

## Modernización y Cultura de Masas en el Chile de principios del siglo veinte: El Origen del Género Magazine

Eduardo SANTA CRUZ

Uno de los indicadores del surgimiento de la industria cultural moderna en nuestro país es la aparición en los comienzos del siglo XX de revistas periódicas destinadas a satisfacer la demanda de públicos diversos. Entre ellas, es necesario destacar el caso de aquellas especializadas en deportes, cine y espectáculos o dirigidas hacia un público infantil. Junto a la prensa informativa de nuevo cuño se va configurando en las dos primeras décadas un amplio y diverso espectro de oferta comunicacional impresa.<sup>1</sup>

En ese marco también aparece en Chile otro género comunicacional que, si bien manifiesta antecedentes relativos en fenómenos culturales masivos y populares anteriores como el espectáculo de variedades en plazas y ferias, entre otros, asume un rasgo específico en la palabra impresa. Se trata del *magazine*, el cual tuvo su primera expresión en el formato de revistas periódicas y, luego, con el correr del siglo, incluso fue factible de observar en otros lenguajes y tecnologías comunicacionales.

El *magazine* es definido convencionalmente como un periódico ilustrado, estructurado sobre la base de numerosas secciones y generalmente de muchas páginas y de aparición semanal o mensual. Se trata de un género que es capaz de albergar en su interior en forma entremezclada crónicas, entrevistas, reportajes de actualidad, ilustraciones, avisos publicitarios, cuentos y novelas por entrega, notas de vida social, caricaturas, poemas, etc. En ese sentido, se trata de un género extraordinariamente maleable en cuanto a sus formatos y contenidos.<sup>2</sup> Eso mismo permitió que pudieran

---

<sup>1</sup> Este artículo es parte de la investigación Fondecyt Nro. 1010016

aparecer ciertas especializaciones al interior del género. Así, y de acuerdo a sus contenidos preferenciales o a otras características propias de sus formatos, es posible diferenciar *magazines* dedicados a cuestiones culturales y literarias; de comentarios políticos; de sucesos cotidianos y chismes de personajes públicos; de actualidad; satíricos; de divulgación cultural, etc. o, también, ciertas experiencias específicas que combinan algunos de los rasgos anteriores.

Dicho de otra forma, el intento de definir al género por alguna característica o propiedad interna de carácter absolutamente particular e identificable desde su propia lógica y coherencia no parece el mejor camino metodológico y se corre el riesgo de que cada nueva experiencia de revista *magazinesca* se constituya en una nueva categoría de subdivisión del género hasta el infinito. En esa dirección, pareciera más fecunda analíticamente la conceptualización instalada por Martín Barbero<sup>3</sup>. Este instala una concepción de género, entendida como una estrategia de comunicabilidad, es decir, más allá de la noción de sustrato lingüístico que lo definía clásicamente como un principio de coherencia textual y una forma de clasificación, el autor lo caracteriza como algo que pasa *por* el texto y no sólo algo que pasa en el texto.

Siguiendo en ese sentido los trabajos de investigadores italianos como F. Cassetti, M. Wolf o L. Lumbelli, dicha noción de género apunta preferentemente a los modos en que se hacen reconocibles y organizan la competencia comunicativa los destinatarios y los destinatarios<sup>4</sup>. En esa perspectiva, Martín Barbero agrega que la consideración de los géneros como un hecho puramente literario o su reducción a moldes prefijados para la fabricación o etiquetación de textos, habría impedido comprender la verdadera función del género en la competencia narrativa de los espectadores.

Así, entonces, el género puede ser entendido como una estrategia de comunicación configurada por prácticas de enunciación de unos sujetos (situados tanto del lado de la producción como del consumo/reconocimiento) y por formatos de sedimentación de unos saberes, unos hábitos y unas técnicas, una suerte de espacio de relación entre matrices narrativas y formatos propios de la industria cultural.

170 | En esa perspectiva, el *magazine* como género fue consolidándose al calor del desarrollo de la industria cultural y de un mercado informativo y cultural en ampliación, lo cual equivale a ratificar su origen como parte de los procesos de modernización en dicho ámbito, en el sentido de la configuración de ciertos fenómenos de transformación estructural en la clave universal de la modernidad. Cuestión similar a la planteada por Berman cuando afirma que la constitución de sistemas de comunicación social complejos y tecnificados destinados a públicos masivos constituye una de las características

comunes a cualquier proceso de modernización.<sup>5</sup> Sin embargo, ello aún no trasciende a una caracterización global suficientemente tratada y repetida.

Al decir de Ortiz, la modernidad es una y diversa. Una, en cuanto matriz civilizatoria; diversa, en su configuración histórica<sup>6</sup>. Dicho de otra forma, en todo proceso modernizador es posible encontrar y analíticamente diferenciar una dimensión universalista y otra de carácter específico y particular, ambas coexistiendo muchas veces de manera compleja, cuando no conflictiva y tensionada, pero constituyendo una sola experiencia de vida a nivel de lo cotidiano.

Para los efectos del análisis de la emergencia del *magazine* en nuestro país, lo que cabe en dicha perspectiva clarificar es qué características asume en las particulares condiciones que la modernización liberal-oligárquica muestra en las primeras dos décadas del siglo veinte en Chile. En ese sentido, es necesario en primer término poner de manifiesto algunas de las características que el género presenta en su dimensión universalista, así como dar cuenta de las experiencias específicas de las revistas que circularon en nuestro país, así como del rol que como actores socio-culturales jugaron en ese contexto modernizador. Es necesario efectuar un doble ejercicio, por una parte, dar cuenta de cómo se liga y que función cumple el *magazine* en general en los procesos modernizadores, en el ámbito cultural y comunicacional y, por otra parte, analizar en concreto algunas revistas chilenas del período que hemos señalado.

Una de las más importantes tareas que el *magazine* jugó (y sigue jugando) al interior de los procesos de modernización dice relación con la divulgación y vulgarización del conocimiento. Es ya sabido que por razones de eficiencia económica, así como de legitimidad política, la constitución de sectores masivos y populares crecientemente incorporados a la dinámica de dichos procesos, requirió establecer vínculos y puentes entre un desarrollo científico y tecnológico acelerado y su incorporación a la vida social, ya sea como educación formal, como también y en un cierto sentido aún más decisivo, como cultura cotidiana de masas.

En esa doble perspectiva, el conocimiento científico como forma predominante de saber propio de la sociedad moderna, debía ser puesto al alcance de los no especialistas, pero igualmente interesados en él y, por tanto como rendimiento adicional, susceptibles de convertirse en consumidores de una oferta comunicacional que diera cuenta de los *avances de la ciencia*.

Así, entonces, la industria cultural desde sus orígenes ha desarrollado de manera preferente una tarea divulgadora que le permitió a sus apologistas proclamar el advenimiento de una era de democratización cultural. Sin embargo, esta función, para ser efectiva, requirió del desarrollo de una cierta técnica o procedimiento que

dicho en sus términos colocara conocimientos crecientemente complejos y especializados en *palabras simples que cualquiera pueda entender*. Este es el sentido preciso de lo que se denominó la vulgarización, término que en manos de una cierta elite ilustrada y culta adquirió rápidamente un sentido puramente peyorativo para designar aquello dirigido hacia un público masivo y básicamente ignorante.

A este respecto, se ha señalado como hito fundacional el nacimiento de las vigentes *Selecciones del Reader's Digest* en 1923, en EE.UU.<sup>7</sup>. Efectivamente, con esa publicación aparece un particular tipo de *magazine* centrado específicamente en contenidos de divulgación y vulgarización científicos, formato plenamente vigente en publicaciones actuales. Lo que es posible sostener es que las revistas *magazines* anteriores y, entre ellas, las que circularon en nuestro país en las dos primeras décadas del siglo veinte, desarrollaron la función comunicativa que estamos comentando, pero probablemente centradas mayormente en la naturalización de un paradigma cientificista de la vida en la cultura cotidiana y ello, más que sustentado en una tarea de simplificación y transmisión de un conocimiento complejo a la manera del *digesto*, en una apología del progreso expresado en la difusión de los inventos y de las posibilidades de las máquinas para hacer la vida diaria más confortable y cómoda. En ese sentido, la tarea de divulgar y vulgarizar el conocimiento moderno pudo convertirse en las revistas *magazines* en uno más de sus contenidos y en variados formatos.

Por otro lado, una segunda característica importante de destacar dice relación con el hecho de que el *magazine* no sólo admite todo tipo de contenidos, estableciendo con ello y dicho sea de paso una diferencia sustancial con la *revista especializada* también emergente en Chile en el mismo período, sino que establece una relación de equivalencia entre ellos, cuestión que le ha permitido a la crítica ilustrada instalarle el estigma de la banalidad, cuando no el de la frivolidad.

A diferencia de la revista especializada que normalmente trata de justificar su existencia intentando demostrar o fundamentar la importancia y relevancia de sus contenidos, generalmente en criterios sociales, educativos o de *demandas de la audiencia*, el *magazine* coloca en un mismo plano las más disímiles actividades sociales o los más variados temas, cohabitando en el interior de sus páginas, ocupando similares espacios o compartiendo páginas. La vida social de la aristocracia junto a la política internacional; la receta de cocina al lado de una catástrofe natural; la actividad deportiva compartiendo una página con un mítin sindical y así hasta el infinito.

172 | Junto a lo anterior, es necesario destacar la importancia que en el género a que aludimos jugaba la imagen. Ya sea en forma de ilustración o registro fotográfico su presencia ocupaba buena parte del espacio de las revistas. Debido a que a principios del siglo XX la industria editorial nacional contaba con la posibilidad técnica de

reproducir imágenes en forma masiva, las revistas magazinescas harán de ellas uno de sus contenidos fundamentales. Pero, no se trataba solamente de un elemento decorativo que tuviera por función ilustrar el texto escrito, sino que por el contrario en dichas revistas adquirió generalmente la suficiente autonomía para *hablar por su cuenta*. De hecho, en muchas ocasiones la imagen de un acontecimiento o situación solamente tenía una *lectura de foto*, con lo cual el texto verbal era el que pasaba a jugar un papel colaborador y claramente subordinado al texto visual.

Considerando la época, cabe imaginarse el impacto que pudo haber producido en los lectores, en términos de curiosidad e interés y para la mayoría, probablemente, por primera vez, un acercamiento visual a hechos, personajes o realidades. Tal vez no sea exagerado decir que, estrictamente hablando, las revistas magazinescas, junto al cine, que en los años '10 también adquirió connotaciones masivas en nuestro país, comienzan a configurar un imaginario social de esas mismas características, cuestión que retomaremos con mayor detalle y profundidad en otro texto.

Los elementos hasta aquí señalados, entre otros, apuntan a una cuestión más de fondo en cuanto al rol y papel jugado por las revistas magazinescas, en tanto actores socio-culturales, en las dos primeras décadas del siglo veinte en nuestro país y ello dice relación con la reestructuración a nivel del imaginario social de la vida cotidiana. En ese sentido, no es nuevo señalar que los procesos de modernización, sociológicamente hablando, implican que la experiencia cotidiana de los individuos se traslada fundamentalmente de los grupos primarios a los grupos de referencia secundarios, como consecuencia de la mayor complejidad social y del crecimiento de los conglomerados urbanos<sup>8</sup>

Sin embargo, dicha tradición interpretativa puso el acento analítico en la relación de las personas con aquellos temas o situaciones relacionadas con la totalidad social y de allí el también tradicional rol adjudicado a la prensa y los medios de comunicación en la conformación de la opinión pública y en tanto mediadores al interior de una sociedad cada vez más imposibilitada de re-conocer y re-presentar su globalidad a partir de la experiencia directa de los individuos que la conformaban. Dicha mirada constituye un sustrato básico de la episteme que sustenta el enfoque funcionalista de la comunicación social en la sociedad moderna, por ejemplo<sup>9</sup>.

Sin embargo, en nuestro caso lo que particularmente nos interesa es analizar y dar cuenta de los cambios en la vivencia cotidiana masiva y popular<sup>10</sup> y el papel jugado en esas transformaciones por determinadas estrategias comunicacionales como las de las revistas magazinescas y, a la vez, sus relaciones con los procesos de transformación modernizadora que estaban ocurriendo en otros ámbitos de la vida social.

En esa dirección, la hipótesis a afirmar es que dichas publicaciones contribu-

veron de manera importante a una ampliación y expansión de la cotidianidad, al menos de los chilenos que habitaban las ciudades más importantes del país. Los límites de la experiencia de vida cotidiana se expandieron con la incorporación de temas, lugares, personajes y situaciones que, además y como dijimos, eran muchas veces presentadas visualmente. De esa manera, el imaginario social se expandió y se complejizó. De igual forma, las categorías de tiempo y espacio comenzaron a adquirir connotaciones muy diversas y más propias de lo que se ha llamado la experiencia de la modernidad, al menos en el sentido de los ya citados Berman y Ortiz.

Sin embargo, lo que más interesa recalcar es que en dicho proceso lo que se estaba naturalizando por la vía de su incorporación a la vida cotidiana era fundamentalmente la dimensión universalista de la modernización, es decir en palabras de Ortiz, la modernidad entendida como matriz civilizatoria o, también, la adecuación de la cotidianidad al *carácter de la época*<sup>11</sup>

Por último en esta breve revisión general cabe mencionar otra característica que es central y que está a la base de todo lo anterior. Nos referimos al hecho de que en cuanto género de la industria cultural el *magazine* debe estar necesariamente marcado por el signo de la amenidad y la entretención. Dicho de otra forma, sus formas y contenidos, cualesquiera que ellos sean estaban destinados a producir una fruición y un placer en los lectores, en el marco de sus ratos de ocio o tiempo libre y de expansión familiar. En ese sentido, este género es una de las más claras y terminantes pruebas de lo artificioso que resulta la tradicional diferenciación de las funciones de la comunicación social en la sociedad moderna en información, entretención y educación.

En los hechos, todos los géneros de la industria cultural se ocupan de vehicular formatos y contenidos orientados simultáneamente a esos fines. Lo que ocurre es que cada uno de ellos articula de manera distinta sus relaciones al interior de un producto comunicacional determinado y en dicha articulación uno de ellos juega un rol preponderante, dándole un cierto sello a la obra. En el caso del *magazine*, como dijimos, el rol de entretenimiento es el decisivo, lo cual ni de lejos implica que no realizara funciones de información y educación. Dicho de otro modo, así como en un diario o un noticiario televisivo, en la actualidad, la información es lo central, aunque a la vez debe ser entretenido, en el *magazine* esa relación se invierte.

174 |

Por eso mismo es que es posible encontrar a principios de los '20 en nuestro país variaciones en los tipos de *magazine* que existieron; es decir, las revistas no eran idénticas. Por el contrario, el naciente mercado comunicacional y cultural prontamente exigió de ellas diferenciaciones producto de la competencia o en otros casos motivadas por el interés de llegar a sectores diversos de una masa receptora en

creciente complejización. Sin embargo, lo que unía esas diferentes experiencias era el hecho de estar orientadas al solaz y la entretención como rasgo identificador y, a la vez, distintivo de otras como es el caso de la revista especializada o de los diarios.

En esa dirección y en las páginas siguientes examinaremos el caso de una revista que contuvo ciertos rasgos particulares que la distinguieron claramente y de manera explícita del común de los magazines que circularon en el período.

Una revista para la elite ilustrada:

### EL PACIFICO MAGAZINE

Esta revista apareció el 23 de Enero de 1913. Se trataba de una publicación mensual que tenía como directores a sus dos propietarios, Alberto Edwards y Joaquín Díaz Garcés<sup>12</sup>.

Cada ejemplar tenía un precio de \$ 1.- y la suscripción anual ascendía a \$10.- era editada y comercializada por la Empresa Editora Zig Zag, la cual recién el año anterior había pasado de las manos de Agustín Edwards a las de Guillermo Helfmann, propietario a su vez de la Imprenta y Editorial Universo, la cual publicaba otras revistas, como el semanario *Sucesos*, por ejemplo. En sus comienzos tenía 170 páginas, para luego estabilizarse en una cifra que rondaba las 125, según la edición.

Pacífico Magazine habría sido concebida por sus fundadores como una revista que viniera a ocupar un espacio que según ellos estaba vacío. Su modelo fue la revista *Mundial Magazine*, publicada en París en castellano y cuyo director literario fue Rubén Darío. De hecho, esta intención fue inmediatamente explicitada por el diario *El Mercurio*, al cual pertenecía Díaz Garcés: "*Los editores de Pacífico Magazine han querido hacer una revista de un género que es conocido entre nosotros solamente por publicaciones extranjeras (...) Pacífico Magazine significa un gran esfuerzo y el esfuerzo más serio y más feliz prometido hasta hoy por nuestros publicistas para hacer una gran revista nacional*"<sup>13</sup>

Poco después, el mismo diario ratificaba sus conceptos cargados de elogios hacia la naciente revista: "*En pocos días más aparecerá el segundo número de esta interesante publicación, tan favorablemente recibida en Santiago y provincias, que se agotó en pocos días, íbamos a decir en pocas horas, la copiosa edición hecha en los talleres impresores de la calle de Teatinos*"<sup>14</sup>

Más allá del hecho de que la autoría de estas líneas quedara ignorada, lo cual legitima la sospecha de una operación autopublicitaria del propio Díaz Garcés, lo más importante y central de develar es el carácter original y exclusivo que la revista se autoasigna, sobre todo si consideramos que desde la década anterior circulaban revis-

tas magazinescas tan difundidas y vendidas como *Zig Zag*, *Sucesos*, *Corre Vuela*, etc. Dicho de otro modo, el propósito de este texto es tratar de dar cuenta de aquellos elementos que diferenciaban a *Pacífico Magazine* de las otras revistas mencionadas.

En esa dirección, el propio Raúl Silva Castro ratifica esta suerte de identidad particular sustentándola en juicios como los siguientes: *"Se trataba de condensar en esta revista una serie de trabajos que no eran llevados a las páginas de una publicación periódica y de combinar el material gráfico con la lectura; se trataba, además, de ofrecer novelas y cuentos, entrevistas e informaciones, unos y otros más duraderos y concienzudos que los que habitualmente pueden publicar las revistas semanales y los diarios. Para ello, la revista sería mensual; y sin dejar de ser seria, trataría siempre de interesar al público"*<sup>15</sup>

Ahora bien, la revisión de la propia revista entrega mayores elementos que permiten ir configurando de manera más precisa su perfil. En primer lugar, se consideraba a sí misma como *"...única en su género en América"*, agregando que: *"Si hasta hoy la revista ha sido considerada como la mejor en su género, queremos que en adelante sea mejor, aún (...). Si ayer decía una revista norteamericana: Pacífico Magazine está a la altura de London Magazine, Strand Magazine y The World's Work, esperamos que algún día haya quien diga que las ha aventajado siendo superior a ellas"*<sup>16</sup>

Sin embargo, más allá de este tipo de afirmaciones, aparece como mucho más clarificador y expresivo el texto de un aviso propio publicado con el fin de atraer avisadores: *"Si Ud. tiene algo que vender y desea alcanzar la atención de la clase pudiente, le damos datos de su interés: PACIFICO MAGAZINE no registra en su lectura temas sensacionales. Sus páginas son sanas e interesan sólo al que tiene una educación más que regular. LECTORES PUDIEN- TES-LECTORES INTELIGENTES-LECTORES QUE EXIGEN LO MEJOR. Para protección del avisador y del lector PACIFICO MAGAZINE rehusa todo aviso que pueda considerarse inconveniente"*<sup>17</sup>

El texto anterior instala de forma explícita una característica central de la revista y que era estar dirigida a una cierta elite social, a la cual se le atribuían cualidades de ilustración y cultura. En ese sentido, la publicación tendría en toda su existencia y de manera distintiva el sello impreso por la personalidad y las preocupaciones intelectuales de sus autores, en especial de Díaz Garcés.

En concreto, su pluma está presente en prácticamente todos los números. Incluso en el primer año de existencia de la revista, 1913, escribió un total de veinte artículos para doce números. De hecho, la revista no duró mucho tiempo después que Díaz Garcés la abandonara a fines de 1918, cuando vendió su parte de la propiedad a Francisco Hunneus, colaborador de *El Diario Ilustrado*, asumiendo la dirección Nicolás Novoa, el cual también había sido articulista de *Zig Zag*. En Agosto de 1921, con la publicación de su edición número 104 desaparecía *Pacífico Magazine*.

Como señalamos, el aporte escritural de Díaz Garcés fue decisivo en la configuración del perfil de la revista. En poco menos de cinco años escribió una cincuentena de artículos, a pesar de que continuaba formando parte de *El Mercurio* y *Zigzag*. Entre ellos, había cuentos de historia nacional, especialmente situados en el período colonial, crónicas humorísticas, episodios nacionales, cuentos modernos, ensayos sobre problemas sociales, crónicas con impresiones de viajes, artículos de arte, recuerdos autobiográficos, etc. Díaz Garcés expresaba muy bien una cierta concepción de la cultura como elemento integrante y en cierta forma característico de una manera de ser y de vivir, es decir, más cerca de un atributo personal. Lo anterior lo colocaba lejos de cualquier vanguardismo, cuestión que no estuvo ajena a los conflictos que vivió durante su breve paso por la dirección de la Escuela de Bellas Artes a la que antes aludimos. Más bien postulaba la necesidad de poseer lo que más tarde se denominaría y popularizaría especialmente en los sectores medios como *cultura general*, es decir, ser sensibles y poseer conocimientos generales sobre diversas materias o ámbitos de la cultura y ojalá sazonados con algún viaje que permitiera el conocimiento directo de lo que se podría denominar el *tesoro cultural clásico de la humanidad*.

Al parecer, dicha visión existía a principios del siglo especialmente en ciertos sectores ilustrados de la aristocracia y, seguramente, ya había traspasado a la emergente clase media de alguna forma y según una obra reciente habría especialmente valorada como actitud de vida y distinción social por el sector femenino de la elite<sup>18</sup>.

En el caso de Díaz Garcés, es ilustrativo al respecto su opinión respecto a los motivos que hacían importante el interés de la mujer por las bellas artes y la cultura en general. Se trata de una conferencia dictada a las miembros de la Academia Femenina y publicada en *Pacifico Magazine* bajo el título de *Señoras*, en el número de Enero de 1917 y en la cual, según glosa la citada E. Mundy señala que el estudio del arte debe dar a la mujer mejor comprensión de su familia, de su hogar, agregando que enfatiza que la señalada Academia debía tener como objetivos hacer que cada casa abra aunque sea una sola ventana a la belleza y, por otro lado, reunir a las damas que cultivan las artes, reiterando la importancia de la *influencia social y patriótica que puedan tener estas señoras artistas*.

Por último, dicha visión de Díaz Garcés respecto a la cultura como un factor de cohesión social y de fortalecimiento de un orden natural lo llevaría a percibir el convulsionado ambiente nacional cercano al año '20 como expresión de una crisis y decadencia profunda. Como se dijo, en el ámbito político lo condujo a romper con *El Mercurio*, debido a su cerrada oposición a la candidatura de Alessandri que el diario apoyó. Su amigo y colega Carlos Silva Vildósola reseñaba así la visión que Díaz Garcés tenía de ese momento: "*Desde algún tiempo, Díaz Garcés siente el desmorona-*

miento de la organización social chilena y se alarma por la ruina de todo lo que la historia patria, que admira con fervor religioso, le ha mostrado como títulos de orgullo para los chilenos. Los gobiernos que se suceden en rigurosa rotación constitucional, el sentido clásico del derecho, las libertades públicas y, más que todo, el predominio de una selección de hombres mejor preparados que la masa, todo puede ser envuelto y arrastrado en la tormenta de que ya durante la presidencia de don Juan Luis Sanfuentes había pronósticos inquietantes”<sup>19</sup>

Por otro lado, y en complemento con lo anterior, seguramente la presencia de su otro propietario, Alberto Edwards, ayudó a otorgarle un segundo rasgo general característico a la política editorial de la revista, cual era un marcado y explícito nacionalismo. No deja de ser significativo el hecho de que la revista fuera capaz de hacer convivir en sus páginas todas las características modernizantes propias del magazine y a que antes aludimos, con un acendrado particularismo centrado en defender y difundir una visión de la historia nacional a partir de la existencia de un *alma nacional*, constituida por ciertos valores tradicionales constituidos en algún pasado remoto, tales como orden, familia, religión, etc. y de raíz básicamente rural. La necesidad de defender y preservar esa esencia de *chilenidad* se manifiesta en que prácticamente todos los números tienen un cuento o un artículo cuyo contenido remite a episodios de la historia del país, sea en su período colonial o independiente, los cuales generalmente estaban ilustrados por Pedro Subercaseaux, considerado *el primer lápiz del país*, al decir de Silva Castro. Demás está decir la importancia que dicha matriz de identidad tuvo discursivamente en distintos ámbitos a lo largo del siglo veinte en nuestro país<sup>20</sup>

Por otro lado, es ilustrativo un conjunto de artículos sucesivos publicados por Edwards en 1915 y titulados “*La felicidad en la vida modesta*”, en los cuales se ejemplifica y aconseja acerca de cómo llevar una vida ordenada y decente con pocos recursos monetarios, entregando sugerencias en los más amplios ámbitos de la vida doméstica y cotidiana. Por otro lado, las contribuciones de Edwards a la revista tomaron también un rumbo original y tal vez poco conocido en el autor. A partir de 1915 comienza a publicar lo que sería un total de 17 cuentos policiales, bajo el seudónimo de *Mariano de Fuenzalida*, los cuales tendrían como personaje central al detective Román Calvo, el *Sherlock Holmes chileno*<sup>21</sup>, el cual resolvía dilemas policiales en ciudades y ambientes nacionales.

178 |

Ahora bien, refiriéndonos a la dimensión comercial y publicitaria de su estrategia comunicacional, cabe señalar que durante una buena parte de su existencia la revista tuvo escasa cantidad de avisos publicitarios en sus páginas. Seguramente ello motivo la publicación del aviso dirigido a potenciales avisadores y que citamos más atrás. Ahora

bien, una situación como la señalada exigía una cantidad relativamente importante de lectores vía suscripción o venta directa. Como es obvio, no existe posibilidad alguna de obtener registros públicos más o menos exactos de cifras de circulación de medios escritos ni para esa época, ni tampoco para la actualidad. Sin embargo, en un artículo escrito por Díaz Garcés en el diario *El Mercurio*, a propósito de otro tema, al pasar menciona la cifra de diez mil lectores de *Pacífico Magazine*, desde Tacna a Punta Arenas<sup>22</sup>

En los últimos años de circulación de la revista el panorama al respecto sufrió un cambio importante. Ya en 1918 contaba con un total de siete páginas dedicadas completamente a la publicidad, aunque dicho espacio se colocaba al final de la edición. Se trataba de avisos de diverso tamaño que combinaban texto escrito con ilustraciones y/o fotografías y que se referían a variados productos, tales como licores, te, artículos de belleza, ropa interior para damas, etc. destacando aquellos de la firma *Morrison y Cia.* que publicitaban artículos para el hogar con una clara connotación modernista, tales como cafeteras eléctricas, tostadoras de pan, piso de linóleum, etc.

Por otro lado, y en referencia a las características del magazine reseñadas en páginas anteriores, *Pacífico Magazine* se hacía cargo de difundir permanentemente los avances de la ciencia moderna, a través de largos artículos que ocupaban siete o más páginas cada uno y generalmente traducidos de revistas extranjeras<sup>23</sup>. Este recurso era muy usado por la revista y constituía un mecanismo que aseguraba un doble rendimiento: por una parte, hacía innecesario un equipo de redacción demasiado numeroso capaz de elaborar la cantidad de material que requería la gran cantidad de páginas que tenía y, por otra parte, establecía temáticamente el vínculo del lector con la actualidad política, cultural y científica universal, especialmente europea y norteamericana.

Con respecto a esto último, cabe destacar que en esta publicación claramente Francia, Inglaterra o Alemania, por ejemplo, no son los únicos referentes de modernidad y civilización. Por el contrario, es permanente la presencia de artículos referidos a EE.UU., especialmente para destacar avances en el terreno económico y específicamente industrial, especialmente hacia finales de los años '10. Así, por ejemplo, en la edición ya citada de Noviembre de 1918 encontramos un artículo de diez páginas, sin firma, titulado "*El acero en la guerra y en la paz*", sobre la industria siderúrgica norteamericana, destacando el uso que hacía del hierro chileno como materia prima. Un mes antes, en la edición de Octubre se había publicado un artículo de nueve páginas titulado "*Arte e industria en EE. UU.*" y, luego, en Diciembre del mismo año otro acerca de la fabricación de conservas en EE.UU. y así por el estilo.

Cabe recordar también que buena parte de la existencia de la revista transcurrió en los años de la Primera Guerra Mundial. Al respecto, *Pacifico Magazine* enfrentó dicho acontecimiento que conmovió profundamente a importantes sectores de la sociedad chilena. La revista llevó a cabo una curiosa operación en el tratamiento del tema. Por un lado, publicó en todos los números artículos más bien analíticos de carácter político-estratégico, descriptivos acerca de las nuevas armas o tecnologías bélicas y crónicas referidas a la experiencia humana en el conflicto y, de manera independiente, fotografías y caricaturas con una breve lectura al pie y presentadas en páginas continuas. Es decir, la imagen de la guerra aparecía divorciada y entregada a un tipo de lenguaje, para ese tiempo emergente, del análisis y las consideraciones políticas o estratégicas, las cuales eran tratadas a través de la palabra escrita. Por otra parte, las fotografías que en ocasiones ocuparon hasta veinte páginas seguidas en algunas ediciones particularizaban el sufrimiento humano así como la destrucción material. De este modo, a través de ellas no es posible tener imágenes más globales de batallas o del desarrollo de la guerra, todo lo cual quedaba reservado para largos artículos que ocupaban largas páginas de textos escritos, sin fotos ni ilustraciones.

Se marca de ese modo una diferencia con otras revistas magazinescas del período, como es el caso de *Sucesos*, el cual da cuenta de la actualidad nacional, en gran parte a través de fotografías, con breves explicaciones escritas de los hechos en algunos casos, en una clara subordinación de la escritura a la imagen. Es posible que a este respecto se manifieste en *Pacifico Magazine* una concepción si se quiere más clásica y conservadora, en cuanto a tratar el lenguaje icónico no en todas sus posibilidades expresivas, sino fundamentalmente en tanto ilustración de la palabra.

Por otra parte, y en referencia al acontecer nacional, lo que cabe señalar es que la revista tiende a tratar temas generales, por la vía de artículos extensos y que no están directamente ligados al acontecer cotidiano o coyuntural, especialmente en sus primeros años de existencia. Ello no significa que dichos textos no estén entregando una lectura acerca de la situación del país y de sus perspectivas de futuro, sino que están colocados en un plano que intenta trascender especialmente a la coyuntura política inmediata. Así nos encontramos en la edición de Febrero de 1915 con un extenso reportaje acerca de la construcción del puerto de San Antonio, al cual cataloga como "*el primer puerto moderno del país*" o en las ediciones de fines de 1918, cuando la crisis económica y el malestar social se hacían evidentes, por ejemplo, con la formación de la Asamblea de Alimentación Nacional y su gran mitin en noviembre de ese año, con dos sendos artículos titulados *Monumentos Chilenos* y *Santiago Antiguo*, los cuales aluden tangencialmente a la situación de crisis y decadencia nacionales.

En todo caso, lo que no faltan son artículos que se refieren a los cambios que la

vida cotidiana experimentaba al impacto de los procesos modernizadores. En ese sentido, cabe destacar el permanente interés de la revista por la aparición y el rápido desarrollo del cine, en tanto espectáculo masivo, destacando el impacto que produciría en el imaginario colectivo. Así, por ejemplo ya en su número seis, de Junio de 1913, aparece un artículo titulado Elogio del biógrafo, de Hernán Díaz Arrieta (*Alone*), en el cual éste caracteriza al cine como una “*mentira tan consistente y perfecta que deslumbra*”. El mismo *Alone* publicó más tarde en la revista un artículo acerca de la historia y difusión del deporte moderno en nuestro país.<sup>24</sup>

No hay que olvidar el hecho de que la rápida masificación que alcanzó el cine, producto de la temprana distribución y exhibición de películas norteamericanas, así como del rápido surgimiento y desarrollo de la producción nacional, había provocado más de algún reparo o condenación por parte de otros medios. En 1910, por ejemplo, la revista *Sucesos* había hecho un llamado a padres y madres de familia, en orden a impedir la asistencia de sus hijos a películas escabrosas, a propósito de la exhibición del film *Vera, la vengadora*, protagonizada por la actriz Kitty Gordon. Ese mismo año, *El Mercurio* señalaba que el cine era “*sólo de interés para las clases populares*”, porque al público “*medianamente ilustrado no le gusta el género*” o, advertía sabiamente, “*no quiere confesar que le interesa*”<sup>25</sup>. No se debe dejar de lado tampoco la sistemática y fracasada campaña realizada contra el cine por organizaciones católico-aristocráticas en los años '10, tales como la Liga de Damas.<sup>26</sup>

Al año siguiente, en la edición número 14, de Febrero de 1914, la revista publicaba un artículo titulado Los triunfos del biógrafo, en el cual señalaba: “*Al fin el biógrafo ha triunfado por completo (...) su éxito indiscutible es aplastador y preciso es confesarlo, lo debe en gran parte a su propio mérito*”. De todas formas, es necesario reiterar que la visión de *Pacífico Magazine* ponía de relieve la capacidad del cine de ampliar la capacidad de construcción de imaginarios simbólicos en los espectadores, en los cuales se podía vivir aunque fuera transitoriamente realidades diferentes a la cotidiana, así como ser parte de mundos hasta entonces ajenos e ignorados, como por ejemplo, se señala en el artículo “*La vida en el cine*”, publicado en la edición de Enero de 1915. Con ello, la revista mostraba una especial perspicacia para notar un proceso de transformación cultural de primer orden que se estaba viviendo de hecho y que abordaremos más extensamente en otro texto y que, dicho sea de paso, algunos no logran captar en toda su profundidad hasta hoy.

Ahora bien, uno de los rasgos aún más característicos de *Pacífico Magazine* y que incluso puede permitir delimitar sustantivamente su perfil como revista, a diferencia de los otros medios similares y contemporáneos suyos, es el espacio y la importancia concedida en sus páginas a la literatura. Cada edición incluía la presen-

cia de poesías, cuentos completos y novelas entregadas por capítulos en números sucesivos, llegando a ocupar muchas veces la mitad de la revista, lo cual implica hablar de unas sesenta páginas. Por otro lado, la revista dio cabida en sus páginas tanto a autores nacionales, como ya se señaló más atrás con respecto a sus propietarios, Edwards y Díaz Garcés, como a Angel Cruchaga, Hernán Díaz Arrieta, Ernesto Montenegro, Jenaro Prieto, etc. como a extranjeros. En referencia a estos últimos es necesario señalar que en la revista estuvieron presentes A. Chejov, Edgar Allan Poe o Anatole France, como también H.J. Wells, Arthur Conan Doyle o Emilio Salgari. De esta manera, marcaba así un sello coincidente con su explícita intencionalidad de llegar a un *público pudiente, ilustrado e inteligente*, como lo citamos antes.

En síntesis, en el contexto cultural y comunicacional de la época, podemos caracterizar a la revista como un magazine literario de elite, a diferencia de otros como el ya citado *Sucesos* que más bien podría definirse como un magazine de actualidades, dirigido a un público masivo.

## Notas

<sup>1</sup> Ver OSSANDON B., Carlos y SANTA CRUZA, Eduardo: *Entre las Alas y el Plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile*. Edic. ARCIS-LOM-DIBAM, Stgo., 2001.

<sup>2</sup> MARTINEZ DE SOUSA, José: *Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo*. Editorial Paraninfo, Madrid, 1991. Dicho texto hace referencia a que el vocablo inglés *magazine*, pudiera haberse originado en la palabra francesa *magasin*, la cual a su vez proveniría del árabe *māhẓan*, que significa almacén. En ese sentido, el género magazinesco tendría como componente sustantivo el hecho de que en su interior es posible encontrar de todo, a la manera de un almacén. Señala también que el primer *magazine* sería inglés, obra del periodista Edward Cave y apareció en 1731 bajo el nombre de *Gentleman's Magazine*. Era de carácter mensual y tenía 42 páginas impresas a dos columnas. Durante los siglos XVIII y XIX se publicaron numerosas revistas de este tipo tanto en Europa como en los EE.UU.

<sup>3</sup> Ver MARTIN BARBERO, Jesús y MUÑOZ, Sonia (Comp.): *Televisión y Melodrama*. Tercer Mundo Editores, Bogotá, 1992.

<sup>4</sup> Wolf, Mauro: *Géneros y Televisión*, Revista *Análisis*, N°9. Pág. 70. Cit. por MARTIN BARBERO, Jesús y MUÑOZ, Sonia: Op. Cit.

<sup>5</sup> Ver BERMAN, Marshall: *Todo lo Solido se Desvanece en el Aire. La experiencia de la modernidad*. Editorial Siglo XXI, México, 1990.

<sup>6</sup> Ver ORTIZ, Renato: *Modernidad y Espacio. Benjamin en París*. Editorial Norma, Bogotá, 2000.

<sup>7</sup> Ver VASQUEZ MONTALBAN, Manuel: *Historia y Comunicación Social*. Alianza Editorial, Madrid, 1980.

<sup>8</sup> Ver al respecto el texto clásico de YOUNG, Kimball et alter: *La Opinión Pública y la Propaganda*. Edit. Paidós, B.Aires, 1967.

<sup>9</sup> Ver WOLFF, Mauro: *La Investigación de la Comunicación de Masas*. Editorial Paidós, Barcelona, 1987 y también MATTELART, Armand: *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Editorial Paidós, Barcelona, 1997.

<sup>10</sup> Con respecto a las relaciones de lo masivo y lo popular en la época, ver OSSANDON B., Carlos y SANTA CRUZA, Eduardo: *De las Alas al Plomo*. Op. Cit.

<sup>11</sup> Dicho proceso así como las formas concretas como las revistas magazinescas chilenas del período contribuyeron a él, serán materia específica de un texto paralelo a éste.

<sup>12</sup> Joaquín Díaz Garcés (*Angel Pino*). Nació en 1877. Estudió en el Colegio San Ignacio, donde conoció a algunos de los dueños de *El Chileno*. Estudió Derecho, aunque más bien por presiones familiares. Ingresó a *El Chileno* en 1896, a los 19 años, especializándose en la elaboración de crónicas urbanas, de costumbres y de sucesos públicos, con un estilo irónico y

sarcástico, llegando a publicar unas 500 en los cuatro años que estuvo en el diario. En 1900 se incorporó a *El Mercurio*, trabajando en dicho diario, como en *Zig Zag* y otros medios de la empresa hasta 1920, en que la abandona en oposición al apoyo que *El Mercurio* le brindó a la candidatura presidencial de Arturo Alessandri P., pasando a *El Diario Ilustrado*. También desempeñó cargos diplomáticos e incursionó en la novela y la poesía, recibiendo duras críticas del medio literario que le reprochaba su carácter de advenedizo por provenir del periodismo. Igualmente fue un corto lapso Director de la Escuela de Bellas Artes, donde enfrentó la activa oposición de estudiantes y profesores por sus concepciones más bien clásicas y conservadoras en ese ámbito. Alcalde de Santiago por un período. Murió en Septiembre de 1921, un mes después de que saliera de circulación el *Pacífico Magazine*.

Alberto Edwards Vives. Nació en 1873 Abogado de profesión. Diputado por Valparaíso entre 1909 y 1912. Ministro de los gobiernos de Ramón Barros Luco y Carlos Ibañez. Escritor y ensayista. Sus trabajos más importantes y conocidos por su trascendencia en el desarrollo del pensamiento conservador y nacionalista durante el siglo veinte fueron *La fronda aristocrática* y *La organización política de Chile*. Murió en 1932.

<sup>13</sup> "Día a Día". *El Mercurio*, 26 Enero, 1913.

<sup>14</sup> "Día a Día". *El Mercurio*, 14 Febrero 1913.

<sup>15</sup> SILVA CASTRO, Raúl: "Don Alberto Edwards. Biografía y Bibliografía. Imprenta Universitaria, Stgo., 1933. Pp. 16-17., citado en MUNDY, Evangeline: JOAQUIN DIAZ GARCÉS. Su vida y su obra (1877-1921). *El Mercurio*, Stgo., 1995.

<sup>16</sup> *Pacífico Magazine*. "A nuestros lectores", Nro. 27, Marzo 1915.

<sup>17</sup> *Pacífico Magazine*. Nro. 25, Enero 1915.

<sup>18</sup> Ver VICUÑA, Manuel: *La Belle Epoque Chilena*. Editorial Sudamericana, Stgo., 2001.

<sup>19</sup> SILVA VILDOSOLA, Carlos: *Retratos y Recuerdos*. Empresa Editora Zigzag, Stgo., 1937. Pág. 193.

<sup>20</sup> Ver CRISTI, Renato y RUIZ, Carlos: *El Pensamiento Conservador en Chile*. Editorial Universitaria, Stgo.

<sup>21</sup> Ver por ejemplo, "El secuestro del candidato", edición de Marzo de 1915 o "La secretísima", edición de Octubre de 1918.

<sup>22</sup> "El Mercurio", 3 de Abril de 1915, "Pequeñas insensateces".

184 | <sup>23</sup> Ver por ejemplo: "¿Se ha descubierto curación de la TBC?" y "¿Qué quiere decir lo que soñamos?", este último acerca de la obra de S. Freud y ambos aparecidos en la edición de Enero de 1915; "La guerra submarina", en marzo del mismo año; "La telefotografía", en la edición de noviembre de 1918 o en la de diciembre, un artículo acerca de la Cirugía Estética, etc.

<sup>24</sup> Ver *Pacífico Magazine*, *Los orígenes del sport en Chile*, N° 88, Abril 1920.