utilizadas para los portadas y las páginas interiores fue de crítica para que las mujeres de alguna manera se reconocieran y se observaran unas a otras. Asimismo, se daba cuenta de la labor cotidiana que ejecutaban estas mismas mujeres. La publicación también era un medio de difusión al panorama cultural capitalino y los diferentes acontecimientos que sucedían en las instituciones femeninas y en general de la vida. La Revista Azul defendía abiertamente las costumbres, modismos de la alta sociedad, escuchando la misma agenda de aquel grupo privilegiado y la elegancia y el decoro que los caracterizaba y propiciaba que volía convivir con argumentos críticos que surgían de la misma vida que las costumbres de la vida y el decoro.

La revista circulaba en la capital y también en provincias y dialogaba con sus lectoras a través de la correspondencia. Algunas lectoras que participaban en esta prensa fueron las Echeverría y Flores Díaz, ambas pertenecientes a importantes familias aristocráticas de la época, pero que además se dedicaban al comercio en sus respectivos hogares. Estas lectoras, por lo tanto, se observaban en la revista y en la vida cotidiana de la mujer chilena, especialmente en temas relacionados con la Economía Doméstica y el hogar. Esta revista buscó mostrar todas las actividades económicas y profesionales, especialmente en temas relacionados con la Economía Doméstica y el hogar. Esta revista buscó mostrar todas las actividades económicas y profesionales, especialmente en temas relacionados con la Economía Doméstica y el hogar. Esta revista buscó mostrar todas las actividades económicas y profesionales, especialmente en temas relacionados con la Economía Doméstica y el hogar.

La Revista Azul
1934-1935
Santiago, Chile

Este magazine substituido "quincenario ilustrado del hogar y de la economía doméstica", comenzó a publicarse en noviembre de 1934. Esta revista se pensó a primer momento como un suplemento de consejos prácticos y consejos útiles en todo lo referente al contenido de la mujer y especialmente a lo relativo a la casa, el cuidado del hogar, la crianza de los hijos, los cuidados estéticos, la literatura y artículos informativos sobre el acontecer político nacional e internacional. Además, se pensó que esta revista debía ser un medio de expresión de la vida social de la mujer chilena, sus fiestas, sus nuevas pasadas y "policías" de la temporada y el verano en los más exclusivos balnearios del litoral.

Cada una de las fotografías utilizadas para los portadas y las páginas interiores fue de crítica para que las mujeres de alguna manera se reconocieran y se observaran unas a otras. Asimismo, se daba cuenta de la labor cotidiana que ejecutaban estas mismas mujeres. La publicación también era un medio de difusión al panorama cultural capitalino y los diferentes acontecimientos que sucedían en las instituciones femeninas y en general de la vida. La Revista Azul defendía abiertamente las costumbres, modismos de la alta sociedad, escuchando la misma agenda de aquel grupo privilegiado y la elegancia y el decoro que los caracterizaba y propiciaba que volía convivir con argumentos críticos que surgían de la misma vida que las costumbres de la vida y el decoro.

La revista circulaba en la capital y también en provincias y dialogaba con sus lectoras a través de la correspondencia. Algunas lectoras que participaban en esta prensa fueron las Echeverría y Flores Díaz, ambas pertenecientes a importantes familias aristocráticas de la época, pero que además se dedicaban al comercio en sus respectivos hogares. Estas lectoras, por lo tanto, se observaban en la revista y en la vida cotidiana de la mujer chilena, especialmente en temas relacionados con la Economía Doméstica y el hogar. Esta revista buscó mostrar todas las actividades económicas y profesionales, especialmente en temas relacionados con la Economía Doméstica y el hogar. Esta revista buscó mostrar todas las actividades económicas y profesionales, especialmente en temas relacionados con la Economía Doméstica y el hogar.

Parte del desafío de diseño era incluir una cantidad de información adecuada y significativa generando una clara distinción entre los diferentes niveles de textos. Para esto, se diseñaron diferentes anchos de columna de texto y color, a modo de hacer la lectura más intuitiva y ordenada.

era el epílogo de la dolorosa tragedia? is, el corazón de la mujer absolutamente desposeído del amor sentimiento cual, todos tenemos derecho como deroso estímulo en nuestra existencia, no está exento de sentir la nostalgia otro corazón, que análogo en sentimientos, puedan al pasar de la vida entrar, comprenderse y mutuamente adirse en la funesta llama de un por ilegal, que las leyes de los se condenan, mientras

Inutili. mujer en. fiar la sagra. turales le in. injustificada con. taraleza, es absur. moral y debemos conve. cuanto más moral sea la. un país, más d.

SU MARIDO LA NECESITA PARA TRIUNFAR

Chilenas de revista

Registro visual de publicaciones femeninas editadas en Chile

1900-1970

Paulina Astudillo Curriel



EVOLUCION FEMENINA

Si hay algo en donde desaparecido también. Sus sentimientos e inquietudes ya no residen en él. Y si esta nueva filosofía que podríamos llamar filosofía de las glándulas que es la que ha imperado por sobre todo

La naciente industria editorial femenina local estuvo marcada por la iniciativa de mujeres que querían expresar y divulgar sus aspiraciones, además de reafirmar su rol de sujeto social en un período en el que todavía se exaltaban las cualidades de un modelo naturalizado de mujer relegada al ámbito doméstico. Sin embargo, su rol social y de género comenzó a cambiar con el proceso modernizador impulsado en nuestro país a partir del siglo XX, en razón de los cuestionamientos que ellas mismas levantaron como una respuesta a esa tradición imperante. En dicho contexto, las revistas se transformaron en una herramienta discursiva para dar cuenta de estos cambios sociales y culturales en los cuales las mujeres tuvieron un rol significativo. Esta situación incorporó a chilenas de diferentes clases sociales promovidas a la producción de las más diversas revistas, originando así el comienzo de una industria de gran relevancia para la sociedad y que da cuenta también de la gestación del movimiento feminista de ese siglo.

Por otro lado, las revistas de corte femenino evidenciaron cambios sustantivos en su diseño gráfico, tanto a nivel de su línea editorial como por el paso del tiempo, cambios que también se vieron evidenciados por el proceso de evolución de la mujer. **Chilenas de Revista** muestra un recorrido abierto por diversas publicaciones femeninas de del siglo XX, enfatizando el papel que desempeñaron como agentes culturales y de comunicación visual durante ese período. Revistas que fueron sirviendo a la vez como vehículo de transmisión de contenidos generados por mujeres que deseaban transformar tanto su condición de "objetos" de modernización como también su papel en la sociedad en tanto "sujetos" de modernización.



Contraportada Chilenas de revista

Tipo: Libro.

- Formato: (250 x 180mm) Cerrado.
- Tapas: (250 x 360 mm) Extendido con lomo incluido (15mm) en Environment Natural Smooth de 270grs. Impresas a 4/4
- Interior:
 - Maqueta: 182 Páginas en papel Environment Natural Smooth de 118 grs.
 - Publicación: 182 Páginas en papel Bond ahuesado de 90 grs.
 - Impresión a 4/4 colores.
- Encuadernación: Costura Hilo y Hotmelt.
- Cantidad de imágenes: 400 aprox. a 4/4.colores.

Páginas interiores

Artículos Magalote 1933

- 1 "Tiene Novotras la armónica en el vestir", p.16, 1933, número 1015.
- 2 "Cocina de Margarita", p.38-39, 1933, número 1015.
- 3 "Blanco por todos lados", p.25, 1933, número 1015.
- 4 "Los problemas de la mujer", p.51, 1933, número 1015.

La revista posee una estructura básica de 2 a 3 columnas. Sin embargo, eso no impide que en ciertas páginas se genere un juego más dramático—fuera de la grilla base—entre el texto y la imagen. Además, a modo de ornamentación en la publicación, se suele incluir cierta decoración acompañando las páginas o dobles páginas. Cuando se incluyen varios publicitarios (imágenes) la grilla base se destruye y en ocasiones se subdivide en más columnas.

“Como se ve, la única forma de verse bien, elegante, y caminar confiada de que no hay nada chocante en su tenida, es vistiéndose según su propia naturaleza y temperamento”

188 | Revista de lujo y status

189 | Revista de lujo y status

Artículo Coriño "Deportes casuales", p.19, 1937, Número 9

Páginas interiores a color impresas en la técnica Dufour con vibrante en algunas secciones de impresión como la de Editorial Ercilla.

190 | Ilustración de moda y actualidad

Artículos Alejandre 1946-1948

- 1 "Boda Real", p.11, 1948, número 10.
- 2 "Ballet en los salones del Club Hípico, ofrecido por María Eugenia del Peñal", p.12, 1948, número 5.

Es común ver a través de las páginas de Alejandre lo que pasa en la sociedad elite y la vida de Santiago Ballester en el Club Hípico, matrimonio de familias aristocráticas, y por sobre todo la presentación de las jóvenes debutantes en sociedad.

Se cubren la mayoría de las páginas de la revista. En cuanto a la línea gráfica, es común el uso de fotografías modernas en los textos, en este caso, el arte gráfico vinculado a los tipos de diseño, creados en 1933 por Monotype.

Páginas Dedicadas Artículos Alejandre 1946-1948

Selección de artículos del número 14.

Páginas sociales dedicadas exclusivamente a la presentación de jóvenes debutantes en sociedad chilena. Se utilizan tanto fotografías e ilustraciones impresas en fotograbado como tinta negra o roja, dando la posibilidad de observar los rasgos de las matrones de la época.

En ocasiones también se utilizan cuadros que le otorgan mayor relevancia a las páginas de la revista.

191 | Revista de lujo y status

sugiere



Cómo Ganar Dinero en Casa

En cualquier época del año se presenta la oportunidad de llevar un chal. En la presente temporada éste constituye un cálido abrigo y a la vez un decorativo complemento de su tenida. La moda ha implantado el tejido a crochet en todas sus expresiones.

Se trata de un trabajo rápido, de reducido costo y a la vez práctico.

MATERIALES: 300 g. de lana de color. Palillos N.º 4½. Crochet N.º 3.
PUNTOS EMPLEADOS: Fantasia: (a palillo) sobre el número de puntos urdidos se tejen dos corridas al derecho y luego: 1.ª corrida: (1 derecho, 2 vueltas —colocar dos vueltas de lana sobre el palillo derecho—), repetir el paréntesis y terminar la corrida con 1 derecho. 2.ª corrida: deslizar el primer punto sin tejer, soltar las 2 vueltas de la corrida anterior. Repetir esto hasta completar 6 puntos largos, estirarlos con el palillo para que queden idéntico largo y luego pasar el palillo izquierdo a través de los 3 primeros puntos y pasarlos sobre los otros 3 de manera de cruzar-

los; los puntos así cruzados colocarlos en el palillo izquierdo y tejerlos con el palillo derecho al derecho. Repetir este procedimiento hasta finalizar la corrida. 3.ª corrida: al derecho. 4.ª corrida: al derecho. 5.ª corrida: como la primera. 6.ª corrida: (1 punto deslizado, dejar caer las vueltas de la corrida anterior). Repetir el paréntesis sólo 3 veces de modo de completar 3 puntos largos. Pasarlas al palillo izquierdo y tejerlas al derecho. Seguir tejiendo como se hizo en la segunda corrida. 7.ª corrida: como la tercera. 8.ª corrida: igual a la cuarta. Repetir siempre estas ocho

corridas guiándose por la muestra que presentamos en esta página.

PUNTO CANGREJO: (Al crochet) se trata del medio punto común que se teje de izquierda a derecha o sea a la inversa de como se hace normalmente.
 Se empieza el chal por una punta urdiendo 6 puntos con lana negra. Después de tejer dos corridas al derecho se continúa con el punto fantasia, aumentando tres puntos al final de la segunda corrida y de la sexta a fin de darle la forma. Repetir 28 veces las ocho corridas del punto fantasia, con los aumentos correspondientes. Se tienen entonces 174 puntos sobre el palillo. Se procede entonces a disminuir los puntos que se aumentaron, paulatinamente, hasta llegar a tener los 6 puntos iniciales. Se tejen 2 corridas al derecho y se cierran todos los puntos de 1 vez. Tejer entonces 1 corrida de punto cangrejo alrededor del chal, formando las pequeñas ondas que pueden apreciarse en el modelo. Planchar ligeramente por el revés.



IMPLEMENTACIÓN

Gestión

Propuesta de Valor

Como se mencionó anteriormente, parte de la propuesta es crear y ofrecer por primera vez en el medio local un libro que registre las revistas femeninas chilenas, abordándolas y analizándolas desde la disciplina del diseño. En resumen, se pretende revalorizar una parte de la historia chilena desde la perspectiva de las publicaciones femeninas y su análisis visual; y que pueda transformarse en un antecedente y aporte para estudios posteriores relativos a este tema.

Estrategia de comercialización

Este proyecto se basa en una *estrategia de Nicho*, un segmento de mercado constituido por un reducido número de consumidores con características específicas y fácilmente identificable.

Debido a su pequeña dimensión los nichos de mercado no son aptos para las grandes empresas, pero constituyen una gran oportunidad para los pequeños proyectos como éste, buscando optar a editoriales y micro editoriales que dirigen su oferta a las características y necesidades de los consumidores específicos, los cuales estarían dispuestos a pagar un mayor precio por este producto en particular.

Usuarios y Beneficiarios

Este proyecto busca ser dirigido a estudiantes universitarios y académicos interesados en la comunicación visual, la cultura de las revistas y la historia del diseño gráfico; de igual manera, podría ser de interés para estudiantes, investigadores y profesionales procedentes de otras disciplinas como la historia, la literatura y las ciencias sociales.

Asimismo, este proyecto podría ser de utilidad e interés a un segmento compuesto de diferentes profesionales vinculados al rescate y conservación del patrimonio visual.

Diferenciación y Posicionamiento

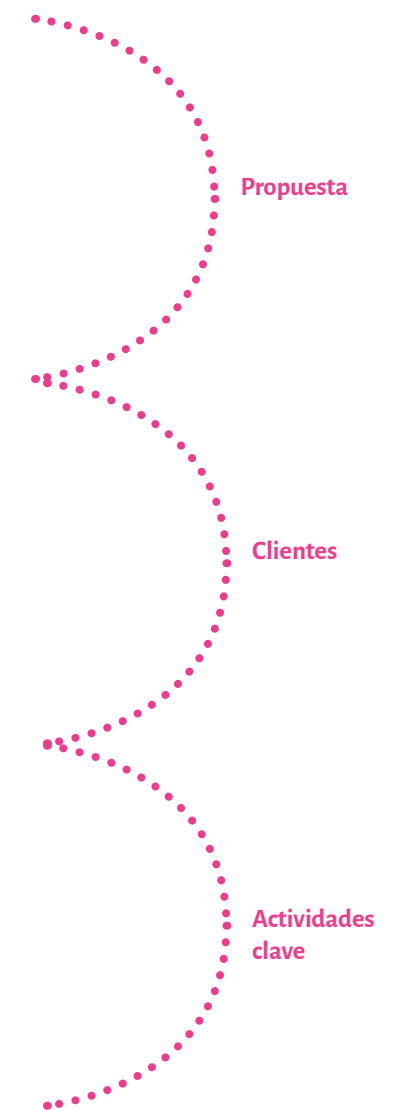
Como elemento de diferenciación con respecto a la competencia, se buscaría que la interacción con los clientes se genere principalmente a través de puntos de venta específicos y de la exhibición del producto.

Estos lugares estarían determinados por los diferentes centros de reunión culturales y académicos.

Los principales lugares puntos de difusión serían:

Escuelas Universitarias

- Escuelas de Diseño de la Región Metropolitana
- Escuelas de Ciencias Sociales, Periodismo y Literatura que estuvieran interesadas.



Bibliotecas

- Bibliotecas Universitarias de la Región Metropolitana
- Bibliotecas Públicas y privadas que estuvieran interesadas a lo largo del país.

Librerías especializadas y "Boutique":

- Librerías que ofrecen más de una temática pero que apuntan a áreas de carácter más visual: Contrapunto, Metales Pesados, Qué Leo.
- Librerías que incluyen dentro de su colección libros de una sola temática. En este caso, librerías de género: Librería Lila, Nosotrxs.

Centros culturales y tiendas que fomentan la promoción de la cultura y el diseño chileno.

- Centro cultural GAM, Centro Arte Alameda, Dentro Cultural CorpArtes
- Tienda Nacional, KaiKai y Comodo.

Ferias del libro y eventos de diseño gráfico y editorial

- Furia del Libro, Filsa (Feria internacional del libro de Santiago), Bienal de Diseño, Bazar Furia.

Medios de financiamiento

Para transformar esta propuesta en una publicación impresa y llevarla más allá de un contexto académico, debería ser por medio de una editorial o a través de una autoedición con la ayuda de auspicios y patrocinios.

Para esto, como primera opción se optaría por postular a un fondo concursable en el cual otorgan financiamiento para editar el contenido y llevar a cabo la producción gráfica del proyecto.

A continuación se seleccionaron las siguientes instancias de fondos concursables:

Fondo del libro y la lectura - Fomento a la industria

Los objetivos de este Fondo son fomentar y promover proyectos, programas y acciones de apoyo a la creación literaria, la promoción de la lectura, la industria del libro, difusión de la actividad literaria, el fortalecimiento de las bibliotecas públicas y la internacionalización del libro chileno.

En el caso de esta línea de concurso, tiene por objetivo financiar total o parcialmente proyectos de edición, publicación y distribución y difusión de libros, así como proyectos de emprendimientos que contribuyan al desarrollo de la industria editorial chilena y cuenta con las siguientes modalidades: Apoyo a ediciones y emprendimiento

Fondart Nacional - Diseño

El Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes tiene como objetivo apoyar el desarrollo de las artes, la difusión de la cultura y la conservación del patrimonio cultural de Chile.

La línea de concurso de Diseño tiene como fin entregar financiamiento total o parcial para proyectos de investigación, creación y producción o sólo producción, así como difusión que contribuyan al desarrollo del ámbito disciplinario en que se inscriben, en este caso, el del Diseño.

Esta línea tiene las siguientes modalidades: Creación y producción o exclusivamente producción, Investigación y Difusión (Proyectos de difusión y Organización de festivales, encuentros y muestras).

Otra opción de financiamiento sería generar alianzas con diferentes socios claves como las editoriales de Nicho: Lom, Ocho Libros, Quilombo Ediciones,

Hueders e incluso Ediciones UC, las cuales se harían cargo de la edición, producción, publicación y difusión del libro.

Por otro lado, se podría recurrir al financiamiento de empresas privadas que estuvieran interesados en desarrollar proyectos como este, y teniendo en cuenta que es un trabajo en el cual su principal contenido son las revistas femeninas chilenas. Por ejemplo, podría ser de gran interés para la Revista *Paula*, publicación que se ha mantenido como una de las revistas femeninas más importantes y que forma parte importante del contenido del mismo libro.

En cuanto patrocinios complementarios, se podría optar a instancias de financiamientos de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM), que otorga patrocinios a las iniciativas y proyectos relevantes para el desarrollo cultural del país, que se enmarquen en los objetivos, la misión y las funciones de la institución. Esta busca principalmente promover el conocimiento, la creación, la recreación y la apropiación permanente del patrimonio cultural y la memoria colectiva del país, contribuyendo a la construcción de identidades, al desarrollo de las personas y de la comunidad nacional y de su inserción internacional. Lo anterior implica rescatar, conservar, investigar y difundir el patrimonio nacional considerado en su más amplio sentido, por lo que el proyecto cumpliría con aquellas finalidades.

Licencias

Derechos de autor y Propiedad Intelectual

Para la creación de un proyecto editorial que se va a publicar se deben considerar diferentes aspectos legales en lo que respecta a ello. En este caso es importante tener conocimientos sobre los derechos de autor, los cuales protegen la exclusividad doble el uso de la obra por el sólo hecho de la creación de ésta, atribuyéndose a los autores dominios literario, artístico y científico, cualquiera sea su forma de expresión y los derechos conexos que ella determina.

Sin embargo, para mayor seguridad de la autoría se aconseja registrar la obra para disponer de un medio de prueba legal importante acerca de la originalidad de la creación. Además, en el caso que la obra respectiva sea reproducida en cualquier forma, utilizada total o parcialmente debe contar necesariamente con la autorización expresa del titular de derechos o estar amparada en alguna excepción legalmente establecida.

De esa misma forma se debería proceder en el caso de que el proyecto se publique y se comercialice, ya que la investigación realizada contiene múltiples revistas en las cuales se necesita la adecuada autorización de cada una de ellas con fecha de publicación posterior a 1946. Todas las revistas anteriores a esa fecha estarían libres de derechos.

En el caso de utilizar revistas posteriores a esa fecha, se debe realizar la investigación correspondiente a cada publicación para saber si efectivamente se necesita una autorización expresa del titular o de la persona jurídica que la haya publicado.

Costos y Precio

Este proyecto se diseñó para satisfacer la demanda concreta de un grupo de personas en particular que estarían dispuestos a pagar por él. Es por esto, que la estrategia de precios consistiría en fijar un precio inicial no tan bajo, teniendo en cuenta que sería un producto único en su ámbito.

De todas formas se tratara de lograr la mayor eficiencia económica, reduciendo costos sobre todo en la producción y en su materialidad, para que el coste no sea desmesuradamente elevado con el objetivo de apuntar y abarcar en un futuro a un número mayor de personas que pudiesen estar interesadas.

Duración del proyecto:
1 año

Costos de Producción	
<i>Producción Editorial</i>	
Gestión proyecto:	\$300.000 (x 12 meses)
Diseño y diagramación	\$400.000 (x 6 meses)
Imágenes: Digitilización, retoque y ajuste digital de imágenes	
	\$400.000
Textos: Edición y ajuste de textos	
Corrección gramatical, redacción y ortotipográfica	\$300.000 (x 2 meses)
Registro de material	200.000
<i>Licencias</i>	
Propiedad Intelectual	\$4.563 (10% UTM)
ISBN + Código de Barras en formato JPEG.....	\$ 13.550
Tipografías:	
Alegreya Sans	\$0
Signika.....	\$0
Bree Serif.....	\$241.656
<i>Impresión</i>	
Imprentas	
Cotización	
· Libro.	
· Formato: 250 x 180 mm, cerrado.	
· Tapas: 250 × 360 mm, extendido con lomo incluido (20 mm) en Environment Natural Smooth de 270grs. Impresión a 4/4 colores	
· Interior: 182 páginas en papel Environment Natural Smooth de 118 grs o similar disponibles en la imprenta. Impresión a 4/4 colores.	
· Encuadernación: Costura Hilo y Hotmelt.	
· Tiraje: 1500 unidades.	
· Cantidad de imágenes: 400 aprox. a 4/4 colores.	
Ograma Impresores	
1500 copias + IVA	(\$7.085.000)
Precio Unitario	(\$4.723)
Gràfhika	
1500 copias + IVA	(\$5.833.500)
Precio Unitario	(\$3.889)
Salesianos Impresores	
1500 copias + IVA	(\$6.223.500)
Precio Unitario	(\$4.149)
Costo unidad estimado	\$9.122

Cotización más conveniente en cuanto a calidad y precio

Una vez ya el libro impreso, se distribuye a las librerías, en las cuales, según Marilén Wood—Ex-vicepresidenta de la Cámara Chilena del Libro y gerente general de Ediciones B—, el precio aumenta en un 55% de su precio costo e incluso a veces al doble. De esta forma, teniendo en cuenta que el precio estimado es de \$9122, el precio de llegada al público podría ser desde los 14.000 hasta los 18.000 pesos aproximadamente.

\$18.000

Precio final de venta máximo aproximado.

Proyecciones

Registro visual de publicaciones femeninas editadas en Chile 1900-1970, debe ser publicado en formato de libro para su difusión. Uno de los métodos más viables para financiar aquella iniciativa son los fondos concursables.

Las categorías en las cuales se adapta mejor el proyecto para postularlo, como se mencionó anteriormente son el Fondo del libro y la lectura, y por otro lado, el Fondart Nacional de diseño.

Teniendo en cuenta que el primer concurso financia básicamente la producción del proyecto no es tan conveniente, ya que es una investigación que debe seguir desarrollándose lo suficiente para entregar un material completo y de gran calidad gráfica y teórica, siendo este un primer prototipo que debe seguir perfeccionándose.

Por otro lado, teniendo en cuenta el enfoque patrimonial y la visión de producir un material con fines académicos para la investigación profesional del diseño, se ha decidido postular al Fondart Nacional de Diseño, en la modalidad de investigación. Este proyecto respondería al área gráfica de la disciplina como aporte investigativo y permitiría profundizar aún más el estudio con la ayuda de un equipo de trabajo. Una vez completada la investigación y el análisis, se debería poder llevar a un libro y así publicarlo.

Bibliografía

Libros

- Aguilera, Claudio. *Antología visual del libro ilustrado en Chile*. Santiago, Quilombo Ediciones, 2014.
- Álvarez Caselli, Pedro. *Historia del diseño gráfico en Chile*. Santiago, CNCL, Universidad Católica de Chile, 2003.
- Álvarez Caselli, Pedro. *Mecánica Doméstica: Publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar 1945-1970*. Santiago, Ediciones UC, 2011.
- Ambrose, Gavin; Harris, Paul. *Layout: boceto previo de la composición de un texto que se va a publicar, usado para determinar sus características definitivas*. Barcelona, Parramon Ediciones S.A. 2005.
- Ambrose, Gavin y Paul Harris. *The Layout Book*. Lausanne, AVA Academic, 2007.
- Berger, John. *Mirar*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 2008.
- Berger, John. *La apariencia de las cosas : ensayos y artículos escogidos*. Barcelona, Gustavo Gili, 2014.
- Burke, Peter y Ana Biggs. *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. España, Taurus Historia, 2002.
- Bhaskaran, Lakshmi. *¿Qué es el diseño editorial?*. Barcelona, Index Book S.L, 2006.
- Blackwell, Lewis. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. SA. 1998.
- Caldwell, Cath y Yolanda Zappaterra. *Diseño editorial : periódicos y revistas, medios impresos y digitales*. Barcelona, Gustavo Gili, SL, 2014.
- Covarrubias, Paz y Rolando Franco. *Chile, Mujer y Sociedad*. Santiago, UNICEF, 1978.
- Espinoza, Paula. *Editado en Chile 1889-2004*. Santiago, Quilombo Ediciones, 2012.
- Fawcett-Tang, Roger. *Diseño de libros contemporáneo*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2004.
- Figuroa, Pedro Pablo. *La librería en Chile*. París, Garnier hermanos, 1896
- Gaviola Artigas, Edda; Files Moreno, Ximena; Lopresti Martinez, Lorella y Claudia Rojas Mira. *Queremos votar en las próximas elecciones : historia del movimiento sufragista chileno, 1913-1952*. Santiago, LOM, 2007.
- Grez, Vicente. *El ideal de una esposa*. Santiago, Chile Imprenta Artística Nacional, 1911.
- Haslam, Andrew. *Creación, diseño y producción de libros*. Valencia, Art Blume, 2007
- Heller, Steven y Jason Godfrey. *100 revistas clásicas de diseño gráfico*. Barcelona, Blume, 2014.
- Heskett, John. *El diseño de la vida cotidiana*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili SA, 2005.
- Hinojosa Mellado, María Paz. *La Persuasión en la prensa femenina: Análisis de las Modalidades de la Enunciación*. Madrid: Editorial Visión Libros, 2008, p.96
- Huidobro Mac Auliffe, Cecilia y Paula Escobar Chavarría. *Una historia de las revistas chilenas*. Santiago, Ediciones Universidad Diego Portales, 2012.
- Kantlen, Robert. *Turning Pages: Editorial Design for print*. Berlín, Die Gestalten Verlag, 2010.
- Kinross, Robin. *Tipografía Moderna: Un ensayo histórico crítico*. Valencia: Campgràfic Editors, 2008.
- Klimpel Alvarado, Felicitas. *La mujer chilena : (el aporte femenino al progreso de Chile) 1910-1960*. Santiago, Editorial Andrés Bello. 1962
- Ledezma Salse, Ana María. "La Sociedad en Vitrina: Mujeres en la publicidad. Chile a mediados del siglo XX". En: *Tesis Bicentenario 2005*, Santiago, Comisión Bicentenario, Presidencia de la República, 2007.
- Llop, Rosa. *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros: Hacia un lenguaje de parámetros*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, SL, 2014
- Martínez Baeza, Sergio. *El libro en Chile*. Santiago, Santiago, Editorial Lord Cochrane S.A, 1982.
- Mondría, Ramón. *El Libro de oro de la mujer*. Santiago, Librería y Casa Editorial "Minerva", 1918.
- Montecino Aguirre, Sonia. *Mujeres chilenas : fragmentos de una historia*. Santiago, Catalonia, 2008.
- Ossandón, Carlos y Eduardo Santa Cruz. *El estadillo de las formas: Chile en los albores de la "cultura de masas"*. Santiago, Lom ediciones / Arcis, 2005
- Ossandón, Carlos. *Entre las alas y el plomo : la gestación de la prensa moderna en Chile*. Santiago, LOM Ediciones, 2001.
- Owen, William. *Diseño de revistas*. Barcelona, Gustavo Gili, 1991.
- Plaza, Juan F. *Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes: La representación de los famosos*. Caracas: Editorial Fundamentos, 2005
- Rand, Paul. *A designer's Art*. EEUU, New Haven Yale University Press, 1985.
- Reyes del Villar, Soledad. *Chile en 1910: Una mirada cultural en su centenario*. Santiago: Editorial Sudamericana, 2004.
- Santa Cruz, Lucía; Pereira, Teresa; Zegers, Isabel y Valeria Maino. *Tres ensayos sobre la mujer chilena : : siglos XVIII-XIX-XX*. Santiago, Editorial Universitaria, 1978.
- Soto Veragua, Jorge. *Historia de la imprenta en Chile: Desde el siglo XVII al XXI*. Santiago, Editorial El Árbol Azul, 2009.
- Sparke, Penny. *Diseño y cultura una introducción: Desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL, 2010, p.31
- Santué, Enric. *El diseño gráfico: Desde lo orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza Editorial S. A. 1988.

Smith, Anthony. *Goodbye Gutenberg: La revolución del periodismo electrónico*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S. A. 1983, p. 173

Sparke, Penny. *Diseño y cultura una introducción: Desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL, 2010

Subercaseaux, Bernardo. *Historia del libro en Chile (Alma y Cuerpo)*. Santiago, LOM Ediciones, 2000.

Ugliato, Carola y Claudia Montero. "Albores de Modernidad: Constitución de sujetos femeninos en la Prensa de mujeres en Chile, 1900-1920". En: *Tesis Bicentenario 2004*. Santiago, Comisión Bicentenario, Presidencia de la República, 2006.

Vicuña, Manuel. *La belle époque chilena: Alta sociedad y mujeres de élite*. Santiago, Editorial Catalonia, 2010.

Zappaterra, Yolanda. *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, SL. 2008.

Tesis

Barrientos, Paula. *Reinas de papel: Análisis y evolución gráfica de las revistas femeninas en Chile. Caso de Estudio Revista Paula*. Santiago, Tesis de grado, Escuela de Diseño, Pontificia Universidad Católica de Chile. 2015

Farías, Macarena. *Historia de la tipografía en Chile 1880-1910*. Santiago, Tesis de grado, Escuela de Diseño, Pontificia Universidad Católica de Chile. 2014

Irarrázaval, Sofía. *Impreso en Chile: Antología del libro Chileno 1930-1973*. Santiago, Tesis de grado, Escuela de Diseño, Pontificia Universidad Católica de Chile. 2014

Neira, Marcela Angélica. *Zig-Zag. Un gigante de papel: Legado gráfico de las revistas de época*. Santiago, Tesis de grado, Escuela de Diseño, Diseño gráfico, Universidad de Chile, 2005.

Estudios e investigaciones

Boletín Revistas 1º semestre 2014. Santiago, Valida, Validación de circulación y lectura, 2014

ENPPC 2012: Encuesta nacional de Participación y consumo cultural. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile. Santiago, 2013

Informe Estadístico 2011, Agencia Chilena, ISBN. Santiago, Cámara Chilena del Libro A.G, 2012.

Informe Estadístico 2014, Agencia Chilena, ISBN. Santiago, Cámara Chilena del Libro A.G, 2015.

Mapeo de industrias creativas en Chile. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile. Santiago, 2014

Biblioteca Nacional de Chile
www.bncatalogo.cl

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile
www.bcn.cl

Artículos de revistas

Alfau, Jesusa "Del trabajo de la mujer" en: *Acción femenina*, nº6, 1923.

Bórquez, Sol "La mujer y la Educación" en: *Acción femenina*, nº3, 1922.

Merino, Carmen "¿Es éste el mundo de la mujer?" en: *Eva*, nº4, 1968, p.20.

Puz, Amanda "La Mujer Contemporánea" en: *Saber Comer y vivir mejor*, nº26, 1967, pp.60-61.

Sin autor "A lo que aspira el feminismo" en: *Acción femenina*, nº3, 1922, p.3

Sin autor "A nuestras compatriotas" en: *El Eco de las señoras de Santiago*, nº4, 1865, p.1.

Sin autor "Como se puede ser gorda" en: *Familia*, nº63, 1915, p.9.

Sin autor "Cómo se puede vivir cómodamente con \$ 500 pesos mensuales" en: *La Revista Azul*, nº1, 1914, p.18.

Sin Autor "La chilena del año 2000" en: *Eva*, nº1264, 1969, p.85.

Sin autor "La Mujer" en: *La Palanca*, nº4, 1908, p.40.

Sin Autor "La mujer chilena" en: *Paula*. nº6, 1967.

Sin autor "Los Deportes de la Mujer" en: *Siluetas*, nº1, 1914, pp.11-12.

Sin autor "Tolerancia e intolerancia" en: *El Eco de las señoras de Santiago*, nº3, 1865, p.1.

Sin autor "Nosotras i los hombres" en: *El Eco de las señoras de Santiago*, nº9, 1865, p.1.

Sin Autor "Panorama feminista chileno" en: *Nosotras*, nº10, 1931, pp.4-5.

Sin autor "Vida Femenina" en: *Siluetas*, nº2, 1914, p.23.

Web

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
www.cultura.gob.cl

Diseño nacional
www.disenonacional.cl

Dirección de Bibliotecas, archivos y museos
www.dibam.cl

Fuente de publicaciones periódicas
www.ulrichsweb.com

Fotonovela chilena
www.fotonovelachilena.cl

Memoria Chilena
www.memoriachilena.cl

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
www.unesco.org

Propiedad Intelectual
www.propiedadintelectual.cl



Artículo Rosita, "El bonito calzado de primavera", p. 30, 1938 número 25.

ANEXOS

1. Índices de Lectoría Válida 2014

GSE	Buena Salud		Capital		Caras		Casas		Cocina Paula		Cosas		Cosmopolitan		Dato		ED		El Gráfico		La Cav	
	0,01%	51,91%	25,70%	16,46%	12,49%	21,48%	27,05%	33,42%	51,16%	12,23%	53,97%											
ABC1	33,68%	29,68%	28,07%	41,32%	17,26%	22,05%	40,23%	32,71%	28,17%	23,66%	29,23%											
C2	32,42%	13,49%	25,16%	28,38%	42,30%	31,38%	20,30%	19,25%	12,35%	35,56%	6,63%											
C3	23,74%	4,91%	21,06%	28,38%	27,96%	23,13%	20,96%	14,62%	8,32%	28,54%	10,17%											
Edad																						
12 a 24	14,1%	6,2%	19,1%	17,8%	17,6%	20,5%	33,4%	16,7%	7,8%	46,5%	7,4%											
25 a 39	38,0%	37,0%	25,7%	30,0%	26,6%	25,1%	41,5%	28,8%	47,6%	32,2%	40,9%											
40 a 54	33,0%	31,5%	30,1%	30,4%	21,4%	29,0%	22,0%	26,1%	27,5%	12,2%	29,7%											
55 a 75	14,9%	25,4%	25,1%	22,1%	34,5%	25,4%	11,7%	28,4%	17,1%	9,1%	22,0%											
Sexo																						
Hombre	22,76%	84,04%	19,95%	43,51%	14,12%	23,46%	12,95%	44,48%	31,38%	88,25%	67,51%											
Mujer	77,24%	15,96%	80,05%	56,49%	85,88%	76,54%	87,05%	55,52%	68,62%	11,75%	32,49%											
TOTAL	72.945	33.372	133.341	28.013	39.920	153.005	35.106	95.049	10.599	53.408	22.928											

GSE	Muy Interesante		NatGeo		Para ti		Paula		Qué Pasa		Selecciones		Seventeen		Tejido Paula		The Clinic		Tú		Vanidades	
	17,44%	20,75%	21,04%	42,84%	16,37%	10,74%	13,19%	18,49%	14,00%													
ABC1	44,32%	33,48%	23,07%	35,26%	33,16%	36,36%	18,15%	31,66%	28,08%	23,27%												
C2	24,73%	32,66%	35,03%	18,12%	19,42%	26,36%	25,88%	31,04%	39,57%	25,83%												
C3	13,51%	13,12%	20,86%	3,78%	31,05%	0,00%	42,78%	18,82%	22,07%	36,89%												
Edad																						
12 a 24	20,9%	47,1%	54,9%	10,4%	7,6%	88,1%	10,1%	24,2%	83,2%	13,3%												
25 a 39	35,8%	26,6%	18,5%	28,6%	11,5%	11,0%	24,6%	24,2%	10,7%	17,7%												
40 a 54	29,6%	16,9%	20,6%	35,3%	33,0%	1,1%	35,9%	34,4%	5,8%	29,4%												
55 a 75	15,2%	9,4%	6,0%	19,7%	47,9%	0,0%	29,5%	14,5%	0,2%	39,7%												
Sexo																						
Hombre	61,04%	71,77%	10,92%	9,05%	61,18%	29,63%	53,17%	63,40%	5,72%	7,54%												
Mujer	38,96%	28,23%	89,08%	90,95%	38,82%	70,37%	46,83%	36,60%	94,28%	92,46%												
TOTAL	58.755	78.496	16.335	139.379	43.427	19.667	25.179	146.351	63.566	53.303												

2. Bases Fondart Nacional - Línea de Diseño

I. ANTECEDENTES DE LA CONVOCATORIA

1. Conceptos y definiciones

Para efectos de las presentes Bases, se entenderá por:

- CNCA:** Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Directorio:** Órgano colegiado a cargo de la Dirección Superior del CNCA.
- Fondo:** Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes.
- Personas naturales:** Todos los individuos de la especie humana, cualquiera sea su edad, sexo, condición o estirpe.
- Personas jurídicas:** Son personas ficticias, constituidas conforme a la legislación vigente, capaces de adquirir derechos y contraer obligaciones, y de ser representadas judicial y extrajudicialmente.
- Representante legal:** Quien actúa en nombre de una persona jurídica y la representa de un modo reconocido legalmente. Para efectos de la postulación en digital, el representante legal cumplirá las funciones de administrador de la cuenta de la persona jurídica correspondiente.
- Sociedades de hecho:** Aquellas sociedades que no han sido constituidas en forma legal, y por tanto carecen de personalidad jurídica.
- Parentesco por Consanguinidad:** Es el que existe entre dos personas en el que una desciende de la otra o en el que ambas descienden de un antepasado común. Así, existe parentesco por consanguinidad entre el hijo y el padre, porque el primero desciende del segundo, y entre dos hermanos, porque ambos descienden del padre común. La adopción es tratada igualmente que el parentesco por consanguinidad.
- Línea de Parentesco por Consanguinidad:** El parentesco por consanguinidad puede ser en línea recta o en línea colateral. Parentesco por consanguinidad en línea recta es el que existe entre dos personas en el que una desciende de la otra, y parentesco por consanguinidad en línea colateral es el que existe entre dos personas en el que no obstante que una no desciende de la otra, ambas descienden de un antepasado común. Así, existe parentesco por consanguinidad en línea recta entre el hijo y el padre, porque el primero desciende del segundo, y entre el nieto y el abuelo, porque igualmente el primero desciende del segundo, y existe parentesco por consanguinidad en línea colateral entre dos hermanos, porque uno no desciende del otro, pero ambos descienden del padre común, y entre dos primos, porque igualmente uno no desciende del otro, pero ambos descienden del abuelo común.
- Grado de Parentesco por Consanguinidad:** El parentesco por consanguinidad en línea recta y en línea colateral se mide en grados. Así, dos personas pueden ser parientes por consanguinidad en línea recta o en línea colateral en 1º, 2º, 3º, 4º o mayor grado. El grado de parentesco por consanguinidad entre dos personas se cuenta por el número de generaciones que existe entre ambas. Para determinar el **grado de parentesco por consanguinidad en línea recta** entre dos personas, se debe contar el número de generaciones que existe entre ambas, contando desde una a la otra. Así, el hijo y el padre son parientes por consanguinidad en línea recta en 1º grado,

porque entre el primero y el segundo existe una generación, y el nieto y el abuelo son parientes por consanguinidad en línea recta en 2º grado, porque entre el primero y el segundo existen dos generaciones. Para determinar el **grado de parentesco por consanguinidad en línea colateral** entre dos personas, igualmente se debe contar el número de generaciones que existe entre ambas, pero contando desde una al antepasado común y luego desde el antepasado común a la otra. Así, dos hermanos son parientes por consanguinidad en línea colateral en 2º grado, porque del primero al padre común hay un grado y del padre común al segundo hay otro grado, y dos primos son parientes por consanguinidad en línea colateral en 4º grado, porque del primero al abuelo común hay dos grados y del abuelo común al segundo hay igualmente dos grados.

- k. Responsable del proyecto:** Persona natural o jurídica que presenta un proyecto a esta convocatoria, identificándose como responsable del proyecto en el FUP y que suscribirá el convenio de ejecución del proyecto en caso de ser seleccionado.
- l. Equipo de trabajo:** Se refiere a aquellos participantes de un proyecto que cumplen una función esencial.
- m. Perfil Cultura:** Registro único de personas naturales y jurídicas que permite acceder a la oferta programática y postular a las convocatorias públicas del CNCA. Los postulantes, con sus respectivos equipos de trabajo, deberán inscribirse obligatoriamente en este registro para poder acceder a la FUP digital.
- n. FUP (Formulario Único de Postulación):** El FUP es el único formato válido para la formulación de proyectos, el cual permite una disposición ordenada y unificada de la información requerida al proveer al postulante de los campos necesarios para la exposición de su proyecto. Es obligatorio completar todos los campos del FUP, salvo cuando éste los contemple como opcionales. El FUP se encuentra disponible en la página web institucional: www.fondosdecultura.gob.cl.
- o. FUE (Ficha Única de Evaluación):** La FUE es el documento en el cual consta la evaluación del proyecto postulado. En dicha ficha se registrará además si el proyecto es declarado inadmisibile, fuera de concurso, no elegible, seleccionado o no seleccionado. La FUE se encuentra disponible en la página web institucional: www.fondosdecultura.gob.cl.

2. Introducción

Las presentes Bases tienen por objeto establecer las condiciones generales del llamado a Concurso de Proyectos, Convocatoria 2017, en la Línea de Diseño del Fondo, ámbito nacional de financiamiento. El CNCA y el Directorio invitan a presentar proyectos para su financiamiento, según los gastos y montos máximos financiables y la disponibilidad presupuestaria.

El procedimiento para concursar consta de las siguientes etapas:

- Registro en Perfil Cultura
- Postulación
- Admisibilidad
- Evaluación
- Selección
- Firma del Convenio de Ejecución

3. Antecedentes de la Convocatoria

3.1 Objetivo de la Convocatoria

Esta Línea de concurso tiene por objetivo entregar financiamiento total o parcial para proyectos de investigación, creación y producción o sólo producción, así como difusión, que contribuyan al desarrollo del ámbito disciplinario en que se inscriben.

Se privilegiarán los proyectos que se ejecuten principalmente en regiones del país distintas a la Metropolitana, en especial aquellos que se ejecuten en comunas distintas a las de capitales regionales.

Los seleccionados en la presente convocatoria deberán realizar una actividad de difusión del proyecto financiado en establecimientos escolares de educación pública y en las comunidades próximas a ellos, de conformidad a lo que establezca la respectiva Ley de Presupuesto del año 2017. Dicha actividad no podrá ser financiada con recursos del Fondo.

No se considerarán proyectos correspondientes a materias, relativas al Fondo para el Fomento de la Música Nacional; al Fondo de Fomento Audiovisual y al Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura.

Asimismo, serán considerados fuera de convocatoria los proyectos que correspondan principalmente a otras disciplinas artísticas no cubiertas por este Fondo.

3.2 Modalidad y Gastos Financiables

Las modalidades comprendidas en esta Línea son:

Modalidad de Creación y Producción o sólo Producción

Entrega financiamiento total o parcial para proyectos de creación y producción o sólo producción que consideren las acciones que involucran el proceso creativo, tales como investigación para la creación, experimentación, conceptualización teórica y práctica, diseño y preparación, como también todos los elementos que impliquen la materialización de una obra o serie de obras.

Modalidad de Investigación

Entrega financiamiento total o parcial para proyectos de investigación teórica y desde la práctica disciplinar (investigación sobre técnicas, materiales, entre otras) que consideren una difusión coherente con la propuesta. Se podrá abarcar entre otras materias, ámbitos vinculados a la creación, historia, teoría, crítica, curaduría, archivística, documentación, técnicas, conservación, museografía y catalogación.

Esta modalidad exige autorización de difusión por parte del CNCA de, al menos un resumen y un texto que dé cuenta de la investigación (2 carillas), como aporte a la transferencia de conocimiento.

Modalidad de Difusión

Entrega financiamiento total o parcial para proyectos de visibilización pública de la disciplina en medios de comunicación (desarrollo de prensa y revistas especializadas, piezas audiovisuales, radio y web) y en espacios, circuitos y mercados de exhibición que sean relevantes para el desarrollo de la disciplina.

- Submodalidad de Proyectos de difusión
- Submodalidad de Organización de festivales, encuentros y muestras

Esta Línea entregará recursos para financiar gastos de honorarios, operación (incluidos gastos de difusión) e inversión de conformidad con lo que se detalla en el capítulo VI, numeral 1, letra c) de las presentes bases.

3.3 Total de recursos y montos máximos

Esta Línea cuenta con un presupuesto total estimado de recursos de \$350.000.000.- (trescientos cincuenta millones de pesos chilenos), que corresponden al año 2017 para el financiamiento total o parcial de proyectos seleccionados y respecto de los cuales se suscriba el correspondiente Convenio de Ejecución. Los recursos aprobados para esta convocatoria se encuentran sujetos a disponibilidad presupuestaria.

Del total estimado, las modalidades, de la presente Línea tendrán la siguiente distribución de recursos:

- **Modalidad de Creación y Producción o sólo Producción:** \$100.000.000.- (cien millones de pesos chilenos).
- **Modalidad de Investigación:** \$90.000.000.- (noventa millones de pesos chilenos).
- **Modalidad de Difusión:** \$160.000.000.- (ciento sesenta millones de pesos chilenos):
 - **Submodalidad de Proyectos de difusión:** \$60.000.000.- (sesenta millones de pesos chilenos).
 - **Submodalidad de Organización de festivales, encuentros y muestras:** \$100.000.000.- (cien millones de pesos chilenos).

El monto máximo financiado por el CNCA para cada proyecto presentado para cada modalidad o submodalidad es:

- **Modalidad de Creación y Producción o sólo Producción:** \$30.000.000.- (treinta millones de pesos chilenos).
- **Modalidad de Investigación:** \$20.000.000.- (veinte millones de pesos chilenos).
- **Modalidad de Difusión:**
 - **Submodalidad de Proyectos de difusión:** \$20.000.000.- (veinte millones de pesos chilenos).
 - **Submodalidad de Organización de festivales, encuentros y muestras:** \$50.000.000.- (cincuenta millones de pesos chilenos).

3.4 Cofinanciamiento

Corresponde a la diferencia entre lo solicitado al Fondo y el monto total requerido para la ejecución del proyecto (monto que incluye los aportes valorados y en dinero) y que pueden ser aportados por el postulante y/o por terceros.

Este cofinanciamiento deberá referirse a gastos o bienes y servicios valorados no contemplados en el presupuesto solicitado al CNCA dentro del formulario.

En esta Convocatoria no se exige cofinanciamiento.

El postulante siempre podrá incorporar cofinanciamiento voluntario, el cual puede consistir en aportes en dinero (expresado en pesos chilenos) o en aportes de bienes y/o servicios valorados.

3.5 Duración y ejecución de los proyectos

Los proyectos postulados a la línea no podrán superar los 12 meses de duración para su ejecución.

La ejecución de los proyectos deberá realizarse en la cantidad de meses contemplada en el cronograma específico de cada proyecto postulado, de acuerdo a lo establecido en el respectivo Convenio de Ejecución. Asimismo los proyectos postulados deberán tener principio de ejecución a contar de:

- **Modalidad de Creación y Producción o sólo Producción:** 01 de marzo del año 2017
- **Modalidad de Investigación:** 01 de marzo del año 2017
- **Modalidad de Difusión:**
 - **Submodalidad de Proyectos de Difusión:** 01 de marzo del año 2017
 - **Submodalidad de Organización de festivales, encuentros y muestras:** 01 de enero del año 2017.

VISTA GENERAL DE ANTECEDENTES DE LA CONVOCATORIA

Modalidad	Descripción	Monto máximo por proyecto	Cofinanciamiento obligatorio	Gastos Financiados	Duración
Creación y Producción o sólo Producción	Financiamiento total o parcial para proyectos que consideren las acciones que involucran el proceso creativo, tales como investigación para la creación, experimentación, conceptualización teórica y práctica, diseño y preparación, como también todos los elementos que impliquen la materialización de una obra o serie de obras.	\$30.000.000.- (treinta millones de pesos chilenos).	No se exige	Honorarios, operación (incluidos gastos de difusión) e inversión	Hasta 12 meses
Investigación	Financiamiento total o parcial para proyectos de investigación teórica y desde la práctica disciplinar (investigación sobre técnicas, materiales, entre otras) que consideren una difusión coherente con la propuesta. Se podrá abarcar entre otras materias, ámbitos vinculados a la creación, historia, teoría, crítica, curaduría, archivística, documentación, técnicas, conservación, museografía y catalogación. Esta modalidad exige autorización de difusión por parte del CNCA de, al menos un resumen y un texto que dé cuenta de la investigación (2 carillas), como aporte a la transferencia de conocimiento.	\$20.000.000.- (veinte millones de pesos chilenos).	No se exige	Honorarios, operación (incluidos gastos de difusión) e inversión	Hasta 12 meses

Difusión	Financiamiento total o parcial para proyectos de visibilización pública de la disciplina en medios de comunicación (desarrollo de prensa y revistas especializadas, piezas audiovisuales, radio y web) y en espacios, circuitos y mercados de exhibición que sean relevantes para el desarrollo de la disciplina.	Submodalidad de proyectos de difusión: \$20.000.000.- (veinte millones de pesos chilenos). Submodalidad de Organización de festivales, encuentros y muestras: \$50.000.000.- (cincuenta millones de pesos chilenos).	No se exige	Honorarios, operación (incluidos gastos de difusión) e inversión	Hasta 12 meses
-----------------	---	---	-------------	--	----------------

3.6 Quiénes pueden postular

Podrán postular a esta Línea:

Personas Naturales:

De nacionalidad chilena o extranjeros con cédula de identidad otorgada por el Servicio de Registro Civil e Identificación de Chile, que sean mayores de 18 años.

Personas Jurídicas:

Chilenas de derecho público o privado, con o sin fines de lucro. Quedan expresamente excluidas las sociedades de hecho.

3.7 Incompatibilidades

Son incompatibles para postular, las personas que se encuentren en alguna de las siguientes situaciones:

- Autoridades y trabajadores(as) del CNCA, cualquiera sea su situación contractual (planta, contrata, contratados(as) bajo el Código del Trabajo o a honorarios);
- Personas jurídicas con fines de lucro en que tengan participación social (constituyente, socio o accionista) autoridades y/o trabajadores(as) del CNCA, cualquiera que sea su situación contractual (planta, contrata o estar contratados(as) por el CNCA bajo el Código del Trabajo o a honorarios). Al momento de postular, debe individualizarse al constituyente, socios o accionistas de la persona jurídica que postula;
- Personas naturales y jurídicas, con o sin fines de lucro, siempre que en los proyectos presentados tengan como equipo de trabajo a autoridades y/o trabajadores(as) del CNCA, cualquiera sea su situación contractual (planta, contrata, o contratados(as) por el CNCA bajo el Código del Trabajo o a honorarios). Al momento de postular, deberá individualizarse al equipo de trabajo del proyecto;
- Ser cónyuge o conviviente civil; o tener parentesco por consanguinidad hasta segundo grado en línea recta y hasta segundo grado en línea colateral, con cualquiera de los integrantes del Directorio Nacional del CNCA, o con funcionarios directivos del CNCA, hasta el equivalente a grado cuatro (4) en la escala funcionaria;
- Los Ministerios, Intendencias, Gobernaciones, Órganos y Servicios Públicos (incluyendo la Contraloría General de la República, el Banco Central, las Fuerzas Armadas y las Fuerzas de Orden y

Seguridad Pública, los Gobiernos Regionales y las Empresas Públicas creadas por Ley). Se exceptúan de esta restricción las Municipalidades y Establecimientos de Educación Superior Estatales.

Si durante el periodo de presentación de postulaciones cesa la incompatibilidad que afecta a alguna persona, ésta se considerará hábil para postular, pudiendo presentar su postulación mientras se encuentre abierto el periodo de recepción de postulaciones, siempre y cuando no haya postulado con antelación al cese de la incompatibilidad.

El CNCA revisará, durante todo el proceso y hasta la firma del Convenio de Ejecución inclusive, que los postulantes no estén afectos a ninguna de las causales de incompatibilidad señaladas. En caso de incumplimiento de lo anterior, es decir, que los postulantes estén afectos a alguna incompatibilidad, sus proyectos quedarán fuera de la Convocatoria.

Lo anterior, sin perjuicio del deber de abstención que les compete a las autoridades, funcionarios y trabajadores del CNCA que intervengan en el proceso, cuando se configure alguna de las causales establecidas en el artículo 12 de la Ley N° 19.880, respecto de alguno de los postulantes.

4. Antecedentes generales de la Convocatoria

4.1 Periodo de Convocatoria y lugar de presentación

Los postulantes podrán postular sus proyectos de conformidad con lo establecido en las presentes bases, desde el día 07 de junio de 2016, hasta la fecha de cierre de la Convocatoria. No se aceptarán postulaciones presentadas fuera de plazo. Sin perjuicio de lo anterior, a contar de la fecha de publicación de las presentes bases en el sitio web www.fondosdecultura.gob.cl, el postulante y el equipo de trabajo, en caso que éste exista, podrá ingresar sus datos, en "Perfil Cultura".

Las postulaciones digitales podrán ser enviadas hasta las 17:00 horas (Chile Continental) del día 26 de julio de 2016.

Las postulaciones en soporte material podrán ser entregadas hasta las 17:00 horas del día 26 de julio de 2016. Esta misma regla aplica para los proyectos enviados por correo certificado, la cual se acreditará según fecha de envío estampada en el sobre, por parte de la oficina de correos de origen.

Los proyectos postulados a través de FUP vía digital deberán ser enviados a través de la página web www.fondosdecultura.gob.cl.

Los proyectos postulados a través de FUP vía soporte papel deberán ser entregados personalmente, por medio de terceros o mediante envío por correo certificado en las sedes de las Direcciones Regionales del CNCA. El costo de envío deberá ser cubierto por el postulante, de manera que las postulaciones que hayan sido enviadas por pagar se considerarán como no presentadas.

4.2 Notificaciones de la Convocatoria

El responsable del proyecto deberá indicar en el FUP el medio preferente de notificación de las distintas etapas de la Convocatoria, esto es, para la **declaración de inadmisibilidad, la selección o no selección, los recursos interpuestos y la declaración de fuera de convocatoria**. Para esto, podrá señalar como forma de notificación el envío del respectivo acto administrativo **a través de correo electrónico o mediante carta certificada**. En caso que nada indique, se entenderá que opta por notificación por carta certificada.

Para efectos de asegurar la debida comunicación de los resultados de la postulación, si el responsable del proyecto opta por notificación vía correo electrónico deberá indicar dos direcciones distintas, siendo su responsabilidad el mantener dichos correos en buen estado para su recepción. Asimismo, si opta por notificación vía carta certificada, deberá indicar su domicilio, siendo su responsabilidad el informar cualquier cambio del mismo.

Se hace presente que **en el caso de la notificación por carta certificada, ésta se entenderá practicada a contar del tercer día siguiente a su recepción en la oficina de correos del domicilio del notificado; y en el caso de la notificación por correo electrónico, ésta se entenderá practicada el día y hora de su válido envío por parte del CNCA.**

4.3 Orientación e información

El CNCA, a través de la Secretaría del Fondo y de sus respectivos Directores Regionales, entregará orientación e información a quienes lo requieran, a objeto de facilitarles su postulación a la presente Convocatoria y propenderá a proveer a los(as) postulantes de medios electrónicos que les permitan su postulación, así como para conocer el estado de avance y evaluación final del proyecto. Asimismo, podrán realizar sus consultas a través de los mecanismos que el CNCA informe oportunamente (correo electrónico, call center u otros).

4.4 Constatación del cumplimiento de bases

La constatación del cumplimiento de los requisitos de postulación será realizada por la Secretaría del Fondo desde la recepción de las postulaciones hasta la firma de Convenio de Ejecución inclusive, es decir, operan durante toda la Convocatoria.

De constatarse algún incumplimiento con posterioridad a la etapa de admisibilidad, la postulación quedará inmediatamente fuera de convocatoria. Dicha circunstancia operará a través de:

- La Secretaría del Fondo, si se comprueba antes de la selección del proyecto. Se dejará constancia de esto en la FUE, lo que será formalizado a través del respectivo acto administrativo dictado por el Jefe del Departamento de Fomento de la Cultura y las Artes. Dicho acto administrativo se notificará a los interesados en conformidad a la ley.
- La autoridad competente, si fuera con posterioridad a la selección del proyecto, a través de la dictación de la respectiva resolución administrativa, previa audiencia del interesado, de conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 53 de la Ley N°19.880.

Si se constata alguna conducta de un postulante que a juicio del CNCA atenta contra el correcto funcionamiento de cualquiera de los concursos públicos de los Fondos de Cultura administrados por el CNCA, los proyectos quedarán fuera de concurso de forma automática a través del mismo proceso arriba señalado. A modo ejemplar, si se constata la postulación de proyectos que evidencien el mismo contenido (aun cuando existan diferencias formales en distintas líneas, Fondos o en relación al financiamiento de otras entidades públicas, con el solo objeto de obtener financiamientos múltiples) quedarán fuera del proceso concursal.

A los postulantes declarados fuera de convocatoria, conforme al artículo 59 de la Ley 19.880, que establece Bases de los Procedimientos Administrativos que rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado, les asiste el derecho de interponer, en contra de la respectiva resolución, alguno de los siguientes recursos: (i) recurso de reposición ante quien firme la resolución que los declare fuera de convocatoria; (ii) recurso de reposición con jerárquico en subsidio, para que conozca el superior jerárquico de quien firme la resolución que los declare fuera de convocatoria, en caso que el recurso de reposición sea rechazado; y (iii) recurso jerárquico ante el superior jerárquico de quien firme la resolución que los declare fuera de convocatoria. El plazo de presentación de los referidos recursos

3. Patrocinio Dibam

dibam

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS,
ARCHIVOS Y MUSEOS

MANUAL DE PATROCINIOS DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS

La Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, otorga patrocinios, a las iniciativas y proyectos relevantes para el desarrollo cultural del país, que se enmarquen en los Objetivos, la Misión y las Funciones de la Institución, a saber:

Nuestra misión

Promover el conocimiento, la creación, la recreación y la apropiación permanente del patrimonio cultural y la memoria colectiva del país, para contribuir a la construcción de identidades y al desarrollo de las personas y de la comunidad nacional y de su inserción internacional. Lo anterior implica rescatar, conservar, investigar y difundir el patrimonio nacional, considerado en su más amplio sentido.

Nuestros objetivos

- Mejorar y ampliar los servicios culturales y patrimoniales que otorga la DIBAM a lo largo de todo el país.
- Mejorar y ampliar espacios culturales y patrimoniales de la institución, para ser puestos a disposición de la ciudadanía como áreas de reflexión, encuentro de la comunidad, información, esparcimiento y educación.
- Incrementar la documentación, el estudio y el grado de conservación y restauración de los bienes patrimoniales (inmuebles y colecciones) que posee la institución, para proteger este patrimonio cultural contra el deterioro, con el propósito fundamental de ponerlas en forma adecuada al servicio de la ciudadanía.
- Contribuir a los procesos de transparencia del Estado, catalogando y archivando la documentación que éste genera, para que sea entregada en forma oportuna y completa a la ciudadanía que la requiera.
- Modernizar la gestión de la DIBAM para apoyar la realización de una adecuada planificación estratégica y consolidar la institucionalidad.

Nuestras funciones:

- Elaborar y coordinar políticas que expresen las necesidades y demandas de la comunidad relacionadas con el patrimonio cultural.
- Apoyar y asesorar, en los niveles técnicos y de gestión, a instituciones, organizaciones y personas para respaldar el trabajo que realizan en función de la promoción y conservación del patrimonio cultural.



Alameda 651, 2° piso,
Santiago
(56-2) 3605271
www.dibam.cl

Reunir, rescatar, conservar, procesar, investigar y difundir las colecciones que resulten relevantes para los procesos de construcción de la memoria colectiva.

Ofrecer servicios que garanticen un acceso equitativo a los bienes culturales que resguardan las instituciones adscritas a la Dibam y aquellas significativas en el ámbito del patrimonio.

Las iniciativas y proyecto del ámbito cultural pueden tener diversos formatos, tales como publicaciones, exposiciones e intervenciones, entre otros.

Asimismo, estas iniciativas y proyectos, pueden tener la capacidad de integrar a otras instituciones y personas. Para ello deberán comprobar el apoyo a través de una carta oficial de patrocinio o auspicio, según corresponda.

ALCANCES DEL PATROCINIO

La Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos patrocina las actividades, y no a la institución o persona que postula. De tal forma que las iniciativas o proyectos deben contar con la debida estructura, financiamiento y, con fecha de ejecución clara y precisa. De acuerdo a lo anterior, no se otorgará el patrocinio, a ideas que no han sido formuladas como iniciativas o proyectos.

El patrocinio estará destinado a iniciativas y proyectos del ámbito cultural y patrimonial que requieran un respaldo general de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, para lograr su ejecución. Al momento de aprobarse el patrocinio, la DIBAM otorgará una carta, firmada por el Director Nacional y permitirá el uso del logo institucional en las piezas de difusión del proyecto, señalando que la DIBAM es patrocinadora de la iniciativa o proyecto.

GENERALIDADES:

Es de responsabilidad de cada persona o institución que solicita patrocinio, desarrollar su propia estrategia de financiamiento. También es responsabilidad de cada persona o institución que solicita patrocinio, velar por el buen uso del logo de la DIBAM.

La Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, podrá, si lo estima conveniente, difundir a nivel interno y externo, la actividad patrocinada.

El patrocinio se extenderá por el período de duración, desarrollo y/o ejecución, según corresponda, del proyecto o de la actividad patrocinada.

En el caso de proyectos que comprendan etapas, la DIBAM podrá patrocinar una de ellas, o más de una, y en su defecto la totalidad si así lo estima.

4. Cotizaciones Imprentas



PRESUPUESTO

SEÑORES N° 191017-2 Manuel Antonio Maira N° 1253

FECHA Stgo, 28 de Junio de 2016 Providencia - Chile

ATENCIÓN Sra. Paulina Astudillo Fono: 470 8600

CANTIDAD ESPECIFICACIONES PRECIO Fax: 225 1272

Libro
Formato: 18 x 25 cm., ext 36 x 25 cm
Tapa en environment Natural Smooth de 270 grs mpresas a 4/4 colores.
Interior: 184 páginas en Bond Ahuesado de 80 grs impresas a 4/4 colores
Terminación: costura hilo hotmelt

1.500 unidades, \$ 7.085.000.- + IVA

GUSTAVO MARTINEZ-CONDE
OGRAMA IMPRESORES

V° B° CLIENTE FIRMA Y TIMBRE

SEGÚN LEY N° 19733, SE AGREGARAN 15 IMPRESIONES DE LIBROS, PARA SER ENTREGADAS A LA BIBLIOTECA NACIONAL A NOMBRE DEL CLIENTE.
ESTE PRESUPUESTO SE CONSIDERA PROFORMA HASTA QUE SE HAYA RECIBIDO LA TOTALIDAD DE LOS ORIGINALES.
+/- 5% DE LAS CANTIDADES SOLICITADAS SE CONSIDERA NORMAL. ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN I.V.A.
ESTE PRESUPUESTO ES VALIDO POR 20 DIAS.
ESTE PRESUPUESTO INCLUYE 1 HORA DE RETOQUE DIGITAL VALOR X HORA ADICIONAL \$35.000 + IVA.

Grafhika Copy Center Ltda.
 Centro de Fotocopiado e Imprenta
 RUT.: 78.953.430-6
 Fono - Fax: (562) 2688 0028
 Santo Domingo N° 1848 y 1862
 Santiago Centro
www.grafhika.cl



Señores:
Pontificia Universidad Catolica de Chile
 E-mail : plastudi@uc.cl
 At. : Paulina Astudillo
PRESENTE

Oferta : 16-06-19663
 Fecha: 30-06-2016
 Consultor Gráfico: Departamento Comercial
 E-mail : Santo Domingo
 Fono: santodomingo@grafhika.cl
 Fax : 2-688 0028
 2-688 0028

Estimado Cliente,

De acuerdo a lo convenido le adjuntamos una descripción detallada de lo solicitado, así como los valores correspondientes.

LIBRO: (25 X 18 CMS. CERRADO) 30-06-2016

Formato cerrado: 25 cm x 18 cm
 Impresión: Cubierta Impresa(s) a 4/4 colores
 Interior 182 páginas, Impresa(s) a 4/4 colores
 Papel: Cubierta **Environment Natural Smooth 270 g/m²**
 Interior **Bond Ahuesado 80 g/m²**
 Terminaciones: Corte recto, Plisado en Cubierta, Dobladros de Pliegos, costura hilo más
 Empaste Hot Melt, Sellado Termoretractil. Embalados en cajas de cartón.

CANTIDAD		Precio Unit.	Precio Total
1.500	Ejemplares	\$3.889.-	\$5.833.500.-

Observaciones:

- Los valores no incluyen IVA. La oferta es válida por 3 días.
- Forma de pago : **30 días**
- Valores sujetos a confirmación según revisión de archivos.
- Los archivos son proporcionados por el cliente y deben estar listos para Pre prensa (CTP).

Aceptación del Cliente
 Paulina Astudillo

Departamento Comercial Santo Domingo
 Ejecutivo de Ventas

Aprobación Gerencia

EDIFICIO CORPORATIVO
 SANTO DOMINGO 1862
 Mesa Central: 688 0028
 E-mail: santodomingo@grafhika.cl

TENDERINI 78
 Mesa Central: 664 2151
 E-mail: tenderini@grafhika.cl
 Santiago Centro

GUARDIA VIEJA 240
 Fono: 335 1660
 E-mail: providencia@grafhika.cl
 Providencia

HENDAYA 90
 Fono: 233 4933
 E-mail:
 Las Condes



Sres.
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE
 AV. LIB. BERNARDO O'HIGGINS #390 PISO 3
 Fono: 3542417 Fax:
 Presente
pcorona@uc.cl
 Tenemos el agrado de cotizarle(s) lo siguiente:

Santiago, 1 de julio de 2016

Presupuesto N° 62768
 Vendedor: ANDREA MUÑOZ

Rut: 81.698.900-0

Email: pcorona@uc.cl

LIBRO Alt. 1 enviar a plastudi@uc.cl (alt.)

Formato Cerrado: 18 x 25 cms.
 Tapas: Impresas a 4/4 mcolor en papel Environment Natural Smooth de 270 grs.
 Texto: 182 páginas impresas a 4/4 colores en papel bond ahuesado de 80 grs.
 Encuadernación: Costura hilo, entape hotmelt y retractilado.
 Del Cliente: Archivos listos para salida CTP.

Cantidad	Unitario	Total
1.500	4.149	\$ 6.223.500

Valores no incluyen IVA

Forma de Pago: **60 DIAS**
 Plazo de Entrega: A convenir.
 Validez del Presupuesto: 10 días.

Aceptación Cliente
 PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE


 CARLOS HAYDEN SAXTON
 Gerente Comercial
 Salesianos Impresores

General Gana 1486 - Fono: 530 79 14 - Fax: 530 79 82 - Santiago - Chile
www.imprensa-salesianos.cl

- La aceptación de este presupuesto constituye una formalización del contrato de impresión y de las condiciones en él pactadas.
- El cliente declara estar autorizado para usar todos los elementos que se incluyen en el trabajo encomendado, liberando a esta imprenta de toda responsabilidad.
- Se entiende por cumplido este presupuesto, en su totalidad, al entregar la cantidad solicitada con una tolerancia de +- 5%.
- Las demoras que se produzcan por atraso en la entrega de VºBº, originales, archivos o materiales por parte del cliente, eximen a la Imprenta en el cumplimiento del plazo de entrega establecido y la facultan para modificar las fechas conforme a una nueva planificación.

LA EDUCACION DEL NIÑO

SON dos las causas principales que impulsan a los niños a atrasar la hora en que deben acostarse. La primera es la sobreexcitación del sistema nervioso, que les da la impresión —lo que también sucede entre los adultos— de estar frescos, animosos y listos para emprender, sin cansancio alguno, cualquier juego o actividad.

La segunda reside en un sentimiento inconsciente de frustración que experimentan algunos niños con la idea de separarse de sus padres, mientras éstos permanecen juntos. ¿Hace falta decir que tanto en un caso como en el otro la falta de firmeza del padre o de la madre los induce, tanto a los varones como a las niñas, a emplear mil subterfugios para retardar el momento de acostarse?

Cuando pueden invocar pretextos plausibles o aparentemente plausibles, el niño acude a ellos con cierto sentimiento de invulnerabilidad. Cuando le faltan razones auténticas, recurre a toda clase de astucias para enternecer a la mamá, para deshacer el entrecejo arrugado del papá. “¡Tengo que arreglar mis juguetes!” “Voy a ordenar un poco mi closet”, o bien, “Mamá, ven a decirme qué ropa me voy a poner mañana”.

Según la reacción que observa en sus padres, sabe si ha conseguido o no quedarse un rato más en pie. Cuando sus ardidés no han tenido éxito, al día siguiente inventa razones más convincentes. Y así, noche tras noche discurre una serie de pretextos que utilizará con un sentido de la oportunidad tan astuto como efectivo.

Es preciso tener conciencia de estos procedimientos infantiles para “no pisar el palito”, so pena de encontrarse un buen día ante una banda de indisciplinados, reacios a toda orden de sus padres.

CONSEJO N.º 1.— Convencerse uno mismo de la imperiosa necesidad de un largo sueño prolongado para los niños.

Es evidente que una mamá que tiene por costumbre acostarse muy tarde, tendrá que hacer un esfuerzo para mantener una disciplina en la hora de dormir de los niños. Debe saber que un sueño de 10 u 11 horas es indispensable para los niños menores de 12 años. Muchos fracasos escolares, estados de nerviosismo, cansancios crónicos, que sus mayores cali-

LA HORA DE ACOSTARSE

fican de “pereza”, son, en realidad, el resultado de una falta de sueño cotidiano. Las criaturas se sienten extenuadas sin saber cuál es la causa.

CONSEJO N.º 2.— Fijar una hora exacta para acostarse, tomando en cuenta el tiempo que necesitan para su aseo.

Los niños deben habituarse a consultar el reloj tanto al acostarse como al despertar; esto añade la conveniencia de acostumarlos no sólo a respetar un horario, sino también contribuye a la formación de una disciplina de orden, que les será provechosa toda la vida.

Las visitas eventuales de los parientes y amigos, o un programa especial de televisión, no deben de servir de pretexto para modificar sus horas de descanso. Sólo podrá permitirse alguna excepción en la época de vacaciones, cuando puede recuperar su sueño durante la mañana.

CONSEJO N.º 3.— Disciplina en la hora de acostarse.

El sueño es, en particular, dependiente de la costumbre. La regularidad en la operación de desvestirse, asearse y acostarse, crea un verdadero reflejo que induce al niño a dormir a la hora que se le ha fijado. En ese momento ya no busca escapatorias por la sencilla razón de que el sueño acude espontáneamente.

Los niños que dan mucho trabajo para convencerlos de la necesidad de acostarse son aquéllos a quienes no se les ha obligado con firmeza a respetar las órdenes de sus padres y a los que no se les ha impuesto una verdadera disciplina, enseñándoles a respetar las horas fijadas para las diversas tareas cotidianas. Basta la experiencia que se han hecho en las colonias de vacaciones, en las que puede verse a los niños que tienen fama de dormir mal, que al cabo de una semana de horas ordenadas concilian inmediatamente un sueño profundo y prolongado hasta la mañana.

CONSEJO N.º 4.— No crear ritos, que muy pronto se convierten en obligaciones exasperantes.

Tal mamá ha inaugurado con ternura el rito de tomar la manita del niño y acompañarlo hasta que se duerme. Otras insisten en dejar una luz encendida sin un motivo plausible.

Por encantadora que sea esta costumbre dictada por el amor maternal, hay que resistirla pensando en el porvenir. Muy pronto el niño no podrá dormirse si su madre no está a su lado o si se ve perdido en medio de la oscuridad.

Después de leer estos consejos, traten las mamás de hacer un ensayo con firmeza y perseverancia. Si la hora de acostarse de sus hijitos les causa preocupación, examinen conscientemente las causas. Al corregir tal o cual procedimiento, se darán cuenta de que su vida se simplifica, que sus tareas serán más fáciles y que sus hijos ganarán física y moralmente.



Agradecimientos

A mi familia, sobre todo a mi mamá y papá por apoyarme todos estos años de carrera, y por ser los mejores ejemplos de perseverancia y trabajo duro.

A Josemaría, por alentarme, acompañarme y ayudarme siempre.

A Pedro, por su preocupación, apoyo y por guiarme en este proyecto.

A la Coté y la Maca—la cueva—, por estar ahí, ayudarme en este proceso y contar con ustedes para reírnos de nuestras desgracias diseñísticas.

A todos los que de alguna forma me ayudaron a darle forma a este proyecto.

Y finalmente, a todas aquellas mujeres empoderadas que sin pensarlo, nos otorgaron un patrimonio cultural y visual invaluable.

