

Promocionando el «nitrato de Chile» en el Viejo Continente. La propaganda salitrera en Francia (1893-1930)

Promoting the «Chilean nitrate» in the Old Continent. Saltpeter propaganda
in France (1893-1930)

Lucas Maubert

Universidad de Tarapacá, Chile

lmaubert@academicos.uta.cl

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-9106-3936>

Sergio González Miranda

Instituto de Alta Investigación, Universidad de Tarapacá, Chile

pampino50@gmail.com

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-0403-8538>

Este artículo estudia la implementación de la propaganda salitrera efectuada por Chile en Europa, a partir del caso de Francia. Examinaremos las estrategias de promoción de este mineral en este país y cómo la propaganda sirvió para posicionar a Chile en la competencia global de los fertilizantes. Para ello, analizamos los esfuerzos realizados por agentes en diversos espacios, tales como exposiciones universales o publicaciones periodísticas y científicas. Esta multifacética propaganda tuvo como consecuencia que a inicios del siglo XX la imagen-país de Chile en el mundo se vinculara con la exportación de este recurso.

PALABRAS CLAVE: salitre; nitrato de sodio; propaganda; agricultura; Francia; Chile.

This article examines Chile's saltpeter propaganda efforts in Europe, particularly in France. It explores the strategies used to promote this mineral and how these campaigns helped position Chile within the global fertilizer market. The analysis focuses on the work of Chilean agents across multiple platforms, including universal exhibitions, as well as journalistic and scientific publications. This multifaceted propaganda effort contributed to shaping Chile's international image at the beginning of the 20th century, closely associating the country with the export of saltpeter.

KEYWORDS: Saltpeter; Sodium nitrate; Propaganda; Agriculture; France; Chile.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO/CITATION: Maubert, Lucas y Sergio González Miranday. 2025. «Promocionando el “nitrato de Chile” en el Viejo Continente. La propaganda salitrera en Francia (1893-1930)», *Anuario de Estudios Americanos*, 82 (2): 1142. <https://doi.org/10.3989/aeamer.2025.2.1142>.

Recibido: 14/10/2024. Aceptado: 25/07/2025. Publicado: 18/12/2025

Introducción

La industria del salitre —o nitrato de sodio— fue la actividad esencial de la economía chilena entre 1880 y 1930. Tras la llamada Guerra del Pacífico (1879-1883) contra Perú y Bolivia, Chile incorporó los territorios de Tarapacá y Antofagasta, donde estaban situados los principales yacimientos de este mineral que tuvo usos relevantes como fertilizante agrícola y, aunque en medidas menores, en el ámbito militar para la elaboración de explosivos. La extracción, transformación y exportación del salitre generaron inmensas riquezas, tanto para los capitalistas —nacionales y extranjeros— que lo producían, como para el Estado chileno (Brown 1963; González Miranda 2013. Rodríguez Weber 2018, 151-179). Antes de que estallara la Primera Guerra Mundial, las ventas de este mineral representaban aproximadamente un 70 % del total del valor de las exportaciones chilenas y la mayor fuente de ingresos para el Estado (Albert 1988, 96). Ello generó una dependencia de Chile hacia el nitrato durante el periodo conocido como «era del salitre», y la reducción drástica de su exportación a partir de los años 1930 provocó una de las mayores crisis económicas y sociales experimentadas por dicho país (Donoso 2014; Badia-Miró y Díaz-Bahamonde 2017).

La labor propagandística realizada conjuntamente por los agentes productores de salitre y el Estado chileno contribuyó a que este fertilizante conquistara mercados alrededor del orbe e insertó, de este modo, al país en el sistema comercial y financiero mundial. Además, dejó un legado cultural material e inmaterial que permanece el día de hoy a lo largo de Europa. Por ejemplo, el transporte transatlántico del salitre generó un significativo circuito económico que involucró a miles de personas, como los marineros de las líneas de navegación que vivieron al ritmo de las exportaciones de este preciado mineral (Briot y Briot 2012). En este sentido, los famosos afiches promocionando el salitre o los carteles de mosaicos «nitrato de Chile» diseminados en paredes de casas, granjas y almacenes de decenas de pueblos españoles y portugueses, que son ahora resguardados en patrimonio cultural (como en Extremadura),¹ solamente representan una pequeña porción de este legado que todavía se está por dilucidar y preservar.²

El objetivo de este artículo es analizar las modalidades de la implementación de la propaganda salitrera efectuada en Europa. Con ese fin, exploraremos el caso de Francia, una de las principales potencias agrícolas europeas al inicio del siglo XX y segundo mercado para el salitre en términos de volúmenes globales. Nos detendremos en examinar las estrategias de promoción de este mineral desplegadas en este país, identificando un amplio espectro de actores involucrados en este proceso, entre diplomáticos, agrónomos, científicos, periodistas, maestros de escuela o agricultores. Para esto, abordaremos diversas aristas de la propaganda en Francia, como su difusión en las exposiciones universales, o la influencia de publicaciones periodísticas y científicas para la legitimación de un discurso técnico-científico que buscó inculcar en los agricultores franceses los beneficios del uso de este abono y las formas más eficientes de su empleo en sus cultivos. Planteamos que esta multifacética propaganda —vía un financiamiento mixto entre empresarios salitreros y el Estado chileno que analizaremos más adelante— posicionó a Chile en la competencia global de los fertilizantes.

Esta propaganda salitrera contribuyó en parte a la construcción de una «imagen-país» de Chile a inicios del siglo XX, gracias a la cual entre los campesinos europeos la palabra Chile se convirtió en sinónimo de progreso y prosperidad para los campos franceses. Sylvia Dümmer Scheel define la imagen nacional o imagen-país como «la idea de nación que los gobiernos intentan posicionar ante el resto del mundo» (2012, 19). Si bien esta política de promoción no tenía

¹ Resolución n.º 107 del 6 de junio de 2022 del Consejo de Cultura, Turismo y Deporte que declara como Bien de Interés Cultural a los «Paneles de azulejos de Nitrato de Chile en Extremadura» (Redacción, 2022).

² Joshua Frens-String (2023) demostró, por ejemplo, el impacto de este abono en la modernización de la agricultura en el sur de los Estados Unidos durante la primera mitad del siglo XX.

como objetivo principal contribuir a la construcción de esta imagen de Chile en el extranjero, con la estrategia comunicacional de los promotores del salitre en diferentes continentes, el nombre Chile quedó intrínsecamente asociado a su principal producto de exportación, que llegó a ser vendido como «nitrato de Chile». Ello ayudó, por ejemplo, a que agricultores, lectores de periódicos o alumnos de educación básica pudieran ubicar a Chile en el mapa, y asimismo conocer más sobre su cultura y sus riquezas.

El marco temporal de este estudio inicia a fines del siglo XIX, más precisamente 1893, cuando se implementó por parte de los productores de salitre una política de propaganda en Francia, y culmina casi cuatro décadas más tarde. Ya desde antes de Primera Guerra Mundial este mineral será progresivamente superado por abonos sintéticos, pero la crisis terminal de 1930 marcará el fin de la llamada «era del nitrato» en Chile (Barton 2000; González Miranda *et al.* 2016; Greenhill 2019). Esta investigación se sustenta en análisis cualitativo de fuentes resultantes de la política de propaganda a favor del nitrato de sodio, como folletos científicos, almanaques, concursos agrícolas, publicados en francés. Asimismo, se analiza documentación diplomática procedente del Archivo Nacional de Chile relativa al establecimiento de la propaganda salitrera en Europa, además de fuentes periodísticas –como diarios de circulación nacional y regional– y revistas especializadas en el rubro agrícola.

El artículo se divide en cuatro partes. Primero, evaluaremos la importancia del mercado francés para las exportaciones de salitre y bajo qué criterios se implementó una política de propaganda para mejorar la introducción del «nitrato de Chile» en este país. Luego, nos detendremos en el caso de las ferias internacionales, las cuales se convirtieron en un espacio clave para posicionar a Chile y al salitre dentro de la competencia internacional por los fertilizantes. Seguido, analizaremos el rol que jugó la prensa en el proceso de promoción de este mineral en Francia. Finalmente, destacaremos el aspecto multifacético de la propaganda salitrera en Francia, la cual adoptó variadas formas, a través de concursos agrícolas o la enseñanza escolar, contribuyendo a la formación de representaciones en el imaginario de numerosos franceses, asociando Chile y nitrato de sodio en el imaginario.

1. La implementación de la propaganda salitrera y el mercado francés

La agricultura de los países occidentales incrementó significativamente sus necesidades de abonos a fines del siglo XIX para alcanzar mayores rendimientos. Tras el fin de la era del guano hacia los años 1860 el salitre se convirtió en el principal fertilizante de los campos europeos: durante la década de 1880 las exportaciones de salitre en el mundo aumentaron sustancialmente, sobre todo en Europa (Figura 1). Alemania y Francia eran los dos principales mercados para su exportación, absorbiendo estas potencias más de la mitad del consumo europeo (Ministerio de Hacienda 1893, 80). Sin embargo, si se considera la superficie abonada, era en Bélgica donde se consumía más salitre por hectárea. En 1895, en este país se empleaban aproximadamente 51,71 kg. de nitrato de sodio por hectárea de tierra cultivada, contra 18,20 en el Reino Unido, 16,92 en Alemania y tan solo 6,72 en Francia.³ Es decir, aunque Francia era a fines del siglo XIX un mercado significativo considerando los volúmenes exportados, existía un claro margen para una penetración más eficaz de este fertilizante dentro del mercado agrícola de este país.⁴ Es en este contexto que, durante la última década del siglo XIX, la propaganda salitrera en Europa tomó mayor fuerza y se destinaron importantes recursos monetarios y humanos por parte de los productores de salitre y el Estado chileno.

3 «Influence du nitrate de soude sur la production des céréales», *Journal d'agriculture pratique, de jardinage et d'économie domestique*. París, 1 de enero de 1897, 631. La mayoría de los diarios y revistas franceses analizados en este artículo fueron obtenidos y consultados vía la plataforma Gallica de la Biblioteca Nacional de Francia. Las traducciones son de los autores.

4 Sobre las relaciones comerciales franco-chilenas, véase: Fernández-Domingo 2006.

Esta propaganda salitrera se originó en la década de 1880. Organizaciones del empresariado salitrero llamadas «combinaciones salitreras» establecían cuotas anuales de producción de cada oficina para evitar una sobreproducción y mantener altos precios a la exportación. La primera combinación data de 1884, organizada por el Comité Salitrero y conformada por más de treinta casas comerciales productoras de nitrato, muchas de ellas conformadas por casas comerciales extranjeras.⁵ En la época de esta primera combinación, 36 % de la producción salitrera se hacía a partir de capitales chilenos. En las décadas posteriores, y hasta los años previos a la Primera Guerra Mundial, la presencia capital extranjero sería cada vez mayor, siendo el capital británico el predominante en la industria, con 55 % en 1901, 38,5 en 1912 (Cariola y Sunkel 1982, 136). En varios periodos no hubo consenso entre los empresarios, por lo que estas combinaciones solían durar pocos años. En consecuencia, hubo mayor libertad de exportación, lo cual generó mayor fluctuación en los precios. Ello explica que haya habido en total cinco combinaciones salitreras –iniciadas en 1884, 1891, 1896, 1901 y 1906, respectivamente– y que la última combinación haya tomado fin en 1910 (González Miranda 2013, 42).

En paralelo a estos debates sobre la conveniencia o no de restringir su producción, surgió a fines del siglo XIX entre los empresarios salitreros la idea de promover su uso para aumentar su consumo en el mundo. A fines de 1889 se fundó en Londres el *Permanent Nitrate Committee*, principal organización de promoción del salitre en Europa, conformada por inversores y dueños de salitreras –principalmente británicos– y dirigida por el empresario británico John Thomas North, también conocido como el «rey del salitre». North fue uno de los primeros empresarios en realizar una activa promoción de sus compañías salitreras –como las oficinas Colorado, Ramírez y Primavera– trayendo a la pampa salitrera al prestigioso periodista William Howard Russel y el dibujante Melton Prior para hacer un libro permitiendo publicitar la industria en Inglaterra (Russell 1890). Por ende, fue primero el sector privado, es decir los empresarios salitreros que participaban de las combinaciones, el que impulsó con mayores recursos el establecimiento de la propaganda.

Luego, en 1894, se creó la Asociación Salitrera de Propaganda, con sede en Iquique y financiada por todos los productores salitreros asociados, con el objetivo de mantener la propaganda en favor del salitre, pese al fin de la segunda combinación, reuniendo todas las estadísticas y otros datos útiles que serían luego usados en el extranjero para apoyar el discurso respecto a los beneficios del nitrato de soda como fertilizante. La Asociación estaba dirigida por un consejo compuesto en su mayoría por productores de Tarapacá, y de delegados de los salitreros de Tocopilla, Antofagasta y Taltal (las otras tres principales regiones productoras en el país). Esta institución permaneció activa hasta 1919, cuando fue reemplazada por la Asociación de Productores de Salitre para hacer frente a los desafíos planteados a la industria por el fin de la Primera Guerra Mundial. En este sentido, esta nueva Asociación no solamente tenía que velar por la efectividad de la propaganda, sino también fijaba cuotas de producción y precios de venta, así como buscar innovaciones tecnológicas que permitieran mejores rendimientos. Estuvo dirigida por un consejo de veintidós miembros, cuatro de los cuales eran nombrados directamente por el Presidente de la República, muestra del mayor involucramiento del Estado (Couyoumdjian s. f.).

Para atender los gastos de esta naciente propaganda, los productores debían contribuir con una porción de sus ventas, cuota que era inicialmente de un octavo de penique por cada quintal de salitre vendido y que aumentó paulatinamente en las décadas siguientes. El Estado chileno, por su parte, se involucró primero a través de la política consular. El Comité y la Asociación se encargaban de nombrar a los delegados encargados de realizar la propaganda comercial del nitrato de sodio en el extranjero y de fijar los presupuestos destinados a aquella tarea. Por ende, se formaron numerosos sub-comités en cada país donde se buscaba profundizar la exportación

⁵ La lista de estos empresarios que conformaron la primera combinación puede apreciarse en: González Miranda 2013, 44-45.

de salitre (Coudyoudjian 2001, 1-2; Mateu Tortosa 2013, 101-104). Estos delegados podían ser empresarios —chilenos o extranjeros— con intereses económicos ligados a la industria, a veces en la producción misma (aunque no necesariamente), pero también en otros aspectos del circuito económico del salitre en el mundo, como financistas o gerentes de compañías navieras. Podemos mencionar, a modo de ejemplo, a Antonio Domingo Bordes, de la famosa familia de navieros franceses Bordes, quien era uno de los principales agentes de la propaganda salitrera en este país.

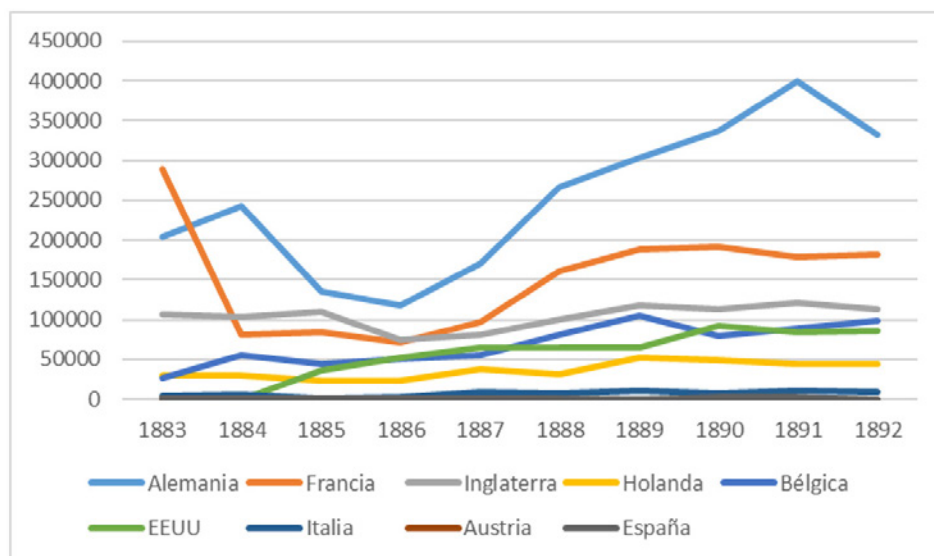
La organización institucional de la propaganda varió a inicios del siglo XX debido a diferentes factores, como una mayor predominancia de la provincia de Antofagasta sobre Tarapacá como región productora o la mayor participación del Estado a que nos acabamos de referir. Ello se tradujo, por ejemplo, en la creación en 1907 de la Inspección Fiscal para la Propaganda Salitrera, cuya dirección fue inicialmente ocupada por el eminente ingeniero Alejandro Bertrand, encargado de promover el salitre a través de la coordinación entre los cónsules y los comités de propaganda a Europa, por ejemplo, respecto a los nombramientos de los delegados o la asignación del dinero. Además de estas funciones, Bertrand realizó numerosos estudios sobre el salitre en Chile y Europa, por ejemplo, respecto a la competencia de otros fertilizantes, lo cual se tradujo en abundantes publicaciones en prensa, libros, folletos y conferencias.

En paralelo a su estructura institucional, la cuestión del financiamiento de la propaganda era crucial, puesto que existían rivales al salitre para competir en el mercado de los fertilizantes, particularmente en Europa (potasa y sulfato amónico, entre otros, producidos en países como Alemania) y que dedicaban un porcentaje mayor de sus ventas a estos gastos de propaganda. Fue a fines del siglo XIX, que el financiamiento adquirió un carácter mixto, mediante una asociación entre empresarios y el Estado chileno, interesado en mantener —e incrementar— las rentas fiscales que sacaba de las exportaciones de salitre. En ese entonces, el Delegado Fiscal de Salitreras y Guaneras —que supervisaba la producción y explotación, además de representar los intereses fiscales en la industria— planteó esta necesidad de que el Estado se involucrara, considerando que la propaganda no debía «estar en manos únicamente de los comités encargados por la asociación de salitreros» y que las Legaciones chilenas en el extranjero tendían amplias capacidades para participar en este proceso.⁶

Tempranamente el Estado había realizado aportes a la propaganda salitrera, por ejemplo, para la participación de una exposición salitrera en la Gran Feria Internacional de Chicago de 1893, de un monto de dos mil libras esterlinas. Sin embargo, fue a partir del año 1897 que el Estado chileno comenzó a participar más activamente, al ser incluida en el presupuesto del Ministerio de Hacienda una partida destinada a participar de la promoción del salitre en el mundo, partida que representaba menos del 12 % de los gastos totales de propaganda para ese año. Este aporte fiscal aumentó progresivamente en los años posteriores: ya en 1898, alcanzaba 20.000 libras (36,69 % del gasto total de propaganda). El aporte fiscal del Estado a la propaganda no fue constante y hubo variaciones en función de los gobiernos de turno. Por ejemplo, el aporte del gobierno de Germán Riesco (1901-1906) fue menor al de su sucesor, Pedro Montt (1906-1910). De hecho, en 1906, la participación del Estado pasó a ser mayoritaria, con un aporte de 30.000 libras que representaba 61,2 % del total. Estas contribuciones al esfuerzo propagandístico se mantendrían luego alrededor de 40.000 libras esterlinas anuales durante los años que precedieron la Primera Guerra Mundial (Reyes Navarro 1994, 11). Las sumas antes mencionadas estaban destinadas a pagar las actividades que coordinaba el fiscal de propaganda salitrera y los comités de propaganda en el extranjero, pagando a los científicos y costear los experimentos agrícolas, las impresiones de libros y folletos, la apertura de nuevos mercados, entre otros.

6 Oficio n.º 564 del Delegado Fiscal de Salitreras y Guaneras al Ministro Plenipotenciario de Chile en Alemania, Ramón Subercaseaux, Santiago, 24 de diciembre de 1897, Archivo Nacional Histórico, Santiago de Chile (ANH), Fondo Misiones Diplomáticas, vol. 56, f. 1.

FIGURA 1
IMPORTACIONES DE SALITRE EN EL MUNDO 1883-1892 (EN TONELADAS)



Fuente: Elaboración a partir de Ministerio de Hacienda 1893, 403.

En Francia, la propaganda se implementó a partir de los años 1890, en un trabajo coordinado entre el *Permanent*, la Delegación francesa de los productores de nitrato de sodio de Chile y la Legación de Chile en París. En marzo de 1893, el encargado de la Legación, Augusto Matte, dio cuenta a su gobierno de la publicación de una serie de artículos en el diario *Le Soir* por parte de Louis Grandeau, en el marco de «la propaganda que ha comenzado a ponerse en práctica en favor del consumo del salitre». El eminente químico-agrónomo estuvo encargado, mediante una remuneración desde la Legación, de «prestigiar y aconsejar su consumo en la prensa».⁷ Su bibliografía sobre la materia fue muy elocuente: Grandeau publicó decenas de libros a lo largo de su carrera, varios de ellos dedicados al uso y los beneficios del nitrato de sodio en la agricultura (Grandeau, 1890; 1893; 1895; 1902).

La elección de determinados científicos para liderar el proceso propagandístico no fue fortuita. Justiniano Sotomayor Guzmán, exministro de Hacienda que participó en la instauración de la subvención a la propaganda salitrera a la cual nos hemos referido anteriormente, lo evidenció en 1899. Tras una conferencia con los delegados de la Asociación Salitrera de propaganda en Europa, recalcó que esta debía «estar basada en las experiencias prácticas hechas en cada país, es decir en el mismo país, i llevar la firma de sabios agrónomos bien conocidos y dignos de toda fe [...] debe tener un carácter científico, basado en una concienzuda experimentación».⁸

Los científicos cumplían un rol importante en la difusión de los beneficios del nitrato en la agricultura; es por ello que durante este periodo la propia asociación de propaganda salitrera editó libros y publicaciones científicas con recursos propios (Comité permanent du nitrate de soude du Chili 1903; 1904; 1905a; Morvillez 1916; Burban 1922; 1924). Estos textos, según los encargados de la promoción del salitre, tenían un solo objetivo: «ayudar al progreso para enriquecer al agricultor francés» (Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili 1924, 4). Uno

⁷ Oficio n.º 1216 de Augusto Matte al ministro de Hacienda, París, 18 de marzo de 1893, ANH, Fondo Legación de Chile en Francia y Gran Bretaña, vol. 365, f. 83.

⁸ Oficio n.º 78 de Justiniano Sotomayor Guzmán, Bruselas, 9 de marzo de 1899, ANH, Fondo Misiones Diplomáticas, vol. 56, f. 1-3.

de los principales desafíos era la competencia de otros fertilizantes artificiales, como el sulfato de amoníaco. Según Antonio Domingo Bordes, ello se debía a que este tipo de abonos se obtenían en condiciones más ventajosas:

Los cultivadores vacilan aún en adoptar francamente este abono; sólo mediante una propaganda inteligente y activa se llegará poco a poco a convencerlos de la ventaja que pueden obtener en sus cosechas, como con un empleo prudente de nitrato de soda. [...] Los trabajadores de la asociación salitrera de propaganda han producido en Francia resultados bastante satisfactorios, en tal sentido que, a pesar de la concurrencia de los abonos artificiales, el consumo del nitrato no ha disminuido en este país, y aún presenta un aumento en ciertas rejiones.⁹

Posteriormente, y con subvenciones de las principales compañías salitreras, se estableció en 1907 otra oficina dedicada al establecimiento del salitre en los mercados europeos, con sede en París.¹⁰ En 1913, Charles Louis Trupel, presidente de la Delegación francesa de los productores de nitrato de sodio de Chile, se felicitó del éxito alcanzado por la propaganda en Francia desde que había sido iniciada hace dos décadas. Afirmaba no poder responder a todas las solicitudes de folletos e información sobre la materia:

La vulgarización de los Fertilizantes en general y del Nitrato de Sodio en particular que persigue mi Delegación y del cual es el único objeto, me atrae todos los años cantidades de pedidos que no puedo satisfacer [...] En particular, la difusión de la serie de Guías Agrícolas que inauguré el año pasado ha provocado un aumento tal de esas solicitudes que decidí entonces entregarlas dentro de los propios folletos.¹¹

Las palabras del delegado francés responden al interés de presentar a sus superiores jerárquicos sus tareas bajo una perspectiva favorable, lo cual hace que sea difícil evaluar la veracidad de sus dichos. Pero más allá del aparente éxito señalado por Trupel, ¿cómo se llevó concretamente la propaganda salitrera y qué argumentos se usaron para promocionar el uso del nitrato de sodio?

2. Las ferias internacionales como vitrina. El caso de la Exposición Universal de París de 1889

Las exposiciones universales, organizadas desde mediados del siglo XIX en el medio de la revolución industrial, fueron pensadas como vitrinas de las naciones participantes, para presentar ante los ojos del mundo sus avances en materia tecnológica, industrial, económica y cultural. Progreso y modernidad eran los conceptos claves que se pretendían ilustrar a través de pabellones especialmente confeccionados para la ocasión y visitados por millones de personas (Bergot y Correa, 2016). Según el historiador Jorge Pinto Rodríguez (2007), estas ferias se transformaron en una lucha de influencias por la hegemonía global entre las potencias más desarrolladas, competencia a la cual se sumaron también los países «periféricos», como Chile. Constituyeron oportunidades para que estos países mejoraran su imagen y, de este modo, consiguieran inversión financiera o incentivaran la migración de europeos hacia sus territorios. Estos encuentros se convirtieron en hitos significativos, contribuyendo a la construcción de representaciones e identidades nacionales de los países participantes (Norambuena 2002/2003; Dümmer Scheel 2012; Demeulenaere-Douyere e Hilaire-Pérez 2014).

Una de las participaciones más destacadas por la historiografía que tuvo Chile en estas ferias internacionales ha sido sin lugar a duda en la Exposición Universal organizada en París en 1889. En efecto, según recalcó el catálogo oficial de la exposición, el país «por los asuntos políticos no

9 Oficio s. n. de Antonio Domingo Bordes, París, 9 de diciembre de 1896, ANH, Fondo Legación de Chile en Francia y Gran Bretaña, vol. 219. f. 1-2.

10 «Au Chili», Le Figaro. París, 4 de diciembre de 1907, 3.

11 Oficio s. n. de Charles Louis Trupel [destinario desconocido], París, 24 de mayo de 1913. Colección personal de los autores.

había podido participar en la exposición de 1878 quiso mostrar en 1889 los sorprendentes progresos que pudo hacer Chile bajo la sabia administración de sus gobernantes» (citado en Norambuena 2002/2003, 106). La inauguración del pabellón chileno (Figura 2) tuvo lugar el domingo 2 de junio, siendo relatada en los principales diarios parisinos.¹² En el interior del pabellón, fueron expuestas varias obras de arte, una amplia bibliografía sobre la historia, geografía y economía del país, además de una importante colección de minerales y productos manufacturados (Delegación de Chile en la Exposición Universal de París 1889). La realización del edificio, concretada vía un decreto de noviembre de 1888 del Ministerio de Industrias y Obras Públicas, estuvo a cargo de la empresa Moisant, Laurent, Savey y Cia (Basáez Yau y Amadori Gundelach 1989, 58-60). El edificio presentado por Chile recibió comentarios contrastados en el extranjero, pero pareció suscitar simpatías entre los franceses (D'Evry 1889). En una amplia publicación redactada por escritores e ingenieros para retratar las «maravillas» presentadas en la Exposición, se señaló que «Chile, como país serio y práctico, no buscó deslumbrar al público con una construcción reluciente de oro, de colores y de pórticos luminosos». A juicio de los autores, el país había puesto «su amor propio a presentar a los visitantes inteligentes una exposición de todo lo que produce el territorio de la República, contando solamente en el interés que no pueden dejar de ofrecer estas colecciones» (Anónimo 1890, 486-487). Entre otros aspectos, destacaron que el pórtico de entrada daba a la obra «un carácter realmente monumental», y apreciaron en su interior la presencia de muestras de mercurio, de plomo y de mineral de hierro; de barras de oro y plata, de salitres del desierto de Atacama y de carbón de Coronel.

FIGURAS 2 Y 3

PABELLONES DE CHILE EN LA EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE PARÍS DE 1889 (I) Y EN LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DEL NORTE DE FRANCIA DE 1911 (D)



Fuente: colección personal de los autores.

Por su parte, el periodista René Maugars fue muy enfático tras su visita al pabellón respecto al futuro de las relaciones comerciales y políticas entre Francia y Chile. En las páginas del *Figaro* —uno de los diarios más influyentes de la capital francesa— señaló que:

¹² «Chronique de l'Exposition», *Journal des Débats Politiques et Littéraires*. París, 3 de junio de 1889, 2; «L'Exposition», *Le Petit Journal*. París, 4 de junio de 1889, 2. El pabellón de Chile llegó incluso a figurar en la portada del *Journal Illustré* en junio de 1889.

Todos los que han estado en el Campo de Marte conocen el Pabellón de Chile. Su exhibición tenía que ser muy brillante ya que, en lugar de consumirse como tantos otros Estados en disensiones internas, [Chile] ha adquirido, desde hace medio siglo, un lugar destacado entre las filas de las naciones. Su independencia data de 1810: es como un eco de la Revolución Francesa [...] La industria más seria es la minería [...] Chile tiene un monopolio del salitre: exporta 900.000 toneladas al año. [...] En una palabra, Chile es un país maravilloso en cuyas relaciones el comercio francés tiene mucho que ganar.¹³

Como vemos, a través de la participación en la Exposición, el principal aspecto destacado por la prensa respecto a Chile era su riqueza minera. Contribuyó a dar a conocer al país en Europa y a mejorar su imagen, como lo demuestra el comentario de Maugars. Un año después de este magno evento, el profesor de mineralogía Washington Lastarria –hijo del eminente estadista chileno José Victorino Lastarria– publicó bajo el auspicio de la Legación chilena en París un libro en francés sobre la industria minera en Chile. Según el autor, «la inmensa colección mineralógica expuesta por Chile en su pabellón del Campo de Marte atrajo la atención y probó lo rico que es este país en relación con productos mineros», lo cual motivó la publicación del libro referido donde señala, por ejemplo, la ubicación de los principales yacimientos de salitre y la forma en que se extrae (Lastarria 1890, 1). La exposición fue también una ocasión para que el gobierno chileno intentara fomentar la inmigración europea hacia su territorio, con avisos publicitarios promocionando pasajes marítimos gratuitos.¹⁴ La participación en ferias internacionales seguiría siendo patrón de la promoción del salitre en el mundo en las décadas posteriores. En la siguiente celebrada en la capital francesa en 1900, si bien Chile no participó con un imponente pabellón, la asociación salitrera de propaganda presentó un monumento con esculturas, el «trofeo del salitre», el cual destacaba el aumento de la producción de este mineral durante los años anteriores.

Resulta llamativo que en muchos de estos eventos los pabellones de Chile estuvieran exclusivamente dedicados a la promoción del salitre. Ello se explica por el alto costo que revestía la participación en estos certámenes, por lo que se priorizó participar solamente en países donde se buscaba abrir nuevos mercados para el salitre, dejando en manos las delegaciones de productores de salitre la concepción de pabellones propios para representarlos (Prado 2017). En Francia, fue el caso en la Exposición Internacional del Norte, organizada en 1911 en la ciudad de Roubaix y que contó con aproximadamente un millón de visitantes. A diferencia de los otros países invitados (Italia, Argentina o Australia), el pabellón no constituía una vitrina sobre Chile, puesto que fue elaborado y financiado por la Delegación francesa de los productores de nitrato de sodio de Chile, lo cual explica la posición particular del pabellón en la exposición, en el seno de una reproducción de un pueblo flamenco donde estaban agrupados los productos agrícolas (Bibliothèque Numérique de Roubaix 2011). Fue pensado como una gran publicidad para el nitrato de sodio, figurando en sus paredes el eslogan: «El nitrato de sodio es el más barato de los fertilizantes nitrogenados» (Figura 3). Es una diferencia fundamental respecto a otras exposiciones, como la de 1889, en donde el Estado había contribuido con la mayoría de los recursos, con un presupuesto de 150.000 francos, que incluía la elaboración del proyecto arquitectural del pabellón, su construcción y amoblamiento (Basáez Yau y Amadori Gundelach 1989, 58). Lo anterior explica también por qué el pabellón parisino no estuvo exclusivamente dedicado al salitre como el de Roubaix. Este nuevo proceder, consistió en promocionar el «nitrato de sodio de Chile» en vez de «Chile».

Se observaría posteriormente en numerosas otras ferias, como el concurso agrícola de París de 1928 y la feria de Lyon el mismo año. En esta última, se puede apreciar que el stand chileno contó con diferentes afiches que harían famosos con el tiempo –particularmente la figura del agricultor esparciendo el fertilizante en su campo (Figura 4)– y se expusieron numerosas muestras del mineral.

Esta estrategia de promocionar exclusivamente el salitre no fue propia de las ferias organizadas en Francia. La primera vez que ocurrió fue en la ciudad belga de Lieja en 1905. Luego, en la Exposición Universal organizada en Gante en 1913, el pabellón del salitre chileno –una

13 «La République du Chili à Paris», *Le Figaro*. París, 11 de julio de 1889, 2.

14 «Passages gratuits pour l'Amérique», *Le Petit Journal*. París, 11 de octubre de 1889, 4.

réplica de carabela amarrada al gran estanque del parque de la exposición— llamó bastante la atención, llegando a ser señalado en la prensa francesa.¹⁵ En España, Chile se hizo posteriormente presente con un «pabellón del nitrato de Chile» en la Exposición Universal de Barcelona el año 1929.

FIGURA 4

PUESTO DE CHILE EN EL CONCURSO AGRÍCOLA DE PARÍS DE 1928



Fuente: Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili 1929, 56.

Los ejemplos anteriores demuestran que, a inicios del siglo XX, el salitre fue indisoluble de la proyección internacional de Chile, la cual se expuso en las principales ferias científicas y comerciales de Francia y otros países europeos. La economía chilena tuvo un carácter de mono-producción durante las primeras décadas del siglo XX: por ejemplo, en 1910 el nitrato representaba 79 % de las exportaciones y la mayoría rentas ordinarias del Estado, con 51,32 % (Cariola y Sunkel 1982, 138-139). Ello puede explicar en parte que con el pasar del tiempo varios empresarios publicitaran el salitre en pabellones exclusivos: si en un principio el salitre solía ser expuesto junto a los otros productos chilenos, a medida que se fueron consolidando las delegaciones de propaganda en los países europeos, en paralelo de los pabellones nacionales aparecieron en varias ferias «pabellones del nitrato de Chile», financiados por dichas delegaciones. Si bien no se exponían ahí otros productos, siempre se tenía a bien vincular al nitrato con Chile, además de incluir en estos pabellones mapas, fotografías y libros que permitían que los visitantes conocieran más sobre el país. Asimismo, el «trofeo del salitre» de la Exposición de París de 1900, tenía en sus cuatro esquinas a cóndores, animal emblemático del escudo nacional. La simbología asociaba al mineral con su país de procedencia: se conocía a Chile *vía* el nitrato.

15 «Le Chili à l'exposition de Gand», Le Figaro. París, 10 de noviembre de 1913, 5.

Lo anterior no significa que el Estado desapareció del proceso, muy por el contrario. Por ejemplo, respecto a la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929-1930, Sylvia Dümmer Scheel destaca que la asistencia a dicho evento fue «un proyecto marcadamente gubernamental», con una gran implicación del personal diplomático, y particularmente del ministro de Relaciones Exteriores, Conrado Ríos Gallardo, para gestionar el financiamiento de la obra con el Congreso (Dümmer Scheel 2012, 54-60).¹⁶ Existieron, por lo tanto, dos formas paralelas de representar a Chile en ferias y exposiciones internacionales, a través de pabellones nacionales y de pabellones salitreros. Una vez interrumpido el ciclo de explotación del salitre, Chile siguió participando en Exposiciones Universales exclusivamente con pabellones nacionales, como en 2025, en Osaka. En este sentido, durante nuestro periodo de estudio, las acciones de propaganda siempre mantuvieron cierto grado de cooperación entre el empresariado salitrero y el Estado chileno, a través de un financiamiento mixto a partir de las primeras décadas del siglo XX y una estrecha colaboración entre instituciones que representaban al empresariado (*Nitrate Permanent Committee*, Delegaciones de productores de nitrato de Chile en los diferentes países) y el Estado chileno (a través de sus Legaciones y Consulados en el extranjero).

3. La prensa francesa y promoción del salitre

Además de las ferias internacionales, la prensa fue también un instrumento clave para los promotores del salitre en los países donde se buscaba introducir salitre, porque les permitía llegar a audiencias muy amplias, a través de avisos publicitarios y artículos alabando sus beneficios agrícolas. Entre finales del siglo XIX y la Primera Guerra Mundial, se observa en Francia un auge de la prensa, por lo que el número de lectores había experimentado un drástico incremento gracias al desarrollo industrial y la ley de instrucción obligatoria de 1882, lo cual permitió que las tasas de alfabetización alcanzaran cifras muy altas, superiores al 90 % a fines del siglo XIX (Désert 1985; Pélissier y Rébaudo 2004). Por otra parte, la modernización de las técnicas de impresión, los aportes de los anuncios publicitarios y, sobre todo, la ley de 1881 sobre la libertad de la prensa, tuvieron un notable impacto en la proliferación de diarios y revistas a lo largo del país (Feyel 2007; Delporte *et al.* 2016). En consecuencia, los encargados de la promoción del salitre en Europa entendieron los beneficios que la prensa podría otorgarles en su tarea de difusión. La delegación de productores en Francia diseñó una estrategia que apuntara a dos blancos prioritarios con públicos-objetivos distintos. Por una parte, los «grandes» diarios parisinos de circulación nacional, destinados a orientar las decisiones gubernamentales y de los inversores financieros. Por otra parte, publicaciones de provincias rurales, en particular aquellas dedicadas al rubro agrícola.

Ya antes de que la propaganda salitrera se constituyera en Francia, el nitrato de sodio gozaba de una imagen relativamente positiva en la prensa. Unos de los diarios más influyentes de la época, el *Journal des Débats Politiques et Littéraires*, alabó en 1891 los beneficios del salitre para la agricultura europea, señalando que esta industria «convirtió a Chile en la fuente de alimento para la agricultura en países cuyas tierras están agotadas» y que «este fertilizante, que se ha convertido en una ayuda imprescindible para las regiones agrícolas de Europa».¹⁷

Los agentes diplomáticos participaron activamente en la promoción del salitre en Europa al alabar sus ventajas en estos diarios de circulación nacional. El cónsul Manuel Amunátegui Solar concedió varias entrevistas al *Figaro* para resaltar la situación comercial y financiera de Chile, como en 1910 cuando destacaba al nitrato de sodio como el «mejor fertilizante» y a la industria salitrera como un negocio «seguro y remunerador».¹⁸ En opinión del diplomático chileno, su país ofrecía recursos inagotables, particularmente en el norte, calificado como un «laboratorio colosal»

16 El pabellón contó con una sala exclusivamente dedicada al salitre.

17 «Les marchés étrangers», *Journal des Débats Politiques et Littéraires*. París, 26 de enero de 1891, 4.

18 «Le Chili et ses rapports avec l'Europe», *Le Figaro*. París, 2 de enero de 1910, 2.

que poseía todos los minerales conocidos.¹⁹ Los diplomáticos contaron con el concurso de algunos personajes influyentes en el ámbito periodístico parisino, como Adrien Hébrard y Louis Guilaïne, director y periodista *Le Temps*, uno de los diarios más influyentes de la época.²⁰ El propio Hébrard propondría en 1897 hacerse cargo de la propaganda salitrera en Francia, en particular en virtud de relaciones privilegiadas con Louis Grandeau. Lo anterior da cuenta de que la participación en la promoción del salitre coincidió en muchas ocasiones con intereses financieros personales.²¹

Además de artículos referentes a la producción de salitre y sus beneficios agrícolas, la prensa reprodujo informaciones procedentes de eventos y conferencias realizadas en torno a la materia. En efecto, se observa que en los años posteriores, particularmente en la década de 1910, como parte de la campaña de propaganda coordinada desde la Legación en París, numerosos diplomáticos, periodistas e intelectuales realizaron una serie de conferencias con el propósito de dar a conocer al salitre y de mejorar la imagen de Chile ante los círculos letrados franceses (Reyes Navarro, 1986). De este modo, en el contexto de la Primera Guerra Mundial, destacadas personalidades como Alejandro Bertrand, delegado del gobierno chileno para la propaganda del salitre en Europa y que actuaba en nombre del Estado, y el periodista del diario *El Mercurio* Carlos Silva Vildósola ofrecieron charlas para mejorar la imagen de Chile en el Viejo Continente, en un contexto en el cual el país padecía de una reputación negativa ante las potencias aliadas, particularmente en Francia, siendo acusado en varios periódicos y círculos diplomáticos de ser una potencia germanófila, pese a su neutralidad en la contienda (Maubert 2025, 139-143).

En este sentido, el promocionar los beneficios del salitre para la agricultura y la industria bélica tenía un motivo doble. No se trataba solamente de favorecer las exportaciones de nitrato en un contexto adverso, sino también mejorar imagen de Chile y las relaciones con los países beligerantes, al erigirse como un país indispensable para su éxito. Así es como en 1915 Alejandro Bertrand efectuó un discurso en la Legación de Chile en París acerca del salitre y de su consumo en Alemania.²² A fines del año siguiente, en el marco del primer congreso «Semana de América Latina» llevado a cabo en Lyon, Bertrand –descrito por *El Figaro* como un «gran amigo de Francia»– expuso sobre «el rol del Salitre de Chile en la guerra y la agricultura».²³ En esta ocasión, el conferencista destacó que gracias a la exportación de este mineral su país había contribuido al mejoramiento de los rendimientos de la agricultura mundial, señalando perspectivas favorables para los capitalistas franceses respecto a su adquisición, durante y después de la contienda (Comité d'action parlementaire à l'étranger 1917, 69-80).

Era también común que los diarios reprodujeran noticias procedentes de Chile sobre el tema. Por ejemplo, uno de los principales argumentos de los promotores del uso del salitre tenía que ver con que este fertilizante permitía que las plantas resistieran más eficazmente ante determinadas enfermedades. De este modo, en 1911, *Le Figaro* publicó entre sus páginas la información de que el ingeniero agrónomo Vicente Valdivia Urbina había recalcado ante los agentes de la Asociación de propaganda del salitre que el nitrato de sodio chileno era el mejor medio de combatir la *cuscuta epitimo* –enfermedad que afecta a la alfalfa– y que permitía un rendimiento más alto en la producción forrajera.²⁴

Pero no solo los diarios reproducían este tipo de información. Revistas especializadas en el rubro agrícola fueron claves a la hora de insertar al salitre dentro del mercado de los fertilizantes. Uno de las más importantes fue el *Journal d'agriculture pratique*, cuyo redactor en jefe era el

19 «Amérique latine», *Le Figaro*. París, 18 de septiembre de 1912, 2.

20 Oficio s. n. de Ramón Barros Luco a Aurelio Bascuñan, París, 25 de septiembre de 1897, ANH, Fondo Legación de Chile en Francia y Gran Bretaña, vol. 437, f.133v.

21 Oficio n.º 636 de Ramón Barros Luco al presidente del Comité de Propaganda del Salitre, París, 6 de octubre de 1897, ANH, Fondo Legación de Chile en Francia y Gran Bretaña, vol. 441, f. 123.

22 «Amérique latine. Notes chiliennes», *Le Figaro*. París, 5 de julio de 1915, 3.

23 «Une semaine de l'Amérique latine à Lyon», *Le Figaro*. 7 de diciembre de 1916, 2.

24 «Au Chili», *Le Figaro*. París, 11 de marzo de 1911, 2.

propio Louis Grandeau, a quien nos hemos referido anteriormente. A través de la figura de Grandeau, dicha revista se convirtió en una plataforma de promoción del nitrato de sodio por parte del agrónomo francés. De esta forma, en 1897, lamentaba que, pese a que los «excelentes efectos» del nitrato sobre los cereales eran conocidos desde hace mucho tiempo, «la agricultura francesa está lejos de emplear cantidades de salitre de Chile comparables a las que consumen Bélgica, Reino Unido e incluso Alemania».²⁵ Algunos años más tarde, en un contexto de incertidumbre en los mercados europeos, juzgó que el contexto social en las provincias salitreras y al aumento del precio que se estaba experimentando en aquel entonces «no debe ser un obstáculo al uso de este preciado fertilizante; porque el aumento de los rendimientos permitirá de todas formas un beneficio considerable».²⁶ Por otra parte, revistas como *L'Engrais* de Lille o *Le Phosphate* de París recibieron regulares contribuciones de Alejandro Bertrand, principalmente entre 1908 y 1913, para analizar la evolución del mercado.²⁷

En los años siguientes, un hito trágico llegaría a influenciar profundamente la argumentación a favor del salitre en Francia: la Primera Guerra Mundial. El periodo en que duró la contienda y la posguerra fueron particularmente críticos. En agosto de 1917, el *Journal des Débats Politiques et Littéraires* se alarmó de la situación agrícola de cara al conflicto bélico que azotaba a Francia y Europa en aquel entonces. Si bien el periodista encargado del artículo reconocía que las «exigencias de la defensa nacional» y la producción de explosivos constituían la principal prioridad, la agricultura francesa necesitaba urgentemente fertilizantes nitrogenados. A su juicio, no había agricultor «digno de ese nombre que no sepa y aprecie los méritos del nitrato de sodio como abono capaz de determinar oportunamente una exuberante vegetación, salvar incluso una planta en peligro, y provocar resultados excepcionalmente beneficiosos».²⁸ Charles Louis Trupel, presidente de la Delegación francesa de los productores de nitrato de sodio de Chile, retomaría una argumentación similar en su almanaque agrícola de 1916, un tipo de publicación dirigida a los agricultores franceses sobre el cual nos detendremos más adelante, cuando planteaba que: «más que nunca, la búsqueda de una mayor producción agrícola, se impone y se impondrá patrióticamente de ahora en adelante a la nación. Pero, esta producción intensificada deberá ser sobre todo la consecuencia de la más amplia aplicación posible, y rigurosamente racional, de los abonos» (Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili 1916, 20). La inmediata posguerra representó un momento también de grave crisis para la industria salitrera, con el cese del uso del salitre para fines bélicos (González Miranda *et al.* 2016). Tanto como la agricultura francesa —y europea— necesitaba de abonos como el salitre para recuperarse, mientras que Chile necesitaba de los mercados europeos para reactivar su economía tras el fin de la contienda.

En 1920, en el sur de Francia, *Le Cultivateur du Sud-Centre* insertó entre sus páginas un artículo de la revista *L'Engrais* acerca de los beneficios del salitre para la recuperación de la agricultura francesa tras el fin de guerra. Según su autor, cuyo nombre no es señalado en el artículo, el nitrato de sodio chileno había «salvado a Francia, al mismo tiempo que hacía triunfar la causa de los aliados, es decir la causa del derecho, de la justicia y de la libertad».²⁹ Si bien esto se debía al uso del salitre para la elaboración de explosivos durante la guerra, la publicación abogaba ahora por un mayor uso de los abonos para revitalizar los campos franceses, siendo el nitrato de sodio «uno de los factores más preciados y seguros para remediar la crisis alimenticia y económica que sufrimos

25 «Influence du nitrate de soude sur la production des céréales», *Journal d'agriculture pratique, de jardinage et d'économie domestique*. París, 1 de enero de 1897, 631.

26 «Le nitrate de soude et les cultures de printemps», *Journal d'agriculture pratique, de jardinage et d'économie domestique*. París, 1 de enero de 1902, 345.

27 «Nitrate de Soude», *Le Phosphate*. París, 8 de diciembre de 1910, 944-945.

28 «La production agricole et les engrais», *Journal des Débats Politiques et Littéraires*. París, 30 de agosto de 1917, 3.

29 «Le Nitrate de Soude, de la guerre aux temps de paix», *Le Cultivateur du Sud-Centre*. Rodez, 16 de agosto de 1920, 316-318.

tan cruelmente». Este argumento se plasmaba en avisos comerciales pagados por la Delegación francesa de productores de nitrato de sodio de Chile, como el publicado en 1921 en el *Journal d'agriculture pratique*, y que señalaba:

El Nitrato de Sodio que salvó a Francia e hizo triunfar la causa de los Aliados durante la guerra, proporcionando la mayor parte de la materia nitrogenada necesaria a la fabricación de explosivos, es llamado, la Paz restaurada, a convertirse en el factor el máspreciado y el más poderoso, de la producción agrícola intensificada y de la regeneración del suelo.³⁰

Pese a los esfuerzos de la Delegación, y a la inversión financiera realizada para mostrar al público las ventajas del salitre, algunos artículos se mostraron más mesurados a la hora de analizar las perspectivas de la industria salitrera. Más que los beneficios intrínsecos delpreciado mineral, se cuestionaba la perennidad de su explotación. En 1899, un periodista del *Journal des Débats Politiques et Littéraires*, basándose en el precedente del guano, cuyos stocks se agotaron en pocas décadas, advertía que no existían garantías de que la oferta de salitre permaneciera a la altura de la demanda mundial y que, pese a las garantías del gobierno chileno, «no se puede saber si la exportación podrá hacerse libremente».³¹ No obstante, apuntaba más bien hacia la gran participación de los capitalistas ingleses en la industria salitrera. Este tipo de comentarios no eran aislados. Algunos años más tarde, tras una estadía en Iquique el periodista Gaston Donnet escribió en *Le Temps* una crítica aún más ácida, en la cual opinaba que los ingleses «que son como ya les he explicado los dueños de la mayor parte de los terrenos explotados, sacan ingresos aún más confortables todavía. Y sus numerosos borrachos no hacen nada más que traducir la alegría que sienten de convertirse en millonarios en tan poco tiempo».³² En el contexto de la competencia hegemónica librada por las principales potencias europeas, la escasa participación francesa en una industria estratégica como el salitre fue, por lo tanto, el blanco de críticas por parte de algunos comentaristas. No obstante, tras su visita a las oficinas Lagunas en Tarapacá (tres oficinas North, Central y South Lagunas eran de propiedad de la compañía creada por J. T. North), Donnet reconocía que «lo que no era nada más que una franja de muerte» se había convertido en uno de los «hogares de vida más intensos del mundo».

Los diarios y revistas de circulación nacional no fueron los únicos blancos de los agentes encargados de la promoción del salitre: los periódicos y revistas locales/regionales tenían categorías de lectores muy diferentes. A inicios del siglo XX, Francia seguía siendo un país donde la mayoría de la población vivía en áreas rurales: fue solamente durante los años 1930 que la proporción de población urbana llegó a ser mayoritaria (Molinier 1977; Eggerickx y Devos 2014). Por ello, muchos agricultores y habitantes de áreas rurales leían con frecuencia los periódicos, cuyos artículos trataban de otras problemáticas, enfocados en aspectos más prácticos, como el uso del salitre para los agricultores y sus beneficios.

Le Petit Champenois, editado en Reims, transcribió en 1898 una conferencia del profesor Eugène Chouteau, fundador del periódico *Le Courrier du Chili* y corresponsal del diario francés *Le Figaro* en Chile. Dicha conferencia versó sobre los grandes recursos minerales que poseía Chile, particularmente el nitrato de sodio, «el abono por excelencia, que transformará las viejas tierras europeas agotadas».³³ Tras lamentar que Francia quedara muy atrás de sus vecinos respecto al uso del salitre chileno, subrayó nuevamente que era «el más activo y el más eficaz de todos los abonos nitrogenados» y pasó a explicar al público las formas más eficientes para usarlo en los campos franceses.

Otro ejemplo puede encontrarse en prensa francófona de Alsacia-Lorena, la cual formaba en aquel entonces parte del territorio alemán desde la guerra franco-prusiana de 1870-71. Una revista agrícola editada en Estrasburgo, el *Journal agricole d'Alsace-Lorraine*, informaba a sus lectores experimentos

30 *Journal d'agriculture pratique*. París, 5 de febrero de 1921, 12.

31 «Le marché de Londres», *Journal des Débats Politiques et Littéraires*. París, 11 de febrero de 1899, 4.

32 «L'Amérique du Sud. Au Chili», *Le Temps*. París, 8 de mayo de 1905, 3.

33 «Conférence», *Le Petit Champenois*. Reims, 12 de enero de 1898, 3-4.

efectuados por agricultores locales con el salitre chileno. Por ejemplo, en 1902 publicó un informe del profesor de agricultura señor R. Krzymowski sobre experiencias realizadas con abonos químicos. Dicho informe dio cuenta, entre otros, del experimento realizado sobre un cultivo de avena por el señor Dietrich en Altenach, donde «la pequeña dosis de salitre de Chile [...] tuvo entonces como resultado el de duplicar la cosecha».³⁴ La publicación destacó los beneficios del salitre, sobre todo una vez combinado con otros elementos, como la kainita o superfosfatos, lo cual permitía aumentar el rendimiento agrícola en proporciones significativas. Años más tarde, una publicidad editada en el *Journal agricole d'Alsace-Lorraine* por el sindicato de productores de salitre argumentaba que «El Salitre de Chile o nitrato de sodio es considerado con razón como el mejor y el más eficaz de los abonos nitrogenados».³⁵

Además de destacar sus beneficios, parte de los artículos financiados por la asociación de propaganda buscaban refutar ataques en contra del salitre chileno. En 1906 otra publicación francófona en territorios anexado por Alemania, *Le Messin*, publicó un artículo del Dr. Weitz, secretario de la delegación de productores de salitre, en la cual rebatió un estudio según el cual el nitrógeno calcáreo reemplazaría inevitablemente al salitre chileno, argumentando que la eficacia del salitre era incomparable y apoyándose en los grandes stocks disponibles en el desierto de Atacama.³⁶ No obstante, algunas publicaciones compartieron el miedo al agotamiento del nitrato de sodio, dejando entrever una crítica implícita de una relación de dependencia de la agricultura francesa hacia el preciado mineral. Ello puede apreciarse en el siguiente extracto de un artículo del señor F. Lesourd para una revista de la ciudad de Castres: «para este abono, somos tributarios de América del Sur, pero los yacimientos de Chile no constituyen una fuente inagotable [...] estamos en derecho de preguntarnos qué sucederá con nuestra agricultura, si no logramos usar otras fuentes de nitrógeno».³⁷

En la colonia francesa de Argelia, las ganancias obtenidas gracias al salitre chileno dieron esperanzas de que el desierto del Sahara también contara con recursos nitrogenados similares al nitrato de sodio, lo cual fue visto como una gran oportunidad para «convertir a África en la fuente regenerativa del viejo continente».³⁸ Con esta publicación, se da cuenta de que el salitre chileno había penetrado los imaginarios mucho más allá de América, como un sinónimo de progreso y de prosperidad que podría ser reproducido en otras regiones del mundo.

La prensa y las revistas especializadas –a través de publicaciones de circulación nacional y de publicaciones en áreas rurales– constituyeron entonces un eje privilegiado en la estrategia de Chile para la penetración del salitre, permitiendo alcanzar un amplio público, desde empresarios que pudieran invertir en la compra en masa del nitrato de sodio hasta pequeños agricultores de provincia. No obstante, la propaganda salitrera adoptó muchas otras formas, permitiendo alcanzar un público más amplio todavía.

4. Una propaganda multifacética y el surgimiento de una imagen-país asociada al nitrato

La propaganda a favor del nitrato de sodio fue muy variada, lo cual permitió asociar de varias maneras a este producto con Chile. Las diferentes delegaciones presentes en los países donde se buscaba introducir salitre no solamente tenían que difundir las virtudes del producto y apoyar su distribución comercial, sino también «promocionar todos los aspectos de ese lejano y desconocido país que era Chile» (Couyoumdjian 2001, 3). Como veremos a continuación, si bien la estrategia publicitaria publicidades aludía a los beneficios agrícolas del salitre (asociándolo a la idea de

34 «Rapport sur les expériences d'engrais chimiques effectuées à l'instigation du Comice d'Altkirch pendant l'année 1901», *Journal agricole d'Alsace-Lorraine*. Estrasburgo, 15 de febrero de 1902, 107.

35 *Journal agricole d'Alsace-Lorraine*. Estrasburgo, 26 de febrero de 1910, 199.

36 «Importance économique et sociale de l'Azote calcaire», *Le Messin*. Metz, 24 de junio de 1906, 5.

37 «L'azote atmosphérique en agriculture», *Bulletin mensuel du Comice Agricole de Castres*. Castres, 1.º de agosto de 1906, 124.

38 «Les Nitrates du Sahara», *Le Petit Colon Algérien*. Argel, 29 de enero de 1896, 2.

progreso), concursos agrícolas, almanaques o manuales escolares terminaron asociando intrínsecamente al salitre con su país de procedencia.

Desde fines del siglo XIX, la Delegación francesa de los productores de nitrato de sodio de Chile financió numerosos experimentos en los campos franceses, los cuales pretendían demostrar que el nitrato de sodio contribuía a aumentar significativamente los rendimientos agrícolas. Uno de los principales argumentos para fomentar su utilización apuntaba a que este fertilizante generaba excedentes al momento de cosechar los cereales, los que se traducían en mayores ganancias para los agricultores. La retórica empleada por la propaganda salitrera consistía en una suerte de «apuesta segura», pues esta inversión inicial era sinónimo de prosperidad futura. Al respecto, en un folleto publicado en 1904 acerca del uso de fertilizantes minerales, el profesor Bouhier, tras explicar cómo usar apropiadamente el nitrato de sodio en los campos, sostenía que:

El nitrato de sodio siempre compensa en gran medida el gasto que hacen quienes saben utilizarlo; y todos los años escuchamos a agricultores inteligentes decir, regocijándose por los resultados obtenidos, «que un saco de nitrato se paga hasta catorce veces con el excedente de cosecha que produce» (Comité permanent du nitrate de soude du Chili 1904, 9).

Para comprobar estas aseveraciones, la Delegación organizó varios concursos en zonas rurales de Francia, con el objetivo de comprobar la eficacia del salitre: aquellos agricultores que obtenían los mejores rendimientos usando el «nitrato de sodio de Chile» eran premiados. Por ejemplo, se organizó en 1899 un concurso para el cultivo de cereales en el Departamento del Alto-Marne. Los ganadores de los primeros premios en las categorías *gran y mediano cultivo de trigo* fueron los señores Vacheret y Paquier, cuyas granjas se ubicaban en la comuna de Jonchery y Brousseval, respectivamente, publicándose los rendimientos alcanzados gracias al uso de nitrato. El señor Vacherot obtuvo doce quintales de granos por hectárea en su parcela tratada con nitrato, contra 9.7 en la parcela testigo (rendimiento incrementado en 23.7 %). Por su parte, el señor Paquier obtuvo cincuenta y ocho quintales de paja por hectárea, contra 41,6 en la parcela testigo, un rendimiento incrementado en 39,4 % (Syndicat central agricole et viticole de la Haute-Marne 1900, 17-35). Al comentar los resultados, el profesor de agricultura señor Cassez concluyó que «el fertilizante nitrogenado más activo, el más eficaz, el fertilizante nitrogenado por excelencia es el *nitrato de sodio*, tal es la conclusión de los experimentos anteriormente relatados» (Syndicat central agricole et viticole de la Haute-Marne 1900, 14). Sin embargo, en vista de las diferencias de resultados alcanzados entre los concursantes (sesenta en total), recalcó que este tipo de fertilizantes eran «armas de dos filos que hay que aprender a manejar y que pueden perjudicar a quienes los utilizan incorrectamente». Centenares de resultados experimentales serían luego publicados en diversos soportes, desde artículos periodísticos, revistas científicas, almanaques agrícolas, hasta afiches y postales, financiados por la Delegación. En total, existían aproximadamente 375 campos de demostración, repartidos en cuarenta y cinco departamentos, todos con partes sin abonos para servir de muestra, eligiéndose terrenos situados cerca de los caminos para mayor visibilidad.

Numerosos fueron los concursos de este tipo auspiciados por la Delegación francesa de los productores de nitrato de sodio de Chile, con una frecuencia de treinta a cuarenta anuales a lo largo del territorio. Una cláusula era muy significativa, pues en el artículo 6 de las bases de un concurso de 1926 se señalaba que la Delegación envió a los concursantes un letrero con la inscripción «Concurso del Nitrato de Sodio de Chile», solicitándoles comprometerse a colocarlos en forma aparente en los campos que presentaran en el concurso (Délégation Française des producteurs de nitrate de soude du Chili, 1926). En este sentido, estos concursos eran muy relevantes pues no existía mejor publicidad que la vista de un campo de cereales o árboles frutales abundantes donde aparecía un gran cartel con la inscripción *Nitrate de Soude du Chili*. En efecto, a través de la asociación visual entre un campo floreciente y un gran cartel señalando la procedencia geográfica del fertilizante que permitía tales resultados, se construía un imaginario en el cual el nitrato Chile era sinónimo de prósperos campos en Europa y, por ende, de progreso económico para sus habitantes. En otros países también las delegaciones organizaron este tipo de concursos, como en España (Mateu Tortosa 2013, 113-116).

La propaganda fue más allá de la simple promoción técnico-científica. Un elemento que probablemente diferenciaba a Francia de sus vecinos dentro de la estrategia global de promoción del salitre en Europa es la importancia de las escuelas y el rol de los maestros para inculcar sus beneficios a los jóvenes. Según afirmaba en 1899 el delegado Trupel, «ningún otro país dispone de tan poderoso auxiliar» puesto que ahí los institutores «han tomado con gran entusiasmo la obra de propender en favor de la agricultura [...] i lo hacen por patriotismo con una delegación ejemplar».³⁹ Abundan los casos. A juicio del señor Cazenave, maestro de escuela en el Suroeste, el nitrato de sodio era el fertilizante nitrogenado que daba «los resultados más satisfactorios». En un folleto que daba cuenta de experimentos agrícolas realizados en el Departamento de Landas, estimaba que este fertilizante tenía virtudes en el sentido de que «activa la vegetación y aumenta considerablemente los rendimientos. Los cultivos con nitrato se tiñen de un hermoso verde oscuro y adquieren un vigor que se nota muy rápidamente después de la aplicación de este fertilizante mineral» (Comité permanent du Nitrate de Soude du Chili 1905a, 8-9). Notable es el siguiente ejercicio extraído de un manual realizado por un director de escuela, señor Picard, y destinado a escuelas primarias, en donde se pregunta a los alumnos una restitución de conocimientos no solamente sobre el nitrato de sodio, sino también sobre el caliche y Chile:

Mes de noviembre. Ejercicio preparatorio.

- 1.º ¿Cuál es la composición del nitrato de sodio?
- 2.º ¿Cuál es su componente más importante?
- 3.º ¿Por qué el nitrógeno es un elemento de primer orden?
- 4.º ¿Dónde encuentran las plantas el nitrógeno, el ácido fosfórico y el potasio que necesitan?
- 5.º ¿Cómo podemos darle al suelo las sales que le faltan?
- 6.º ¿De dónde se extrae el nitrato de sodio?
- 7.º ¿Dónde se encuentra el caliche?
- 8.º ¿Dónde está Chile?
- 9.º ¿Qué contiene el caliche?

Escribiendo. El nitrato de sodio. Su composición; la importancia del nitrógeno; origen del nitrato de sodio; el caliche. (Comité permanent du Nitrate de Soude du Chili s. f., 4).

Este ejercicio es muy esclarecedor sobre la estrategia del *Comité permanent du nitrate de soude du Chili*, quien financió este manual: no se trataba solamente de enseñar a los jóvenes cuáles eran los beneficios del nitrato de sodio, sino también inculcarles desde una temprana edad, que este producto solamente procedía de Chile. En otro manual, relativo al aprendizaje de la horticultura y dirigido a alumnos de escuela primaria, existe la misma asociación entre nitrato de sodio y Chile en diversas lecciones, que incluyen informaciones sobre su país de origen, su formación, la presentación de la industria salitrera, y, por supuesto, sus beneficios como fertilizante (Poirel y Delaporte 1913, 17-37). En el manual del señor Picard, se encontraba un ejercicio que consistía en un ensayo sobre el cultivo de la papa, a partir de los siguientes elementos: «Su cultivo. Fertilizantes necesarios. Resultados obtenidos por el empleo de fertilizantes minerales. Efecto maravilloso del nitrato de sodio». Otros ejercicios prácticos implicaban cálculos utilizando el nitrato de sodio como objeto: «El nitrato de sodio contiene 15 % de nitrógeno nítrico y cuesta 22 fr. los 100 kg.; el sulfato de amoniaco contiene 20 % de nitrógeno amoniacal y vale 31 fr. los 100 kg. ¿Cuál será el gasto realizado por un cultivador que quiere utilizar: 1) 30 kg. de nitrógeno nítrico; 2) 30 kg. de nitrógeno amoniacal?» (Comité permanent du Nitrate de Soude du Chili s. f., 4-11).

El hablar sobre la producción y los beneficios del salitre permitía también dar a conocer al público las condiciones geográficas de Chile. En diversas publicaciones sobre la industria y el comercio de los fertilizantes aparecen mapas señalando las principales zonas salitreras, además de decenas de fotografías ilustrando el proceso de extracción y transformación del nitrato (Díaz-Ossa 1912, 390; Pluvinage 1926, 21). Las publicaciones que aludieron al nitrato chileno permitieron incluso abordar la situación social en el país, como lo ilustra la siguiente nota, extraída de un boletín

³⁹ Anexo a Oficio n.º 78 de Justiniano Sotomayor Guzmán, Bruselas, 9 de marzo de 1899, ANH, Fondo Misiones Diplomáticas, vol. 56, f. 7-8.

agrícola y que da cuenta del clima de tensión social reinante en las regiones salitreras en la primera década del siglo XX: «Es cierto que cierta agitación obrera reina desde hace algún tiempo en los centros productores de nitrato. Los mineros protestan contra algunos abusos de los cuales se dicen víctimas, particularmente contra el sistema que consiste en pagarlos en bonos o “fichas”».⁴⁰

La estrategia de inculcar a los niños los beneficios del salitre es muy llamativa. En su informe sobre el uso del nitrato de sodio, el profesor Cazenave destacaba que, en el huerto de su escuela en la comuna de Tartas, el cultivo de hortalizas se practicaba con la participación de los alumnos, pues, con ello estimaba que «se familiarizan con las instrucciones de uso de los fertilizantes y se acostumbran a conocer los efectos de cada uno de ellos», en particular el nitrato de sodio (Comité permanent du Nitrate de Soude du Chili 1905a, 19). Del mismo modo, la Delegación Francesa de los Productores de Nitrato de Sodio de Chile solía ofrecer premios escolares consistentes en libros –no necesariamente relacionados con el salitre– con una encuadernación especial de cuero que dejaba en evidencia el nombre de la delegación.

Los niños sirvieron de soporte para otro tipo de propaganda. Miles de fotografías fueron sacadas y difundidas vía diferentes soportes, en las cuales los alumnos aparecían para dar cuenta de los resultados agrícolas obtenidos gracias al nitrato de sodio: por su mediana estatura, ofrecían una escala de comparación. Además, llama la atención la puesta en escena en varias de estas tomas, en donde los niños que posaban junto a cultivos de gran tamaño presentaban caras alegres y sonrientes, mientras que sus compañeros de curso aparecían tristes por no tener los mismos resultados (Figuras 5 y 6). Por ejemplo, en la Figura 5, se puede apreciar a dos niños al lado de dos muestras de trigo, siendo el niño a la derecha obligado a subirse a una silla para alcanzar el tamaño de la planta obtenida con nitrato. En paralelo a esto, se confeccionaron miles de cuadros fotográficos que dieron cuenta de experimentos en cultivos en varias regiones, los cuales fueron colocados en escuelas públicas y alcaldías en prácticamente todas las comunas francesas.⁴¹

FIGURAS 5 Y 6

RESULTADOS DE EXPERIMENTOS AGRÍCOLAS CON NITRATO DE SODIO PUBLICADOS EN ALMANAQUES AGRÍCOLAS



Fuente: Comité permanent du Nitrate de Soude du Chili 1905b, 271; 1906, 99.

40 «L'industrie du nitrate au Chili», Bulletin de la Société d'Agriculture de l'arrondissement de Senlis (Oise). Senlis, marzo de 1904, 17.

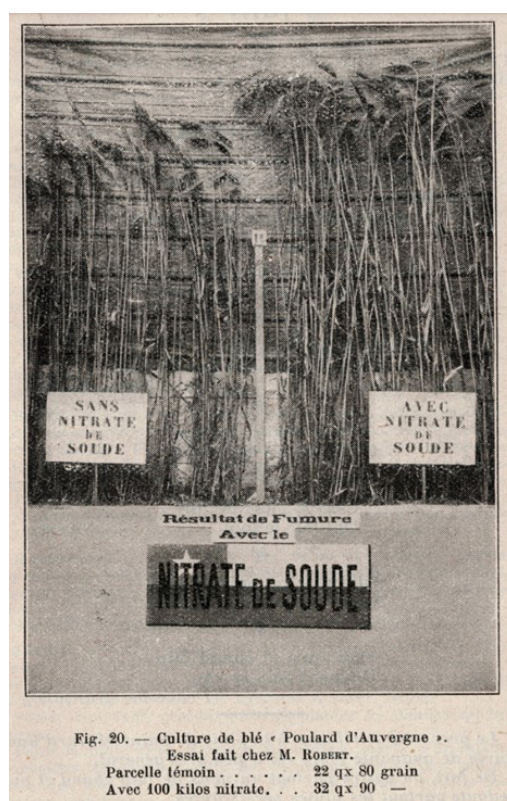
41 Anexo a Oficio n.º 78 de Justiniano Sotomayor Guzmán, Bruselas, 9 de marzo de 1899, ANH, Fondo Misiones Diplomáticas, vol. 56, f. 4.

Este tipo de fotografías estuvieron muy presentes en los almanaques agrícolas, uno de los medios de promoción más llamativos de la propaganda en Francia. A partir de 1900, la Delegación de los Productores de Nitrato de Sodio de Chile empezó a publicar anualmente estos manuales destinados a los agricultores. Además de contener toda la información necesaria para comprar el preciado fertilizante, contenían informes de ingenieros y agrónomos que subrayaban sus beneficios agrícolas. En estos almanaques, se encontraba para cada día del año un breve reporte de experimentos realizados con nitrato y se podía apreciar fotografías que ilustraban dichos resultados. Asimismo, encontramos citas alabando sus beneficios, como las de Alejandro Bertrand: «Los yacimientos de Nitrato de Sodio de Chile garantizan por varios siglos las necesidades de la agricultura mundial» o que «un barco cargado de Nitrato de Sodio de Chile evita la compra de tres barcos similares, cargados de trigo, y costando tres veces más caro» (Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili 1929, 129-132).

Nuevamente, el impacto causado por la Primera Guerra Mundial sobre la agricultura francesa se vio reflejado en este tipo de publicaciones. En introducción al primer almanaque publicado en posguerra, el delegado Charles-Louis Trupel señaló que los fertilizantes comerciales se habían vuelto extremadamente raros durante la guerra y que «la falta de nitrógeno estuvo particularmente resentida en cultivos», puesto que la agricultura francesa solamente pudo recibir 12.000 toneladas de nitrato de sodio en 1917-1918, en comparación de las 300.000 toneladas de 1913. En consecuencia, afirmó que «la agricultura debe ser considerada como el factor esencial, primordial, de la recuperación de la nación. [...] Lo podrá solo gracias al uso más amplio posible de fertilizantes de toda naturaleza. [...] Tendremos que volver a las importaciones de nitrato de Chile» (Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili 1919, 20-22).

FIGURA 7

RESULTADO DEL EMPLEO DE SALITRE SOBRE UN CULTIVO DE TRIGO



Fuente: Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili 1922, 179.

En ocasiones, aparecía la bandera chilena en fondo de los carteles de nitrato de sodio, para reforzar la asociación iconográfica entre este país y este producto. Como puede observarse en la Figura 7 con otro experimento comparativo sobre trigos, gracias a este tipo de puesta en escena la bandera chilena podía, de este modo, asociarse con mejores rendimientos agrícolas y, por ende, con progreso económico para los agricultores franceses. Ya en 1832, encontramos en el *Journal des connaissances usuelles et pratiques* una nota referida al *salpêtre du Chili* (salitre de Chile).⁴² Es en esta época que comenzaron las exportaciones de nitrato hacia Europa. Pese a que el nitrato de sodio se encontraba en territorios que no formaban aún parte del territorio nacional chileno, el origen de esta apelación puede relacionarse con que Valparaíso era el principal puerto por donde transitaba el mineral antes de ser transportado rumbo al Viejo Continente. Ello explica por qué en Francia y en otros países el nombre *salpêtre du Chili* pasó a ser usado para referirse al nitrato de soda.⁴³ Esta denominación permanecería hasta las primeras décadas del siglo XX, siendo reforzada por toda la labor propagandística destinada a la penetración de este mineral en los mercados europeos. Como Chile poseía un monopolio en la producción del salitre natural después de la Guerra del Pacífico, en esta labor la iconografía y la labor propagandística tendían a reforzar la idea de que este producto y este país eran indisociables.

Conclusiones

Durante nuestro periodo de estudio, el mercado francés mantuvo un consumo promedio anual relativamente constante, entre 1000 y 1500 de toneladas, salvo durante la Primera Guerra Mundial, cuando el consumo aumentó considerablemente para alcanzar más de 2700 toneladas en 1917 (principalmente para fines bélicos). En consecuencia, se observa una progresiva erosión del peso del mercado francés dentro del total del consumo mundial de salitre: 21,80 % en 1890, 15,3 % en 1905, 14,2 % en 1919 y 11,7 % en 1924 (Fernández-Domingo 2006, 32). Esta erosión se profundizaría durante la década de 1930, en un contexto de dificultades del modelo agrícola francés y de transformaciones propias de la industria salitrera, con nuevos métodos de producción como el Guggenheim (Page 2021, 42; Galaz-Mandakovic 2020). Por lo tanto, y pese a los esfuerzos desplegados por los agentes que la propiciaron —diplomáticos, ingenieros, agrónomos, periodistas, entre otros— la propaganda salitrera en Francia no logró aumentar de manera significativa los niveles de consumo de «nitrato de Chile» en este país. Ello se puede explicar por varios factores, como la creciente competencia de abonos nitrogenados sintéticos. No obstante, la importancia que revistió la difusión del salitre a través de los campos franceses va mucho más allá de su traducción en cifras macroeconómicas y cuotas de mercado. En 1899, el ministro de Hacienda Justiniano Sotomayor Guzmán, al que nos hemos referido anteriormente, destacaba que la propaganda salitrera no podía ser obra de un solo hombre, pero más bien:

El resultado de un sin número de esfuerzos combinados, de sabios agrónomos, de competentes administradores, de millares de conferencistas, conocedores del ramo, de una distribución abundantísima de folletos, dando a conocer, no solamente las ventajas de su empleo, sino, muy principalmente de la manera de aplicarlo a los diversos cultivos.⁴⁴

La aseveración del exministro chileno no pudo ser más acertada. Miles fueron las personas que contribuyeron directa e indirectamente a esta propaganda, entre diplomáticos, periodistas, científicos, comerciantes, profesores y agricultores. Consecuencia de lo anterior es que la propaganda salitrera en Francia adoptó variadas formas, con objetivos distintos. Afiches, artículos de prensa,

42 Citado en el *Journal des Débats Politiques et Littéraires*. París, 5 de marzo de 1832, 4.

43 «Le Nitrate de Soude», *Le Cultivateur de l'Aveyron, du Cantal, du Lot & de la Corrèze*. Rodez, 21 de febrero de 1897, 120.

44 Oficio n.º 78 de Justiniano Sotomayor Guzmán, Bruselas, 9 de marzo de 1899, ANH, Fondo Misiones Diplomáticas, vol. 56, f. 4.

publicaciones científicas, fotografías, manuales escolares, concursos agrícolas, postales, conferencias o almanaques agrícolas: cada uno de estos soportes alcanzó un público específico y dio a conocer entre los franceses al nitrato de sodio y, por ende, a Chile. Gracias a la labor de promoción es que el salitre contribuyó a la construcción de la imagen-país de Chile en el mundo durante las primeras décadas del siglo XX. *Nitrate de soude* y *Chili* fueron usados sistemáticamente juntos en un sistema de representaciones compartido, donde Chile apareció en el imaginario de miles de agricultores y habitantes de los campos franceses como sinónimo de progreso, no porque fuera un país más moderno, sino porque desde allí procedía el abono que permitía mejorar su condición económica.

La propaganda no fue uniforme en Europa y se adaptó en función de la situación de cada país. Por ejemplo, los afiches publicitarios usaron una iconografía muy variada en función del mercado donde se buscaba introducir salitre. Además, esta propaganda cambió en función de la coyuntura económica y/o política en los países de destino. En el caso de Francia, sin lugar a duda la Primera Guerra Mundial dejó una huella significativa. A nivel argumentativo, las destrucciones ocasionadas a la economía y a la agricultura tuvieron ecos en un discurso que planteó al nitrato de sodio como el fertilizante que permitiría la recuperación nacional después del desastre de 14-18. Por otra parte, más que en los países vecinos, la propaganda pudo contar con el auxilio de los profesores de escuelas, particularmente en áreas rurales, a la hora de dar a conocer a los jóvenes franceses los beneficios del salitre y, por consiguiente, el lugar de Chile en el mundo.

Declaración de conflicto de intereses

Los autores de este artículo declaran no tener conflictos de intereses financieros, profesionales o personales que pudieran haber influido de manera inapropiada en este trabajo.

Fuentes de financiación

Trabajo realizado en el marco del Proyecto Fondecyt Regular n.º 1230223 «La participación de Chile en la segunda mundialización y la expansión del salitre. Actores diplomáticos formales e informales y actores subalternos en la contradictoria construcción de la imagen exterior del país entre 1884 y 1918», financiado por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID), dependiente del Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación de Chile.

Declaración de contribución de autoría

Lucas Maubert: Conceptualización, Análisis formal, Investigación, Metodología, Redacción – borrador original, Redacción – revisión y edición.

Sergio González Miranda: Análisis formal, Investigación, Redacción – revisión y edición.

Referencias bibliográficas

- Albert, Bill. 1988. *South America and the First World War: The Impact of the War on Brazil, Argentina, Peru and Chile*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Anónimo. 1890. *Les merveilles de l'Exposition de 1889*. París: À la librairie illustrée.
- Badia-Miró, Marc y José Díaz-Bahamonde. 2017. «The Impact of Nitrates on the Chilean Economy, 1880-1930». En *The First Export Era Revisited*, editado por Sandra Kuntz-Ficker. Londres: Palgrave Macmillan.
- Barton, Jonathan. 2000. «Struggling against Decline: British Business in Chile, 1919-1933». *Journal of Latin American Studies* 32 (1): 235-264.

- Basáez Yau, Patricio y Ana María Amadori Gundelach. 1989. *1889-1989 El pabellón chileno en la Exposición Universal de París*. Santiago: Universidad de Chile.
- Bergot, Solène y María José Correa. 2016. «Chile y la escenificación de su modernidad. Ciencias y técnicas en las exposiciones internacionales (1869-1901)». En *Ciencia y espectáculo. Circulación de saberes científicos en América Latina, siglos XIX y XX*, editado por María José Correa, Andrea Kottow y Silvana Vetö. Santiago de Chile: OchoLibros.
- Bibliothèque Numérique de Roubaix. 2011. «Exposition Internationale du Nord de la France», Roubaix, 5 de octubre. http://roubaix1911.bn-r.fr/index_acc.php. (Consultado: 20/06/2025).
- Briot, Claude y Jacqueline Briot. 2012. *Cap-horniers du nitrate. Armements français Bordes*. Forbach: Books on demand.
- Brown, Joseph. 1963. «Nitrate Crises, Combinations, and the Chilean Government in the Nitrate Age». *Hispanic American Historical Review* 43 (2): 230-246. <https://doi.org/10.1215/00182168-43.2.230>.
- Burban, Eugène. 1922. *Plantes sarclées et industrielles*. París: Éditions de la Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili.
- Burban, Eugène. 1924. *Supériorité théorique et pratique du Nitrate de Soude du Chili*. París: Éditions de la Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili.
- Cariola, Carmen y Osvaldo Sunkel. 1982. *Un siglo de historia económica de Chile 1830-1930. Dos ensayos y una bibliografía*. Madrid: Ediciones Cultura Hispánica.
- Comité d'action parlementaire à l'étranger. 1917. *La première Semaine de l'Amérique latine. Congrès tenu à Lyon du 2 au 7 décembre 1916*. París: Imprimerie. H. Diéval.
- Comité permanent du Nitrate de Soude du Chili. s. f. *Progrès de l'agriculture française par l'emploi du nitrate de soude associé aux autres engrais minéraux. Choix de devoirs agricoles à l'usage des écoles primaires élémentaires (cours moyen et cours supérieur) par J. Picard*. París: Imprimerie Draeger.
- Comité permanent du nitrate de soude du Chili. 1903. *Compte-rendu des essais agricoles organisés dans sept communes du département de l'Allier en 1902. Influence du Nitrate de Soude sur l'action combinée des engrais complémentaires. Résultats pratiques & mode d'emploi. Par J. Denis*. Tours: Imprimerie E. Arrault et Cie.
- Comité permanent du nitrate de soude du Chili. 1904. *Notice sur les Engrais Minéraux et influence du Nitrate de Soude employé dans diverses expériences culturelles faites à Saint-Colombin (Loire-Inférieure) par Th. Bouhier. Instituteur, Chevalier du Mérite agricole*. París: Imprimerie Draeger.
- Comité permanent du Nitrate de Soude du Chili. 1905a. *La Plante, le Sol et le Nitrate de Soude. Compte rendu d'expériences agricoles dans le département des Landes par M. Cazenave, Instituteur*. París: Imprimerie Draeger.
- Comité permanent du Nitrate de Soude du Chili. 1905b. *Almanach agricole du XXe siècle. Cinquième année*. París: Imprinta s. n.
- Comité permanent du Nitrate de Soude du Chili. 1906. *Almanach agricole du XXe siècle. Sixième année*. París: Imprinta s. n.
- Couyoumdjian, Juan Ricardo. 2001. *Una experiencia fértil: la propaganda salitrera chilena en el exterior*. Santiago: Archivo Nacional.
- Couyoumdjian, Juan Ricardo. (s. f.). «Antecedentes», *Salitre de Chile. Archivo Nacional de Chile*. <http://www.salitredechile.cl/salitre-de-chile/antecedentes/> (Consultado: 16/06/2025).
- D'Evry, Francisco. 1889. «Los pabellones de los Nuevos Mundos». En *Revista de la Exposición Universal de París en 1889*, dirigido por François Guillaume Dumas y Louis de Fourcaud. Barcelona: Montaner y Simón Editores.
- Delegación de Chile en la Exposición Universal de París. 1889. *Catalogue de la section du Chili et notice sur le pays*. París: Imprimerie A. Lanier et ses fils.
- Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili. 1916. *Almanach agricole du XXe siècle. Seizième année*. París: Imprinta s. n.
- Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili. 1919. *Almanach agricole du XXe siècle. Dix-neuvième année*. París: Imprinta s. n.
- Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili. 1922. *Almanach agricole du XXe siècle. Vingt-deuxième année*. París: Imprinta s. n.
- Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili. 1924. *Conseils élémentaires sur le Rôle, l'Emploi et les Avantages du Nitrate de Soude du Chili*. París: Éditions de la Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili.

- Délégation Française des producteurs de nitrate de soude du Chili. 1926. *Concours du Nitrate de Soude organisé par la Délégation Française des producteurs de nitrate de soude du Chili. Règlement*. París: Imprinta s. n.
- Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili. 1929. *Almanach agricole du XXe siècle, Vingt-neuvième année*. París: Imprinta s. n.
- Delporte, Christian, Claire Blandin y François Robinet. 2016. *Histoire de la presse en France. XXe-XXIe siècles*. París: Armand Colin.
- Demeulenaere-Douyere, Christiane y Liliane Hilaire-Perez (dirs.). 2014. *Les expositions universelles: les identités au défi de la modernité*. Rennes: Presses universitaires de Rennes.
- Désert, Gabriel. 1985. «Réflexions sur les progrès de l'alphabétisation dans la France du 19e siècle». *Historical Social Research* 10 (2): 44-59. <https://doi.org/10.12759/hsr.10.1985.2.44-59>.
- Díaz-Ossa, Belisario. 1912. «L'industrie du nitrate de soude au Chili». *Revue générale des sciences pures et appliquées* 23 (10): 389-395.
- Donoso, Carlos. 2014. «El ocase de la dependencia salitrera (1914-1926)». *Diálogo Andino* (45): 97-118. <http://dx.doi.org/10.4067/S0719-26812014000300010>.
- Dümmer Scheel, Sylvia. 2012. *Sin tropicalismos ni exageraciones. La construcción de la imagen de Chile para la Exposición Iberoamericana de Sevilla en 1929*. Santiago de Chile: Instituto de Historia/Pontificia Universidad Católica de Chile/RIL Editores.
- Eggerickx, Thierry e Isabelle Devos. 2014. «Les populations rurales en Europe occidentale de la fin du 18ème siècle aux années 1960». *Espace populations sociétés* (1). <https://doi.org/10.4000/eps.5689>.
- Fernández-Domingo, Enrique. 2006. *Le négoce français au Chili (1880-1929)*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Feyel, Gilles. 2007. *La Presse en France des origines à 1944*. París: Éditions Ellipses.
- Frens-String, Joshua. 2023. «Natural Partners. Chilean Nitrates and the Rise of Intensive Agriculture in the US South, 1900-1945». *Agricultural History* 97 (1): 48-83. <https://doi.org/10.1215/00021482-10154307>.
- Galaz-Mandakovic, Damir. 2020. «The Guggenheim process. Innovaciones y contrapuntos de un sistema técnico y de transporte en la industria del salitre en el Departamento de Tocopilla (Chile, 1926-1949)». *Revista de historia* 27 (2): 175-209. <https://dx.doi.org/10.29393/rh27-15gpdg10015>.
- González Miranda, Sergio. 2013. «Las combinaciones salitreras: el surgimiento del empresariado del nitrato en Chile (1884-1910)». *Diálogo andino* (42): 41-56. <http://dx.doi.org/10.4067/S0719-26812013000200005>.
- González Miranda, Sergio; Renato Calderón y Pablo Artaza. 2016. «El fin del ciclo de expansión del salitre en Chile: la inflexión de 1919 como crisis estructural». *Revista de Historia Industrial* 65 (25): 83-110. <https://doi.org/10.1344/rhi.v25i65.21232>.
- Grandeau, Louis. 1890. *Emploi du nitrate de soude en agriculture. Les céréales d'hiver, préparation et fumure du sol. Fumier de ferme, phosphates, nitrate*. París: Imprimerie C. Pariset.
- Grandeau, Louis. 1893. *La Fumure des champs et des jardins. Instruction pratique sur l'emploi des engrais commerciaux: nitrates, phosphates, sels potassiques*. París: Imprimerie C. Pariset.
- Grandeau, Louis. 1895. *Importance du nitrate de soude en agriculture, quantités à donner aux terres pour les diverses récoltes... époque et mode d'emploi du nitrate, résultats*. París: Imprimerie C. Pariset.
- Grandeau, Louis. 1902. *Les Cultures de printemps et le nitrate de soude*. París: Imprimerie C. Pariset.
- Greenhill, Robert. 2019. «Managed Decline, Headlong Retreat or Entrepreneurial Failure? British Nitrate Producers and the Withdrawal from Chile, 1920-1930». En, *Capitalists, Business and State-Building in Chile*, editado por Manuel Llorca-Jaña; Rory Miller y Diego Barría. Londres: Palgrave Macmillan.
- Lastarria, Washington. 1890. *L'industrie minière au Chili*. París: Imprimerie Roger et Chernoviz.
- Mateu Tortosa, Enric. 2013. «Agricultura y propaganda: el nitrato de Chile en España». *Historia Agraria* (59): 95-123.
- Maubert, Lucas. 2025. «El viaje del Doctor Perl. Espionaje e intrigas diplomáticas en el Pacífico tras la ruptura peruano-alemana de 1917». En *Navegando por aguas turbulentas. Historias de buques, marinos y pasajeros en Iberoamérica durante las dos guerras mundiales*, dirigido por Agustín Desiderato. Buenos Aires: TeseoPress.
- Ministerio de Hacienda. 1893. *Memoria del Ministro de Hacienda presentada al Congreso Nacional en 1893*. Santiago: Imprinta Nacional.
- Molinier, Jean. 1977. «L'évolution de la population agricole du XVIIIe siècle à nos jours». *Économie et statistique* (91): 79-84.
- Morvillez, A. 1916. *Le nitrate de soude et son emploi rationnel*. París: Délégation Française des Producteurs de Nitrate de Soude du Chili.

- Norambuena, Carmen. 2002/2003. «Imagen de América Latina en la Exposición Universal de París de 1889». *Dimensión histórica de Chile* (17/18): 87-122.
- Page, Arnaud. 2021. «Guerres et fertilisation: essor des engrais azotés en France et en Grande-Bretagne, 1918-1960». En *Histoire des modernisations agricoles au XXe siècle*, editado por Christophe Bonneuil, Margot Lyautey y Léna Humbert. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Pélissier, Jean-Pierre y Danièle Rébaudo. 2004. «Une approche de l'illettrisme en France». *Histoire & mesure* XIX (1/2): 161-202. <https://doi.org/10.4000/histoiremesure.816>.
- Pinto Rodríguez, Jorge. 2007. «Las Exposiciones Universales y su impacto en América Latina (1850-1930)». *Cuadernos de Historia* (26): 57-89.
- Pluvinage, Charles. 1926. *Industrie et commerce des engrais. Engrais azotés et organiques. Produits chimiques agricoles*. París: Librairie J.B. Baillière et fils.
- Poirel, Victor y A. Delaporte. 1913. *Leçons d'agriculture. Extraits de 'L'agriculture et l'horticulture à l'examen du certificat d'études primaires*. Denain: Cambay.
- Prado, Alberto. 2017. «El pabellón "Nitrato De Chile" para la Exposición Internacional de Barcelona 1929. Impulso modernizador para Tarapacá, en la decadencia del Siglo del Salitre». En *Modernidad en Contextos Regionales. Experiencias Metodológicas y de valoración*, editado por Carolina Carrasco. Valparaíso: Universidad Técnico Federico Santa María.
- Redacción. 2022. «Extremadura declarará Bienes de Interés Cultural los paneles de azulejos de Nitrato de Chile», *Extremadura21*, 7 de septiembre. <https://extremadura21.com/2022/09/07/extremadura-declarara-bienes-de-interes-cultural-los-paneles-de-azulejos-de-nitrato-de-chile/> (Consultado: 26/09/2024).
- Reyes Navarro, Enrique. 1986. *Salitre chileno: mercado mundial y propaganda (1889-1916): labor del fiscal don Alejandro Bertrand*. Iquique: CIREN.
- Reyes Navarro, Enrique. 1994. *Salitre de Chile: apertura, inversión y mercado mundial, 1880-1925*. Santiago de Chile: Universidad Blas Caña/Serie Investigaciones n.º 6.
- Rodríguez Weber, Javier. 2018. *Desarrollo y desigualdad en Chile (1850-2009). Historia de su economía política*. Santiago: Lom Ediciones.
- Russell, William Howard. 1890. *A visit to Chile and the nitrate fields of Tarapacá*. Londres: J. S. Virtue & Co.
- Syndicat central agricole et viticole de la Haute-Marne. 1900. *Concours pour l'emploi du nitrate de soude sur les céréales. Rapport de M. Cassez. Professeur départemental d'Agriculture de la Haute-Marne*. Châteauroux: Imprimerie A. Majesté et L. Bouchardeau.