

Recibido: 28-06-18
Aceptado: 22-11-18

RELEVANCIA DE LETREROS DE NEÓN EN EL IMAGINARIO NOCTURNO SANTIAGUINO

58

THE IMPORTANCE OF NEON SIGNS IN SANTIAGO'S NOCTURNAL IMAGINARY

BRUNO PERELLI SOTO ¹
JOSÉ MARCELO BRAVO SÁNCHEZ ²
RODRIGO DUEÑAS SANTANDER ³

- 1** Magister en Diseño
Departamento de Diseño. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile, Chile.
Diseñador Gráfico
<https://orcid.org/0000-0002-2461-9639>
bperelli@uchilefau.cl
- 2** Doctor en Historia, Geografía e Historia del Arte: Sociedad, Territorio y Patrimonio
Instituto de Historia y Patrimonio. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile, Chile.
Profesor Asistente e investigador
<https://orcid.org/0000-0001-7616-7454>
mbravo@uchilefau.cl
- 3** Magister en Edición
Departamento de Diseño. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile, Chile.
Profesor Asistente
rodrigoduenas@uchilefau.cl

DOI: <https://doi.org/10.22320/07183607.2018.21.38.05>



Los letreros de neón asociados a la publicidad callejera en Santiago de Chile se consolidaron como símbolo de la vida nocturna y la bohemia capitalina, desde finales de la década de 1920 hasta los años ochenta. Su luz artificial permitió la construcción social de distintos lugares y paisajes generando prácticas espaciales a través de una red de interpretaciones traducidas en una estructura del modo de vida nocturno de los santiaguinos. La presente investigación se centra en analizar los valores que han llevado a estos letreros a ser considerados como “imaginarios urbanos” a través de la revisión de fuentes bibliográficas, archivos fotográficos privados, planimetrías y cartografías que conducen al conocimiento del tema estudiado. Este registro de factores que contribuyen a la construcción de un imaginario urbano de letreros de neón se vincula a elementos históricos, patrimoniales, de diseño, modos de vida y representativos de la memoria colectiva capitalina a través de soportes como la literatura, la fotografía, la televisión y el cine.

Palabras clave: identidad cultural, iluminación, monumento histórico, bien cultural y memoria colectiva.

The neon signs associated with street advertising in Santiago de Chile were consolidated as a symbol of the nightlife and the capital's bohemianism from the late 1920s to the eighties. Its artificial light enabled the social construction of different places and landscapes, thus generating spatial practices through a network of interpretations translated into a structure of the nocturnal lifestyle of the people of Santiago. The present investigation focuses on analyzing the values that have led these signs to be considered “urban imaginaries”, through the review of bibliographic sources, private photographic archives, blueprints and maps that lead to knowledge of the subject studied. This register of factors that contribute to the construction of a neon sign urban imaginary is linked to historical, patrimonial, design, lifestyle and other elements representative of the capital's collective memory through media such as literature, photography, television and cinema.

Keywords: cultural identity, lighting, historical monument, cultural property, collective memory.

I. INTRODUCCIÓN

El uso de Neón se remonta al descubrimiento de este gas noble por parte de William Ramsay y Morris Travers, a fines del siglo XIX. Posteriormente, fue usado para lograr la luminosidad de pancartas publicitarias o letreros comerciales y en la fabricación de tubos fluorescentes.

Esta aplicación en anuncios publicitarios y comerciales, se realizó en 1912, en la ciudad de París por el inventor George Claude, científico francés al que se le atribuye la separación del hidrógeno, el oxígeno y de otros gases residuales, entre los cuales estaba el neón, cuya principal característica es la de generar luminosidad. Este descubrimiento fue conocido como "Claude Neón" y le permitió construir los primeros letreros a comienzo de 1910. No obstante, la crisis de 1929 afecta la empresa de Claude, haciéndolo perder su monopolio comercial al tener que liberar su hallazgo tecnológico a otras empresas.

Para 1930, muchas ciudades norteamericanas cobraron vida en la noche gracias a estas pancartas luminosas, entre las que destaca la de Las Vegas (Nevada, EEUU). Conocida como "la ciudad que no duerme", ha sido fuente de inspiración de diferentes filmes precisamente por sus letreros que están en la retina de muchas generaciones. Tras la Segunda Guerra Mundial, surge la escuela técnica Egan Institute (Nueva York) que logró desarrollar una vertiente académica y tecnológica en la fabricación de letreros de neón que se expandió en Estados Unidos y diferentes regiones del globo (Rodríguez Martín, 2016).

En cuanto a Chile, la influencia de estos carteles nace a partir de la segunda década del siglo XX, cuando se le empieza a dar vida a la noche santiaguina mediante este naciente recurso. Estos verdaderos faros urbanos comienzan a transformarse en pioneras muestras de la publicidad moderna nocturna. Las primeras crónicas que hacen referencia al uso de los letreros de neón se dan en el año 1926, cuando fueron promovidos por una feria tecnológica realizada por dueños de empresas de insumos eléctricos y la propia CHILECTRA. No obstante, los neones se popularizarían algunos años después, cuando su sistema ya era internacionalmente conocido y accesible, dejando de ser lujo de grandes y céntricos establecimientos capitalinos y de las principales ciudades chilenas.

Con la llegada de la década del sesenta, el letrero de neón se fue popularizando aún más debido a la psicodelia y los colores lisérgicos de este período, lo que trajo como consecuencia en la industria la mejora de la gama cromática (llegando a 24 colores) y la generación de efectos de movimiento o cinéticos como los anuncios de Valdivieso y Monarch. Posteriormente, en la década del ochenta, la industria de los letreros de neón logró obtener un centenar de colores a un bajo consumo eléctrico, lo que aumentó su uso comercial, enraizándose en la memoria colectiva, los imaginarios urbanos y la identidad territorial de la urbe santiaguina y de otras ciudades chilenas.

El desarrollo de nuevas tecnologías de iluminación como la inclusión de letreros termoformados y pantallas LED, la obsolescencia del neón dada su producción artesanal y costos de mantención, sumado al crecimiento y desarrollo de la urbe, tuvieron como efecto la desaparición de gran parte de estas tradicionales pancartas eléctricas: en menos de una década disminuyeron de un centenar a una veintena de ellos. En este contexto, el problema de investigación se traduce no solo en el rescate del patrimonio tecnológico de los letreros y su técnica, sino además en establecer las dimensiones territoriales, culturales, identitarias, geográficas e históricas que los constituyen como imaginarios urbanos.

El objetivo central de esta investigación es analizar los valores urbanos, patrimoniales, paisajísticos y de diseño que hicieron posible que los letreros de neón de Santiago se transformaran en parte de su imaginario urbano, integrándose a la memoria colectiva nocturna de esta capital, lo que se comprueba el año 2010 al ser declarados, dos de ellos, Monumentos Nacionales. Para dar respuesta al objetivo del presente artículo se han trabajado diversas dimensiones urbanas, culturales, paisajísticas y de diseño, las cuales permitieron que los letreros de neón evolucionaran hacia un recurso patrimonial, para formar parte del imaginario social y la memoria colectiva nocturna santiaguina. Dentro de los objetivos específicos concretados, se encuentra la medición en terrero del área de alcance visual de los letreros patrimoniales de Valdivieso y Monarch. Luego, se llevó a cabo la vinculación histórica de los letreros de Neón con diversos períodos, con el fin de detectar su patrón territorial en la urbe capitalina. Finalmente, se describe cómo las luminarias de neón, se han instaurado paulatinamente en los imaginarios sociales de Santiago y se expresan en medios de comunicación como literatura, televisión y cine.

Aspectos teóricos vinculados al estudio de los letreros de neón

Las imágenes han sido objeto de estudio de diversas visiones en el campo de las humanidades y las ciencias sociales, especialmente de la filosofía, la semiótica, la psicología social, la sociología, el arte en sus diversas expresiones, entre otras (Sartre, 2006). Así, la geografía humana se ha ido paulatinamente involucrando con el estudio de la imagen, puesto que como parte de sus objetivos rectores se encuentra el analizar la relación del ser humano con su medio, su impronta en el territorio y cómo dicha relación es capaz de generar un paisaje cultural, la percepción del espacio y la exteriorización de las imágenes mentales de los lugares (entre varios otros tópicos de investigación, tanto en ambientes rurales como urbanos) (Nogué, 2013; Armengaud, Armengaud y Ciancchetta, 2009; Hiernaux, 2007; Hiernaux y Lindón, 2006).

El estudio territorial de la imagen ha configurado una nueva centralidad social ya que se relaciona no sólo con su expresión gráfica, sino también con el entendimiento de aquellas



Figura 1. Letrero de neón de Valdivieso emplazado en calle Rancagua (Providencia). Fuente: Fotografía de Marcelo Bravo, 2017.

imágenes que las personas pueden llevar consigo de manera interna y que pueden ser exteriorizadas y objetivadas: la imagen se transforma en un imaginario social, una trama articulada de imágenes que se vincula al campo del saber social. En torno a ella se entrelazan relaciones sociales, desarrollan identidades, configuran anhelos, se obtienen rostros, alteridades, se establece qué consumir, se conocen lugares cercanos y lejanos y se objetivan formas de apropiaciones de los espacios (Lindón, 2013).

La inserción de los imaginarios en los estudios geográficos ha permitido determinar la construcción de nuevas articulaciones analíticas a nivel multiescalar, incluyendo tanto a las materialidades como inmaterialidades Zusman, 2013; Córdova Aguilar, 2008; Taylor, 2006; Hiernaux, Cordero y Van Duynen Montijn, 2002; Silva, 1992; Estébanez Álvarez, 1977).

Es competencia de la geografía urbana preocuparse del estudio de los imaginarios y de la dimensión subjetiva de la ciudad (Baeza, 2003; Caillois, 1989). Ésta, en conjunto con otras disciplinas como el Diseño, se ha abocado al examen de las identidades y el patrimonio local, generando el entendimiento de un discurso coherente sobre la ciudad que relacione análogamente la dimensión material de una urbe con sus dimensiones más subjetivas (Lindón, 2014; Morales Yago, 2012).

Dentro de estas dimensiones subjetivas, las señales, letreros y paisajes de la ciudad se vuelven íconos a través de su permanencia en el tiempo, tanto física como en el registro que alimenta la memoria. Inserto en esta memoria se ubica el

imaginario colectivo que han construido los letreros de neón en la ciudad de Santiago, asociándose a la época de gloria de la vida nocturna y la bohemia, en pleno despertar de una identidad local producto de una creciente actividad cultural y comercial de la sociedad chilena. En reconocimiento a ese rol, el 31 de mayo de 2010, el decreto N° 219 de Monumentos Nacionales estableció que los letreros publicitarios de neón pertenecientes a las marcas Monarch (Diagonal Paraguay esquina Vicuña Mackenna) y Champagne Valdivieso (General Bustamante esquina Rancagua) fuesen nombrados monumentos nacionales, convirtiéndose así en las primeras piezas publicitarias en ser declaradas patrimonio de todos los chilenos (Figura 1).

Se llama coloquialmente luces de neón al uso de los tubos fluorescentes de vidrio soplado y moldeado manualmente que contienen diversos gases nobles. Tal como indica Ribbat (2013), entre los gases utilizados para colorear, podemos encontrar el argón, que produce tonalidades violetas, el helio, que produce rosado, el xenón para los azules pálidos y el criptón para un blanco platinado, mientras que mezclas como las de mercurio y argón irradian un azul más intenso. Todo esto complementa el uso del gas neón que solo emite rojos.

Esta técnica de letreros debuta en París hacia el año 1913 con la publicidad para la marca Cinzano en Champs Elysées o el Boulevard Haussmann, siendo materia de discusión aún su ubicación original. Su notorio protagonismo, se atribuye a la capacidad expresiva que el tubo de vidrio le otorgó al sumar trece tonalidades de color que los gases podían otorgar a estas estructuras únicas. No obstante, el proceso de diseño mantuvo

su naturaleza artesanal pese a ser considerado tanto la metáfora estándar de la vida nocturna, como también de la tecnología (Ribbat, 2013).

La aparición de letreros luminosos con bulbos incandescentes, producto de las transformaciones de los grandes centros urbanos, dado el aumento del uso de la electricidad, ocurrió al menos veinte años antes de la introducción del neón en este campo.

Desde 1915 a 1920 los primeros letreros luminosos de neón comienzan a poblar ciudades de Francia e Inglaterra, incluidas sus colonias; en 1923 los primeros letreros de Earle C. Anthony llegan a la ciudad de Los Ángeles en la costa oeste de Estados Unidos. En un año habrá letreros de neón en Nueva York, Chicago y San Francisco. Para la década del treinta, algunos países en Sudamérica, además de México y Cuba, inician su comercialización (Stern, 1995).

Para 1926, los letreros luminosos -con bulbo incandescente primordialmente- empiezan a habitar el centro urbano de la Región Metropolitana chilena y, en escasos cuatro años de su introducción como técnica publicitaria, toman protagonismo como un rasgo pertinente de la noche santiaguina tal como se advierte en el filme "El corazón de una nación", dirigida por Edmundo Urrutia, el año 1931. Coincidentemente, diversos archivos fotográficos, públicos y privados de la época sitúan letreros de neón alrededor de 1930, lo que llegarán a su auge durante las décadas de 1940-60.

Sin embargo, el empleo del neón a nivel mundial, para 1960, comienza a decaer a causa de la aparición de letreros termoformados y retroiluminados de plástico, materiales más resistentes que el vidrio, de menor envergadura y serializables. Es en este período que las verdaderas imágenes evocativas a la vida nocturna comienzan a vincularse con estas pancartas no solo a nivel global, sino a nivel local. Valdivieso y Monarch se integran al circuito de neón en 1954 y son solo dos de muchas postales luminosas que, a través de su uso, fueron adquiriendo una fuerte carga metafórica que alude a la vida nocturna, la literatura, la narrativa escrita y visual como parte de la decadencia y el vicio (González Colville, 2015).

Entre 1980 y mediados de la década del 90, aún se conservan gran cantidad de letreros de neón, pero la infraestructura que los soporta empieza a transformarse para dar paso a nuevas edificaciones. El proceso de expansión de la ciudad de Santiago y la modernización de tecnologías lumínicas, como son los letreros LED, cambian el paradigma del letrero para instalar grandes pantallas que repiten pistas de video y que se encuentran presentes en gran parte de la capital.

Cabe destacar, en primer lugar, que la capacidad comunicacional a gran escala de los carteles de neón radicaba, en sus primeros días, en ser fuente de fascinación para el público en la calle, por lo

novedoso de estos. Efectividad comunicacional y atractivo que se mantuvo en años posteriores, debido a las brillantes líneas de color que la publicidad de exterior contrastaba con la oscuridad de la noche (Miller y Fink, 1935). En segundo lugar, desde una dimensión técnica, su eficiencia luminiscente, pese a ser menor que la de los contemporáneos bulbos incandescentes, era compensada por su capacidad para producir letreros de gran envergadura y de gran diversidad cromática, que lograban destacar visualmente a grandes distancias, consiguiendo un efecto muy similar al de un faro en la ciudad.

Es a partir de estas cualidades que la urbe va a considerarlos como elementos transformadores del espacio, a tal punto que la arquitectura comienza a "incluir en los planos de las nuevas construcciones diversas disposiciones para iluminación permanente por tubo para enfatizar las características arquitectónicas durante la noche" (*ibidem*).

En ese sentido, Koolhaas (1978) subraya que la introducción de la electricidad en centros urbanos -y, por tanto, la factibilidad técnica para letreros de neón- hizo posible la creación de un "segundo día", prolongando así la presencia del espacio cultural en desmedro de la escasa temporalidad del espacio natural. Esta desnaturalización de la ciudad configuró un mundo artificial donde el destello eléctrico se convirtió en la norma de los centros urbanos de la época: la electrificación y la publicidad iluminada fueron avanzando mano a mano convirtiendo la ciudad en verdaderos espacios imaginarios (Ribbat, 2013; Giedion, 1970; Ellul, 1964).

Así, en este punto es relevante preguntarse, a propósito de los monumentos Monarch y Valdivieso, ¿existieron otros imaginarios de neón en la ciudad de Santiago?, ¿de qué manera se constituyen estos imaginarios?, ¿existen patrones y comportamientos relevantes en su historia? En esa línea, esta investigación pretende rescatar y poner en valor la historia y la técnica de construcción de las señales y letreros luminosos realizados con neón durante el siglo XX en Santiago de Chile, comprendiendo su técnica en tres dimensiones: como manufactura, como propaganda y como construcción de identidad y patrimonio visual.

II. METODOLOGÍA

La confluencia de dos áreas disciplinares -el diseño, por una parte, y la geografía cultural, histórica y urbana, por otra- ofrece la posibilidad de observar un fenómeno desde dos perspectivas simultáneas y complementarias entre sí. Pero es un hecho que el conocimiento ha de construirse paso a paso, con una profunda compenetración de las situaciones en las labores de terreno.

El presente artículo tiene un carácter más cualitativo que cuantitativo ya que se ha desarrollado principalmente mediante la percepción que existe sobre la presencia de los letreros de neón en el paisaje urbano y sus respectivas incidencias en el imaginario cultural que estos generan.

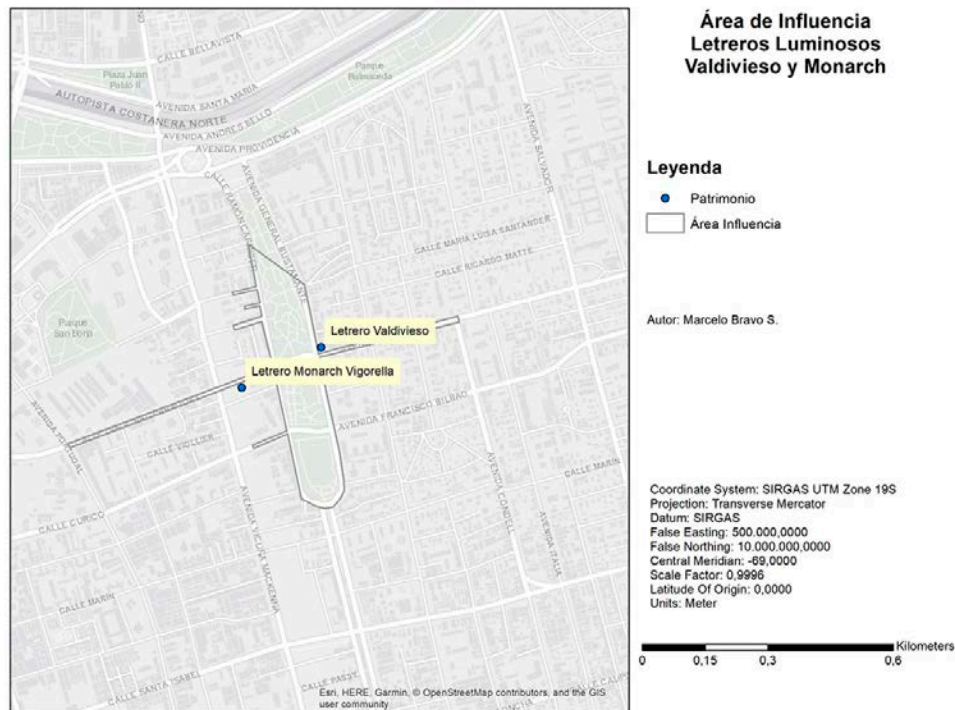


Figura 2. Mapa de área de influencia (rojo) de los letreros luminosos de Valdivieso y Monarch. Trabajo de Campo. Fuente: Marcelo Bravo. Cartografía de autores, 2017. Realizado en ESRI ArcMAP.

El tipo de metodología empleado para la realización de este trabajo se enmarca en los estudios exploratorios. Esto se debe a que el material bibliográfico sobre los letreros de neón en Chile es exiguu, limitado y desconectado entre sí y, sobre todo, a que no existen textos que hagan alusión a la historia y la arquitectura vernácula de letreros luminosos. En consecuencia, la información se ha obtenido de fuentes primarias, de actores claves relacionados con estos artefactos luminosos, como sus respectivos constructores, personal y dirigentes de junta de vecinos de los edificios en que se emplazaron y otros profesionales relacionados con el patrimonio y el diseño. A ello se suma la observación en terreno para constatar el estado, el emplazamiento geográfico, su valor patrimonial (tanto en su expresión tangible como intangible), su nexu con el paisaje e imaginario urbano.

La metodología empleada se basó en tres etapas. En primer término, el análisis de las piezas Valdivieso y Monarch, que supuso establecer su año de instalación, ubicación, áreas de influencia y transformaciones en el paso del tiempo que fomentaron la construcción del imaginario. Para la determinación del área de influencia, se realizó un recorrido nocturno, marcando con GPS los puntos que ofrecían visión de los letreros luminosos estudiados.

Después, en una segunda fase, se elaboró una tipología de análisis que comprendió la revisión de archivo privado, entendiendo por ello fotografías y, por ende, imágenes que las personas

pueden llevar consigo de manera interna y que son publicadas generalmente en redes sociales. Este tipo de archivo es mucho más objetivo y demuestra obtener fechas, lugares, perceptivas y percepciones de quienes fotografían los entornos en los cuales los letreros se desenvuelven.

Finalmente, la etapa de sistematización contempló la georreferenciación de letreros activos y desaparecidos a partir del registro de archivo privado, la visita a terreno y una posterior comparativa con bases de datos que registran el crecimiento urbano de las calles de la ciudad de Santiago.

La evolución histórica de una ciudad como la de Santiago de Chile produce un imaginario urbano con un planteamiento estratégico que elabora una compleja identidad, de la cual los letreros de neón no son ajenos (Nogué, 2017; Nogué, 2014).

III. RESULTADOS

Análisis y alcance de los letreros Monarch y Valdivieso

En una primera instancia, el análisis técnico de los monumentos Monarch y Valdivieso permitió al equipo establecer un símil, considerándolos verdaderos "faros urbanos", ya que, al igual que los marinos, cobran vida en un ambiente nocturno, utilizan



Figura 3. Letrero de aluminio El Mono que se destacaba en Alameda esquina Ahumada y se asociaba a la pujante industria Fantuzzi que fue apoyada por la Corfo en la década de los cincuenta. Fuente: Luis Weinstein década de 1980. En: Heffer et al., 2016: 148.

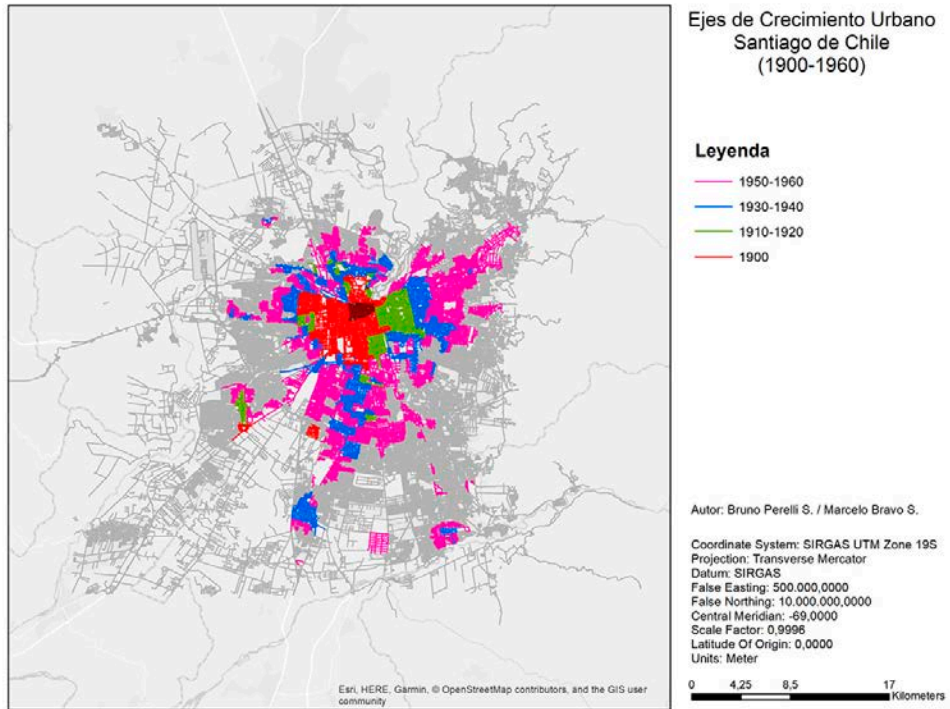


Figura 4. Ejes de crecimiento urbano en la ciudad de Santiago de Chile en rangos que van desde 1900 (rojo), 1910-1920 (azul), 1930-1940 (verde) y 1950-1960 (magenta). Fuente: Bruno Perelli. Cartografía de autores, 2017. Realizado en ESRI ArcMAP.

tecnologías tradicionales, su luminosidad alcanza una distancia considerable lo que permite advertir su presencia desde lugares distantes, su fuente lumínica posee diversos colores, se emplazan a una altura considerable y ocupan un lugar distintivo en el paisaje cultural en que se insertan. Esto lleva a pensar en que estos letreros y señales pueden ser considerados un lugar, más que un no lugar, dependiendo de las motivaciones de un observador específico, en la medida en que pueden representar un punto de encuentro o guía a la distancia en el camino del usuario.

Desde el punto de vista de su ubicación geográfica, es posible detectar que estas marquesinas luminosas son principalmente superiores a 10 metros -en edificios de altura- y se encuentran orientadas hacia calles principales de dos a cuatro vías con un solo sentido de tráfico vehicular, las cuales confrontan a dicha propaganda. De igual modo, se emplazan cercanas a barrios comerciales de vida nocturna o bohemios como el caso de Bellavista o el centro de Santiago, además de explanadas de lugares recreacionales como plazas y parques públicos de tamaño considerable, como Plaza Baquedano, Parque Bustamante y Parque Forestal. Otro factor relevante para determinar su ubicación es el alto tráfico peatonal y vehicular en las cercanías de sus emplazamientos.

El área de influencia o alcance visual de este tipo de letreros es variable y depende de factores como el follaje de los árboles o su panorámica visual que depende, a su vez, de otros edificios, de acuerdo a su forma: de una o cuatro caras (en teoría podrían tener un patrón circular, semicircular, ovalado y trapecoidal). En concreto, los letreros de Valdivieso y Monarch, que fueran declarados Monumentos Nacionales, han recibido en su área de impacto los factores de la modernización y de la actual morfología constructiva urbana de Santiago, conformado un patrón irregular de su área de influencia o visibilidad, que se asemeja a una "ameba" o "mancha de aceite" (Figura 2).

El alcance máximo de los letreros se obtiene por la proyección lumínica en las calles que los enfrentan y que, en el caso del letrero Valdivieso, llega a un máximo es de 0,77 km por calle Diagonal Paraguay, y en el de Monarch, a 0,47 km en Calle Diagonal Paraguay. Todo esto condicionado también por las características técnicas de las luminarias utilizadas y su tamaño que claramente determina su característica de faro urbano. Sin embargo, estos emblemáticos letreros son registros de un auge técnico de más de ochenta años, técnica que comienza a utilizarse nuevamente.

Levantamiento de archivo

En una segunda instancia, a partir de registros fotográficos, archivos privados de familias que generalmente se presentan en redes sociales como facebook, instagram o flickr y que constituyen diversas visiones de un mismo lugar en diversas posiciones espacio temporales y visitas a terreno, se procede

a sistematizar información estableciendo tipologías por género y rubro del producto o mensaje publicitado, período y georeferenciando las ubicaciones de las piezas estudiadas para el posterior establecimiento de comportamientos. El objetivo de ello es definir patrones de comportamiento y relevancia histórica que refuerzan la idea del neón como recurso visual en la construcción del imaginario urbano de la ciudad de Santiago.

Mediante esta metodología, se logró el registro de más de ochenta letreros correspondientes a un período que va de 1926 a 1980. Los letreros se encuentran dispuestos fundamentalmente sobre el eje de la Avenida Alameda Libertador Bernardo O'Higgins desde el eje Ecuador; continúan desde Plaza Baquedano por Avenida Providencia y, luego, llegan hasta el sector Oriente de la capital colindando con el de avenida Alonso de Córdoba. Se trata, en su mayoría, de letreros que han desaparecido, sin embargo, cabe destacar algunos que constituyen referentes históricos relevantes en la construcción del imaginario de ciudad y que permanecen en la retina del transeúnte:

1. Fantuzzi / Aluminios El Mono: El imaginario colectivo de la ciudad a través de publicidades realizadas con neón dieron cuenta del pasado de grandes industrias chilenas que aparecieron con la instauración de la Corfo y la activación industrial del país. Tal es el caso del letrero que la industria Fantuzzi tenía instalado para los tradicionales productos de "Aluminios El Mono" en el Barrio Mapocho (Avenida la Paz esquina Artesanos) y en plena Avenida Alameda (Alameda esquina Ahumada) (Figura 3).

Estas señales resultan ser testigos y representantes de los flujos sociales y económicos del país cuando posteriormente otros letreros luminosos más contemporáneos como los que se encuentran al frente de la Plaza Baquedano, aparezcan haciendo alusión a empresas transnacionales de nuevas tecnologías acorde a los nuevos tiempos, como la computación y la telefonía celular.

2. Cinzano / Ferrilloza Cafrenal / Colchones CIC: La bifurcación de Avenida Alameda Libertador Bernardo O'Higgins y Avenida Ecuador, frente a la Estación Central y a escasos metros de la Universidad de Santiago, es uno de los lugares más relevantes de estudiar dado que durante largo tiempo esta "punta de diamante" albergó al menos tres letreros luminosos durante 1926 y 1973: Cinzano, Ferrilloza y Conchones CIC.

Resulta interesante destacar que los letreros se encuentran precisamente en lo que fue durante mucho tiempo considerada la salida de Santiago, dada su cercanía con Estación Central y con la salida hacia ciudades del Litoral Central.

3. Ejes del Casco Histórico: El levantamiento de registro además arrojó una proliferación de letreros en la zona que comprende el triángulo conformado por Alameda, la rivera del Río Mapocho y la Avenida Manuel Rodríguez. En su interior, las calles Huérfanos, Bandera, Mac Iver, Mercedes, Ahumada y Estado, presentan un pasado plagado de letreros luminosos, muchos de ellos

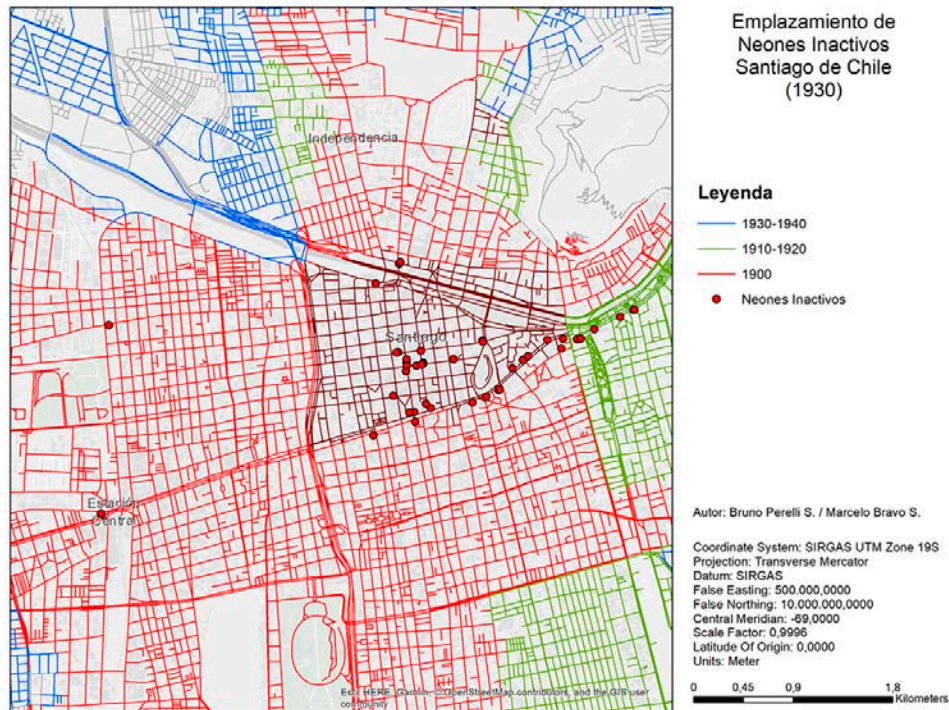


Figura 5. Letreros de neón (hitos rojos) y Casco Histórico de Santiago en rangos de crecimiento, desde 1900 hasta 1940, los cuales se emplazan principalmente en el eje Alameda (abajo), Río Mapocho y la Chimba (arriba) y el eje Avenida Ecuador (izquierda). Fuente: Bruno Perelli. Cartografía de autores, 2017. Realizado en ESRI ArcMAP.

relacionados con restaurantes, tiendas de menaje, cines y teatros, además de algunos hoteles y clubes nocturnos.

No obstante, la mayor concentración de los ochenta letreros catalogados se da sobre el eje Alameda donde se registran diversas publicidades referentes a variadas marcas como Martini, Saba, Odontine, General Electric, Philips; y en cercanías de plaza Baquedano y Providencia destacan letreros como el de Xerox (1960) y Lan Chile (1950).

A partir de la georreferenciación de archivo, se procedió a cruzar información relacionada a períodos de crecimiento de los ejes urbanos en la ciudad de Santiago para la etapa que comprende las décadas de 1920 a 1980. De esta manera, la sistematización de los datos comienza a perfilar comportamientos en la urbe donde los letreros colonizan territorios y no solo marcan la ubicación de lugares de consumo, sino que son puntos clave para la identificación de lugares dotados de identidad.

La sistematización arrojó patrones de comportamiento en la distribución de letreros de neón relacionados con capas evolutivas de la ciudad de Santiago (Figura 4).

Toda esta actividad se realizaba principalmente en el centro y en las principales calles de la ciudad, por lo que transitar a pie, tranvía o

buses era la mejor manera para los grupos bohemios de la época. Las marquesinas o letreros luminosos de empresas o locales comerciales resultaban ser el apoyo perfecto para estas actividades, ya que la luz artificial que entregaban era parte del paisaje e iluminaba la ciudad. Es así como se reconocen puntos limítrofes de distintas edades de la ciudad marcados por la presencia de un letrero de neón.

Como ya se mencionó, el eje Alameda es uno de los límites naturales del casco histórico de la ciudad y hasta hoy se considera la principal arteria capitalina, la que registra gran proliferación de letreros entre la década del 20 y la del ochenta.

Otro patrón importante de señalar es la correspondencia de ciertos letreros con puntos claves en el diseño urbano de la ciudad; es así como el eje Ecuador-Alameda, destaca como una salida natural de la ciudad presente hasta mediados de la década de 1970.

Este eje en particular forma parte de una expansión de Santiago acontecida hacia 1910, el cual va desde Manuel Rodríguez hacia el poniente. Se vuelve llamativo advertir la apertura de un eje de letreros desde Ecuador-Alameda pasando por Avenida Matucana hasta San Pablo.

Otro caso distintivo es el de la rivera del Mapocho hacia el norte, el que presenta un límite natural marcado por el letrero

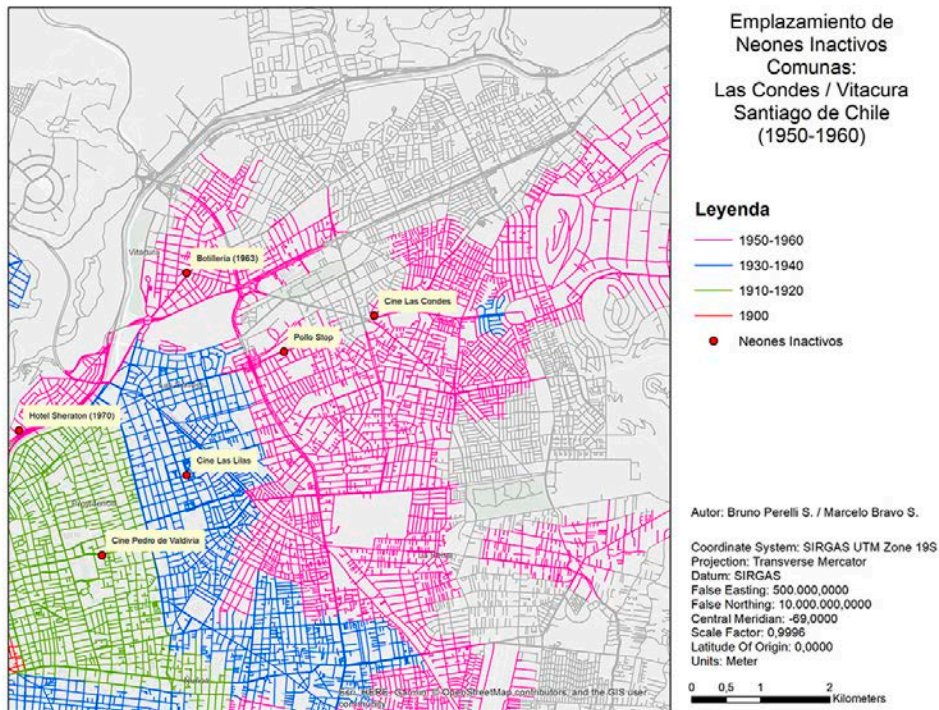


Figura 6. Los extremos de Avenida Alonso de Córdoba, entre 1950-1965, registran los letreros de neón correspondientes a una botillería (1963), mientras al otro extremo, la avenida cierra con el neón correspondiente al Cine Las Condes. Fuente: Bruno Perelli. Cartografía de autores, 2017. Realizado en ESRI ArcMAP.

de Aluminios el Mono, como también la marquesina del Teatro Variedades, que convierte la calle Artesanos en un límite natural dado por el campo de influencia de estos letreros visibles desde la rivera sur (Figura 5).

En el sector oriente, para el año 1960, se registra una creciente actividad en ambos extremos de Alonso de Córdoba, desde su intersección con Avenida Vitacura hasta Avenida Apoquindo donde se encuentran, en dicha época, una botillería y el cine Las Condes, respectivamente, ambos con letreros de neón (Figura 6).

Por último, muchos de los lugares referenciados que albergaron letreros luminosos de neón, hoy en día presentan vestigios de la infraestructura de estos o han dado paso a nuevas tecnologías como pantallas gigantes, gigantografías o letreros LED. Prueba de ello lo constituyen lugares como Plaza Italia, que alberga al menos cinco puntos referenciados a letreros luminosos y que actualmente se encuentran activos o presentan la infraestructura adaptada para albergar nuevas publicidades.

IV. CONCLUSIONES

En la actualidad, las condiciones urbanas de la noche se contraponen a la definición habitual de la palabra “nocturno”, mostrándonos un escenario activo e iluminado mediante la

publicidad a través de gigantescas pantallas LED, luminarias para calles, letreros termoformados y retroiluminados que dotan de nuevos simbolismos a un término que referencia el momento de oscuridad posterior al día y que en teoría es el momento de calma y descanso para el ser humano. Así, la fugacidad de los mensajes publicitarios, ya sea en pantallas LED o formatos impresos con luz proyectada, difícilmente tiene la capacidad de construir imaginarios alrededor del espacio urbano en el cual se encuentran insertos (Figura 7). No es de extrañar que los letreros luminosos Monarch y Valdivieso sean señeros de un periodo histórico como la bohemia santiaguina, que luego de la dictadura militar ha comenzado nuevamente a renacer de forma paulatina, no solo en la comuna de Santiago sino también en otros sectores de la capital.

Los letreros de neón son objetos urbanos únicos que poseen una dimensión atractiva, la cual infunde una imagen al paisaje capaz de configurar estos nuevos imaginarios como elementos urbanos que han sido concebidos, aprovechados y apropiados conforme a determinados imaginarios particulares. Cabe preguntarse, ¿es el lugar o el letrero el que construye el imaginario? El registro del archivo privado encierra verdaderas cápsulas de tiempo, las que permiten entender el territorio y el diseño urbano desde la vista del transeúnte. En el caso de los letreros estudiados, estos han conformado un paisaje nocturno que se ha proyectado



Figura 7. Vista nocturna actual del sector de Plaza Baquedano (vista a Torres San Borja desde metro estación Baquedano). Se aprecia la coexistencia de diversas formas de publicidad luminica: iluminación eléctrica, letrero de neón y pantalla led.
Fuente: Marcelo Bravo. Registro de autores, 2017.

y consolidado por las calles céntricas santiaguinas, como Vicuña Mackenna, Alameda o Paseo Huérfanos, desde un hito reconocible como plaza Italia hasta otros como Estación Central, calle Diez de Julio y el centro cívico.

Los espacios públicos son escenarios de apropiaciones y prácticas socioculturales y urbanas, fuertemente marcadas por los imaginarios de los actores que en ellos confluyen. No es sorprendente, por ello, que estas luminarias sean reconocidas por los noctámbulos como verdaderos faros urbanos, ni que gracias a su resplandor sean considerados en la oscuridad como un lugar de seguridad, de referencia geográfica: una marquesina publicitaria, remanente de un glorioso período histórico y por qué no decirlo, una obra de arte móvil al alcance del público general, entre muchas otras de sus virtudes. De este modo, se constituyen en un patrimonio tangible e intangible de la vida nocturna santiaguina.

Finalmente, el resurgimiento del neón como recurso estético en restaurantes, clubes nocturnos, salones de tatuajes o bares, aún vinculados a la vida nocturna, es también parte de la visualidad de otro usuario recurrente del neón: negocios minoristas de galerías comerciales. Desde esta perspectiva, ello aporta una nueva capa de información a la distribución de letreros en la conformación de identidad en espacios urbanos. Este escenario hace posible que los letreros de neón logren perpetuarse no solo de forma física, sino además en la memoria colectiva de una ciudad como Santiago, a través de diversas expresiones de imaginarios urbanos como la literatura, la pintura, la fotografía, el cine, las series de televisión, entre otras.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARMENGAUD, Marc; ARMENGAUD, Mathias y CIANCHETTA, Alessandra. *Nightscares (Land&Scapes Series)*. 1. S.I.: Editorial Gustavo Gili SL, 2009.
- BAEZA, Manuel Antonio. *Imaginarios sociales: apuntes para la discusión teórica y metodológica*. Concepción, Chile: Editorial Universidad de Concepción, 2003.
- CAILLOIS, Roger. *Acercamiento a lo imaginario*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica, 1989.
- CÓRDOVA AGUILAR, Hidelgardo. Los lugares y no lugares en geografía, *Revista Espacio y Desarrollo*, 2008, n° 20, pp. 5-17.
- ELLUL, Jacques. *The Technological Society*. S.I.: Vintage Books, 1964.
- ESTÉBANEZ ÁLVAREZ, José. Consideraciones sobre la Geografía de la Percepción, *Paralelo 37*, 1977, n° 1, pp. 5-22.
- GIEDION, Sigfried. *Mechanization Takes Command*. Third Edit. S.I.: Oxford University Press, 1970.
- GONZÁLEZ COLVILLE, Jaime. Una visión de la bohemia santiaguina de los años 20: Los poetas Armando Ulloa, Joaquín Cifuentes y Raimundo Echeverría, *Boletín de la Academia Chilena de la Historia*, 2015, vol. 81, n° 124, pp. 23-62.
- HEFFER, Obder; MORA, Enrique; QUINTANA, Antonio; WEINSTEIN, Luis; SALGADO, S; IBARRA, Macarena y MEGRINI, Claudio. *HEFFER, MORA, QUINTANA Y WEINSTEIN: SANTIAGO CIENTO AÑOS EN IMÁGENES*. 1. Santiago, Chile: ARC Editores, 2016.
- HIERNAUX-NICOLAS, Daniel; CORDERO, Allen y VAN DUYNEN MONTIJN, Luisa. *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. San José, Costa Rica.: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), 2002.

HIERNAUX, Daniel y LINDÓN, Alicia. Geografía Urbana: una mirada desde América Latina. En: LINDÓN, Alicia, HIERNAUX, Daniel y BERTRAND, G. (eds.). *Tratado de geografía humana*. S.I.: Anthropos Editorial, 2006, pp. 95-128.

HIERNAUX, Daniel. Paisajes fugaces y geografías efímeras en las metrópolis contemporáneas. En: NOGUÉ, Joan (ed.). *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2007, pp. 241-262.

KOOLHAAS, Rem. *Delirious New York: A Retroactive Manifesto for Manhattan*. S.I.: The Monacelli Press, 1978.

LINDÓN, Alicia. El habitar la ciudad, las redes topológicas del urbanita y la figura del transeúnte. En: SÁNCHEZ, Diego y DOMÍNGUEZ, Luis Ángel (coord.). *Identidad y espacio público: ampliando ámbitos y prácticas*, Madrid: Gedisa, 2014, pp. 55-76.

LINDÓN, Alicia. La experiencia espacial de la ciudad: rutinas y resistencias en lo cercano y lo lejano. En: SÁNCHEZ GONZÁLEZ, Diego y EGEA JIMÉNEZ, Carmen (coord.). *La ciudad, un espacio para la vida: miradas y enfoques desde la experiencia espacial*. Universidad de Granada, 2013, pp. 227-246.

MILLER, Samuel y FINK, Donald. *NEON SIGNS: Manufacture, Installation, Maintenance*. First Edit. New York, NY: McGRAW-HILL BOOK COMPANY, INC, 1935.

MORALES YAGO, Francisco. La geografía de la percepción: una metodología válida aplicada al caso de una ciudad de tipo medio- pequeño. El ejemplo de Yecla (Murcia), *Papeles de Geografía*, 2012, nº 55-56, pp. 137-152.

NOGUÉ I FONT, Joan (ed.). *El paisaje en la cultura contemporánea*. 2ª Edición. Madrid: Biblioteca Nueva, pp. 304, 2013.

NOGUÉ I FONT, Joan. Sentido del lugar, paisaje y conflicto (artículo invitado), *Geopolítica* (s), 2014, vol. 5, nº 2, pp. 155-163.

NOGUÉ I FONT, Joan. La contribución en la generación de marcas territoriales, *Boletín de Asociación de Geógrafos españoles*, 2017, nº 74, pp. 143-160.

RIBBAT, Christoph. *Flickering Light: A History of Neon*. First Edit. London: Reaktion Books, 2013.

RODRÍGUEZ MARTÍN, Nuria. «La invasión de los bárbaros del anuncio». Una historia de la publicidad exterior en Madrid, 1900-1936, *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, 2016, nº 7, pp. 42-66.

SARTRE, Jean Paul. *La imaginación*. Barcelona: Edhasa, 2006.

SILVA TELLEZ, Armando. *Imaginario urbanos*. Bogotá: Grupo TM (Tercer Mundo Editores), 1992.

STERN, Rudi. *The New Let There be Neon*. Cincinnati, Ohio.: ST Publications, INC, 1995.

TAYLOR, Charles. *Imaginario sociales modernos*. Barcelona: Paidós, 2006.

ZUSMAN, Perla. La geografía histórica, la imaginación y los imaginarios geográficos, *Revista de geografía Norte Grande*, 2013, nº 54, pp. 51-66.