

IV Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición

***Vida*, de revista empresarial a revista de interés general  
Santiago Martínez Delgado, el editor tras su transformación**

Sylvana Silvana Blanco Estrada<sup>1</sup>  
Instituto Caro y Cuervo  
sysi2411@gmail.com  
Colombia

**Resumen:** Este artículo presenta los resultados de una investigación cuyo objetivo es evidenciar los cambios de *Vida* en su transformación de empresarial a revista de variedades, y cómo los diferentes roles desempeñados por el artista Santiago Martínez Delgado repercutieron en dicha transformación. El caso de *Vida* es de interés para comprender cómo una línea editorial se transforma para ampliar su público lector, para responder a circunstancias económicas, sociales y culturales o para competir en un modelo revisteril como el que se estaba estableciendo en Colombia entre 1935 y 1944, momento que marca la primera época de *Vida*.

La base documental de esta investigación es resultado de la revisión de la colección de la revista *Vida* en su primera época, y de una reconstrucción del itinerario intelectual de Martínez Delgado realizada en archivos y hemerotecas colombianos. Las características materiales e inmateriales de *Vida* y otras publicaciones fueron sistematizadas con el fin de definir y analizar el trabajo editorial de Martínez D., quien gracias a su experiencia logra configurar una revista capaz de generar recordación y de convertirse en un referente editorial de su época. Desde su creación, *Vida* tuvo una apuesta revisteril de variedades pero de vanguardia en su presentación editorial.

**Palabras clave:** revista *Vida*; publicaciones seriadas del siglo xx; las revistas como objetos materiales; artista-editor; Santiago Martínez Delgado.

---

<sup>1</sup> Diseñadora visual de la Universidad de Caldas y magíster en Estudios editoriales del Instituto Caro y Cuervo. El presente artículo fue presentado como requisito para optar al título de magíster, y recibió la distinción laureada (nota 5,0). Ha participado, con avances y nuevos enfoques en torno a los objetos de investigación: Santiago Martínez Delgado y la revista *Vida*, en el Seminario de Cultura Impresa en Colombia (2021), en el II Seminario Internacional Rastros Lectores (2020) y en el I Coloquio de la Maestría en Estudios Editoriales (2020).

## Introducción

Este artículo expone los resultados de una investigación enfocada en evidenciar los cambios que presentó *Vida* en su transformación de revista empresarial a una de interés general (o de variedades) durante su primera época, en la que el artista Santiago Martínez Delgado (SMD) fue un activo colaborador. La revista *Vida*, de la Compañía Colombiana de Seguros<sup>2</sup>, circuló entre 1935 y 1956, durante este periodo contó con tres épocas<sup>3</sup>, en las que varió, principalmente, su tamaño (pasó de 27 x 35,5 cm a 12,5 x 16,5 cm).

El caso de *Vida* es de interés en el campo de los estudios editoriales para comprender la manera en la que una línea editorial se transforma para ampliar su público lector, para responder a las circunstancias económicas, sociales y culturales, o para competir en un modelo revisteril como el que se estaba estableciendo en el país entre 1935 y 1944, momento que marca la primera época de la revista.

Esta transformación editorial podría tomarse como el antecedente del modelo que se reprodujo décadas más tarde con *Diners* y *Credencial*, las cuales se crearon como revistas empresariales para un público cerrado afiliado a la empresa, y, pasado un tiempo de circulación, se hicieron públicas.

Si bien *Vida* tuvo un periodo de circulación más amplio, el interés por este radica en que fue la primera época y contó con la colaboración de SMD, un personaje relevante por dedicar gran parte de su vida profesional al oficio editorial desde diferentes procesos: ilustración, diagramación, redacción, edición. Gracias a esto y a su experiencia logra configurar una revista capaz de generar recordación y de convertirse en un referente editorial de su época. Desde su creación, *Vida* tuvo una apuesta revisteril de variedades, pero de vanguardia en su presentación editorial. En la *Enciclopedia del Desarrollo*

---

<sup>2</sup> La Compañía Colombiana de Seguros “Fundada en 1874, fue la primera aseguradora colombiana, título que ostentó durante más de 60 años, ya que era la única compañía de capital privado colombiano. Incluso, hay quienes consideran que fue la primera en América del Sur con capital nacional en competir con compañías inglesas y estadounidenses, sin sede en el país. De hecho, se la conocía como "La Colombiana". Tomado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/colseguros-colonizadora/24804>

<sup>3</sup> La primera, de interés para esta investigación, de 1935 a 1944; la segunda de 1946 a 1954, y la tercera de 1955 a 1956.

*Colombiano, Artes Gráficas*, en el apartado “Establecimientos gráficos del siglo xx”, al describir el trabajo de la editorial PRAG se menciona a SMD:

Prag ha producido siempre trabajos de alta calidad tipográfica y artística como la edición de “Anarkos”, caligrafiada por el maestro Guillermo Valencia y dirigida por Santiago Martínez Delgado. La revista “Vida”, publicación de la Compañía Colombiana de Seguros, dirigida, ilustrada y diagramada por Martínez Delgado. (Higuera, 1973, p. 177)

Si bien SMD hizo parte de una Compañía que patrocinó una revista sin limitaciones económicas, su vasto conocimiento sobre procesos editoriales le permitió proponer una publicación que se destacaba por su materialidad, concepto que para efectos de esta investigación es entendido como “la publicación impresa en sus diferentes formatos (libro, revista, periódico, plegable, etc.) y los elementos gráficos que la componen (tipografía, fotografía, ilustración, impresión, etc.) (Martínez-Villalba, 2020). Su formación le permitió entender procesos de producción, como el comportamiento de las tintas sobre diferentes sustratos, las técnicas de composición y la puesta en página, por lo cual pudo escoger los materiales que más le convenían a la publicación.

La base documental de esta investigación es resultado de la revisión de *Vida* en su primera época, realizada en la hemeroteca de la Biblioteca Luis Ángel Arango (BLAA), donde se encuentra catalogada con el número topográfico para revistas y periódicos: 730; y de la reconstrucción del itinerario intelectual de SMD según la información recogida en la Biblioteca Nacional de Colombia (BCN), en el archivo de la Pontificia Universidad Javeriana y el Archivo Nacional.

Con dicha revisión diseñé cuatro matrices para la sistematización material e inmaterial de la colección, con el fin de definir y analizar cómo el trabajo editorial desarrollado por SMD en la primera época de *Vida* (53 números en total) repercutió en la transformación de la revista y dentro del ámbito cultural y editorial de la época. Tomé como base la *Ficha descriptiva de la estructura del libro en Colombia a partir de 1900*, diseñada por el profesor investigador Ignacio Martínez-Villalba<sup>4</sup>, y la propuesta de Alexandra Pita González y María del Carmen Grillo en su artículo *Una propuesta de análisis para el*

---

<sup>4</sup> Ignacio Martínez-Villalba es profesor de la Maestría en Estudios Editoriales del Instituto Caro y Cuervo, en la que dirige la línea de Materialidad del libro.

*estudio de revistas culturales*. Las últimas plantean tres categorías principales con sus respectivas variables: (i) *Dimensión material: aspectos técnicos*, (ii) *Dimensión material e inmaterial: aspectos de contenido* y (iii) *Dimensión inmaterial: la geografía humana*. Por su parte, Martínez-Villalba plantea la siguiente estructura: Identificación del libro, página legal, soporte, impaginación, tintas, tipografía y encuadernación. Cada una con sus respectivas variables. “Las revistas culturales son, al igual que el libro, un objeto de estudio de múltiples interrogantes que debe ser reconstruido a partir de la relación de sus propios términos, y en este sentido analizamos su materialidad” (Pita González y Grillo, 2015: 3).

Cabe anotar que tanto la ficha como las dimensiones de análisis comparten datos, que son aspectos comunes en todas las publicaciones sin depender de su formato. Para el desarrollo, análisis y sistematización de los datos de *Vida*, tomé variables de ambas propuestas y construí matrices<sup>5</sup> que se acomodan a las necesidades de la publicación estudiada, y que además pueden ser aplicadas a revistas de la primera mitad del siglo xx en Colombia.

El desarrollo de este artículo está estructurado en cuatro apartes: el primero titulado “Santiago Martínez Delgado y el oficio editorial” en el que abordo su itinerario intelectual y artístico; el segundo, “*Vida*, la revista de la Compañía Colombiana de Seguros” donde presento la génesis de la revista como el medio de propaganda del seguro vida; el tercero, “*Vida*, revista de arte y literatura”, en el que expongo la ampliación de su público lector, y el cuarto, “*Vida*, una revista que se transforma”, donde profundizo en los cambios que tuvo, y presento hallazgos que dan cuenta de su relevancia para la época.

### **Santiago Martínez Delgado y el oficio editorial**

En el artículo *La ilusión biográfica*, Pierre Bourdieu (2011) hace especial énfasis en la importancia de exponer a la persona y entender los momentos de su vida que pueden explicar su historia: “una vida es inseparablemente el conjunto de los acontecimientos de

---

<sup>5</sup> Para desarrollar las matrices, primero apliqué la Ficha de Martínez-Villalba a dos números de *Vida*, con eso pude señalar los elementos que sobran y los que faltaban, ya que la Ficha está pensada para libros. Después organicé estos elementos diferenciando sus dimensiones, basándome en la propuesta de Pita González y Grilo. Para el estudio de la colección de una revista resulta más útil una matriz en la que sea posible visualizar la totalidad, no solo porque muchos elementos se comparten y no tienen variaciones, sino porque una visión global permite identificar rápidamente las diferencias.

una existencia individual concebida como una historia y el relato de esa historia” (p. 121). Por esto ampliaré información de la vida de SMD y daré a conocer detalles precisos de su itinerario intelectual, que me permitieron reflexionar sobre sus aportes al ámbito editorial, desde su participación en la primera época de *Vida*.

SMD nació en Bogotá en 1906 y falleció en Cajicá en 1954, hijo de Luis Martínez Silva y Mercedes Delgado Mallarino, una familia capitalina acomodada. Se casó con Leonor Concha, con quien tuvo tres hijos: Santiago<sup>6</sup>, María Eugenia y María Mercedes. Su periodo formativo inició bajo la dirección del pedagogo Martín Restrepo Mejía, luego realizó sus estudios secundarios en el Colegio San Bartolomé, lo que le permitió consolidar la base técnica de su carrera artística de la mano del maestro Roberto Pizano, quien lo apadrinó en su clase de pintura y, más adelante, le ofreció estudios en la Escuela Nacional de Bellas Artes, que realizó entre 1917 y 1924<sup>7</sup>.

SMD incursionó en el ámbito de las publicaciones periódicas: en 1924 colaboró como cronista e ilustrador en el periódico *La Patria* de Cartagena<sup>8</sup>, bajo el seudónimo Sanmardel, y en 1925 fue el encargado de la página literaria del mismo diario. En septiembre de 1928, sus ilustraciones y artículos fueron puestos en las páginas de la revista *El Gráfico*, donde fue nombrado director artístico<sup>9</sup>.

No es necesario hacer su presentación. Los lectores de EL GRÁFICO lo conocen ya por los hermosos cuentos y las ilustraciones y dibujos con que frecuentemente ha colaborado en esta revista. [...] El ingreso de Martínez Delgado a la dirección artística de EL GRÁFICO nos proporciona a la vez un amigo y un colaborador inestimable. (*El Gráfico*, 1928, p. 966)

---

<sup>6</sup> Santiago Martínez Concha es autor de la novela *El llo de la Madonna*, donde, entre otras historias paralelas, narra cómo su padre encontró un original de Rafael de Urbino en Colombia.

<sup>7</sup> Para la fecha de realización de este artículo no se contaba con la información relacionada al periodo exacto de su estadía en esta institución, algunos documentos hacen referencia a que inicia en paralelo con sus clases en el colegio San Bartolomé: “Martínez comenzó a estudiar el arte por la edad 11 según la instrucción del Maestro colombiano Roberto Pizano y seguir a Andrés de Santa María en la Academia de Bellas artes de Bogotá.” Recuperado de: <http://www21.wikipedes.eu/03604395/SantiagoMartinezDelgado>

<sup>8</sup> Martínez Delgado fue diagnosticado con una falla cardíaca y su médico le recomendó trasladarse a la zona costera del país. En la búsqueda de oportunidades laborales decide enviar un cuento a dicho medio, el cual es publicado. Después se reunió con el director y le solicitó un puesto fijo. (Ver: Piñeros, 1974)

<sup>9</sup> Algunos artistas como Santiago exploraron el campo de las artes comerciales, ligadas a los departamentos de propaganda de las empresas o directamente a empresas de publicidad.

Posteriormente, en la Academia de Bellas Artes de Chicago, se formó e “hizo cursos graduales de dibujo, composición, técnicas principales de pintura y programas especiales de talla y grabado. También puso énfasis en la decoración y en las artes publicitarias” (Piñeros, 1974, p. 30). Allí conoció al famoso arquitecto Frank Lloyd Wright, y a la artista Ruth Van Sickle Ford, quienes influenciaron su carrera como ilustrador y muralista. En esta academia, Santiago pudo explorar y perfeccionar su técnica, además tuvo la posibilidad de participar en importantes eventos en los cuales recibió reconocimientos que lo cultivaron como un excelente profesional<sup>10</sup>. Cabe mencionar algunos de ellos: en 1929 ganó el primer premio por "La mejor ilustración de anuncio", de la Federación Estadounidense de Artistas Comerciales; ese mismo año fue ganador del concurso de la Latham Foundation y obtuvo el segundo premio en el concurso de interpretación de cuadros célebres de The Chicago Tribune; en 1933, en la exposición de Chicago, participó con el mural *La evolución cultural en Colombia*, por el que recibió la medalla de honor del Premio Logan.

Algunos investigadores aseguran que realizó trabajos por encargo para la revista *Esquire*, pero tras mi revisión<sup>11</sup> no logré encontrar ningún rastro de esto. Trabajó con el arquitecto Frank Lloyd Wright en Casa Taliesin<sup>12</sup>, el interés principal del estudiante por su maestro era aprender el rol decorativo en la contemporánea arquitectura funcional. Estar en

---

<sup>10</sup> Hugh M. Newman, director de la academia, en el discurso de graduación: «Sus compañeras y compañeros, señor Martínez Delgado, lo ven alejarse con pena de esta Academia, donde deja usted una huella de consagración, de noble empeño, de singulares talentos artísticos y energía. Fue usted nuestro mejor alumno en estos últimos años, lo cual hace honor a su país y acrecentará también el prestigio de la academia. No podemos olvidar que el año pasado logró usted para nuestro Instituto uno de los doce primeros premios, en el concurso nacional para el mejor aviso del año que abrió la Federación de Artistas Comerciales de los Estados Unidos, así como el segundo premio en el concurso de interpretación de cuadros célebres de “The Chicago Tribune”. Se lleva usted nuestro aprecio y nuestros votos para una brillante carrera.» (Piñeros, 1974, pp. 30-31)

En diferentes documentos que mencionan a SMD se afirma su participación en la revista *Esquire*, ninguno de ellos aclara un número de publicación o año aproximado. Como ejercicio para este artículo hice la revisión de los número publicados desde 1933 (año de inicio de *Esquire*) hasta julio de 1938 y no encontré ningún tipo de colaboración. Hice la revisión del archivo digital que está disponible bajo suscripción en la página: *Esquire classic* <https://classic.esquire.com>

<sup>11</sup> En diferentes documentos que mencionan a SMD se afirma su participación en la revista *Esquire*, ninguno de ellos aclara un número de publicación o año aproximado. Como ejercicio para este artículo hice la revisión de los número publicados desde 1933 (año de inicio de *Esquire*) hasta julio de 1938 y no encontré ningún tipo de colaboración. Hice la revisión del archivo digital que está disponible bajo suscripción en la página: *Esquire classic* <https://classic.esquire.com>

<sup>12</sup> Vivienda y taller de Frank Lloyd Wright en Wisconsin, Estados Unidos.

Chicago en los primeros años de la década de 1930 le permitió apreciar directamente el carácter de la arquitectura contemporánea y el Art Déco<sup>13</sup>: Chicago era una ciudad insignia, un ejemplo de progreso, todo lo que buscaba su país natal, como lo demuestran las políticas diplomáticas de la época<sup>14</sup>. “Se dice que Wright admiraba la tenacidad de Martínez en las Artes Decorativas. Wright reconoce a Martínez como el inventor del Tropical Déco; ya que sus vitrales mostraban un sentimiento tropical con el estilo del Art Déco contemporáneo.”<sup>15</sup>

La inspiración e influencia en su obra pudo cultivarse gracias al entorno y las relaciones con las que convivió, esto se vio más adelante cuando trabajó en el campo editorial como ilustrador de cubiertas de libros y en revistas como *Vida*, *Pan* y *El Gráfico*.

Tras su regreso a Colombia, SMD colaboró por casi dos décadas con la revista *Vida*. Desde el n.º 1, publicado en noviembre de 1935, hasta el n.º 53, de mayo de 1944, se pueden apreciar las ilustraciones y textos que el artista realizó; posteriormente, en la segunda época de *Vida*, SMD apoya con ilustraciones para portadas e internas, pero sin ser parte del Departamento de Propaganda de la Compañía. Tarcisio Higuera (1970) en su libro *La Imprenta en Colombia*, destaca la labor del artista y la importancia de sus decisiones dentro de la revista:

[*Vida*] la revista que comentamos tuvo un verdadero *genio* al frente de su realización artística, y la empresa la patrocinó sin vacilar en suministrarle todo, lo que contribuyó a hacer de ella un vehículo nobilísimo de difusión colombianista que no tiene par en la historia cultural del país. || Santiago Martínez Delgado fue un *genio*: culto, estudioso, historiador y, por sobretodo, un artista. (p. 280)

Solo basta con pasar un par de hojas de algunos números de *Vida* para entender y corroborar las palabras de Higuera: en la publicación se ve la experimentación gráfica que proporciona el artista; el dominio de las herramientas le permitía explorar nuevas formas de componer las páginas, el manejo de columnas en diagonales, ilustraciones que son

---

<sup>13</sup> También conocido como Arte decorativo, este movimiento artístico se popularizó en 1920. Caracterizado por el uso de ornamentos, líneas duras y formas sólidas afines a la monumentalidad.

<sup>14</sup> Después de la Primera Guerra Mundial, la política diplomática de Colombia estuvo marcada por la tendencia Respice Pollum (Mirar al polo), que indicaba centrar las relaciones internacionales con Estados Unidos, pues se estaba configurando como una nueva potencia mundial. Lo contrario a esta tendencia es Respice Similia (Mirar a los similares), que centraba las relaciones en los vecinos que tenían un desarrollo parecido al colombiano.

<sup>15</sup> Traducción propia, recuperado de: <https://digitalconsciousness.com/artists/SantiagoMartinezDelgado/>

tratamientos gráficos de contenidos y no solo elementos decorativos, yuxtaposición de elementos como planos de color y tipografías; manejo de tintas especiales como las metalizadas, y diferentes materiales en sus páginas internas.

Su experiencia no se quedó solo en las páginas de las publicaciones que dirigió y en las que colaboró, también compartió sus conocimientos con diferentes instituciones educativas del país, como la Escuela de Arte y Decoración de la Universidad Javeriana y la Escuela Nacional de Bellas Artes. En 1942, la Universidad Javeriana abrió el curso de Arte y Decoración, de las Facultades Femeninas, con un total de 15 estudiantes, bajo la dirección de SMD, cargo que desempeñó hasta 1948<sup>16</sup> aproximadamente, “mediante un programa estudiado con el mayor detenimiento (y basado en el maravillosamente experimentado de la Academia de Bellas Artes de Chicago)” (Pontificia Universidad Católica Javeriana, 1952). Fue además el encargado de las clases Estilos, Interiores, Arte Comercial y Escenografía.

Con respecto a su paso por la Escuela de Bellas Artes, hay artículos que aseguran su dirección, incluso una nota de *El Tiempo*, tras su fallecimiento, señala: “Cuando regresó al país fue nombrado director de la Escuela de Bellas Artes, dirección que ejecutó por un periodo de dos años”. Pero en el archivo de la Universidad Nacional de Colombia no tienen constancia de algún documento que lo compruebe<sup>17</sup>.

Otra de las grandes facetas que tuvo SMD fue la de muralista, sus obras en este campo fueron expuestas en Colombia y en el exterior. La mayoría de sus trabajos se llevaron a cabo por encargo de entidades privadas o públicas. A nivel nacional, una de sus mejores obras fue la realizada en 1947, en el Salón Elíptico del Capitolio Nacional

---

<sup>16</sup> El sucesor de Santiago Martínez Delgado fue Carlos Ortega Merizalde, el mismo que en 1948 fue nombrado subdirector del curso de Arte y Decoración, al momento de escribir este artículo no he encontrado información exacta sobre el año de salida de Martínez D. o de inicio de Ortega, pero mediante una carta del 21 de febrero de 1948 dirigida a Martínez Delgado, y firmada por el entonces rector de la Universidad Javeriana, Félix Restrepo, S. J., este último le dice: “Muy estimado D. Santiago: Muy agradecido estoy con Ud. por haber hecho el sacrificio de seguir dirigiendo nuestro curso de Arte y Decoración que bajo su experta dirección ha llegado a tan alto prestigio en todos los círculos sociales de la capital. [...] pero como comprendo que estando Ud. tan ocupado es imposible que atienda a los detalles del curso, me parece que es conveniente nombrar un subdirector al cual pueda Ud. dar las instrucciones del caso para que él las ejecute”.

<sup>17</sup> En un artículo de Jairo Bermúdez, publicado en la Revista KEPES, el autor menciona a Santiago Martínez como egresado y profesor de la institución, además referencia documentos y correspondencia que reposa en el Archivo de la Facultad de Artes (Ver Bermúdez, 2015). Me comuniqué con Gabriel Escalante, coordinador del servicio de consulta del Archivo Histórico de la Universidad Nacional, quien me dijo que Martínez Delgado no aparece documentado como director del plantel y que la codificación que menciona Bermúdez en su artículo tuvo una actualización, por lo mismo no es posible saber dónde quedaron esos documentos.



(Bogotá). Su talento fue reconocido por grandes muralistas, como lo demuestra la siguiente cita sobre su trabajo en la Exposición Universal de Chicago:

Diego Rivera, quien estaba en Nueva York pintando la entrada de la plaza Rockefeller, visitó Chicago durante la feria y dijo: "Este mural es una obra maestra del arte contemporáneo". Rockefeller consideró que el Maestro Martínez Delgado terminara el mural de Rivera, debido al escándalo causado por la inclusión de Lenin, pero el Maestro Martínez Delgado no pudo hacerlo por razones desconocidas hoy.<sup>18</sup>

A grandes rasgos, los párrafos anteriores resumen los proyectos en los que estuvo involucrado el artista. Para explicar el oficio editorial desempeñado por SMD y entender cómo su trabajo repercutió en la transformación de *Vida*, partí de las definiciones planteadas por dos autores: “Los editores son supervisores de un proceso que da por resultado productos culturales que entran en el ámbito público [...] son gestores, coordinadores o catalizadores”, Bhaskar (2014, p. 34); “La curaduría tiene que ver con la selección. Pero también con el acomodo, la refinación, la simplificación y la contextualización” Bhaskar (2017, p. 102) y la posición del editor al “situarse del lado de las actividades intelectuales y artísticas” Chartier (1993, p. 32). Así pues, el oficio editor de SMD se enmarca en lo anterior: filtraba o curaba el contenido y era un mediador entre su publicación y su público. Además, el cuidado y sensibilidad por el arte lo involucraron en diferentes procesos más técnicos, que enriquecieron la publicación a nivel material, convirtiéndola en un referente editorial de la época.

### ***Vida*, la revista de la Compañía Colombiana de Seguros**

*Vida* no fue la primera publicación de la Compañía, antes editó la revista *Seguros*<sup>19</sup>, dirigida a sus agentes; su formato era más parecido al de un periódico que al de una revista, tanto en su diagramación como en el papel en el que era impresa, y, a diferencia de *Vida*, sus primeros números no eran ilustrados. Después puede verse que tuvo grandes cambios a nivel gráfico, pero para los objetivos y alcance de este artículo no es necesario ahondar más en esta publicación. En los número 6 y 7 de *Seguros* (mayo y junio, 1935), se informó del

---

<sup>18</sup> Traducción propia, recuperado de: <https://digitalconsciousness.com/artists/SantiagoMartinezDelgado/>

<sup>19</sup> El primer número de *Seguros*, fue publicado en octubre de 1934, un año antes del primer número de *Vida*.

lanzamiento de la revista *Vida*, y que su función era llegar a los hogares susceptibles de asegurarse, también se dio cuenta sobre su registro ante el Ministerio de Gobierno y se compartieron las expectativas de algunos agentes frente a la nueva publicación.

A diferencia de muchas revistas, *Vida* no surgió como iniciativa de un grupo de intelectuales, sino como la extensión de un servicio empresarial, en este caso el medio de propaganda del Seguro de Vida. Se creó con la intención de llegar a los hogares colombianos y difundir los beneficios de asegurarse, como se expone en el editorial de su primer número:

la revista en cuyas páginas el niño encontrará su pasatiempo, la mujer su página de modas y de costuras, el fabricante la resolución de sus problemas de seguros, el obrero la explicación de la póliza que ampara y protege su vida, el legislador una guía para apreciar los beneficios del seguro y los colombianos en su conjunto, la información precisa de los fines sociales que cumplen la Compañía Colombiana de Seguros y la Compañía Colombiana de Seguros de Vida. (*Vida*, 1935, p. 1)

Según las categorías planteadas desde su génesis, los temas que se encontraban en *Vida*<sup>20</sup> eran: para el niño, pasatiempos que incluían adivinanzas, juegos de lógica, cuentos y dibujos para colorear. En ningún número superaba una página y la solución a los problemas venían en el número siguiente. Esta página se presentó con diferentes encabezados como: “En el reino de los niños”, “Para los niños”, “Variedades”, entre otros. “El niño ha acabado de salir de su casa. Se acuerda haber olvidado un paquetico. Mientras su perro vuelve a la casa para traerlo el niño atraviesa el laberinto. Pero, ahora el perro se encuentra delante del obstáculo, cómo hará para atravesarlo?”<sup>21</sup> (*Vida*, 1935: 17)

Las actividades que se presentaban en las páginas infantiles también tenían la intención de ayudar a las madres en la crianza, a través de tareas para realizar bajo su supervisión o consejos para el cuidado de sus hijos. Esto estaba ligado a la concepción de maternidad y crianza de la época.

Para la mujer contenía páginas de costura, decoración, recetas, referentes de moda, sociales, estrellas de Hollywood y algo que he denominado exposición de niños y señoritas

---

<sup>20</sup>

<sup>21</sup> Las citas de la revista *Vida* han sido transcritas fielmente, los errores corresponden al original, siendo el más común la no apertura de signos de interrogación y admiración.

<sup>22</sup>. “LA MODA AL DÍA (HOLLYWOOD). *Bette Davis*, la encantadora estrella de cine, exhibe hoy un traje de etiqueta estricta en crepé acordonado, [...] lleva cortes cónicos hacia los hombros, lo cual le dá el efecto de una bufanda.” (*Vida*, 1935: 10)

Los temas tratados en estas páginas estaban relacionados con la idea de mujer que se tenía en la época: mostrarse educada, refinada, saber comportarse en sociedad y en casa, poder liderar el espacio doméstico.

Para el fabricante y el legislador cada número presentaba una serie de artículos sobre el seguro de vida y las funciones de los diferentes seguros que ofrecía la Compañía.

Armenia [...] sufrió la arremetida feroz del monstruo del fuego. [...] Gracias a la previsión de los directores de los negocios públicos del Municipio de Armenia, dentro de pocos días se levantará airoso sobre los escombros el nuevo edificio de la plaza de mercado. La pujanza y laboriosidad de sus hombres sabrán sacarla adelante y sobreponerse a la pena. (*Vida*, 1935, p. 6)

Notas de estas características ilustraban las desventajas de no poseer un seguro y los beneficios que recibían los asegurados. También se presentaban artículos con lenguaje técnico y especializado que tenían como propósito entregar información actualizada del sector, en muchas ocasiones acompañadas de citas de figuras internacionales como expresidentes de Estados Unidos.

Así mismo, el obrero y los colombianos podían conocer las ventajas que les ofrecía el seguro de vida, principalmente, a través de los anuncios publicitarios y publireportajes.

Un hogar sin una póliza de Seguro de Vida que lo ampare. En estos tiempos en que la fortuna desaparece de un día a otro; en que el maquinismo y la tensión nerviosa diariamente agotan y acaban vidas; en que hoy hay trabajo y mañana no, y en que las Compañías de Seguros han llegado al límite de las facilidades, concesiones, privilegios y garantías para extender sus benéficos servicios a todos los hogares del país no puede concebirse, ni puede justificarse tamaño descuido. Por pobre que sea un hombre, puede pagar su Seguro de Vida; sólo tienen excusa para no cumplir con este deber, los infelices de la tierra que son los que no tienen un sér al cual quieran o del cual sean querido. (*Vida*, 1935, p. 5)

---

<sup>22</sup> Con exposición de niños, me refiero a unas páginas en las que se encuentran fotos de niños y niñas con sus respectivos nombres acompañado de un título como “Tesoros del hogar” y en el caso de la exposición de señoritas se presenta igual pero se titula “Bellezas...” Santandereanas, Caldenses, según su ciudad de procedencia.

Este tipo de publicidad fue la manera de comunicar a posibles clientes los beneficios de asegurarse y las facilidades para acceder a los diferentes servicios de la Compañía. La gráfica que los acompañaba eran escenas cotidianas, generalmente, al interior del hogar.

La publicidad sobre seguros se encontraba en las páginas internas y en la cubierta.

El Seguro de Vida. Sostiene a millones de viudas. Da alojamiento, alimento y vestido a millones de huérfanos. Cuida de millones de ancianos y ancianas que pusieron en él su confianza cuando jóvenes. Ayuda a millones de hombres y de mujeres a emprender negocios y prosperar en ellos. Ha educado a millares de niños y niñas. Ha pagado millones de hipotecas. Ha cerrado las puertas de los asilos. Ha librado del deshonor a millares de mujeres. Ha robado a la tumba su amargura. Ha dado alegría por pena, y bienestar por miseria. Ha levantado a la sociedad más que cualquier otra fuerza. (*Vida*, 1935, p. 5)

La contraportada y las guardas<sup>23</sup> eran espacios reservados a promocionar los servicios de la Compañía (seguros de educación, incendio, transportes y vida) o sus ideales y progresos. Salvo tres excepciones en la contraportada no se publicó información de la compañía sino de empresas externas: dos tabacaleras y una litografía.

La portada fue el espacio de presentación, a través de ilustraciones, fotografías y arte expresó su alcance y visión: imágenes de madres e hijos; de señoritas y doñas de sociedad; lugares, fauna y flora de Colombia; representaciones de próceres y héroes de la patria; obreros y hombres fuertes; la industria y el progreso, y el arte nacional. En la contraportada y las guardas se reforzaba la idea del cuidado. De esto concluyo que la cubierta de la revista *Vida* estaba designada exclusivamente –salvo las excepciones enumeradas en el párrafo anterior– a temas de la Compañía, y que cada una de sus partes tenía un objetivo común: mostrar los ideales de la Compañía y los objetivos de su revista: “Servir más y servir mejor”<sup>24</sup> y llegar a su público a través de temas como: el cuidado, el progreso, la difusión de arte y literatura.

La revista VIDA es de los colombianos y para los colombianos: todo asunto de trascendencia en el campo social, artístico o literario, científico o industrial, será acogido y divulgado en sus páginas, al margen de toda polémica y controversia, con el único propósito de SERVIR MÁS Y DE SERVIR MEJOR. (*Vida*, 1939, guarda 1)

---

<sup>23</sup> La guarda 1 es la que se encuentra en el reverso de la portada y la guarda 2, en el reverso de la contraportada.

<sup>24</sup> El lema de «Vida» será el mismo de la Colombiana de Seguros: «Servir más y servir mejor». Tomado del editorial del n.º 1 de la revista *Vida*.

En sus inicios, *Vida* no contó con secciones, pero sí con temas recurrentes, como los ya mencionados. Los relacionados con la Compañía Colombiana de Seguros se presentaban generalmente como publireportajes, es decir, en apariencia son artículos periodísticos, pero su intención es describir aspectos o servicios empresariales; también era común encontrar artículos tomados de publicaciones extranjeras como: *The Spectator*, *Sun Life Assurance Company of Canada*, *Pan-American Magazine*, *Life*, *Nation Business Magazine*, *El esfuerzo* de México, *El Asegurador* de Buenos Aires. Cabe aclarar que todos los artículos de *Vida* se publicaron en español y se nombraba al traductor. Aunque este tipo de artículos no desaparecen en lo que concierne a esta primera época, sí disminuyeron y aumentaron los anuncios publicitarios. El porcentaje de artículos sobre la Compañía en cada número es del 23 %, incluyendo publicidad.

Los temas dirigidos a la mujer me causan especial interés, pues reflejan cambios en la línea editorial de la revista y en el lector: la mujer que leía los primeros números de *Vida* estaba dedicada al hogar, al cuidado del niño y de la familia, más adelante, empezó a interesarse por otros aspectos, por ejemplo su cuidado personal. Algunos casos específicos sirven para dar claridad: las “Labores de costura” que iban del n.º 2 al n.º 34 eran inicialmente herramientas para resaltar los modales, algunas presentaban instrucciones y uso adecuado de los tejidos: para la habitación del niño, para el centro de mesa, para tomar el té; después, esta misma página dejó las instrucciones y empezó a mostrarse como un estilo de vida, donde a través de historias contaba la experiencia de “jovencillas tejedoras” que hacían de este oficio una actividad de tiempo libre; finalmente esta página desapareció.

Las amables lectoras podrán darse cuenta del maravilloso efecto que produce este bellissimo mantel, en las comidas donde el ambiente dominante es el lujo y la etiqueta. (Botero, 1936, p. 20)

La chicuela que es Julia o Beatriz [...] Abrió costurero, ensartó la aguja, tomó las tijeras [...] y se puso en la dulce labor, con los grandes ojos en trance sentimental. Y la chicuela fue bordando y fue tejiendo y a poco de andar, de media yarda de tela sacó el jueguito de cuellos y puños. (*Vida*, 1939, p. 47)

Otro ejemplo es la página de moda, que mostraba la forma adecuada de vestirse presentando el “vestido nacional” y los referentes en “Cómo visten las estrellas”; si bien al principio se vestía para agradar, después la moda se volvió funcional, y pasó a ser

tendencia: mostraba lo que estaba de moda en Europa, especialmente en Francia. Esta página fue casi ininterrumpida hasta el n.º 35.

Nuestro artista ha creado este bellissimo modelo de vestido para calle, donde resaltan la gracia de la línea, la bella combinación del saco y de la falda, una sencillez única y una elegancia sin igual. (*Vida*, 1936: 15)

Toda mujer consciente de la moda sabe que los vestidos modernos llevan delicados detalles y feminidad halagüeña. Los diseños McCall le dan a la mujer la oportunidad de seguir a la moda con elegancia individual. (*Vida*, 1937, p. 30)

Para aquellos que profesionalmente no se interesen en las modas, la influencia de la guerra en los vestidos femeninos se resuelve en manifestaciones como estas: botones bronceados, charreteras, galones dorados, cucardas, brocados y atavíos similares. (*Vida*, 1939, p. 46)

Un conjunto que le va bien en una mañana de sol, cuando va la chiquilla de compras; cuando va para el campo o cuando va presurosa al trabajo. (*Vida*, 1940, p. 41)

Tanto el caso del tejido como el de la moda son muestras de cómo los temas se transforman y se adaptan a los intereses y tendencias del momento.

En el n.º 30 de *Vida* (marzo, 1940) aparecieron los primeros anuncios de publicidad externa, que llegaron para quedarse en las páginas de los siguientes 23 números. Los pioneros fueron Big Ben y Cueros, el primero relojes despertadores y el segundo marroquinería, aunque en el texto no refiere que fueran productos masculinos, su gráfica apelaba al hombre como usuario. En el siguiente número, nuevas marcas se promocionaron: Parker (plumas), Lantik (cosméticos), ahora la publicidad también se dirigía a la mujer. Y con el paso de las páginas y los números vimos incursionar marcas como: Tropical Oil Company (petróleo), Max Factor (cosméticos), Bourjois (perfumes), Tangee (cosméticos), Pielroja (cigarrillos), entre otros, como almacenes locales y productos de higiene. Es de admirar el trabajo editorial de la revista, aunque cada vez incluía más pauta publicitaria, esta no interrumpía la lectura.

Lo anterior da cuenta de la transformación que iba teniendo la revista y su público lector: lo personal tomaban fuerza frente a lo colectivo, esto tenía que ver con ilustrarse y con pensar que el lector podía consumir otros bienes más allá de los seguros. La literatura y el arte empezaron a ocupar más páginas. Se leía para conocer, no para enseñar.

*Vida* como revista empresarial fue desde el n.º 1 al n.º 38 (noviembre, 1935 - agosto, 1941), aunque en el n.º 28 (diciembre, 1939) ya empiezan a desdibujarse los temas

familiares, aparece publicidad externa, los temas sobre seguros dejan de ser publireportajes y se ofrecen más como anuncios publicitarios. *Vida* presentó un subtítulo en la que se denominaba *revista de arte y literatura*, aunque sí incluyó más artículos de este tipo, *Vida* se configuraba y encajaba más en la categoría de revista de variedades, ya que no se abandonaron temas de moda, humor, farándula, belleza, lugares, etc.

*Vida* no fue la única revista editada en Bogotá que abordó estos temas durante este periodo. Cuando empezó *Vida* ya existía *Cromos Revista Semanal Ilustrada* (*Cromos*), que circula actualmente; y el *Semanario Gráfico Ilustrado Estampa* (*Estampa*) se publicó por primera vez en 1938 y su último número en 1966. Los tres modelos eran diferentes. Hice una comparación de algunos detalles que aportan a este artículo. Las portadas de *Vida*, *Cromos* y *Estampa* dejaban todo el protagonismo a lo visual, tenían una gran imagen principal (tipo afiche), el cabezote respectivo y no incluían sumario. Las cubiertas de *Cromos* y *Vida* eran en policromía, las de *Estampa*, a una sola tinta; en las tres revistas, la contraportada se reservaba como espacio publicitario. *Cromos* y *Estampa* imprimían sus internas a una tinta, y *Vida*, a color; todas las revistas, la mayor parte de las veces, sobre papeles satinados. En cuanto a los recursos gráficos, *Cromos* y *Estampa* incluían principalmente fotografías, *Vida* destacaba por sus ilustraciones.

La principal cercanía entre estas tres revistas está en sus temas: todas cuentan con una sección de costura: “Labores”, a cargo de Soledad Botero v. de Mejía, en *Vida*; “Labores femeninas”, por Virginia, y “Sección de Tejidos”, por Colette, en *Estampa*, y “Tejidos”, a cargo de M. S., en *Cromos*. Todas se cuestionaron sobre el papel de la mujer en el ámbito social: “Mujeres que trabajan: El instituto de radio”, *Estampa* n.º 11 (febrero 4, 1939); “Las mujeres quieren votar”, *Estampa* n.º 17 (marzo 18, 1939); “¿Debe la mujer estudiar una carrera?”, *Cromos* n.º 1.208 (febrero 3, 1940); “Puede y debe la mujer ser profesional?” *Vida* n.º 43 (marzo-abril, 1942); “¿Conviene a la mujer ilustrarse?”, *Vida* n.º 53 (mayo, 1944). *Vida* y *Cromos* publicaban una página infantil, *Estampa*, un suplemento. Las tres contaban con una página dedicada a las estrellas de Hollywood, *Vida* tenía una corresponsal:

Nuestra corresponsal en Hollywood, Doña Rubi Gutiérrez Marvin, ha sabido poner en alto una vez más el nombre de nuestra Revista “VIDA”.

Doña Rubi Gutiérrez Marvín fue proclamada en el mes de diciembre como “Crítico N° 1” por la gran revista cinematográfica “The Hollywood Reporter”. (*Vida*, 1940, p. 40)

La página dirigida por Doña Rubi Gutiérrez contenía fotografías de actrices y actores generalmente dedicadas a los lectores de *Vida*, siempre acompañadas de notas de actualidad hollywoodense.

En las páginas de *Vida*, *Estampa* y *Cromos* circularon especiales que destacaban una ciudad o municipio de Colombia, y en algunas ocasiones, ciudades extranjeras; durante el periodo de guerra informaron a sus lectores sobre los avances a nivel mundial; contaron con publicidad externa; la mujer era su principal lector y a ella le dedicaron páginas de moda, de consejos de belleza y de cocina; destinaron páginas completas a mostrar fotos de niños y señoritas de diferentes lugares del país, también páginas sociales con importantes eventos y matrimonios que se realizaban principalmente en Bogotá. Pero no solo trataban estos temas propios de revistas de variedades, la literatura y el arte resaltaron con artículos y textos de importantes intelectuales nacionales e internacionales.

Es necesario nombrar algunos colaboradores recurrentes de *Vida*, quienes eran reconocidos personajes del ámbito cultural y que publicaban, también, en otros medios del país: el poeta Guillermo Valencia, el científico Luis López de Mesa, el escritor Joaquín Piñeros Corpas, el escritor Jorge Zalamea (Director de *Estampa*), el escritor Efe Gómez, el periodista José Joaquín Jiménez (Ximénez), el periodista Hernando Téllez. En esta época era común que los escritores publicaran en medios de diferentes temáticas.

### ***Vida*, revista de arte y literatura**

Como dije anteriormente, los primeros números de *Vida* evidencian su intención por promocionar los servicios y beneficios de la Compañía, esta primera época presentó transformaciones en su línea editorial: el seguro pasó a ser un tema publicitario y se amplió la cantidad de temas de interés general: salud, bienestar, moda, entrevistas, difusión de arte, literatura. Es así como la revista empieza a abrirse a un público más amplio y no solo es el canal entre una empresa y su cliente.



En sus inicios, *Vida* circuló de manera gratuita entre los asegurados, posteriormente cambió a un modelo por suscripción, pues su público se amplió. En su n.º 28 (diciembre, 1939), la revista presentó una tabla con los valores para los no asegurados (*Vida*, 1939), que incluía los diferentes tipos de suscripción: semestral, anual o número suelto; y en la guarda 1, del mismo número, comunicó:

El interés del público de dentro y fuera del País y el inmenso número de solicitudes, ha determinado a la Compañía Colombiana de Seguros a poner la revista VIDA al alcance de todas las gentes. Así, pues, toda persona no asegurada tendrá derecho a obtenerla por suscripción, así: anual, \$ 3.00; semestral, \$ 1.70; número suelto, \$ 0.30 el ejemplar. (*Vida*, 1939, guarda 1)

Durante el periodo de circulación de *Vida*, el costo de las revistas *Cromos* y *Estampa* era de \$ 0.20 número suelto, \$ 0.10 menos respecto a *Vida*. Para 1950, *Cromos* ya costaba \$ 0.30, y una libra de carne pulpa, \$ 0.50; en 1991 *Cromos*, \$ 1.100 y la carne, \$ 800 (Castellanos, 1991); en 2020 cuesta \$ 8.900 y una libra de carne, \$ 8.600, la relación sigue siendo la misma. Esta comparación me permitió reflexionar sobre el lector, sobre su capacidad económica: debía tener sus necesidades básicas cubiertas y poder adquisitivo suficiente, no solo para comprar la publicación, sino también los productos que en ella se promocionaban.

En esta época, *Vida* dialogaba con un público más amplio: a diferencia del núcleo familiar y del hombre como empresario, definidos en el editorial del n.º 1 de su primera época, la revista aclaró que si bien esposa, hija y padre de familia no perderían sus páginas instructivas, el intelectual, el industrial, el artista y el hombre de negocios encontrarían notas de trascendencia (*Vida*, 1939). La ampliación del público hizo que *Vida* pasara de imprimir 5.000 ejemplares a imprimir 17.000 y podían conseguirse en las Agencias de la Compañía<sup>25</sup>.

Es importante mencionar que no solo se publicaron intelectuales nacionales, sino también traducciones, cuentos, poesía y artículos de reconocidos escritores, que refuerzan

---

<sup>25</sup> Para el año de 1934 la Compañía Colombiana de Seguros contaba con 97 Agencias ubicadas en diferentes municipios del país, puede verse la lista en el libro *60 aniversario de la Compañía Colombiana de Seguros: 1874-1934*, publicado por el Departamento de propaganda de la Compañía. En un anuncio publicado en el n.º 1 de *Vida* (noviembre, 1935) página 17: “120 Agencias distribuyen gratuitamente a “Vida” por todo el país. La edición es de 5.000 ejemplares”.

el interés de la revista por la difusión de la literatura: Rabindranath Tagore, Gabriela Mistral, Oscar Wilde, Charles Dickens, Hans Christian Andersen, Giovanni Papini, Juan Ramón Jiménez, Paul Géraudy, Rainer Maria Rilke, Rubén Darío, Juana de Ibarbourou; y una gran difusión de arte, que incluye artistas nacionales y extranjeros, entre ellos: Roberto Pizano, Ricardo Gómez Campuzano, Luis Alberto Acuña Tapias, Coriolano Leudo Obando, Ignacio Gómez Jaramillo, Luis B. Ramos, Sergio Trujillo Magnenat, Rafael Tavera, Pablo Rubens, Luis Morales “El Divino”.

### ***Vida*, una revista que se transforma**

Cito el editorial del primer número de la tercera época de *Vida*, para después hablar de los cambios que la revista presentó en el periodo estudiado, que encontré gracias al análisis y sistematización de la colección.

la aparición de nuestra Revista, que a ejemplo de la Empresa que sirve, ha sabido aunar la tradición a la evolución que exigen las circunstancias cambiantes de ambiente y de progreso. La primera etapa de VIDA, que todos recuerdan con admiración, se debió a la pericia artística de Santiago Martínez Delgado, que supo comunicarle su decidida vocación por las artes plásticas, y correspondió a un gusto y a un estilo, que abrió nuevos caminos a este género de publicaciones en Colombia. (*Vida*, n.º1, 1955)

En el desarrollo del artículo he expuesto algunos cambios que presentó la publicación en su paso de revista empresarial a revista de variedades. Pero en este punto he decidido ampliar y entrar en detalle, no solo mencionando los hallazgos que recogí tras la sistematización, sino también comentarios que encontré sobre la revista en otros medios.

*Vida* tuvo diferentes cambios en su primera época, y con esto no me refiero únicamente a los que intencionalmente propuso la publicación, también, de aquellos ajenos a la Compañía. Finalizando su primera época, la revista vivió dificultades a causa de la Segunda Guerra Mundial, ya que las tintas y papeles que *Vida* usaba en su producción eran importados de Alemania e Inglaterra, respectivamente, y tras agotarse, la publicación debió usar otros materiales para poder cumplir con las fechas (*Vida*, n.º 48, 1943). Desde el n.º 48 hasta el último de la primera época, *Vida* no se imprimió como acostumbraba, se presentó con otros papeles, algunos tipo periódico, otros con diferentes papeles en un mismo

número. En unas notas tituladas “Informamos a usted que” la revista mantuvo a sus lectores al tanto de esta y otras situaciones relacionadas con la revista.

Pedimos excusas a los lectores de VIDA por tener que presentarles este número de la revista en un papel inferior al acostumbrado. Las dificultades que la guerra impone para la importación de muchos productos son la causa de este involuntario y momentáneo cambio. Hemos considerado que debíamos cumplir con el ofrecimiento hecho al público de continuar enviándole la revista aunque fuesen casi invencibles los obstáculos que se nos presentaren para editarla, y, por eso, este número y quizás algunos de los siguientes, se publicarán en papel distinto al que siempre ha usado VIDA.

Por esperar hasta último momento la posible llegada del pedido de papel que se había hecho con grande anticipación al exterior, este número de VIDA no aparece exactamente en la fecha acostumbrada, sino con un pequeño retardo. Prometemos a los lectores continuar, en adelante, con la periodicidad exacta que habíamos impuesto a nuestra publicación. (*Vida*, 1943, p. 16)

*Vida* no pudo cumplir con la periodicidad habitual<sup>26</sup>, si bien, siendo una revista mensual, en años anteriores no se presentó cada mes, sí lo hacía mínimo cada dos meses, en esta ocasión pasaron 6 meses entre el n.º 48 y el 49 (enero-febrero y septiembre-octubre, 1943), y esta vez el papel era tipo periódico.

Este número de la Revista Vida lo publicamos sin que hubiese llegado el papel solicitado al exterior para continuar la edición de nuestro órgano. Hemos hecho, pues, un esfuerzo especialísimo para obtener en plaza el papel que estamos empleando y que desventuradamente nos alcanza sólo para la presente edición. Tenemos la esperanza de que muy pronto recibamos el material solicitado hace ya tanto tiempo y con él nos sea posible continuar enviando a nuestra fiel clientela la revista; pero como se comprenderá, no estamos en capacidad de hacer promesa alguna al respecto, ya que todo depende de una circunstancia que escapa a nuestro control. (*Vida*, 1943, p. 8)

El n.º 50 de *Vida* (diciembre, 1943), se imprimió con el papel habitual, quizás la Compañía contaba con una reserva y la usaron por tratarse de la edición de navidad que siempre fue un número especial. Los siguientes tres números volvieron a usar papel periódico para su impresión.

Con este número se inicia la serie mensual de nuestra revista. En adelante, su aparición será el primer día de cada mes [...]. Nuestros lectores apreciarán debidamente el esfuerzo que significa esta nueva periodicidad de VIDA, revista que aspira servir, con su variado contenido literario y artístico. (*Vida*, 1944, p. 32)

---

<sup>26</sup> La publicación se presentó como una revista mensual hasta 1941, pero tuvo intermitencias con la entrega de sus números, así: 1935: 1, 1936: 8, 1937: 6, 1938: 7, 1939: 6, 1940: 7 y 1941: 6. En 1942 cambió a bimestral, y solo en ese año cumple. En 1943 y 1944 solo presenta de a 3 números en cada año.

Esta promesa se cumplió por un mes, el último número de la primera etapa salió dos meses después.

Para cerrar los cambios que responden a la materialidad, presento los más relevantes a mi parecer: (i) la revista tuvo tres logotipos, entre el segundo y el tercero ocurrió una actualización, pero lo curioso de esto es que a partir del n.º 39 el logotipo de *Vida* varió con cada número hasta el 53, empezando a ser parte de la composición de la cubierta. Posiblemente para ese momento la revista ya estaba tan posicionada que no temía dejar su identificador únicamente en la página editorial y jugar con él en la portada; (ii) *Vida* tuvo pauta gráfica: en los 53 números identifiqué cinco estructuras utilizadas en cubierta, y el tipo 2b fue la más utilizada. En las internas, al principio las páginas eran más saturadas, a partir del n.º 28 empiezan a incluir más blancos, lo que es beneficioso para la lectura; (iii) ya he dicho que el n.º 28 fue clave para la transformación de *Vida*, en este número apareció por primera vez la paginación, también una suerte de índice en el que no se indicaba la página donde se ubicaba dicho contenido, más adelante se llamó sumario y tabla de contenido, pero nunca se precisó la página ni se enlistaron todos los artículos publicados; y (iv) la página legal de *Vida* no presenta quien conforma su consejo editorial, si es que lo tuvo, hasta el n.º 38 solo registraba Alberto Mejía Botero<sup>27</sup>, director del Departamento de Propaganda de la Compañía, y a partir del n.º 39 hasta el n.º 53 fue reemplazado por Santiago Martínez Delgado con el cargo de Director Artístico. Generalmente los artículos estaban firmados por sus autores, y las ilustraciones, en su gran mayoría realizadas por SMD, también llevaban sus firmas. El editorial del n.º 40 de *Vida* menciona:

Hecha VIDA sin economía alguna en su costo, con el mayor de los esmeros tipográficos de que aquí haya noticia, lograda para ella la cooperación de prestigiosos intelectuales y afamados artistas, se ha decidido ahora darle un aspecto más moderno cambiando su formato por este en que hoy aparece. (*Vida*, 1941: 1)

---

<sup>27</sup> Alberto Mejía Botero, considerado pionero de la publicidad además de ser el primero en fundar una agencia de propaganda en Colombia: Comercio y Anuncio (Medellín), fue el Director del Departamento de Propaganda de la Compañía Colombiana de Seguros. Aunque no puedo precisar el tiempo en que estuvo en dicho cargo, desde octubre de 1934 hasta agosto de 1941 aparece en distintas publicaciones de la Compañía como Director.

Aunque la materialidad da cuenta del cambio de la revista, son los temas los que demuestran su transformación: el interés por nuevas voces, por nuevos temas, por incluir intelectuales. También he mencionado los cambios en las páginas para las mujeres, y solamente para complementar quiero decir que en los últimos números de *Vida* las “Páginas para usted señora” contienen artículos menos ilustrados y más textuales sobre gimnasia, baile y moda, además cada vez ocupaban menos páginas, pues eran reemplazadas por temas de arte, cine y literatura. El arte se exponía como medio para divulgar la obra de artistas nacionales e internacionales, acompañados por artículos que las analizaban; en ellos, SMD habló de técnica, composición, historia del arte. Los temas literarios también cambiaron: se publicaron autores reconocidos en el ámbito local e internacional, el cuento dejó de usarse como medio para instruir<sup>28</sup> y llegaron nuevos géneros para el disfrute.

Otro objetivo de este artículo es evaluar el impacto de la revista *Vida* en el ámbito cultural y editorial de la época. Gracias a diferentes comentarios encontrados, puedo adelantar que *Vida* fue una publicación que destacó principalmente por su materialidad y generó prestigio en el círculo editorial.

A nivel internacional, la revista recibió un Gran Diploma de Honor por su difusión ideológica y valiosa labor cultural, en la Gran Exposición Internacional de Publicaciones Periódicas<sup>29</sup>, celebrada en diciembre de 1937 en Matanzas, Cuba (*Vida*, 1938, p. 33). A nivel nacional, el periódico *Tipos*<sup>30</sup> publicó una nota sobre la revista *Vida*, en la que destacaron su admirable presentación y material escogido (*Tipos*, 1937, p. 13).

---

<sup>28</sup> En los inicios de *Vida* hay artículos que son cuentos con moralejas, y las enseñanzas son del tipo: las mujeres que cocinan tendrán un hogar más feliz, o sobre la conducta que tejer en el tiempo libre es un acto de respeto.

<sup>29</sup> A exposición concurrieron 1.417 publicaciones de América, Europa, Asia y la casi totalidad de las de Cuba. El jurado otorgó 150 premios divididos en la siguiente forma: 25 Grandes Diplomas de Honor, 50 Diplomas de Honor y 75 diplomas de Méritos. A Cúspide, a pesar de ser de las más jóvenes concursantes, le correspondió el mérito de ser incluida entre los Grandes Diplomas de Honor; para ello el jurado tuvo en cuenta la amplia obra que en pro de la cultura se realizaba en el Central Mercedita y cuyo máximo exponente era este órgano de difusión. (Ver: Revista Cúspide. (s. f.). En *EcuRed*. Recuperado el 28 de noviembre de 2019 de [https://www.ecured.cu/Revista\\_C%C3%BAspide](https://www.ecured.cu/Revista_C%C3%BAspide))

<sup>30</sup> Órgano del sindicato de artes gráficas.

A través de anuncios publicitarios en diferentes medios, como *Tipos y Estampa*, la editorial PRAG<sup>31</sup> se anunciaba como “Editores de la revista *Vida*”<sup>32</sup>, incluso resaltaron su reconocimiento en la Exposición Internacional de Publicaciones Periódicas (*Estampa*, 1939, p. 16). Lo anterior demuestra el impacto de *Vida* en el ámbito editorial de la época.

## Conclusiones

Esta investigación nació de mi gusto por los impresos editoriales y cómo estos nos permiten entender las dinámicas de una época particular, aspectos como el papel, las tintas, el método de impresión dan cuenta de la tecnología y el alcance de un proyecto. Hallar una revista con las características de *Vida* me llevó a ahondar sobre las publicaciones periódicas de la primera mitad del siglo xx, a conocer las dinámicas del país en esa época, a reconstruir el itinerario intelectual y artístico de Santiago Martínez Delgado, para entender cómo fueron los orígenes de *Vida* bajo un modelo revisteril que apenas se estaba estableciendo en Colombia.

La revisión de la colección de *Vida* en su primera época, me permitió determinar sus atributos peculiares y distintivos. Su materialidad es, sin lugar a dudas, un aspecto para reflexionar: una publicación de gran formato con portadas llamativas, no solo por su gráfica de vanguardia sino por el uso de policromías y tintas metalizadas, elementos poco comunes en Colombia. Su interior, impreso en un fino papel satinado color crema, contenía la experimentación del artista que rompió con los esquemas de composición: columnas de texto en diagonal, páginas ilustradas, fotografías, insertos de cartulinas texturizadas, policromía y la inclusión de publicidad que no interrumpía la lectura. Proyectar su calidad a partir de cómo lucía hizo que no pasara desapercibida, pues los materiales que usaron y el uso que les dieron fueron innovadores en esa época en el país. Por lo mismo, instituciones vinculadas a ella la usaban como medio para publicitarse: reconocerse a través de *Vida* hizo de *Vida* una publicación prestigiosa que repercutió en el ámbito editorial de la época.

---

<sup>31</sup> La editorial PRAG fue fundada en Bogotá en 1933, su nombre obedece a las iniciales “Prefiera Rapidéz, Arte, Gusto”. En este taller se imprimieron 44 de los 53 números de la primera época de la revista *Vida*. Los números 1 al 7 se imprimieron en la Editorial Minerva S.A. y los números 41 y 42 en la Editorial de la Litografía Colombia.

<sup>32</sup> Esta pieza puede verse en la primera plana de diferentes números del periódico *Tipos*. En el archivo de la BNC encontré 7 ejemplares y el aviso puede verse del n.º 13 al 16.

Recordemos la publicidad de PRAG, los comentarios de Tarcisio Higuera y del periódico *Tipos*, que reconocen en la revista un vehículo para el prestigio.

*Vida* surgió en una época marcada por los ideales de progreso y en búsqueda de lo nacional, en esos primeros años la publicación ofrecía y buscaba lo mismo, se presentó como el órgano de propaganda de una empresa que en su lema se comprometía a “Servir más y servir mejor”. En sus páginas, *Vida* mostró la importancia del seguro y temas para la familia, tal y como la concebía la empresa. Esta información llegaba a la casa de los asegurados y era utilizada por los agentes para promocionar sus ventas: «“Vida” será el vehículo favorito de su propaganda, porque por su índole literaria será leída por todos» (*Seguros*, n.º 6, 1935). La revista se dio a conocer y la Compañía vio en ella un mayor potencial si la abría al público general, pero era necesario mostrarse de otra manera, es por eso que los publireportajes se redujeron y los temas de seguros pasaron a ser anuncios publicitarios, así empieza su transformación. Aunque en la revista se menciona que fue el público quien solicitó a *Vida* expandirse, es muy posible que el cambio se diera para poder competir con otras revistas que empezaban a surgir o incluso con la ya existente *Cromos*. El carácter de revista de variedades sobre revista de arte y literatura se ve en los temas que trataba la publicación, si bien se autodenominó como revista de arte y literatura, no dejó de publicar páginas de moda, gimnasia, recetas, pasatiempos, propias de las revistas de variedades que también incluyen entrevistas, literatura y difusión de arte. *Vida* nunca se desligó de la Compañía Colombiana de Seguros, siempre fue el órgano de propaganda del seguro de vida y por lo mismo hasta su último número tuvo publicidad y artículos sobre seguros.

La reconstrucción del itinerario intelectual y artístico de Santiago Martínez Delgado me permitió comprobar que fueron su formación, su experiencia en el exterior y la influencia que recibió de corrientes norteamericanas, las que le permitieron desempeñarse como un artista gráfico poco convencional y ser el artífice de los cambios y el éxito de la revista *Vida*. Conviene recordar que en la primera mitad del siglo xx en Colombia, no existía la denominación ‘diseñador gráfico’, los pioneros fueron esos artistas que, como Santiago Martínez, entendieron el trabajo del grafista, se vincularon a las artes comerciales

a pesar de ser criticados por su gremio que promovía un ejercicio más puro del oficio, es decir promovían las artes plásticas frente a las artes gráficas.

Esta investigación contribuye al campo de los Estudios Editoriales toda vez que visibiliza el trabajo editorial de Santiago Martínez Delgado, quien es más recordado por su faceta de artista y ha sido estudiado desde el diseño gráfico como pionero; a los estudios de la materialidad, mediante una matriz que puede ser utilizada y adaptada para el análisis de otras revistas de este tipo, y al estudio de las publicaciones periódicas, con el análisis de una revista que presenta una transformación en su línea editorial. En general, aporta a la historia de las revistas en Colombia.

### Referencias bibliográficas

Bermúdez, Jairo, “El nacimiento del diseño gráfico en la educación superior bogotana, 1948-1963”, *Revista Kepes*, vol. 12, nro. 12, 2015, pp. 85-112.

Bhaskar, Michael, *La máquina de contenido: hacia una teoría de la edición desde la imprenta*, primera edición en español, México, D.F., México, Fondo de Cultura Económica, Colección Libros sobre libros, 2014.

———, *Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos*, primera edición en español, México, D.F., México. Fondo de Cultura Económica, Colección Comunicación, 2017.

Botero, Soledad, “Labores de costura”, *Vida*, nro. 2, 1936, p. 20.

Bourdieu, Pierre, “La ilusión biográfica”, *Acta sociológica*, nro. 56, 2011, pp. 121-128.

Castellanos, Ramiro, *Todo mercado pasado fue mejor*, 15 de julio 1991, <https://www.eltiempo.com/amp/archivo/documento/MAM-120123> [5 de junio de 2020]

Chartier, Roger, *Libros, lecturas y lectores de la Edad Moderna*, primera edición, Madrid, Editorial Alianza, 1993.

Compañía Colombiana de Seguros, *60 aniversario de la Compañía Colombiana de Seguros: 1874-1934*, primera edición, Medellín, Colombia. Editorial Medellín, 1960.

———, “Aguja de gracias”, *Vida*, nro. 28, 1960, p. 47.

———, “De mes a mes”, *Vida*, nro. 1, 1955, p. 1.



- , “De mes a mes”, *Vida*. nro. 40, 1941, p. 1.
- , “Gran diploma de honor”, *Vida*, nro. 16, 1938, p. 33.
- , “El incendio de Armenia”, *Vida*, nro. 1, 1935, p. 6.
- , “El Seguro de Vida”, *Vida*, nro. 1, 1935, p. 5.
- , “El triunfo de nuestra corresponsal”, *Vida*, nro. 31, 1940, p. 40.
- , “El vestido nacional”, *Vida*, nro. 2, 1936, p. 15.
- , “Informamos a usted que”, *Vida*, nro. 48, 1943, p. 16.
- , “Informamos a usted que”, *Vida*, nro. 49, 1943, p. 8.
- , “Informamos a usted que”, *Vida*, nro. 51, 1944, p. 32.
- , “La moda al día (*Hollywood*)”, *Vida*, nro. 1, 1935, p. 10.
- , “Modas actuales”, *Vida* nro. 33, 1940, p. 41.
- , “Moda militar”, *Vida*, nro. 28, 1939, p. 46.
- , “Nunca me ha sucedido nada!”, *Vida*, nro. 28, 1935, p. guarda 2.
- , “Para servir más y para servir mejor”, *Vida*, nro. 28, 1939, p. guarda 1.
- , “Por dónde pasará?”, *Vida*, nro. 1, 1935, p. 17.
- , “Por la grandeza de Colombia”, *Vida*, nro. 1, 1935, p. 1.
- , “Vestidos para la tarde”, *Vida*, nro. 13, 1937, p. 30.
- , “Vida”, *Vida*. nro. 28, 1939, p. 63.
- , “Registro de la revista ‘VIDA’”, *Seguros*, nro. 7, 1935, p. 9.
- , “Sobre la revista VIDA nos dicen”, *Seguros*, nro. 7, 1935, p. 10.
- , “Vida”, *Seguros*, nro. 6, 1935, p. 5.

Crespo, Regina, *Revistas en América Latina: proyectos literarios, políticos y culturales*, México, D.F., México. Universidad Nacional Autónoma de México, 2010.

Higuera, Tarcisio, *La imprenta en Colombia*, Bogotá, Colombia: Inalpro, 1970.

———, *Enciclopedia del Desarrollo Colombiano, Artes Gráficas*. Bogotá, Colombia: Canal Ramírez-Antares, 1973.

Jiménez, Absalón, Pensamiento pedagógico colombiano: Martín Restrepo Mejía. Una mirada a sus conceptos de pedagogía, infancia, maestro y escuela, *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, vol. 19, nro. 29, 2017, pp. 245-269.

<http://www.scielo.org.co/pdf/rhel/v19n29/0122-7238-rhel-19-29-00245.pdf>

Martínez-Villalba, Ignacio, *Sueltos de la maestría*, nro.1, 2020, p. 1.

Piñeros, Joaquín, *Santiago Martínez Delgado: el pintor, el humanista, el colombiano*. Bogotá, Colombia. Compañía Colombiana de Seguros, 1974.

Pita González, Alexandra y Grillo, María del Carmen, “Una propuesta de análisis para el estudio de revistas culturales”, *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, vol 5, nro. 1, 2015,

[http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.6669/pr.6669.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.6669/pr.6669.pdf)

Pontificia Universidad Católica Javeriana. *Facultades femeninas: de Bacteriología y Arte y Decoración Arquitectónica* [Prospecto], 1952.

Revista Cúspide. (s. f.). En *EcuRed*. Recuperado el 28 de noviembre de 2019 de

[https://www.ecured.cu/Revista\\_C%C3%BAspide](https://www.ecured.cu/Revista_C%C3%BAspide)

“Revista ‘Vida’”, *Tipos*, nro. 13, 1937, p. 13.

“Santiago Martínez Delgado”, *El Gráfico*, nro. 894, p. 966, 1928.

“PRAG la tipografía de los trabajos perfectos”, *Estampa*, vol. 1, nro. 8, 1939, p. 16.