BATAL

Street or designation

talle or its braza y screbric names peed in pitters y of neare.

departs a supplying outs y dress the

till till- denien men a treet, å ppere bleben men til presen,

do Mayo

Egys, becke que evene min reserver en la tracio del composito de la la managementa en la managementa de la minum de la composito de la minum de las desarros de compositos de la la minum de las della partir de la composito de la composito de la compositio commo de l'instala las commo de l'instala la commo de l'instala la commo de l'instala la commo de l'instala la commo de l'instala

emelication policing equido to relica y es againstic facey un de de teste y de

no tageries et incipen des fust com succession, manhas convendedido tentre in
to estable top-Contion or tables op-Contion or tables op-Contion or tables op-Contion or tables op-Contion of the contion of the con
tion of th

A subaltit control of an interest on the later of agents on the later of the subaltit of the party of the later of the subaltime of the later of the later of the fact of the later of the later of the fact of the later of the later of the fact of the later of the later of the fact of the later of the later of the fact of the later of the later of the later of the fact of the later of the later of the later of the later of the fact of the later of the later of the later of the later of the fact of the later of the fact of the later of the



Annual and College of June 19 and Land College of Land College

There exists come to provide a property of the comment of the comm

Fechas solem

Hal some he pijvestike de in easystems him in access herber gan, an access herber gan, an access de transport de me pijvest sat dynome, con sat mens den que se garden produce per la companya de los portires, la companya que de los portires, la companya de los portires, la companya que de los portires, la companya que de los portires, la companya que companya de los portires, la companya que companya de los portires, la companya que companya de los portires, la companya de la companya del companya de la companya de la companya del companya de la companya de la companya de la companya de la companya del com

Tel on in monomous hypothera forthe passionate forthe passionate forthe passionate for the relative for the monomous desires and the passionate for the passionate fo

Florecer de Mayo

Portada del **periódico anarquista** *La Batalla* (1914). Crédito de la imagen: Memoria Chilena. Norma do

Prensa y cultura de masas en Chile a comienzos del siglo XX (1900-1920)

EDUARDO SANTA CRUZ A. UNIVERSIDAD DE CHILE

Durante las décadas finales del siglo XIX se plasmó en Chile una estructura política, económica, social y cultural que expresaba la plena instauración del capitalismo, como signo de la inclusión del país en la modernidad. Este proceso asumió particulares perfiles en cuanto a su patrón de acumulación, con un papel predominante del capital comercial-financiero, concentrado en un conjunto de compañías extranjeras, y particularmente inglesas, lo cual tendría un efecto decisivo en el carácter que asumiría el conjunto de la estructura social (Salazar, 2003). Ello implicaba, entre otras cosas, que los fines de la organización social no estaban en discusión: eran la modernización y el progreso, sobre la base de la plena inclusión de la sociedad chilena en la economía y la cultura universales.

Se trataba de ciertos consensos básicos dentro de la elite; especialmente, en el terreno económico y con resistencias tradicionalistas progresivamente derrotadas en lo ideológico-cultural. La hegemonía del pensamiento liberal, marcada por un fuerte carácter universalista y cosmopolita, generó en la cultura cotidiana de la elite nuevas costumbres y formas de vida, al apropiarse dicha cultura de los cánones de la cultura europea (sobre todo, la inglesa y la francesa) y al cerrarse sobre sí misma, con pautas de comportamiento, normas y costumbres que tendían, más bien, a apartarla del resto de la sociedad (Barros & Vergara, 1978; Vicuña, 1996; Romero, 1997).

Todos estos complejos procesos se desarrollaron en una sociedad donde ni el tipo de economía y de crecimiento económico ni el tipo de Estado y régimen político le reconocían a la gran mayoría otro papel que no fuera el de clases subalternas; "brazos"

desde el punto de vista económico, y masas sin participación activa desde el punto de vista político. La profunda rearticulación producida en los sectores populares y la aparición de un moderno proletariado, junto con la permanencia de una creciente masa de peones, la cual se aglomeró cada vez más en las ciudades, expresaron la alteración de la relación campociudad y el acelerado crecimiento inorgánico de estas últimas; también, la rápida extensión del influjo de una educación *ilustradora*, entre otros procesos. Todo ello determinaría que se fueran constituyendo espacios públicos y formas de sociabilidad que conformaron progresivamente nuevos circuitos comunicacionales y culturales, como, por ejemplo, ocurre en torno al desarrollo de organizaciones reivindicativas y sociales (Arias, 1970; Bravo, 1986), con importantes rasgos de autonomía e identidad clasista en formación. Junto a estos, y dentro de un marco de relaciones y mediaciones complejas, empieza a configurarse, en sus características básicas, un público moderno de masas:

La acelerada modernización que se da en el país en las primeras décadas del siglo veinte se manifiesta en el plano económico, político y social, pero también –sobre todo en las ciudades- en la vida cotidiana, en el uso del tiempo libre y en las costumbres [...] los tranvías eléctricos, las obras de alcantarillado, los teléfonos, el cine, el alumbrado público, la masificación de la zarzuela y del folletín, el primer vuelo en aeroplano, los automóviles y los primeros vehículos de transporte con motor a gasolina, son algunas de las novedades del período (Subercaseaux, s. f.: 93).

Dentro de ese marco empieza a configurarse en Chile el periodismo liberal moderno, el cual tiene como expresión orgánica la empresa periodística. Este tipo de periodismo se define a sí mismo por su pretensión informativa y por la generación de un mercado noticioso y de empresas suficientemente capaces para competir en él y desarrollarlo. La innovación tecnológica será causa y efecto de lo anterior. De igual forma, se produjo la diversificación de los medios de comunicación, primero en el ámbito de la prensa escrita, con las revistas especializadas, y luego, también en el ámbito de códigos y lenguajes, con el cine y la radio.

Dicho proceso se desarrolla durante el cambio de siglo, y se expresó, al menos, en los planos siguientes:

- La progresiva aparición de los géneros periodísticos, como forma de producción textual específica que requería a un profesional ad hoc: el reportero o periodista.
- 2. La diversificación del carácter y el tipo de los periódicos y los diarios: primero, de toda la prensa escrita y de los medios de comunicación en general, después.
- 3. La configuración de públicos diversos y especializados, vinculados a espacios urbanos y a circuitos culturales ampliados y nuevos.

año 5 | n° 4 | 2015/16

Se habían creado las condiciones políticas, económicas, sociales y culturales para la aparición de una auténtica prensa de empresa, que es la consumación de la libertad de prensa, dentro del marco del pensamiento liberal que hegemonizaba ideológica y culturalmente a la sociedad chilena. Entre esas condiciones citadas, similares a las que emergían en otros países de la región (Romero, 2001), se incluían el crecimiento de las ciudades y de la proporción de la población urbana, el desarrollo y el crecimiento del aparato educacional y la reducción del analfabetismo, así como el desarrollo y la expansión del campo cultural, los avances tecnológicos en la imprenta y un marco legal lo bastante permisivo como para hacer atrayente la inversión de capitales en el negocio informativo, cuestión asegurada por la Ley de Imprenta Liberal de 1872.

Así, se articularon tendencias más bien universales del desarrollo moderno, con las características y las formas específicas de la modernización capitalista chilena, y emergió en sus características básicas un mercado informativo y cultural de tipo moderno, incluyendo un plano diferenciado de desarrollo de una esfera pública plebeya y popular, desde donde se articuló, a su vez, la lucha por la emergencia de una cultura popular masiva que reivindicaba la plena visibilidad y la legitimidad de su carta de ciudadanía, lo que se expresó en el ámbito periodístico en la llamada prensa obrera, como veremos más adelante.

Con esa perspectiva, hacia los años veinte del siglo XX el teatro, el cine, el circo, los espectáculos de variedades, el deporte en tanto espectáculo (especialmente, el box y el fútbol), una gran variedad de publicaciones escritas (diarios y revistas de diverso cariz) y la aparición de las primeras formas de publicidad de masas nos hablan de un entorno cultural y comunicacional, y no sólo en Santiago, donde y desde el cual circula un conjunto de estrategias discursivas que apuntan a la construcción de un sentido común y un imaginario de país y sociedad (Ossandón & Santa Cruz, 2001; 2005). Dichos medios tendían a cumplir, en una u otra medida, ciertas funciones generales de la industria cultural moderna, tales como: la vulgarización del conocimiento científico y la difusión de las novedades tecnológicas; la ampliación de los horizontes del sentido común por la vía de la *cotidianización* de lo moderno; la incorporación de la iconicidad usando, básicamente, la fotografía, en tanto lenguaje, y la diversificación y la equivalencia en el plano de los contenidos, lo cual conllevaba una nueva noción de actualidad que se incorporaba a la vida cotidiana masiva.







Portadas de los diarios *El Mercurio* (1908). *El Diario Ilustrado* (1905) y *La Nación* (1918). Crédito de las imágenes: Memoria Chilena.

DIARIOS Y PERIÓDICOS

EL PERIODISMO INFORMATIVO MODERNO

El hito fundacional de la entrada del periodismo nacional en la sociedad moderna ha sido estimado, de forma relativamente consensual, en la fundación de *El Mercurio*, de Santiago, el 1 de junio de 1900 (Bernedo & Arriagada, 2002). Dicho proceso discurre articulado con la diversificación del campo periodístico y con la aparición de nuevos formatos y géneros, así como con la irrupción de nuevos medios, como el cine y, en general, con una nueva percepción del tiempo y el espacio, de la ciudad, de la presencia cada vez más importante de nuevos actores sociales y de la *cuestión social*. Por ello, podemos afirmar que para la prensa chilena la primera década del siglo XX muestra, más bien, un perfil claramente de transición entre un periodismo todavía tributario de los cánones decimonónicos en retirada y un tipo de prensa que caracterizó a buena parte del desarrollo del campo en el siglo XX.

El otro diario que aparece a comienzos de ese siglo, y que también ocupa un lugar importante en dicha transformación, es *El Diario Ilustrado*. En lo propiamente periodístico, introdujo el sistema de fotograbado, lo cual le permitió ofrecer la novedad de una amplia cobertura fotográfica. La consolidación del modelo empresarial que le servía de soporte se produjo en 1920, cuando fue adquirido por la Sociedad Periodística de Chile.

Al comenzar la década de 1910, la situación de privilegio de *El Mercurio* y de *El Diario llustrado* estaba suficientemente asentada. Sin embargo, ello no implicó que a lo largo de la década que se iniciaba desapareciera la iniciativa de grupos ligados a partidos políticos con miras a fundar nuevos diarios con una visión más bien instrumental de difusión doctrinaria o de herramienta para la lucha política contingente. Lo distinto respecto al siglo anterior es que dichos medios van a asumir de manera significativa elementos estructurales, en lo periodístico, del modelo informativo¹.

Hacia el final de la década de 1910 aparece un nuevo proyecto que va a expresar, de una manera comercial y periodísticamente exitosa, la ductilidaddel modelo informativo. Nos referimos a la fundación de *La Nación*, en 1917. Fue el único de los medios de prensa surgidos durante el período que pudo competir con cierto éxito con *El Mercurio* y *El Diario Ilustrado* y lograr una consolidación tal que le permitiera trascender las condiciones coyunturales en las que surgió. *La Nación* salió a la luz pública el 14

¹ En ese sentido, es posible mencionar al menos cuatro experiencias significativas, ya que se trata de diarios con una clara y definida posición política. En primer término, está el caso de *La Unión*. Pertenecía al Arzobispado de Santiago y apareció por primera vez el 9 de octubre de 1906. Un segundo caso digno de ser destacado en la misma dirección proviene del campo del pensamiento liberal. Se trata de *La Mañana*, aparecido el 17 de octubre de 1909, y de propiedad de una sociedad comercial. Otro caso es el de *La Opinión*. Este diario aparece el 18 de abril de 1915 y es considerado un vocero de la Unión Nacionalista. Constaba de ocho páginas a seis columnas y era de carácter vespertino. Por último, es necesario destacar el hecho de que, poco después de desaparecido *La Ley*, se hace un nuevo intento importante por publicar un diario que fuera órgano del Radicalismo. Es el caso de *La Razón*, que aparece el 16 de junio de 1912.

de enero de 1917, y fue fundado por una sociedad compuesta inicialmente por cuatro senadores liberales, aunque uno de ellos, Eliodoro Yáñez, a poco andar, fue logrando el control absoluto de la sociedad, a base de comprar las partes de sus socios iniciales.

La Nación mostró en estos primeros años de existencia, al menos, tres características que le permitían ciertos elementos diferenciadores de su perfil y que, a la vez, se constituían en factores de competitividad en el mercado. En su primer número ya se anuncia que el diario ofrecía un servicio noticioso exclusivo a sus lectores. Se trataba de un convenio establecido con La Nación, de Buenos Aires, y con la Agencia United Press, de Nueva York, con el fin de entregar la más amplia cobertura noticiosa del ámbito internacional. En segundo término, el diario logra reunir a un grupo de periodistas y de colaboradores de alta calificación y con probada experiencia. Por último, junto con el espacio dedicado a las noticias de carácter internacional, La Nación le va a dedicar también una atención creciente a los deportes y la hípica no sólo creando secciones específicas y claramente destacadas, sino, además, concediéndoles cada vez más espacio en sus páginas.

El caso de *La Nación* nos habla también de la consolidación de un mercado informativo y de un modelo periodístico hegemónico hacia la segunda década del siglo XX en nuestro país. En un proceso complejo, se fue imponiendo, al menos, por dos vías: por una parte, desplazando a la prensa concebida como instrumento relativamente coyuntural, de grupos políticos o ideológicos, y a veces, coincidente con ello, a diarios que no tuvieran un fuerte capital o una organización empresarial como base. Por otra parte, y, tal vez, de manera mucho más trascendente en el tiempo, su hegemonía se instaló, justamente, en la medida en que pudo convertirse en un modelo; es decir, en una cierta matriz acerca de *cómo se hacen los diarios* naturalizándose y generando un sentido común profesional, que estaba en armonía y en relación con un sentido común masivo, que también se fue sedimentando en términos de la función de la prensa en la sociedad.

LA PRENSA CATÓLICO-POPULISTA EN CHILE

Una experiencia periodística importante la constituyó a lo largo de esos años el desarrollo de diarios de impronta católica-conservadora dirigidos hacia el mundo popular y masivo. En tal sentido, dichos medios venían a engrosar la lista de medios de prensa de los que dispuso la Iglesia Católica para su lucha doctrinaria contra la laicización de las leyes y las costumbres; entre esos medios destacaron *La Revista Católica*, *El Estandarte Católico* y *El Independiente*, durante las últimas décadas del siglo XIX.

Lo distinto o lo novedoso es el propósito explícito de dirigirse a un público popular, con lo cual ambas cosas se incorporaron a los esfuerzos que desde la elite conservadora católica se orientaban a los artesanos, los obreros y las masas urbanas, dentro del marco de la controversia ya desatada sobre la *cuestión social*:

[...] basándose en los sentimientos religiosos del mundo popular, en el apoyo de la jerarquía eclesiástica y de la elite católica, y combinando las acciones de mejoramiento material de los pobres con la evangelización y las prédicas de la moral cristiana, el societarismo católico echó raíces en sectores significativos del pueblo trabajador. A las distintas doctrinas de redención social opuso la de redención divina, y al igualitarismo y democratismo las ideas de conformismo, subordinación y respeto a las jerarquías sociales. Y en el combate cotidiano en la base social, disputó palmo a palmo el terreno al liberalismo, primero, y más tarde al socialismo y al anarquismo (Grez, 1997: 654).

En el mismo sentido, durante la última década del siglo XIX se desarrolla una experiencia periodística de nuevo tipo. Se trata de la difusión que adquiere el diario *El Chileno*, el cual, según Silva Castro, llegaría a tener "[...] una circulación de 70.000 ejemplares los festivos y no bajaba de 40.000" (Silva Castro,1958: 304). Apareció el 16 de diciembre de 1883 como propiedad del Arzobispado de Santiago. Hasta comienzos de los años noventa, *El Chileno* era un diario de tamaño pequeño, de repercusión relativa. En 1892 la autoridad eclesiástica lo vendió a un grupo de jóvenes aristócratas católicos y allí comenzó su mejor época:

[...] lo llamaban "el diario de las cocineras" y era cierto que al volver del mercado cada una de ellas llevaba en la canasta sobre las cebollas y lechugas un número de "El Chileno". Y a poco andar, nadie podía obtener un empleo en el servicio doméstico o conseguir una buena cocinera, niña de la mano, niñera o cochero si no avisaba en nuestro diario. Pero como el diario tenía las mejores informaciones y los artículos más libres de presión política partidista y la más honrada inspiración, comenzaron muy pronto a tomarlo en cuenta y a leerlo y a considerarlo todos como una de las fuerzas de opinión que había en el país. Los grandes diarios no nos nombraban jamás. Nos miraban como el enemigo (Silva Vildósola, s. f.: 178).

Es posible sostener que en el éxito del diario confluyeron al menos dos factores centrales: por un lado, el paulatino predominio de una concepción menos propagandista y divulgadora de ideas y más centrada en fines más empresariales; por otra, la constitución de un equipo de trabajo con perfiles netamente *profesionales*. Con lo anterior estamos haciendo referencia a la conformación de un dispositivo de producción periodística, en el sentido de estar orientado hacia un mercado, de asumir un carácter de masas, de privilegiar los contenidos informativos, de separar estos de los editoriales y de las crónicas opinantes. Todo ello, sin abandonar una lectura y una interpretación determinadas de la realidad social de tipo católico, pero crecientemente autonomizada de cualquier dependencia orgánica del Estado, del sistema de partidos o de la propia Iglesia Católica.

En tal sentido, es ilustrativa en *El Chileno* la ausencia de literatos, abogados o políticos que usaran el diario como tribuna. Por el contrario, lo que va conformándose desde 1892 en adelante es un grupo de profesionales del periodismo, cuyas habilidades



Florecer de Mayo

año 5 | n°4 | 2015/16

técnicas, en gran parte, se van asentando en la medida en que se practican, y que, al decir de Silva Vildósola, *escribían para ganarse la vida*.

El empeño de la Iglesia por contar con un medio destinado a un público popular no disminuyó, y patrocinó la aparición de un nuevo diario de características muy similares. Este fue El Diario Popular, que apareció el 1° de septiembre de 1902. Cabe, además, señalar que, si bien el diario no era vocero oficial de la Iglesia Católica, la presencia de esta era muy concreta, a través de ciertos prelados que se destacaban por su labor periodística en la época. Entre ellos se encontraba el presbítero, y luego obispo, Rafael Edwards. Junto a él se desempeñaba como director del diario en sus primeros años Carlos Casanueva Opazo, más tarde rector de la Universidad Católica de Chile y arzobispo de Santiago. Los dos diarios mencionados, obviamente, no constituyen las únicas muestras del empeño de la Iglesia o de personas y grupos cercanos por participar activamente en la prensa nacional; sin embargo, tanto El Chileno como El Diario Popular tienen un matiz de particularidad que los distingue y dice mucho sobre su preferencia por llegar a un público de carácter popular.

LAS VOCES DESDE ABAJO: LA PRENSA OBRERA

No quedaría completa una mirada al cuadro que presentan los diarios durante las primeras dos décadas del siglo XX sin dedicar un espacio a la llamada prensa obrera. Ella forma parte de un *espacio público plebeyo y popular* que se va constituyendo desde finales del siglo XIX y en el cual convergen, además, diversas formas comunicacionales y culturales, tales como el teatro, la poesía y el deporte.

La prensa obrera surge como herramienta vital para la difusión de proyectos ideológicos que se van configurando desde la práctica de constitución del movimiento sindical y popular. Surge en el seno mismo y al calor de la lucha del movimiento obrero y popular, por su propia existencia y su crecimiento. Dicha prensa vive las vicisitudes de un sujeto social que se está constituyendo, en buena medida, al margen y, por lo general, en contra de lo establecido, al cual este último no le confiere legitimidad como actor social, y cuyos discursos y acciones van a ser normalmente vistos como un peligro y una amenaza.

A pesar de las dificultades provenientes de los escasos recursos económicos o de la represión gubernamental, el número de periódicos no será menor, e irá creciendo de forma sostenida hacia 1920. Se puede señalar que entre 1900 y 1910 se fundaron anualmente, en promedio, 2 publicaciones; entre 1911 y 1915 se fundaron 24 en total, y entre 1916 y 1926 la cifra llega a 139, con un promedio de casi 14 al año (Arias, 1970).

En general, los periódicos obreros pueden clasificarse de acuerdo con los proyectos ideológicos que estaban articulando la emergencia política o sindical de las organizaciones populares. De esta forma, Arias señala la existencia de diarios de orientación socialista, entre los cuales se destaca especialmente *El Despertar de los Trabajadores*, editado en Iquique entre 1912 y 1927. Esa publicación fue mucho más que

un diario; de hecho, se constituyó en un foco de actividad sindical, política y cultural de las organizaciones proletarias de la zona. En su local se llevaban a cabo charlas, conferencias, funciones de teatro, veladas culturales y concursos literarios y de poesía. Allí también funcionaron el Partido Obrero Socialista, fundado en 1912 y antecesor del Partido Comunista de Chile, y la sección iquiqueña de la Federación Obrera de Chile - FOCH (Bravo Elizondo, 1984).

Por otra parte, existieron los diarios de orientación anarquista. Se pueden mencionar, por su importancia, *El Surco*, de Iquique, y que circuló entre 1917 y 1921, y *La Batalla*, de Santiago, publicado entre 1912 y 1916. También hubo publicaciones ligadas al Partido Demócrata, como *El Proletario*, de Tocopilla (1904-1935), y *La Voz del Obrero*, de Taltal (1902-1917). Menos conocidos son los casos que Arias califica como prensa sindical de carácter social-cristiano: por ejemplo, *El Sindicalista*, de Santiago (1918-1925), y un tipo de periódicos que califica de sindicales independientes, por cuanto no se identificaban con ninguna corriente ideológica en particular.

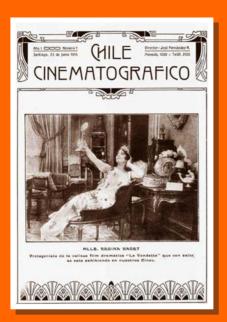
Respecto al financiamiento de esta prensa, este era muy precario, pues los fondos necesarios provenían de la venta, de erogaciones voluntarias de los lectores y de aportes de las organizaciones de los trabajadores, ya que, prácticamente, no tenían avisos publicitarios. El sostenimiento de los órganos de prensa se constituyó para los trabajadores en una demostración del grado de conciencia alcanzado y de la decisión y la voluntad de organización y acción por sus intereses. Dicho de otra forma, la pura capacidad de existir y sobrevivir era ya una forma de enfrentarse al sistema de prensa oficial. La prensa obrera no funcionaba en un compartimiento estanco, autárquico y aislado respecto a la prensa nacional en su conjunto. Lo que ocurría era que no competía con la prensa oficial en términos de mercado, sino que la enfrentaba doctrinaria e ideológicamente intentando disputarle los lectores en la masa popular.

REVISTAS

LAS REVISTAS DE CINE

Existe una clara correspondencia entre la masificación que va logrando determinado fenómeno social y cultural y su repercusión en el interés de una prensa que también se está diversificando en sus formatos y sus géneros, así como, también, con la configuración de públicos especializados, vinculados a espacios urbanos y a circuitos culturales más amplios y nuevos. Dentro de dicho marco, se desarrolla a lo largo de esas primeras décadas del siglo XX la aparición de las *revistas especializadas*; es decir, de medios escritos que se hacen cargo de un ámbito temático específico, y los cuales se ofrecen a un público cada vez más heterogéneo en su demanda.

Lo señalado se hace evidente en el caso del cine. Su consolidación como instancia de sociabilidad y entretenimiento se produjo durante las dos primeras décadas del siglo XX. Esto ocurrió a escala masiva; las salas de cine tenían, normalmente,









Portadas de Chile Cinematográfico (1915), La Semana Cinematográfica (1920), Cine Gaceta (1917) y La Película (1918). Crédito de las imagenes: Memoria Chilena capacidad para varios centenares (cuando no miles) de espectadores, y la mencionada masividad iba acompañada del carácter socialmente heterogéneo y diverso de su público. Todo ello parece ratificar el juicio de que "[...] el cine se transformó en el medio más importante de la cultura moderna de masas del Chile de las primeras décadas del siglo XX" (Rinke, 2002: 76). Después de 1910, la información de los diarios se va haciendo nutrida y permanente. Sin embargo, ello pareció no haber sido suficiente, y entre 1915 y 1920 vieron la luz no menos de 8 revistas dedicadas exclusivamente al cine.²

El 9 de mayo de 1918 apareció la revista de cine más importante del periodo; de hecho, en la Biblioteca Nacional se conservan 138 de sus números; el último que se encuentra en la Biblioteca está fechado el 30 de diciembre de 1920. Se trata de *La Semana Cinematográfica*, cuya directora-propietaria fue Lucila Azagra. Progresivamente, la temática principal se fue centrando en el *star system*; es decir, noticias, entrevistas y artículos sobre *el mundo de las estrellas de cine* (especialmente, de Hollywood). Por primera vez se enfocaba de manera permanente y sistemática la atención de los lectores nacionales en la vida privada de las estrellas, sus amoríos y sus excentricidades, así como hacia los aspectos de su trabajo que les confieren el estatuto especial de estrellas; por ejemplo, el monto de sus ingresos económicos.

Con esa perspectiva, *La Semana Cinematográfica* desarrolló un mecanismo, hasta entonces inédito, lo cual le permitió relacionar el *star system* que promocionaba con los gustos del público, y así hacer posible que éste se involucrara por la vía de organizar lo que la revista llamó *encuestas de popularidad*; para ello, se publicaba en cada número un cupón que se convertía en un voto. La promoción del *star system* no agotaba los contenidos de la revista, los cuales también enfatizaron lo que es la formación y la orientación de un público, junto con la defensa y la legitimación del cine en el contexto cultural de la época.³

² Habría que tomar en cuenta dos revistas que aparecieron casi simultáneamente como las primeras publicaciones especializadas en cine. La primera fue *Chile Cinematográfico*, cuyo primer número se publicó el 25 de junio de 1915, con una edición de 16 páginas, las que luego subieron a 20, e incluso a 24. Se publicó más o menos quincenalmente hasta febrero de 1916. Un elemento central de su accionar fue la difusión y la popularización del cine. Un caso paralelo en el tiempo es el de *Cine Gaceta*. Su existencia se dividió en dos etapas distintas. Durante la primera, entre julio de 1915 y febrero de 1916, publicó 8 números y su redacción estaba ubicada en Santiago; posteriormente, después de poco más de un año, se editó en Valparaíso, desde agosto de 1917 hasta febrero de 1918, y donde llegó a publicar 15 números. Ambos momentos coincidieron casi exactamente con la crisis que vive la industria del cine en el mercado nacional, debido al inicio de la Primera Guerra Mundial y a la merma que ello produjo en la producción europea (especialmente, la francesa), y luego, con la llegada de la industria estadounidense, que pasó a controlar el mercado. Dicho marco es importante para analizar la revista, ya que esta se presentó al público en sus inicios como el órgano de los cinematografistas chilenos, apelativo usado para nombrar a los distribuidores o a los dueños de salas, que en muchas ocasiones eran la misma persona.

³ Paralelas a *La Semana Cinematográfica*, existieron también *La Película* (de noviembre de 1918 a agosto de 1921), de Valparaíso, y que publicó 35 números de forma discontinua; *El Film* (de septiembre octubre de 1919), de Valdivia, que publicó 23 números, pues aparecía diariamente, y otras que estaban ligadas a las empresas distribuidoras, tales como *El Film* (de octubre de 1918 a febrero de 1919), de Santiago, de la Cía. Ítalo-Chilena; el *Glucksmann Maqazine* y el Boletín de la Empresa de Teatros y Cinemas.

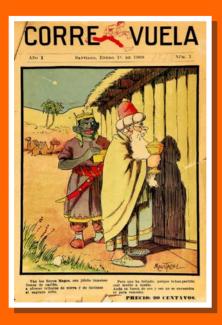
LAS REVISTAS DEPORTIVAS

La difusión del deporte se desarrolla desde fines del siglo XIX, y en un breve lapso se masificó territorial y socialmente, salió de los estrechos círculos de la sociabilidad oligárquica (Santa Cruz, 1991; 1996). En relación con las revistas, se constata la existencia de catorce publicaciones editadas entre 1897 y 1922, a lo largo de lo que se podría denominar la etapa fundacional del género.⁴

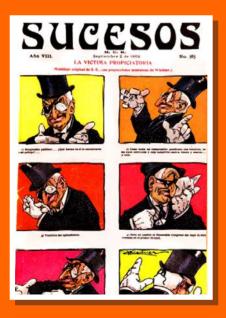
Una de las experiencias más destacadas fue *Sport y Actualidades*. Dicha revista vino a significar un esfuerzo editorial cualitativamente superior, no solo por la duración que tuvo (113 números en 2 años), sino por su mayor madurez institucional. Fue el órgano oficial de la Federación Sportiva Nacional, fundada en 1909. Apareció el 21 de abril de 1912 y circuló hasta 1914. Contaba con un nutrido equipo administrativo y editorial que incorporaba a dos fotógrafos y un dibujante. También consignaba un numeroso equipo de periodistas y redactores y, por otra parte, disponía de corresponsales en ciudades del norte y el sur del país.

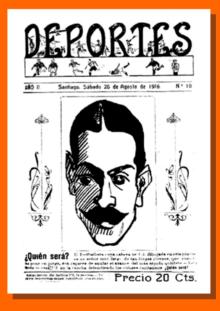
Es, quizá, la primera expresión de una revista deportiva que responde a una organización empresarial, y no obstante tratarse de una entidad sin fines de lucro, por responder a la política difusora de una federación deportiva con la pretensión de regir todo el deporte nacional, ya soporta una estrategia comunicacional y periodística de contornos más definidos. Sus páginas acopiaban todos los temas que surgían del desarrollo tenido por la actividad deportiva en el país hasta entonces y de su compleja relación e imbricación con el contexto sociocultural. La función social del deporte, el tema de la ética y la moral deportivas, la relación Estado-deporte, el deporte como espectáculo y el profesionalismo deportivo eran temas tratados en artículos y en comentarios específicos, y ello le confería al medio un espesor ideológico-cultural propio que se instalaba en el debate público, en conexión con otros temas relevantes.

⁴ La primera revista que incluye información deportiva fue El Ideal, que aparece en Valparaíso el 22 de abril de 1897. Se trataba de un periódico magazinesco, cuyos contenidos eran, básicamente, literarios, de estilo tardoromántico (poesías, cuentos, crónicas y folletines). Incorporó también una sección estable de información deportiva, de tamaño variable, en la que se incluían noticias y datos sobre partidos, resultados y reuniones de clubes y asociaciones. Para la revista, el deporte siguió siendo una actividad de la juventud distinguida, que entregaba beneficios higiénicos a quienes lo practicaban, y más bien ligado a la entretención y el ocio y con resonancia puramente individual. Una década más tarde, en Santiago, aparece El Sportman. Dicha revista tuvo también una periodicidad semanal, alcanzó a publicar ocho números entre abril y junio de 1907 e incorporó una serie de elementos propios de una publicación moderna, como, por ejemplo, la publicidad. Poco después aparece en Valparaíso una nueva publicación: se trata de Sport y Variedades, semanario dedicado preferentemente a la hípica, que editó 18 números entre septiembre de 1907 y enero de 1908. En agosto de 1909 se hace un nuevo esfuerzo editorial, en Santiago, con la publicación del semanario El Sport Ilustrado, también dedicado a informar sobre hípica y deportes. Un esfuerzo editorial mayor lo constituyó la aparición de Campo y Sport, semanario ilustrado que editó 28 números entre el 28 de agosto de 1909 y el 11 de mayo de 1910. Una novedad fue la importancia que tenía tanto en portada como en interiores el uso de la fotografía. A fines de 1914 surge en la capital Variedades y Sport, que edita 5 números entre el 21 de noviembre y el 14 de diciembre de ese año. En este caso, nos hallamos ante una suerte de regresión del género hacia un medio de tipo más bien magazinesco. Lo fundamental es que el tratamiento del deporte se orienta a la concepción de este como una entretención de la buena sociedad, cuestión claramente ya residual al carácter que mayoritariamente había adquirido el deporte en la vida social.









Portadas de Corre Vuela (1908), Pacífico Magazine (1913), Sucesos (1909) y Deportes (1916) Crédito de las imagenes: Memoria Chilena Otro hito lo constituyó *Deportes*. Aparecida el 16 de abril de 1915, circuló hasta 1917. Uno de sus rasgos importantes es que explícitamente recalcaba: "no publicamos informaciones relacionadas con la Hípica", con lo cual marcaba el punto de separación entre los géneros. Lo anterior se reforzaba aún más por otro epígrafe que acompañaba el logotipo de portada, y el cual señalaba que este medio era "redactado por deportistas y para deportistas". Desde el punto de vista periodístico, esta publicación ya trabaja una variedad de estilos y de géneros: notas informativas, columnas de opinión, reportajes y entrevistas; también le reservaba un importante espacio a la fotografía y al dibujo.

Después de algunos años, el 19 de diciembre de 1920 aparece *Deportes y Deportistas, Suplemento ilustrado de El Mercurio*, que semanalmente será editado durante cinco números, hasta el 5 de enero de 1921. Fue el primer suplemento deportivo de un diario, aunque no tuviera continuidad. Manteniendo el formato del diario, aunque editado de forma independiente, tenía gran cantidad de información, así como editorial y reportajes especiales y una profusa utilización de la fotografía. En su apariencia es ya un *diario deportivo*. Era un medio claramente demostrativo del periodismo informativo moderno por su estilo y su titulación, así como por la impersonalidad de su lenguaje y la carencia de firmas. Finalmente, cabe mencionar la publicación, el 16 de diciembre de 1922, de otro semanario ilustrado que llevó por nombre el de *Deportes*. Dicha publicación alcanzó a editar 27 números hasta el 30 de junio de 1923, en Santiago. Si bien no aportó rasgos distintivos a lo ya mostrado en publicaciones anteriores, sí contribuyó a consolidar cierto formato y cierto estilo que se habían venido perfilando en materia de la constitución de un género específico.

REVISTAS MAGAZINESCAS

El magazine es definido 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 capaz de albergar crónicas, entrevistas, reportajes de actualidad, ilustraciones, avisos publicitarios, cuentos y novelas por entrega, notas de vida social, caricaturas, poemas, etc. (Martínez de Souza, 1991).

Las revistas magazinescas que circularon en nuestro país durante las dos primeras décadas del siglo XX desarrollaron la función comunicativa que estamos comentando, centradas en la naturalización de un paradigma cientificista de la vida en la cultura cotidiana, y ello, a la vez, sustentado en una apología del progreso expresado en la difusión de los inventos y de las posibilidades de las máquinas para hacer más confortable y cómoda la vida diaria. Junto con lo anterior, es necesario destacar la importancia que en este género jugaba la imagen. Ya sea en forma de ilustración o de registro fotográfico, su presencia ocupaba buena parte del espacio de las revistas. No se trataba tan solo de un elemento decorativo que tuviera por función ilustrar el texto escrito, sino que, por el contrario, en dichas revistas adquirió, en general, la suficiente autonomía para hablar por su cuenta.

El magazine contribuía a la naturalización, por la vía de su incorporación a la vida cotidiana, de la dimensión universalista de la modernización; es decir, en palabras de Ortiz (1997), la modernidad entendida como matriz civilizatoria, o, también, la adecuación de la cotidianidad al *carácter de la época*. Por último, cabe mencionar otra característica que es central y que está a la base de todo lo anterior: en cuanto género de la industria cultural, el *magazine* debe estar, necesariamente, marcado por el signo de la amenidad y la entretención. Sus formas y sus contenidos, cualesquiera que ellos fueran, estaban destinados a producir una fruición y un placer en los lectores, dentro del marco de sus ratos de ocio o de tiempo libre y de expansión familiar.

Una de dichas revistas fue *Pacífico Magazine*, que apareció el 23 de enero de 1913. Se trataba de una publicación mensual editada y comercializada por la empresa editora Zig Zag, la cual recién el año anterior había pasado a manos de Guillermo Helfmann, propietario, a su vez, de la Imprenta y Editorial Universo, que publicaba otras revistas; entre ellas, el magazine *Corre Vuela*, dirigido al mundo popular (Santa Cruz Grau, 2005).

La revista expresaba una concepción de la cultura como elemento integrante y característico de una manera de ser y de vivir; o sea, más cerca de un atributo personal. Lo anterior la dejaba lejos de cualquier vanguardismo. 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*. Dicha visión existía a principios del siglo (sobre todo, en ciertos sectores ilustrados de la aristocracia), y, con seguridad, ya había traspasado de alguna forma a la emergente clase media (Vicuña, 2001).

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, por lo general, traducidos de revistas extranjeras. Uno de los rasgos aún más característicos de Pacífico Magazine, y que, incluso, permite delimitar sustantivamente su perfil como revista, es el espacio y la importancia concedidos en sus páginas a la literatura. Cada edición incluía la presencia de poesías, cuentos completos y novelas entregadas por capítulos, en números sucesivos, y que llegaban a ocupar muchas veces la mitad de la revista, lo cual implica hablar de unas 70 páginas. De esta manera, marcaba un sello coincidente con su explícita intencionalidad de llegar a un público pudiente, ilustrado e inteligente. En agosto de 1921, al publicarse su edición número 104, desaparecía Pacífico Magazine.

Por otro lado, la revista *Sucesos*, también de propiedad de Guillermo Helfmann, fue fundada en septiembre de 1902. Constaba de 38 páginas y tuvo una larga existencia, pues circuló hasta 1934. *Sucesos* asumió desde su nacimiento una característica que fue central en su perfil periodístico: ser un *magazine de actualidades*. La revista no pretendía otra cosa sino el registro inmediato (y en muchas ocasiones, literalmente fotográfico)

año 5 | n°4 | 2015/16

de un acontecer. La noción misma de lo actual que manejaba la revista no se restringía ni se reducía a un ámbito específico de la vida social: por el contrario, la actualidad para *Sucesos* es tan amplia como lo iba siendo la vida cotidiana de una sociedad en proceso de modernización, como lo era la chilena, desde el deporte hasta las maniobras políticas parlamentarias, y desde los últimos inventos o descubrimientos científicos hasta la crónica policial; y todo ello, extendido a escala nacional e internacional.

Sucesos constituyó un medio que asumió plenamente su carácter de producto de la industria cultural. Con la perspectiva de ampliar su cobertura del mercado, inaugura muy pronto un mecanismo hasta hoy muy habitual: la realización de concursos entre sus lectores. Así pues, esta publicación vino a ser una de las primeras donde la dimensión estrictamente comercial de su estrategia comunicacional y de su perfil periodístico jugaba un papel primordial.

La publicidad en la revista era de una gran variedad de productos: desde vinos hasta ropa, pasando por agua mineral y joyas. En sus páginas están presentes las grandes firmas que controlaban el comercio de importaciones y exportaciones (todas, de origen inglés). Sin embargo, no son fundamentalmente artículos de lujo o de consumo suntuario lo que tales compañías avisaban, sino trilladoras y segadoras para la agricultura, cemento y pintura para la construcción y artículos de uso doméstico diríamos modernos, tales como cocinas a gas y parafina.

Es necesario destacar que hacia 1911 ya es profusa la presencia de avisos que publicitaban productos destinados al cuerpo, ya sea en lo que se refiere a su estética y su belleza, tanto como a su mantenimiento sano. Como señala Traversa (1997), es posible distinguir dos tipos de avisos referidos al cuerpo. Uno, de productos que establecen una relación inmediata con él (cubrirlo, alimentarlo, curarlo o transformarlo: ropas, comidas, medicamentos o productos de belleza) y otro, de productos que establecen una relación no inmediata (artefactos domésticos, automóviles, etc.). En el caso de *Sucesos*, hacia comienzos de la década de 1910, prevalecen los artículos del primer grupo, los cuales incorporaron, ya de manera predominante, la gráfica. A lo antes señalado habría que agregar la presencia creciente de avisos relacionados con la venta de automóviles, neumáticos, repuestos, etc., en los cuales se manifiesta ya el uso del cuerpo en el segundo sentido señalado por Traversa.

Sucesos era una revista fundamentalmente para ser vista, y luego, de manera más bien auxiliar, leída. Ya en sus inicios, prácticamente no trae ninguna página que no incluya fotografías o, en su defecto, ilustraciones o caricaturas. Por otra parte, ya nos encontramos con que la portada se dedicaba a una caricatura en colores referida a temas políticos nacionales o internacionales. Del mismo modo, aunque en cantidades y espacios menores, y más bien marginales respecto al conjunto, aparecen cuentos y poesías. En definitiva, Sucesos fue una buena muestra del género magazinesco trabajado con la perspectiva de llegar a un público amplio y en proceso de masificación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias Escobedo, O. (1970).

La prensa obrera en Chile. Santiago de Chile: Ediciones Universidad de Chile-Chillán.

Barros, L., & Vergara, X. (1978).

El modo de ser aristocrático. El caso de la oligarquía chilena hacia 1900. Santiago de Chile: Editorial Aconcagua.

Bernedo, P., & Arriagada, E. (2002).

Los inicios de *El Mercurio* de Santiago en el epistolario de Agustín Edwards Mac Clure (1899-1905). *Revista Historia*, 35, 13-33.

Bravo Elizondo, P. (1984).

El despertar de los trabajadores. Araucaria de Chile (Madrid), 12(27), 15-30.

_____(1986).

El Teatro Obrero en Chile. Madrid: Ediciones Michay.

Grez, S. (1997).

De la "Regeneración del pueblo" a la huelga general. Génesis y evolución histórica del movimiento popular en Chile (1810-1890). Santiago de Chile: Ediciones DIBAM, RIL, Centro de Investigaciones Diego Barros Arana.

Martínez de Sousa, J. (1991).

Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo. Madrid: Editorial Paraninfo.

Ortiz, R. (1997).

Mundialización y Cultura. Buenos Aires: Alianza Editorial.

Ossandón, B. C., & Santa Cruz, A. E. (2001).

Entre las alas y el plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile.

Santiago de Chile: Ediciones Arcis-LOM.

(2005).

El estallido de las formas. La irrupción de la cultura de masas en Chile.

Santiago de Chile: Ediciones Arcis-LOM.

Rinke, S. (2002).

Cultura de masas, Reforma y Nacionalismo en Chile 1910-1931.

Santiago de Chile: DIBAM.

Romero, J. L. (2001).

Las ciudades y las ideas en América Latina. Buenos Aires: Siglo XXI.

Romero, L. A. (1997).

¿Qué hacer con los pobres? Elite y sectores populares en Santiago de Chile, 1840-1895. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Salazar, G. (2003).

Historia de la acumulación capitalista en Chile. Santiago de Chile: LOM Ediciones.

Santa Cruz A. E. (1991).

Crónica de un encuentro. Fútbol y Cultura Popular. Santiago de Chile: Ediciones Instituto ARCOS.

____(1996).

Origen y futuro de una pasión. Fútbol, cultura y modernidad. Santiago de Chile: Ediciones ARCISLOM.

Santa Cruz Grau, L. E. (2005).

Revista Corre Vuela: un magazine popular. En C. Ossandón B. y E. Santa Cruz A., *El estallido de las formas. Chile en los albores de la cultura de masas* (pp. 101-123). Santiago de Chile: Ediciones Arcis-LOM.

Silva Castro, R. (1958).

Prensa y Periodismo en Chile. Santiago de Chile: Ediciones Universidad de Chile.

Silva Vildósola, C. (s. f.).

Retratos y recuerdos. Santiago de Chile: Editorial Zig Zag.

Subercaseaux, B. (s. f.).

Genealogía de la vanguardia en Chile. Santiago de Chile: Ediciones Facultad Filosofía y Humanidades, Universidad de Chile.

Traversa, O. (1997).

Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940. Barcelona: Editorial Gedisa.

Vicuña, M. (1996).

El París Americano. La oligarquía chilena como actor urbano en el Siglo XIX. Santiago de Chile: Universidad Finis Terrae, Biblioteca Nacional.

Vicuña, M. (2001).

La Belle Époque chilena. Santiago de Chile: Editorial Sudamericana.







Cuadernos de la Red de Historia de los Medios

www.rehime.com.ar | rehime@rehime.com.ar

| prensa y radio |









Cuadernos de la Red de Historia de los Medios

COMITÉ ASESOR INTERNACIONAL

Marialva Barbosa, Universidade Federal de Rio de Janeiro, Brasil
Christian Delporte, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, Francia
Fabio López Larroche, Universidad Nacional de Colombia, Colombia
Mónica Maronna, Universidad de la República, Uruguay
José Manuel Palacio, Universidad Carlos III de Madrid, España
Eduardo Santa Cruz, Universidad de Chile, Chile
Lynn B. Spigel, Northwestern University, Estados Unidos
Antonio Traverso, Curtin University, Australia
Álvaro Vázquez Mantecón, Universidad Autónoma de México, México

DIRECTORA

Mirta Varela

COLABORAN EN ESTE NÚMERO

Marialva Barbosa, Eduardo Santa Cruz, Eduardo Romano, Ana Lía Rey, Eduardo Gutiérrez, Andrea Matallana, Sylvia Saítta, Mónica Maronna, Jacqueline Oyarce.

DISEÑO Jorge Pablo Cruz
CORRECCIÓN Mariana Rosales
FOTOS Aportadas por los autores de los artículos salvo indicación.

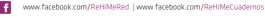
7

EDITOR RESPONSABLE: CÁTEDRA DE HISTORIA DE LOS MEDIOS

Facultad de Ciencias Sociales | UBA Marcelo T. de Alvear 2230 | CABA | Argentina | 2015-2016 http://historiadelosmedios.sociales.uba.ar | varelamirta@gmail.com Año 4 | N° 4 | Verano 2015-2016 ISSN 1853-8320 Se permite la reproducción total o parcial citando la fuente.

I OS ARTÍCUL OS DE ESTA PUBLICACIÓN PASARON POR UN PROI

LOS ARTÍCULOS DE ESTA PUBLICACIÓN PASARON POR UN PROCESO DE EVALUACIÓN POR PARES DE DOBLE REFERATO EXTERNO INTERNACIONAL.







Esta publicación cuenta con el apoyo de UBACYT.

SEMINARIO INTERNACIONAL

HISTORIA DE LOS MEDIOS en américa Latina

BUENOS AIRES | 14 Y 15 DE SEPTIEMBRE DE 2011



ORGANIZADORES

Mariano Mestman - Mirta Varela | Grupo Medios, Historia y Sociedad | IIGG | Universidad de Buenos Aires ReHiMe | Red de Historia de los Medios | www.rehime.com.ar | rehime@rehime.com.ar Eduardo Gutiérrez | Departamento de Comunicación y Lenguaje | Pontificia Universidad Javeriana Cali

José Vicente Arizmendi (Colombia) | Marialva Carlos Barbosa (Brasil) | Eduardo de la Vega Alfaro (México) Ana Paula Goulart (Brasil) | Esther Hamburger (Brasil) | Mónica Maronna (Uruguay) | Andrea Matallana (Argentina) María Luisa Ortega (España) | Jacqueline Oyarce (Perú) | Paulo Antonio Paranaguá (Francia) | Ana Lía Rey (Argentina) Ricardo Rodríguez Quintero (Colombia) | Adriana Rodríguez Sánchez (Colombia) | Eduardo Romano (Argentina) Sylvia Saítta (Argentina) | Eduardo Santa Cruz (Chile) | Maryluz Vallejo (Colombia)











| auspicios |







Proyecto UBACyT *Historia de los medios en América Latina:* problemas de historiografía y archivo (2011-2014); Proyecto PIP-CONICET Inflexiones históricas de las imágenes de las masas: cuestiones de representación visual y archivo (2011-2013).

| índice |

editorial	09	
prensa y cultura de masas	12	
Marialva Barbosa (Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil) Para una historia cultural latinoamericana de los medios de comunicación. Una mirada sobre las prácticas, procesos y sistemas de comunicación en las últimas décadas del siglo XIX.	14	
Eduardo Santa Cruz (Universidad de Chile, Chile) <i>Prensa y cultura de masas en Chile a comienzos del siglo XX (1900 -1920).</i>	34	
Eduardo Romano (Universidad de Buenos Aires, Argentina) <i>Escritores, intelectuales e industria cultural en la Argentina (1898-1933).</i>	54	
Ana Lía Rey (Universidad de Buenos Aires, Argentina) De héroes populares a asesinos. Una mirada sobre el militante anarquista a través de la prensa.	74	

la radio y la puesta en escena de lo popular	104
Eduardo Gutiérrez (Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia) En busca del pueblo. Popular culto y masivo, luchas de sentido en la radio colombiana a finales de los años 40.	106
Andrea Matallana (Universidad Di Tella, Argentina) Entre fonógrafos y radios: difusión del tango en las primeras décadas del siglo XX.	126
Sylvia Saítta (Universidad de Buenos Aires, Argentina) Policías y ladrones en los comienzos del radioteatro argentino.	150
Mónica Maronna (Universidad de la República, Uruguay) El espectáculo radial montevideano en los años treinta a través de la trayectoria de Eduardo Depauli.	172
Jacqueline Oyarce (Universidad de San Marcos, Perú) La radiodifusión en la configuración y reconfiguración identitaria del altiplano peruano.	

198

El caso de los aymaras.

Cuadernos de la Red de Historia de los Medios



ESTADOS GENERALES DEL TERCER CINE

LOS DOCUMENTOS DE MONTREAL.1974



CUADERNO N°3 | AÑO 3 | verano 2013/2014

artículos |

Mariano Mestman

Estados Generales del Tercer Cine. Los documentos de Montreal, 1974

André Pâquet

Encuentros Internacionales por un Nuevo Cine

documentos |

- Facsimil del Programa de los Encuentros Internacionales por un Nuevo Cine.
- Acta de Reunión del Comité d'Action Cinematographique (CAC) del 6/9/1973.
- Taller Cómo mostrar los films.
- Taller Participación de la base.
- Taller Intervención social con los films.
- Debate con Guido Aristarco.
- Facsímil de Proyectos y Resoluciones finales de los

Encuentros Internacionales por un Nuevo Cine.

Buenos Aires, Prometeo, verano 2013/2014. ISBN 1853-8320





www.rehime.com.ar/escritos/cuadernos.php



Cuadernos de la Red de Historia de los Medios

CUADERNO N°2 | AÑO 2 | 2012

TV y sociedad | Raymond Williams Lynn Spigel

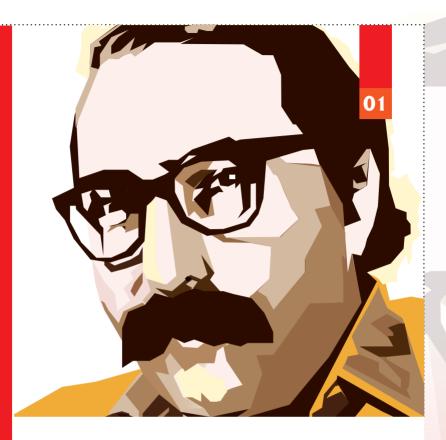
TV y dictaduras en América Latina | Brasil, Chile, Uruguay Igor Sacramento Eduardo Santa Cruz Antonio Pereira

TV, arte y cine | Glauber Rocha, Jean-Luc Godard, Jean Rouch y Ruy Guerra Regina Mota Manthia Diawara

Buenos Aires, Prometeo, 2012. ISBN 1853-8320

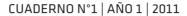


www.rehime.com.ar/escritos/cuadernos.php



ReHiMe

Cuadernos de la Red de Historia de los Medios



Encuesta Latinoamericana

Responden:

Héctor Schmucler, Eduardo Romano, Omar Rincón, Andrea Matallana, Mónica Maronna, Micael Herschmann, Celia del Palacio, Esther Hamburger, Gilberto Eduardo Gutiérrez, Claudia Irene García Rubio, Luiz Artur Ferraretto, Luis César Díaz, Marialva Carlos Barbosa, Patricio Bernedo Pinto.

Dossier Jorge B. Rivera

Escriben:

Eduardo Romano, Jorge Lafforgue, Pablo Alabarces, Alejandra Laera, Laura Vazquez, Ana Lia Rey, Mirta Varela.

60 años de la televisión argentina

Diálogo:

Mateo Gómez Ortega, Fernanda Ruiz, Maximiliano Tocco, Maida Diyarián, María Victoria Rodríguez Ojeda, Javier Trímboli, Mirta Varela, Ana Lía Rey, Fernando Ramírez Llorens, Máximo Eseverri, Florencia Luchetti y Paola Margulis.

Buenos Aires, Prometeo, 2011. ISBN 1853-8320



www.rehime.com.ar/escritos/cuadernos.php



f 🖪 🔟 🧿 fi www.**rehime**.com.ar



web > cuadernos > archivo audiovisual > seminario



prensa y cultura de masas |



MARIALVA BARBOSA

(UNIVERSIDAD FEDERAL DE RÍO DE JANEIRO, BRASIL)

Para una historia cultural latinoamericana de los medios de comunicación.

Una mirada sobre las prácticas, procesos y sistemas de comunicación en las últimas décadas del siglo XIX.

FDUARDO SANTA CRUZ

(UNIVERSIDAD DE CHILE, CHILE)

Prensa y cultura de masas en Chile a comienzos del siglo XX (1900 -1920).

EDUARDO ROMANO

(UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA)

Escritores, intelectuales e industria cultural en la Argentina (1898-1933).

ANA LÍA REY

(UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA)

De héroes populares a asesinos.

Una mirada sobre el militante anarquista a través de la prensa.

la radio y la puesta en escena de lo popular

EDUARDO GUTIÉRREZ

(PONTIFICIA UNIVERSIDAD IAVERIANA DE BOGOTÁ, COLOMBIA)

En busca del pueblo. Popular culto y masivo, luchas de sentido en la radio colombiana a finales de los años 40.

ANDREA MATALLANA

(UNIVERSIDAD DI TELLA, ARGENTINA)

Entre fonógrafos y radios: difusión del tango en las primeras décadas del siglo XX.

SYLVIA **SAÍTTA**

(UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA)

Policías y ladrones en los comienzos del radioteatro argentino.

MÓNICA MARONNA

(UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA, URUGUAY)

El espectáculo radial montevideano en los años treinta a través de la trayectoria de Eduardo Depauli.

IACOUELINE **OYARCE**

(UNIVERSIDAD DE SAN MARCOS, PERÚ)

La radiodifusión en la configuración y reconfiguración identitaria del altiplano peruano. El caso de los aymaras.





