

## *Los inicios de la «cultura de masas» en Chile*<sup>1</sup>

CARLOS OSANDÓN BULJEVIC

### RESUMEN

Frente a la tendencia historiográfica que considera la revolución de Octubre como un golpe de estado perpetrado por Lenin, este artículo defiende que la revolución bolchevique fue una auténtica revolución de masas. A la altura de 1917, los bolcheviques tenían la mayoría de delegados en los soviets de Rusia y en las diferentes organizaciones de masas. El apoyo de los obreros y de buena parte de los soldados permitió al partido bolchevique tomar el poder con bastante facilidad. La victoria en la guerra civil, en la que los ejércitos contrarrevolucionarios contaron con el apoyo militar y económico de las principales potencias capitalistas, demostró con claridad que los bolcheviques contaban con el apoyo de las masas populares rusas, y constituye la prueba irrefutable de que la teoría golpista carece de cualquier base objetiva.

### ABSTRACT

Contrary to the views of some historians that the October revolution was a coup d'état carried out by Lenin, this paper argues that the Bolshevik revolution was, in fact, a mass uprising. By 1917 the Bolsheviks had the majority in the soviets of Russia and in other mass organisations. With support of the workers and of a good part of the soldiers the Bolshevik party had little trouble taking power. The victory in the civil war, fighting against an army helped by the main capitalistic powers, showed quite clearly that the Bolsheviks had the support of ordinary people, and Lenin did not need a coup d'état to get into power.

1. Análisis recientes insisten en la completa reorganización que habría experimentado el campo cultural en América Latina. En estas últimas décadas, se

---

<sup>1</sup> El presente artículo forma parte de la investigación Fondecyt n. 1010016. Participan en esta investigación los profesores chilenos Carlos Ossandón B. como investigador responsable, Eduardo Santa Cruz A. como co-investigador, Pabla Avila y Luis E. Santa Cruz Grau como ayudantes de investigación.

haría ostensible una importante reorganización de dicho campo a partir de la esfera audiovisual. Si en el siglo XIX y buena parte del XX fue el impreso, la escritura así como las conminaciones propias del «raciocinio» o del «discurso» fundado lo que estructuraba una vida pública restringida, «a partir de la década del 60, y tumultuosamente después del 70, son los medios audiovisuales, las comunicaciones a distancia —no solamente la televisión en el futuro— las que reorganizan la esfera cultural»<sup>2</sup>. No se trataría sin embargo tan sólo de nuevas tecnologías y formatos comunicacionales. Serían más bien las nuevas mediaciones, modos de significación y de circulación de los signos, en el marco de la expansión del capitalismo globalizado, lo que estaría representando una transformación en las matrices cognitivas o de comprensión del mundo, en las experiencias cotidianas del tiempo y del espacio como en los procesos de construcción de identidades. Se ha dicho que en el paso de la «ciudad letrada» (Angel Rama) a la «ciudad virtual» lo que se juega es un nuevo diseño socio-cultural, que trae consigo una «mutación antropológica» que reconfigura los modos de la percepción social, el propio *sensorium* (Walter Benjamin) de masas<sup>3</sup>. Al descentrarse el mundo de la letra bajo la hegemonía de las imágenes y de las formas se descentraría igualmente esa figura del intelectual ilustrado, «*homme de lettre*», que desempeñaba un rol importante en el ámbito discursivo o deliberativo público<sup>4</sup>.

En la perspectiva abierta por estos análisis, y como un modo precisamente de calibrar sus enunciados, parece pertinente emprender estudios históricos, pertrechados de recursos comunicacionales específicos, capaces de dar cuenta de los procesos, de las sedimentaciones y cambios que se dan en los escenarios culturales o públicos en América Latina. Para Jesús Martín-Barbero «la historia que necesitamos no es una historia de los medios /sino más bien/ *una historia de la constitución de lo cultural*» que relacione o tensione lo medios masivos con las tradiciones populares, el radioteatro y el cine con la explosión urbana y la masificación, entre otros factores<sup>5</sup>. Aproximaciones como la insinuada pueden visualizar las condiciones a partir de las cuales se asientan los medios de comunicación, las relaciones de distinto tipo entre una variedad de fuentes culturales, las tramas, urdimbres, negociaciones y resistencias que se dan en los campos culturales, etc. Evitando la fetichización de los «medios» o el carácter todopoderoso de sus «efectos» pero también la substancializaciones o autarquías culturales, la aproximación histórico-cultural puede arrojar luces sobre los procesos y modelos comunicacionales predominantes, sobre la sin-

---

<sup>2</sup> Beatriz Sarlo: «En la cultura del zapping». Entrevista de Faride Zerán en el Diario *La Epoca*, Santiago de Chile, 15 junio 1997.

<sup>3</sup> Alvaro Cuadra: «De la ciudad letrada a la ciudad virtual. Mediatización y virtualización en las sociedades de consumo latinoamericanas: nuevas claves identitarias», en *América Latina*. Revista del Doctorado en el Estudio de las Sociedades Latinoamericanas, Universidad Arcis, n. 1, 2002.

<sup>4</sup> Cfr. Tomás Maldonado: *¿Qué es un intelectual?* Paidós, Barcelona, 1998.

<sup>5</sup> Jesús Martín-Barbero: *Pre-Textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Editorial Universidad del Valle, Santiago de Cali, Colombia, 1996, p. 31.

gularidad de sus relaciones y formatos así como sobre la mayor o menor profundidad de sus mutaciones.

2. Dentro de esta perspectiva global, y con el objetivo de comprender mejor el presente, nuestro equipo de investigación (ver nota n. 1) ha tomado como punto de partida provisional el estudio de la naciente «cultura de masas» en Chile<sup>6</sup>. Un modo de relación cultural o pública que se constituye más visiblemente a partir de fines del XIX y las primeras décadas del XX. Se trata de un escenario no homogéneo, atravesado por públicos distintos, donde irrumpen nuevos medios de comunicación (las revistas magazinescas, la radio, el cine). Dada la amplitud de la empresa se ha buscado concentrar la atención en los nuevos formatos impresos característicos de esta naciente «cultura de masas», con la sospecha que estos nuevos medios instalan unos códigos y predefinen unas transformaciones que no serán menores a lo largo del siglo XX.

Abocados a este esfuerzo de investigación, una de las primeras cuestiones que se destaca son las nuevas tendencias que se aprecian en la prensa periódica. A diferencia de lo que parcialmente se ve en la segunda mitad del XIX ella es ahora más nítidamente un medio de la naciente «cultura de masas» que del raciocinio político-ilustrado público. La necesidad cada vez más imperiosa de contar con unos «objetos» llamados «noticias», su revaloración comercial y lingüística, así como el mayor desarrollo de los reclamos publicitarios y de otras «variedades», hacen que pierdan parte de su vigor aquellos «juicios», «representaciones» y «prestigios» que componían el antiguo espacio público.

Nuevos y complejos vínculos se establecen entre los productos y secciones de una prensa más marcadamente «empresarial» y la cultura de los sectores emergentes (el conservador y «populista» diario *El Chileno* ilustra bien las nuevas conexiones que se establecen). En el nuevo escenario comunicacional es menos nítida la brecha entre lectura y escritura, en la medida que nuevos sectores medios y proletarios, y cada vez más asiduamente, se incorporan a esta última. Las revistas comienzan a diferenciar un espacio propio, distinto del de la prensa diaria, y tienen un desarrollo inédito aquellas de tipo «magazinesco» (la revista *Zig-Zag* fundada en 1905 es aquí un caso ejemplar).

El clásico público «lector» decimonónico deviene otro, que amplía y segmenta el ámbito de sus intereses, y es cada vez más sensible al «impacto» informativo, a la «novedad», y a los nuevos códigos de la imagen y de la fotografía, en particular. Estos códigos, así como sus innovadoras técnicas de reproducción, introducen modificaciones en el «sensorium», en las experiencias perceptuales, en la mirada, en las capacidades asociativas, etc.

Lo que tenemos, a fines del XIX y las primeras décadas del XX, es entonces una importante transformación cultural. En un plano estructural, esta tiene

---

<sup>6</sup> Una problematización de la de la propia noción de «cultura de masas» se encuentra en Renato Ortiz: «Cultura, comunicación y masa», en *El otro territorio*. Ed. Secretaría Ejecutiva Convenio Andrés Bello, Colombia, 1999.

que ver tanto con la extensión y complejización del espacio comunicacional como con la inicial reformulación de los vínculos entre las esferas pública y privada: la preliminar disolución de éstas en el elemento de lo «social»<sup>7</sup>. En un plano más específico, dicha transformación se expresa en el imperio de nuevas visibilidades o exterioridades sígnicas, en inéditas relaciones entre letra e imagen, y en la estimulación de unas «sensibilidades» que ya no tienen como fuente la cultura ilustrada letrada. Esta nueva configuración da específicamente cuenta de unos formatos que tienden parcialmente a reemplazar el «juicio» por la «inclinación», el «raciocinio» por la «vista», el «autor» por el «orden de los signos», lo «irrepetible» por lo «repetible», el «aura» por la «serie»<sup>8</sup>. A su vez, el público más amplio y diversificado que se constituye da cuenta también de conexiones culturales de distinto tipo, y de distintas y cambiantes estrategias de recepción; público que expresa nuevos gestos (más ligados al (h)ojear que al focalizar) y ritmos (más «extensivos» que «intensivos») de lectura.

Según Bernardo Subercaseaux, en el Santiago de fin del XIX «la ópera en el Teatro Municipal; la zarzuela o el género chico en el Politeama; la lira popular y las cocinerías o fondas en el mercado y la Estación»<sup>9</sup>, constituyen algunos de los más importantes circuitos o expresiones artísticas de ese período. De estos circuitos culturales cabe destacar aquellos sectores urbanos, de clase media y popular, que son parte importante del nuevo público de «masas» en formación, y que se expresa con mayor fuerza y complejidad en las primeras décadas del XX. Este nuevo público da curso a unas sensibilidades (melodramáticas o sensacionalistas, por ejemplo) o a unas expectativas distintas del público principalmente ilustrado y político de la segunda mitad del siglo XIX, se reconoce en «géneros» tales como los folletines-novelas, las zarzuelas o las revistas «magazinescas», entre otros, y establece distintas modalidades de vínculo, distancia o «apropiación» respecto de estos productos de la naciente «industria cultural».

3. En una primera etapa, y sin entrar todavía más frontalmente en los cruces, fricciones o «intertextualidades» que los distintos emisores culturales ponen de manifiesto, la investigación que reseñamos ha buscado examinar el género «magazine», una «composición» bastante expresiva del desarrollo de la «industria cultural» y del mercado cultural moderno. El objetivo es establecer similitudes y también diferencias entre las revistas que responden a esta modalidad: así se puede hablar de la informada y «actual» *Sucesos* de 1902, de la

<sup>7</sup> Ha sido importante para la caracterización del entramado comunicativo que nos interesa aquella línea de análisis estimulada por Hannah Arendt (*La condición humana*, Ediciones Paidós, España, 1993), que subraya precisamente la aparición y desarrollo de una «esfera social», que borra las diferencias entre el ámbito público y privado.

<sup>8</sup> Cfr. Walter Benjamin: «La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica», en *Discursos interrumpidos I*. Taurus, Argentina, 1989.

<sup>9</sup> Bernardo Subercaseaux: *Historia del libro en Chile*. Edit. Andrés Bello, Santiago de Chile, 1993, p. 84.

«galante» y artística *Selecta* de 1909, de la «plebeya» y satírica *Corre-Vuela* de 1908, de la «elitista» *Pacífico Magazine* de 1913 y sobre todo de la «clásica» *Zig-Zag* de 1905. Junto a los cambios operados en la propia evolución de estas revistas, es relevante precisar algunos de los tópicos recurrentes de un «género» que ofrece o entremezcla una variedad no menor de artefactos («magasin» significa almacén en francés): la divulgación y vulgarización de conocimientos, la validación de paradigmas cientificistas, la configuración de imaginarios ligados al cuerpo y a un «deber ser» femenino, la naturalización del mundo de la «intimidad» y la valorización del «individuo», las «escenificaciones» propias de la «élite», la apología del progreso o de la modernización y la simultánea reivindicación del «nacionalismo», la coexistencia del «lujo» con el «consumo», entre otros tópicos.

Yendo ahora a los «procedimientos» técnicos más importantes de este tipo de revistas, cabe destacar: la variedad y desjerarquización de los temas (una receta de cocina al lado de una catástrofe natural, por ejemplo), la apertura a lo múltiple y abigarrado, la extensión y fragmentación del mundo, la ausencia de estructuras rígidas de secciones o de formas de titulación, la diversidad de sus lenguajes o estilos (descriptivo, normativo, literario, científico, informativo, etc.), la importancia cada vez mayor de la fotografía (que opera como su principal «contenido»), la búsqueda de la entretención, la realización de «concursos» y «sorteos» entre los lectores, la construcción por medio de la publicidad de un entorno cotidiano de objetos y servicios modernos, etc.<sup>10</sup>.

Dentro de estas coordenadas, la revista *Zig-Zag*, fundada por Agustín Edwards, terminó siendo la más importante en su género. De aquí el interés de destacar algunas de las «formas» y «combinaciones» de una publicación que permanecerá durante 59 años y que inauguró una forma de autopromoción que apostaba abierta o planificadamente a la creación de un «producto» comercial, siendo éste uno de los factores importantes que le permitió contar con un público lector disímil que trascendió el ámbito de la *elite*.

Esta revista no puede ser concebida como la continuación «natural» de esa «esfera pública de debate» que se había desarrollado parcialmente en la prensa chilena desde la segunda mitad del XIX, sino antes bien contribuyendo a crear una «esfera pública de aparición»; esfera que opera a través de formatos y códigos distintos a los de la expresión y discusión oral o escrita<sup>11</sup>. Estamos pensando en ese tipo de esfera pública que J. Habermas llamó «representativa»,

<sup>10</sup> Lo dicho tiene como base los siguientes materiales: «Modernización y cultura de masas en el Chile de principios del siglo veinte: el origen del género magazine» de Eduardo Santa Cruz A.; «Mujeres y representaciones a principios del siglo veinte. Una lectura desde el magazine» de Pabla Avila F; «Revista *Corre Vuela*: un magazine popular» de Luis E. Santa Cruz Grau; «*Zig-Zag* o la imagen como gozo» de Carlos Ossandón B.

<sup>11</sup> Cfr. Dominique Mehl: «La vida pública privada», en *Espacios públicos en imágenes*. Isabel Veyrat-Masson y Daniel Dayan (comps). Gedisa Editorial, Colección El Mamífero Parlante, Barcelona, 1997, p. 103 y sgs.

donde lo que se destaca es la visibilidad o escenificación de los actores y acontecimientos. En el seno de la llamada «sociedad de masas», no será según Habermas el «raciocinio» o la «crítica» sino la «pompa» o el «aura» de los personajes y acciones los que reconfigurarán los nuevos escenarios públicos<sup>12</sup>. En estos escenarios una revista como *Zig-Zag* estará más dispuesta a cultivar «gustos» o «inclinaciones» que «ideas» o «convicciones».

Especial relevancia tienen los cambios que se constatan en el propio «dispositivo» enunciador, que exhibe ahora una mayor peso «expresivo» o «formal». En esta línea son particularmente relevantes los juegos que se dan en la revista de marras entre el «decir» y el «mostrar», la separación e intercambio entre estas dos formas básicas de representación, así como la centralidad que adquiere, como en otros impresos de la época, el código visual y sobre todo la fotografía. En *Zig-Zag* el «mostrar» y la «mirada» se constituyen en los nuevos poderes, el «decir» y la «lectura» ya no son tan avasalladores como antes, y tanto el «mostrar» como el «decir» quedan igualmente «tocados» por la coexistencia o fricción que se establece entre ambos.

Lo afirmado no es un detalle y representa un componente importante del proceso de reorganización cultural que se da en Chile en esas primeras décadas del xx. Los nuevos recursos comunicacionales van a suscitar un gran interés público y contribuyen a socavar (sin suprimir) el reinado (más breve y acotado de lo que se piensa) del soporte letrado y logocéntrico. Junto con las fotografías, colaboran igualmente a restar peso al soporte clásico unos «significantes» o exterioridades semióticas (colores, tomas, paisajes, trivialidades, novedades y «mostraciones» varias) que, aunque usados por distintos poderes, adquieren con las revistas «magazinescas» un impulso adicional.

Además, y como lo venía haciendo la prensa liberal, las nuevas materialidades y «regulaciones» del texto periodístico («magazinesco» en este caso) van a contribuir, haciendo uso de nuevos recursos comunicacionales, a cotidianizar o a transformar en «sentido común» las experiencias y novedades modernas. Por otra parte, los nuevos formatos y códigos entran a rivalizar, ampliando o reconfigurando las posibilidades perceptivas, con toda una serie de recursos lingüísticos o propiamente discursivos (frases ingeniosas, «estocadas», «duelos») que una cierta prensa venía y continuará fomentando<sup>13</sup>. Al desbancar estos recursos son otros los modos de aprehensión de la realidad que *Zig-Zag* cultiva, ahora más ligados al universo de la «sensibilidad» o del «encanto».

Se puede sostener que las revistas «magazinescas» y *Zig-Zag* instalan en el plano de los «gustos» o de las «inclinaciones» un tipo de «influencia» (por usar una expresión algo «mágica», poco precisa, según M. Foucault) que viene a compensar la ajenidad que un público más masivo experimentó respecto de las

<sup>12</sup> Jürgen Habermas: *Historia y crítica de la opinión pública*. Ediciones G. Gili, España, 4.º edición, 1994.

<sup>13</sup> En esta línea Alfonso Valdebenito cita a *La Tarde* y *La Ley*, dos diarios de los últimos años del siglo xix: *Historia del periodismo chileno*. Imp. Fantasía, Santiago de Chile, 2.º edición, 1956, p. 69.

«vanguardias» pictóricas y literarias en la década de 1920<sup>14</sup>. Queda ciertamente por precisar los rasgos específicos, la prolongación en el tiempo o la profundidad cultural, de estas percepciones o modulaciones sensitivas que las nuevas revistas «magazinescas» contribuyen a formar.

---

<sup>14</sup> Dice Bernardo Subercaseaux: en la década del 20 «se percibe una difusión y una cierta convocatoria de las vanguardias /.../. Se trata, empero, de grupos minoritarios y en ningún caso de preferencias estéticas que logren desplazar o desarticular a la tendencia predominante, vinculada al nacionalismo cultural». Continúa: «La vanguardia pictórica se exhibe con legitimidad sólo entonces /fines de la década del 20/, ello no significa sin embargo que se imponga a nivel del gusto del público o de la crítica». *Genealogía de la Vanguardia en Chile*. Ediciones Facultad de Filosofía y Humanidades, Serie Estudios, Universidad de Chile, pp. 137 y 165.