

JENARO PRIETO, “PROPAGANDA P.”

Se reúnen en esta muestra unos cuarenta dibujos publicitarios acompañados con versos o prosa de Jenaro Prieto. Se trata de publicaciones originalmente hechas por el autor en las páginas de *El Diario Ilustrado*, entre los años 1933 y 1934. En ese periódico colaboró como articulista y cronista y como dibujante, y llegó a ser el subdirector. Se conservan hoy como parte del contenido del archivo de Jenaro Prieto perteneciente al Centro de Estudios de Literatura Chilena, de la Facultad de Letras, y se hallan depositados en la Biblioteca de Humanidades de la Pontificia Universidad de Chile, Campus San Joaquín, para su conservación adecuada y su consulta. Con estos dibujos iniciamos la publicación de obras, dibujos y artículos, correspondencia, del artista, escritor y periodista, y de documentos sobre él.

Para comenzar, incluimos una serie de retratos del escritor hechos por conocidos dibujantes de la prensa nacional: *Huelén*, *Pepo*, *Coke*, Antonio A. Romera y *Coré*. Todos ellos juegan de modo variado con ciertos rasgos físicos de Jenaro Prieto: rostro alargado, nariz larga, orejas grandes, calva prominente, a lo que se agrega la corbata de humita, la pipa y el humo que traza la P de Prieto. El ingenio de *Huelén*, “la caricatura al alcance de los niños”, juega con todos estos rasgos. *Coke* ofrece en distintos retratos una variedad de ángulos y líneas, luces y sombras, cabellos oscuros y canas.

Los dibujos, encerrados en un recuadro, van acompañados al pie, dentro del recuadro, de una cuarteta de romance o una redondilla de rima cómica –en algún caso solo prosa– que anima el lenguaje de los personajes representados.

Los dibujos tienen una peculiaridad sostenida. Se trata, salvo en un par de casos, de una pareja de personajes, hombres o mujeres que remiten a tiempos y espacios bíblicos, romanos, orientales, medievales, africanos, así como actuales, civiles y militares. Las parejas representadas de dos mujeres, dos hombres, o un hombre y una mujer en diálogo configuran una situación accidental de humor, de burla,

castigo o risa, y definen con certera expresión una actitud y mímica inconfundibles de los personajes. El diálogo es el que anima el sentido de la expresiva representación visual. En su dimensión publicitaria, los dibujos remiten a productos conocidos en los años 30 y otros hasta el día de hoy. En materia de vinos, *Concha y Toro*, y, en materia de cera para pisos, *Preservol*, hoy día inexistente, y uno solo sobre azufre, como producto comercial. Otros productos publicitados son *Alimento Meyer*, *Cocoa Raff* e *Insectin*, así como los servicios de Cía. Chilena de Electricidad, Compañía de Gas y Caja Nacional de Ahorros.

La propaganda enfatiza en un caso, la gratificación del vino ennoblecedor, el engaño para satisfacer el deseo, el beneficio por contaminación o semejanza, por exclusión, por efecto o consecuencia inmediatos, o por sustitución encarecedora del oro o de la gracia.

En el otro, la cera que abrillanta los pisos da relieve a la causa negativa, por ausencia, o al efecto o consecuencia, bueno o fatal de su virtud por presencia o ausencia del brillo o la luminosidad. O bien, da lugar a imágenes de semejanza o de contradicción entre objetos semejantes.

La presentación de estos gráficos es obra de nuestra diseñadora Andrea Goic.

