

resumen_ Por más de una década, las calles de Santiago se tiñeron de un centellante color amarillo. La proliferación incesante de números de tres dígitos, exóticos nombres, dedicatorias de amor, improvisados altares religiosos, cripticos mensajes, luces de cabaret, peluches colgantes, focos rotos y topones estructuraron un rudimentario ecosistema que con los años se transformó en un objeto de culto irrefutable. Entre el desorden permanente, la pedestre decoración o la calidez del chofer y sus pasajeros, las Micros se ganaron un espacio dentro del inconsciente colectivo nacional. Hijas ilegítimas de una discreta tecnología y fanatismos diversos; posiblemente sin proponérselo, fueron el símbolo que mejor encarnó la trastienda sociocultural post-dictadura: una sumatoria de buenas intenciones amarradas con alambre. Amadas y odiadas por partes iguales hoy se despiden de las calles de Santiago y de nuestras vidas.

palabras clave_ Buses Urbanos | Transporte público | Diseño Vernáculo.

abstract_ For more than a decade, the streets of Santiago were dyed the bright yellow color of the buses that owned them. The incessant three-digit numbers passing by, exotic bus names, messages of love, improvised religious altars, cryptic messages of graffiti, flashing lights and disco balls, hanging teddy bears, and broken taillights created a rudimentary ecosystem that, through the years, became an irrefutable cult object. Amidst the permanent mess, pedestrian decoration and the warmth of the driver and his passengers, the Micros, as the busses are known, earned their place within Chile's collective subconscious. These illegitimate lovechildren of a discreet technology and a variety of different fanaticisms became the symbol that best embodied the socio-cultural back office of post-Pinochet Chile: a basket of good intentions tied together with wire. Equally loved and despised by Chileans, the Micros have driven their last loop through Santiago and through our lives.

keywords_ Urban Bus | Public transportation | Vernacular design.

Se Hacían Viajes Espaciales.

Corría la primera mitad de los años 90 cuando; probablemente sin siquiera imaginárselo, nuestra ciudad y millones de capitalinos, nos disponíamos a enfrentar –literalmente– uno de los cambios más radicales en nuestra vida cotidiana. La irrupción de las micros. Un nuevo sistema de transporte público conciliado entre el Gobierno y privados, que venía de la mano de grandes pretensiones y promesas altamente seductoras para cualquier ciudadano medio: orden, seguridad, limpieza y cuidado por el medioambiente. Una oferta inigualable. Había llegado entonces el minuto de despedirse de los cacharrientos y multicolores buses fueran liebres, chapulines o pullmans que hasta esas fechas nos conectaban con el resto de Santiago. La inexorable y silenciosa desaparición de recorridos clásicos como Matadero-Palma, Ovalle-Negrete o Intercomunal 30 a partir del año 93, dio paso a una nueva generación de buses cuyo común denominador sería el color amarillo y que –en un aparente guiño modernizador– dejarían de lado los nombres de fantasía y harían énfasis en la numeración de cada línea. Surgía así una nueva nomenclatura, algo más técnica –pero no menos arbitraria– que nos llevaría a hablar de la 427, la 355 o la siempre populosa 100.

Con el pasar de los primeros meses empezaríamos a distinguir lo que ya se articulaba como un nuevo lenguaje visual dentro del transporte público y que durante más de diez años se transformaría. Es quizá el cartel micrero uno de sus principales referentes. Asumido como una evolución natural del sistema de carteles antiguo, que a modo de improvisada –pero no menos efectiva– infografía, que destacaba el número y el nick del recorrido (en tipografías negras sobre

una franja amarilla), más abajo los nombres de las principales arterias por las que circulaba el bus (en colores negro y rojo) y algunas licencias gráficas como destacar el número de algún paradero, pequeños íconos (cruces para cementerios, por ejemplo) o la firma del rotulista. Dichos carteles podían estar manufacturados sobre acrílico o madera ligera, dependiendo de su uso, ya que generalmente los primeros iban en la parte delantera de la máquina sobre una caja de madera retroiluminada (óptima para la visión nocturna) y los segundos en el costado derecho de la máquina, afirmados en la ventana que da hacia la acera. Estos últimos podían ser pintados por ambos lados de tal manera de comunicar la ruta de ida y vuelta del bus. No fueron pocas las veces en que al subirnos a nuestro recorrido habitual un tanto extrañados, advertimos al chofer de algún cartel equivocado o invertido, para que rápidamente –y tras alguna contorsión imposible– nuestro piloto pusiera las cosas en orden.

Otro de los elementos más característicos dentro del imaginario visual de las micros era el basto despliegue decorativo, tanto en el exterior, como en el interior de cada uno. Desconcertante resultaba en ocasiones encontrarse con la más delirante constelación de ornamentos en la cabina del conductor. Flotaban casi siempre inalterables ahí las flores de plástico, las banderillas tricolores o del equipo de fútbol, un par de CD pegados en el parabrisas (dice el mito urbano que estos discos permitían despistar los controles policíacos), la palanca de cambios con algún crustáceo prisionero en ámbar y un interminable arsenal de autoadhesivos (dibujos animados de ayer y hoy, parajes de alguna ciudad del país encapsulados gráficamente en su propio nombre, estrellas de material fluorescente, etc.).





Imaginería Visual en buses públicos chilenos

Destacaban también los peluches colgantes (los inolvidables gorilas gruñones o algún osito con panza u orejas con forma de corazón) y juguetes de todo tipo (incomprensibles resortes con gradientes de colores fluor, perros que movían la cabeza al ritmo del viaje, sólo por nombrar los más clásicos). Completa el cuadro la amplia gama de mensajes escritos. Desde un cándido “papito no corras”, pasando por el místico “se hacen viajes espaciales” o las más desafortunadas dedicatorias amorosas —es sabido que los choferes gozan de una agitada vida sentimental— hasta llegar a las plegarias religiosas del tipo “El Señor es mi copiloto” o “Jesús, guía mi viaje”. Vale la pena detenerse en el omnipotente despliegue de imaginería religiosa, que en ocasiones rallaba en los límites del fanatismo. De vez en cuando era posible encontrarse verdaderos mini-altares destinados a la glorificación, con imágenes de yeso, luces focalizadas y todas las personalidades divinas imaginables (clásicos como Jesús, la Virgen del Carmen; los taquilleros Padre Pío y San Expedito o los locales Teresita de los Andes o Padre Hurtado) en distintas situaciones (Jesús probablemente sea el más versátil: en medio de la pasión, crucificado, resucitado o en algún jardín en medio de osos pandas y leones).

En cuanto a la visualidad exterior, lo primero que llamaba la atención era la amplia gama de amarillos que se podían distinguir. Algunos más anaranjados otros más verdosos, algunos más pálidos y otros más fulgurantes, la paleta de tonos e intensidades era casi infinita. Seguía la misma línea en cuanto a disparidad y personalización, el diseño tipográfico de los tres dígitos que se adosaban en el costado derecho del bus. Podían identificarse caracteres casi helvéticos, eminentemente góticos o verdaderos monumentos display junto a sus consiguientes variaciones itálicas, condensadas, sombreadas, outline o segmentadas. En la mayoría de los casos estos números iban pintados en riguroso negro, pero no era difícil toparse con algún blanco, rojo o plateado disidente. Tema aparte resultaban los apodosos con que eran bautizados los buses, ubicados generalmente en la parte trasera de la máquina, estos nombres artísticos tenían distintas inspiraciones. Estaban las dinastías al estilo de “La Bacana” o “El Ebrio”, pequeñas flotas que —al igual que las familias reales— distinguían a sus vástagos con números. También estaban los sobrenombres que aludían directamente a la personalidad de sus choferes: algunos francamente intimidantes (“El Ex Presidiario” o “Tu Peor Pesadilla”); otros de corte más bien mítico (“El Señor de los Caminos” o “El Legendario 109”) y los más contingentes (“Los Papitos del



Flow” o “El Cambollano Premium”). Entran en este apartado los siempre presentes nombres de hijos, esposas y amantes. Como complemento al diseño tipográfico exterior no podemos dejar de lado la producción de ilustraciones (con Disney y Warner Bros. a la cabeza, seguidos muy de cerca por El Ché Guevara), señaléticas (enigmáticas flechas o estrafalarias escaleras mecánicas que indicaban la subida y la bajada del bus) y signos derechamente ornamentales (hileras de caballos, perfiles de mujeres desnudas, estrellas, hojas de marihuana, guirnaldas y otras formas orgánicas).

Es preciso señalar que toda esta imaginería era producto de la propia creatividad de los choferes y el trabajo cómplice de distintos productores gráficos; artesanos autodidactas en su mayoría, que de manera casi inadvertida y anónima dieron forma e identidad a nuestros denostados buses urbanos. Herederos de tradiciones familiares algunos, aprendices de viejos maestros otros, todos compartían el hecho de haber cultivado el oficio a partir de una aguda observación y la práctica constante. Resulta alucinante, por ejemplo, apreciar su evolución formal con el pasar de los años y cómo algunos de ellos lograron crear reconocidos estilos, desarrollando familias tipográficas, sistemas de signos e ilustraciones que a la vista de un ojo entrenado, no dejaban de sorprender por su elocuencia, potencia, humor y simpleza. En términos de medios y técnica podemos distinguir a los maestros rotulistas de la vieja escuela, que generaban su trabajo íntegramente a partir del trabajo manual (dibujo y color con pinceles, brochas y plantillas) y a quienes integraron tecnologías intermedias como el plotter de corte a sus diseños. Nombres como Cadena, Salva, Pajarito o Zenén probablemente no aparezcan en ningún anuario de diseño impreso en papel couché, sin embargo a punta de imaginación y talento lograron configurar un pequeño escuadrón de diseñadores de lo cotidiano que le cambió la cara a nuestra ciudad.

Sin lugar a dudas que tras años de asimilación y legitimación de este auténtico fenómeno social, hoy resulta de una arrogancia estéril poner en duda su carácter de auténtico ícono pop local. Sobre todo si consideramos que el culto a la Micro ha servido de inspiración para diversos proyectos ligados al arte, el diseño, la arquitectura y la publicidad. Parte de esa estela indómita puede rastrearse en la obra de los artistas Bruna Truffa y Rodrigo Cabezas, la exposición internacional The Chilean Connection (1), el diseño de tipografías como 355 y Solo Buses (2), el afiche de la Bienal de Arquitectura del año 2004 y en distintos comerciales de TV. El espíritu micrero



pudo rastrearse también en algunos números de la ya legendaria revista Fibra y en el trabajo de colectivos de diseño criollo como NoSanto y Sindicato de la Imagen. Tal como lo sugiere Pedro Álvarez (3), todo el interés que genera nuestra cultura popular —y particularmente el diseño vernáculo— en las nuevas generaciones de diseñadores nacionales quizá tenga relación con la búsqueda de referentes alejados de circuitos oficiales y los clásicos centros de producción y consumo como Estados Unidos, Europa y Japón, asumiendo “lo popular” como un híbrido donde lo local y lo global transitan por zonas cada vez menos definidas. Experiencias como las desarrolladas por la comunidad virtual Buses Urbanos Chile, la editorial argentina La Marca y su Libro de los Colectivos, el trabajo del portal de diseño colombiano Popular de Lujo, o publicaciones que abordan tópicos similares en India, África y Medio Oriente no son más que un elocuente testimonio de un sentimiento generalizado: masticar lo que nos rodea y escupirle al primer mundo un diseño que jamás imaginaron (4).

Generar iniciativas de investigación, documentación, puesta en valor y difusión de este tipo de fenómenos deben ir orientadas a una verdadera exploración de contenidos. [#8o](#)

Manuel Córdova Manzor Diseñador Gráfico de la Universidad de Chile, durante los últimos años ha desarrollado y colaborado en múltiples proyectos de diseño y gestión cultural dentro y fuera de Chile. Actualmente se desempeña como coordinador del área de extensión y medios de la Escuela de Diseño de la Universidad Diego Portales y coordinador emérito de la Junta Editorial de las Comunas Unidas, pequeño estudio independiente que gestiona y desarrolla proyectos de diseño patrimonial y experimental. Es autor de los libros Modesto Estupendo (nominado al premio Altazor 2006) y Micros, el Final del Recorrido.

Degree in Graphic Design from the University of Chile. In recent years, he has developed and collaborated on numerous projects of design and cultural management in Chile and abroad. He currently works as the coordinator of the Media and Outreach Center at the Diego Portales University's School of Design, and is the chairman emeritus of the Editorial Board of Comunas Unidas, a small independent think-tank that develops and manages experimental and heritage design projects. He is the author of Stupendous Modesty (nominated for the 2006 Altazor prize) and Micros, the End of the Route.

> CITAS BIBLIOGRÁFICAS

1. The Chilean Connection, Exposición organizada por la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile que formó parte del Any del Disseny, Barcelona 2003.
2. Tipografías diseñadas por Tono Rojas, parte del catálogo de www.tipografia.cl.
3. Álvarez, Pedro. Historia del Diseño Gráfico en Chile, Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Diseño, 2004. Págs. 158-159.
4. Vásquez, Miguel - MASA. Latino, América Gráfica. Caracas-Berlín, Die Gestalten Verlag, 2002. Pág. 9.