



---

## Tónicos y darwinismo social: imaginario de la salud en el *Almanaque 18*, Chile, 1920-1930

---

**Marcelo Sánchez**

Magíster en Historia, Universidad de Chile

[mjsd.historia@gmail.com](mailto:mjsd.historia@gmail.com)

---

### Resumen:

El artículo aspira a describir las representaciones de salud y cuerpo en la literatura chilena popular en la década de 1920. La fuente en la cual está basado este estudio es *Almanaque 18*, una publicación publicitaria gratuita que se distribuía en las boticas de Daube y Cía., que fue publicado a partir de 1920 hasta principios del siglo XXI. El artículo analiza el discurso en la publicidad de tónicos ferruginosos y proteínicos, en el cual constatamos una identificación del lenguaje del darwinismo social y el imaginario de un cuerpo vitalizado dispuesto a luchar; todo ello relacionado con doctrinas biopolíticas nacionalistas.

**Palabras clave:** Darwinismo social – historia de la lectura – historia del cuerpo – imaginarios de la salud – Almanaque.

### Abstract:

**Tonics and social Darwinism: health imagery in *Almanaque 18*, Chile, 1920-1930**

The article aspires to describe the representations of health and body in the Chilean popular literature in the decade of 1920. The source on which this study is based is *Almanaque 18*, an advertising free publication that was distributed in the drugstores of Daube and Cía., that was published from 1920 until beginning of the 21st century. The article analyzes the speech in the advertising of ferrous and proteinic tonics, in which we state an identification of the

language of the social Darwinism and the imaginary of a vitalized body ready to fight; all this related to biopolitic and nationalistic doctrines.

**Keywords:** social Darwinism – history of the reading – history of the body – Imaginary of the health - almanac.

Fecha de recepción: octubre de 2009

Versión final: diciembre de 2009



## Daube y Cía. y el *Almanaque 18*

En 1920 apareció en Chile por primera vez el *Almanaque 18*. El éxito y masividad de la publicación queda refrendado por más de ochenta años de aparición, ya que continuó editándose hasta la primera década de nuestro siglo. El *Almanaque 18* alcanzó en las primeras ediciones, tirajes de 150 y hasta 250 mil ejemplares. Su éxito fue tal, que la publicación quedó indudablemente instalada en la memoria colectiva de los chilenos del siglo XX.

Hacia 1920, la compañía que editaba el almanaque tenía ya ochenta y seis años de existencia y había conservado la continuidad del giro a través de una decena de cambios en la razón social, testimoniando una historia en la que la empresa reconocía y reclamaba la continuidad. El *Almanaque 18*, afirmaba que la casa -como se denominaban las compañías comerciales en el período- había sido fundada en 1837. Hacia el final de la década del 1920 la empresa dejó de ser una compañía y se transformó en una sociedad anónima, principalmente motivada por la búsqueda de nuevos capitales. Ya sea como Daube y Cía., como Droguería del Pacífico o más tarde como Compañía Farmoquímica del Pacífico, una historia de continuidad en la empresa se seguiría escribiendo durante el siglo XX y hasta nuestros días.

A esta historia de continuidad comercial, subyace otra de cambios profundos en la propiedad, estructura de la compañía, la nacionalidad de sus dueños, las dimensiones y alcances de la gestión y también, la filosofía e ideología que animaba a los propietarios.

## Los inicios: la botica de Puccio

Cuando en 1834 llegó a Valparaíso, el boticario genovés Antonio Puccio, tal vez no imaginó que su emprendimiento comercial se proyectaría en una de las empresas farmoquímicas más adelantadas en el horizonte latinoamericano de principios siglo XX. Puccio instaló ese año una botica en la Calle San Juan de Dios del puerto chileno, en el primer piso de la casa familiar. El éxito comercial llevó a Puccio a trasladar el negocio boticario a un establecimiento destinado exclusivamente a estos fines en 1837, en la quebrada de San Agustín del puerto. En un espíritu que se mantendría a lo largo del tiempo en la comercialización farmacéutica, la botica de Puccio combinaba la venta de medicamentos con artículos de cosmética y de alimentación.

El conocimiento que Puccio tenía de los puntos de abastecimiento en Europa, resultó fundamental en el mantenimiento y desarrollo de una variada oferta y fue determinante en el nuevo frente que abrió la empresa. A poco andar, Puccio se hizo de un prestigio entre los otros



farmacéuticos, por lo que comenzó a combinar la venta directa con la distribución a los negocios del ramo, primero en el puerto y luego en otras ciudades del país.

La empresa se mantuvo en manos de técnicos y comerciantes italianos hasta 1870, año en que con la incorporación del farmacéutico alemán Jorge Fabian, se dio inicio a un periodo alemán en la propiedad y en la cultura de la compañía. Fabian pertenecía a la recientemente fundada Sociedad de Farmacia y “transmitía a su empresa, el carácter educacional y cultural que ello implicaba” (Alliende, 1987, p. 16). Esta vocación por la educación de los consumidores y por la divulgación científica perduró y finalmente fructificó, en la publicación del *Almanaque 18* a partir de 1920.

En 1870 el último ciudadano italiano que formaba parte de la empresa cumpliendo el rol de agente comercial en Florencia, Pedro Sepp, se retira de ella; y ésta pasa completamente a manos alemanas, conformando una sociedad en la que participaban Jorge Fabian, Enrique Barentz y Enrique Brunswig. Desde este momento hasta 1948 la participación de ciudadanos alemanes aumentó de año en año, con oleadas sucesivas de profesionales administrativos y de la química que se incorporaban a la empresa farmoquímica.

### **El período alemán**

Al amparo del desarrollo económico en lo que los ingleses denominaban el West Coast, la compañía creció y adquirió una de sus formas más estables como “Daube y Cía.” en el periodo comprendido entre 1893 y 1928, integrándose a lo que el cronista chileno Joaquín Edwards Bello llamaría “el alto comercio de Valparaíso”.

Daube y Cía. actuó conservando los primitivos rumbos de la empresa “pero amplificando todo lo que significaba mejoramiento de sus servicios, la nueva firma Daube y Cía., continuó dedicándose a la importación y distribución en todo el país de productos químico-farmacéuticos, drogas, específicos, productos de tocador, etc. En síntesis, todo lo que gira alrededor de los vastos campos de la medicina, la industria química y la higiene” (Alliende, 1987, p. 27).

### **El desarrollo del frente industrial y el nacimiento del *Almanaque 18***

Daube y Cía. acrecentó su prestigio en el ámbito nacional y también en el internacional, adquiriendo representaciones exclusivas de todos los productos relacionados con su rubro, con las mejores firmas europeas y norteamericanas. En el ámbito nacional extendió su radio de



acción a través de filiales en las ciudades de Antofagasta, al norte del país en plena zona minera, y en la de Concepción, hacia el sur.

El desarrollo de Daube y Cía. en los inicios del siglo XX estaría marcado por los acontecimientos bélicos en Europa. En el transcurso de la Primera Guerra Mundial, las condiciones impuestas por este hecho al intercambio comercial intercontinental, fueron superadas y aprovechadas por la empresa en el marco de una política general del país de sustitución de importaciones.

El bloqueo marítimo impuesto a Alemania por los aliados provocó un corte en la importación de productos desde Hamburgo, ciudad en la que la firma tenía una oficina comercial. Buscando nuevas fuentes de abastecimiento, la empresa abrió una agencia en Nueva York en 1915. Sin embargo, y teniendo a la vista la inestabilidad mundial en el abastecimiento de productos farmoquímicos, Daube y Cía. tomó un nuevo rumbo: abrió su propia fábrica de productos farmoquímicos, que comenzó a funcionar adosada a la botica central de Valparaíso, en la calle San Agustín, en 1916. Se construyó un edificio especialmente destinado al laboratorio y comenzaron a trabajar en él "4 químicos y farmacéuticos, 18 mecánicos y operarios, 2 mayordomos y 49 obreras" (*El Mercurio de Valparaíso*, 18 de marzo de 1937, citado por Alliende, 1987, p. 28).

1920 marca tres hitos trascendentes en la historia de la empresa, dado el nuevo panorama creado por la aceptación general de la producción de medicamentos nacionales y de insumos químicos producidos en el laboratorio de Valparaíso. La perspectiva de una gran empresa farmoquímica tomó fuerza.

El primero de los hitos fue la adquisición por parte de la empresa de un terreno de 232 mil metros cuadrados en las cercanías de Valparaíso, en la localidad rural de Llay Llay, para la construcción de un laboratorio de grandes dimensiones. Se trataba de un terreno ubicado estratégicamente ya que se situaba "en un terreno en donde se cruzaban tres ferrocarriles, cercano a la frontera con Argentina y punto intermedio entre Valparaíso y Santiago" (Alliende, 1987, p. 29).

De esta manera, el laboratorio iniciado en la calle San Agustín de Valparaíso pasó a convertirse en la Gran Fábrica de Productos Químicos y Farmacéuticos de Llay Llay. A partir de la edición de 1925, la imagen de la fábrica en Llay Llay en la primera página interior del *Almanaque 18*, ilustraría un mensaje fundamental de la empresa. Si el país había alcanzado a través de los acontecimientos de 1810 la independencia política, lo que se gestaba en esta fábrica y en la exitosa gestión de la empresa era la independencia industrial de Chile.

El segundo y tercer hito del año 1920 en la vida de la empresa pueden ser tratados en conjunto ya que se relacionan con la imagen pública de la misma. Ambos hechos corresponden al ámbito de las estrategias publicitarias desplegadas por la empresa y dejaron una huella



profunda en la cultura popular chilena del siglo XX. Uno de ellos fue la idea de nombrar a los productos de farmacia y cosmética de la empresa con el número 18. En consonancia con la idea de estar gestando una segunda independencia para el país, resultó acertado nombrar a los productos con el guarismo que marca la fecha calendario de la Independencia de Chile. Fecha de importancia cívica, institucional y sobre todo popular; siendo la fecha patria más celebrada por los chilenos, quienes llaman a la conmemoración de la independencia por tal apelativo, “el dieciocho”, desde los inicios de la vida republicana. Para el chileno, resultaba inevitable asociar el número “18” con la independencia, con el orgullo patrio y con un ánimo festivo y popular.

En 1980 la historiadora chilena -actualmente radicada en Estados Unidos y autora de una monografía indispensable para el estudio de la compañía farmoquímica en cuestión- se salía del marco académico de la misma para comentar de su experiencia personal que “los productos “18” serían con el paso del tiempo, garantía de calidad y tradición familiar. ¿Quién de nuestras familias no tomó alguna vez un “18”? (Alliende, 1987, p. 29).

El tercer hito es la decisión de editar un almanaque para su distribución gratuita en las boticas de la empresa y en las que vendían sus productos; lo que dado el nivel de aceptación masiva que tenían, equivalía a la mayoría de las boticas del país. El Almanaque pasó a tener el mismo nombre que los específicos del laboratorio, siendo llamado el *Almanaque 18*.

En la edición de 1921 del *Almanaque 18*, la portada señalaba un tiraje de 150.000 ejemplares y al presentarse al gran público mostraba su antigüedad, su rubro y la extensión de su presencia comercial, refrendando los datos que hasta aquí hemos entregado:

“DAUBE Y COMPAÑÍA, FABRICANTE DE PRODUCTOS QUÍMICOS Y FRAMACEÚTICOS  
CASA FUNDADA EN 1837  
DROGUISTAS AL POR MAYOR Y MENOR

VALPARAÍSO, SANTIAGO, CONCEPCIÓN, ANTOFAGASTA, LLAY-LLAY, HAMBURG, NEW  
YORK

Así como el 18 de Septiembre conmemora la independencia política de Chile, la marca registrada 18 significa para nuestros productos la independencia industrial de Chile. Es garantía de pureza y dosificación exacta de todos nuestros productos medicinales, que en nada difieren de los productos similares extranjeros. Sus precios bajos los ponen al alcance de todo el mundo” (*Almanaque 18*, 1921, p. 1).

Con esta presentación de marcados tintes nacionalistas y patrióticos; y con la cercanía afectiva que le producía al lector el apelativo “18”, el lector ingresaba a un orbe fragmentario y caleidoscópico, por principio marcado por la utilidad, pero que le imponía unas determinadas



representaciones discursivas, así como prácticas de lectura específicas para el género. Ciencia, ideología y nacionalismo se mezclaban en las páginas y en la publicidad del *Almanaque 18*. El imaginario del darwinismo social y de la eugenesia había encontrado otro canal más, esta vez uno privilegiado en cuanto a la masividad en la recepción del mensaje, para seguir ingresando en las conciencias de miles de chilenos. No se trata aquí de la disquisición académica de los ensayistas, destinada a influenciar el ámbito de las políticas públicas y el poder o de iniciativas políticas materializadas en instituciones del Estado, sino de mensajes orientados a un público vasto, de ser posible “universal” y en ese solo sentido popular.

En este artículo en particular presentaremos un análisis de los discursos contenidos en la publicidad de los tónicos ferruginosos y proteínicos y en un texto de orientación biopolítica.

### **Darwinismo social como artefacto de frontera**

Por otra parte, no podemos dejar de tratar aquí, aunque sea someramente, la complejidad del término “darwinismo social”. Los investigadores se preguntan incluso acerca de si el término mismo, es un útil historiográfico o no (Girón Sierra, 2005). La cuestión puede ser tautológica ya que si el darwinismo involucra una lucha de individuos de una especie o de especies por los recursos, entonces es inevitablemente social, toda vez que entendamos “social” por “ambiental”.

Para nosotros y en adelante, entenderemos el darwinismo social no como un todo coherente y definido, sino más bien como un lenguaje basado en un “vocabulario darwiniano”. En definitiva, que asumiremos como nuestra la propuesta que caracteriza al darwinismo social como “una colección de palabras, un lenguaje que construye un tejido discursivo a partir de cual se debaten desde el conflicto colonial hasta las medidas eugenésicas” (Girón Sierra, 2005, p. 39). Más que una teoría definitiva y cerrada, el darwinismo social sería un “artefacto histórico sometido a vicisitudes y definiciones variables” (Girón Sierra, 2005, p. 40). Y este artefacto, ya que podemos rastrearlo en prácticas y representaciones, lo entenderemos como un artefacto polisignico, presente en textos, imágenes y rituales. Viene a ser un “artefacto frontera” a través de cuyas palabras pueden posarse significados diversos sobre los objetos sociales tratados. Artefacto u objeto frontera (*boundary objects*) es una noción proveniente de las teorías interaccionistas y etnometodológicas del conocimiento científico que resulta iluminadora para una expresión tan feble en otros sentidos como es “darwinismo social”.

En resumen que el darwinismo social lo entendemos como un artefacto, sumido a su vez en el horizonte del lenguaje y la esfera simbólica de la cultura. Es un lenguaje dentro de los lenguajes. No podemos reconocer y demarcar lo que es darwinista social de lo que no lo es por



el contenido, sino más bien por el uso de una terminología y la adscripción a un imaginario, aunque de estos mismos elementos deriven en significados incoherentes entre sí o definitivamente contradictorios. Adjetivar el darwinismo como social, en cierto sentido, no es más que un efecto catalítico del lenguaje sobre lo que ya era una gran metáfora, el darwinismo. (Vallejo, n.d.)

### **Tónicos y darwinismo social: Sanatogen, Vigorón, Sensapersa, Viribus 18**

Sanatogen, un tónico del cual Daube y Cía. poseía la representación en Chile, era publicitado como un vencedor. Una medicina simpática quedaba unida a una certificación médica abrumadora. En la edición de 1921 del *Almanaque 18*, Sanatogen se promovía así: "El Sanatogen ha sido coronado con el laurel de la Victoria y aclamado el Tónico Nutritivo Soberano por más de 23.000 médicos y una infinidad de millares de otras personas en el mundo entero, por haber combatido la anemia, nerviosidad, dispepsia, fiebres y debilidad en general". Si la publicidad de los específicos 18 era acompañada generalmente por el certificado de un médico que ponía como señas de identificación su cargo en ejercicio y dirección, ¿cuánto más certificado queda el fabuloso Sanatogen al convocar la aclamación victoriosa de 23.000 médicos? Simpáticamente un tónico victorioso brinda victorias a sus consumidores. El objetivo de la salud es vencer en la lucha por la vida. La publicidad terminaba así su texto, en un llamado de ecos militares: "No sea de los vencidos. Incorpórese a las filas de Sanatogen, el vencedor" (*Almanaque 18*, 1921, p. 22). En la guerra darwinista de la vida, lo mejor es estar en las filas de los vencedores.

Junto a los conocimientos científicos sobre nutrición se desplegaba también una imagería de la sangre, siempre hecha en base a la lógica sociodarwinista de la vida como enfrentamiento. Un tónico en tabletas se anunciaba así: "No fracase usted en la vida debido a la pobreza de la sangre. Tome VIGORON tabletas y cólmese de energía, fuerza, vitalidad y buen éxito" (*Almanaque 18*, año 1921, p. 108). Ante la posibilidad de un fracaso de la sangre, mejor no solo tener vigor, sino que estar colmado de él, llenado hasta más allá del límite, exaltado en fuerzas. Es la apología de un cuerpo vigorizado para la lucha. Recuérdese, por otra parte, que en el imaginario sociodarwinista la sangre es el receptáculo de las fuerzas y posibilidades latentes de la raza. Tener una buena sangre no es solo un asunto de anemias, es un asunto de raza, de estirpe.

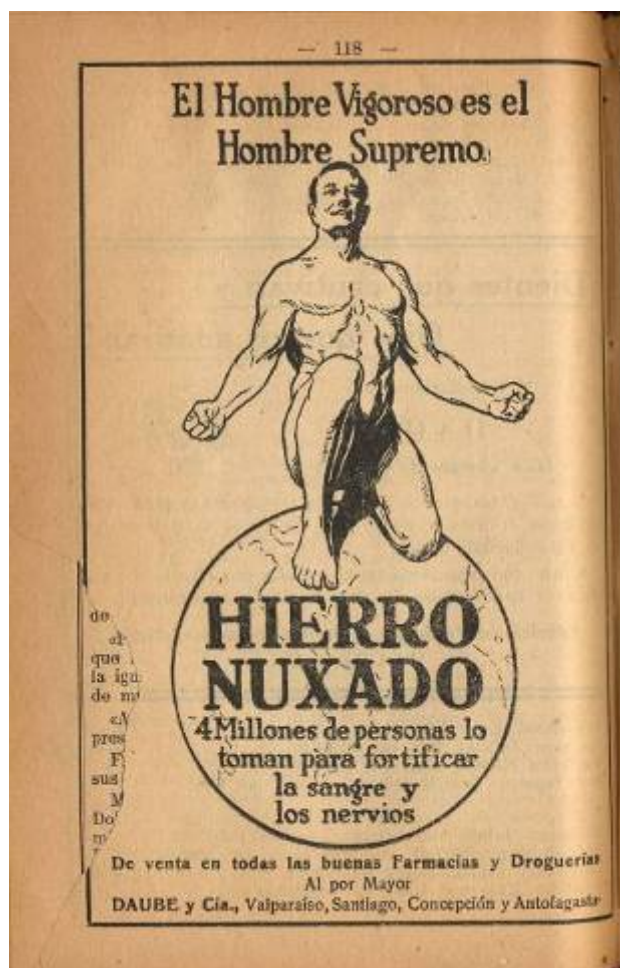
El mismo tónico se vuelve a publicitar en la edición de 1927, declarando que "La fuerza gigantesca de la salud perfecta está al alcance de todo hombre o mujer que use las pastillas



VIGORÓN. Para robustecer y purificar la sangre" (*Almanaque 18*, 1927, p. 55). La promesa de un poder avasallador e incontestable se vehicula a través de acciones proteicas y catárticas.

El exaltado título de la publicidad de un tónico ferruginoso afirma que: "El Hombre Vigoroso es el Hombre Supremo" (*Almanaque 18*, 1921, p. 118). Se va construyendo así un orbe imaginario dentro del cual la debilidad, la flacura, la mera esbeltez es riesgosa y por oposición se exaltan como virtud suprema el cuerpo vitalizado predispuesto a la lucha.

En la figura a continuación puede verse como se instala la idea de un cuerpo masculino vigorizado y triunfante, un "superman" dueño y señor del planeta. Por supuesto, en la figura de un hombre blanco de cuerpo deportivizado y poderoso.



**Figura 1:** El Hombre Vigoroso es el Hombre Supremo. Hierro Nuxado. (*Almanaque 18*, 1921, p. 118)  
Colección Hemeroteca, Biblioteca Nacional de Chile.



Una retórica dialéctica que interpela a los lectores, instala frente a ellos unas preguntas frente a las cuáles asoma natural la voz de una respuesta afirmativa y personal. A las promesas de salud y vitalidad se suma el exotismo del tónico llamado Sensapersa, que así se anunciaba: “¿Quién quiere fuerza? ¿Quién desea un cerebro claro y activo? ¿Quién ansía tener vitalidad?”. Sensapersa brindará a quien lo tome: “los elementos reconstructivos y la fuerza regenerativa que ha de devolver al paciente la salud más perfecta que ha de nutrir su cuerpo y fortalecer su mente, que ha de infundirle en todo el sistema nervioso energía rejuvenecedora, que ha de traerle salud, fuerza y poder para gozar la vida en toda su amplitud” (*Almanaque 18*, 1921, p. 154.). La trilogía valórica invocada “salud, fuerza y poder”, resume bastante bien la lógica sociodarwinista del cuerpo. En esta publicidad particular, el exotismo del nombre puede estar asociado a la proposición hedonista que corona un mensaje de clara inspiración en el imaginario de la lucha.

Como decíamos, en este imaginario sociodarwinista del cuerpo deportivizado, vitalizado y poderoso, la mera esbeltez es dudosa y se ofrecen tónicos y tabletas para alejarse de esta condición. El imperativo es claro: “No sea delgado. Aumente sus carnes, calme sus nervios y desarrolle su constitución. Gane de 3 a 8 kilos de peso en cortas semanas”. La delgadez no es salud sino constitución pobre, poco desarrollada, debilitada. La delgadez es un disvalor en esta sociedad de la competición: “Las personas delgadas casi inspiran lástima por su delgadez y se contagian y enferman con mayor facilidad que las gruesas y robustas; de ahí el deseo de toda persona delgada de engordar y fortalecerse”. Pero quien se encuentre en esta condición puede encontrar alivio para ella, ya que: “Si desea usted dejar de pertenecer al número de los flacos, aumentar sus carnes, calmar sus nervios y desarrollar su constitución vaya a la botica y compre un frasco de CARNOL (pastillas) y empiece a tomar 4 al día, una después de cada comida” (*Almanaque 18*, 1921, p. 180).

La idealización vital del cuerpo ofrece también distinciones claras de género; las promesas transformadoras pueden ser distintas para los sexos. Siempre en la línea de los tónicos ferruginosos se promete que: “Hombres fuertes y mujeres hermosas. Serán los que tomen AROMAFERRIN (tintura de fierro aromática)” (*Almanaque 18*, 1922, p. 16). Hay una preceptiva especial para los géneros y sus cuerpos, tema que el Almanaque mismo desarrolla con cierta profundidad en sus artículos al tratar en una perspectiva eugenésica temas como la maternidad, la lactancia, la puericultura. Del imaginario eugenésico resulta una serie de normas sobre el comportamiento y el cuerpo de las mujeres.

Un análisis un tanto especial merece la discursividad textual e icónica del tónico de fabricación propia de Daube y Cía., el VIRIBUS 18. La publicidad de este tónico está desde un inicio teñida del ideario sociodarwinista de la lucha por la vida y continúa en este ámbito de representaciones durante los diez años analizados. La primera mención al tónico VIRIBUS se



hace en 1923 y vehicula un deber ser corporal para hombres y mujeres. Deber ser en la línea del cuerpo vitalizado, exaltado, rozagante. La profecía expuesta al lector dictamina que: "Serán hombres sanos y fuertes/ De carnes y músculos firmes/ Mujeres hermosas de mejillas rosadas/ Los que tomen VIRIBUS 18/ Tónico a base de carne". La reciedumbre y lozanía que brinda el producto queda justificada por su composición ya que se nos especifica que: "VIRIBUS 18 es un tónico completo, pues entre los varios componentes que entran en su fórmula se encuentra el extracto de carne, materia esta muy nutritiva e indispensable para fortificar los órganos debilitados" (*Almanaque 18*, 1923, p. 56). Si el común no puede contar con la carne como parte de una dieta cotidiana, parece ofrecérsele el VIRIBUS 18, con "extracto de carne" como solución extrema.

En la misma edición de 1923, pero con un laconismo que deja pocas dudas respecto de la ideología sociodarwinista en curso, se vuelve a mencionar el producto; el mensaje es simple y claro: "Los más fuertes vencen VIRIBUS 18 da fuerza" (*Almanaque 18*, 1923, p. 127). El razonamiento en extenso es el que ya hemos señalado, los más fuertes vencen... en la lucha por la vida, por que la vida sociodarwinísticamente entendida es lucha y supervivencia del más fuerte. La biología darwiniana más estricta diría la sobrevivencia del más apto y el más apto es el que se reproduce. Evidentemente, no debemos buscar coherencia entre conocimiento biológico y darwinismo social; la distorsión de lo biológico en social implica opacidad conceptual, referencias cruzadas y contradictorias.

Como se puede apreciar en las ilustraciones a continuación, VIRIBUS 18 siguió teniendo una fuerte presencia en el Almanaque, finalmente asociado a la rubicundez de la imagen aria y grecorromana y transmitiendo a lector mensajes como: "Forma hombres de recios músculos y espíritu optimista" (*Almanaque 18*, 1926, p. 53) y la contundente afirmación: "Músculos de acero se necesitan para vencer" (*Almanaque 18*, 1927, p. 11). Aún conservando la iconicidad de la lucha por la vida también se ocupa una textualidad de referencias bíblicas, VIRIBUS 18: "da fuerza a los débiles y energías a los abatidos" (*Almanaque 18*, 1928, p. 11).



Figura 2: VIRIBUS 18, publicidad (*Almanaque 18*, 1926, p. 53).  
Colección Hemeroteca, Biblioteca Nacional de Chile.

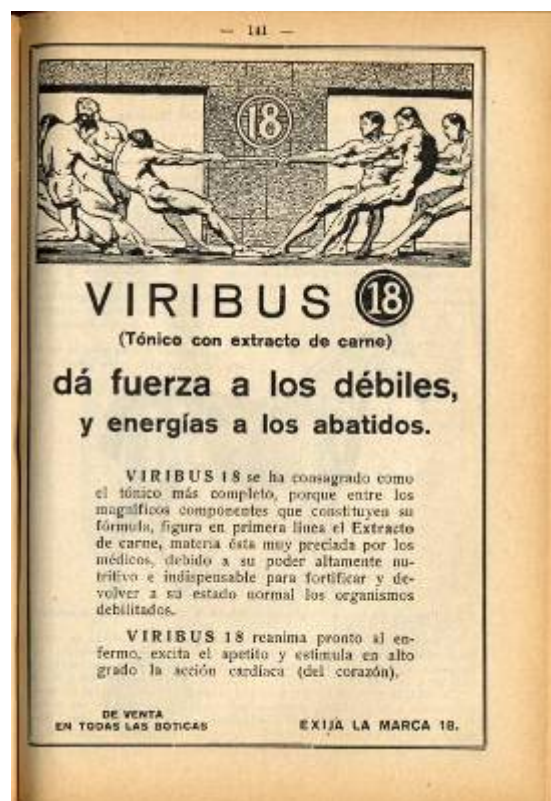


Figura 3: VIRIBUS 18, publicidad (*Almanaque 18*, 1928, p. 141).  
Colección Hemeroteca, Biblioteca Nacional de Chile.



Otros ejemplos de la exaltación de la salud y de la vitalidad los encontramos en la publicidad de la ARSENOGLOBINA 18, un tónico que se sugiere ha encapsulado las fuerzas mismas de la naturaleza: “La hermosa primavera nos da VIDA Y ALEGRÍA. Vida y alegría proporciona la ARSENOGLOBINA 18 a los anémicos, débiles y convalecientes” (*Almanaque 18*, 1923, p. 18). Nótese el uso de las mayúsculas para acentuar los sentidos y para provocar la confluencia entre el producto y los atributos.

Otro producto también es ofertado en el lenguaje del cuerpo masculino vitalizado. Lacónicamente se expone la consecuencia del consumo de NER VITA: “HOMBRES ROBUSTOS. La virilidad, el vigor y la vitalidad deben ser poseídos por todos aquellos que deseen cumplir con su deber y gozar de la vida” (*Almanaque 18*, 1926, p. 13). ¡Cuántas prescripciones en tan pocas palabras!

La salud no es derecho o bienestar individual. O bien, cuando se suma la perspectiva eugénica, no es sólo eso; llega a ser “el sagrado deber de cada uno”. Es la proposición del texto que acompaña la publicidad del tónico VITAMINOL 18. Este deber sagrado se fundamenta sutilmente en un precepto eugénico: “ya que de nuestro estado físico no solamente depende nuestra felicidad, sino también la de nuestros descendientes” (*Almanaque 18*, 1928, p. 69). En rigor, la perspectiva de esta indicación eugénica sería más bien neolamarckiana que darwinista, pero dada la opacidad de los conceptos biológicos devenidos en publicidad y norma social, tenemos que comprender que estas distinciones pertenecen a la biología y no a la difusión social del evolucionismo darwinista y su preceptiva social.

En cierto sentido ya hemos respondido ampliamente respecto de la filiación sociodarwinista de una comunicación de masas orientada a poner en la mente del común la necesidad y obligatoriedad de un cuerpo dispuesto a la lucha, vitalizado y deportivizado. Sin embargo, una reflexión mayor sobre la apología de la salud y el vigor como las que nos muestran los ejemplos analizados se vuelve pertinente. Al respecto no podemos sino remitirnos al horizonte cultural germano que domina el Almanaque durante la primera década de su publicación. Nuestro muy chileno *Almanaque 18* no es por cierto la prefiguración anticipada o literal de las doctrinas biopolíticas del nacional socialismo, pero se mueve muy evidentemente en esta dirección y en este horizonte. Recordemos que Daube y Cía. es una compañía alemana organizada en suelo chileno, cuyos capitales, personal profesional de la farmacéutica, técnicos y administradores son alemanes. Hay, sin duda, una cosmovisión común entre *Almanaque 18* y el imaginario cultural alemán de la época. Ya en este contexto, una de las reflexiones más preclaras y atingentes que hemos encontrado respecto de la naturaleza cultural del nacionalsocialismo alemán es la de Philippe Burrin en el texto *Resentimiento y Apocalipsis*, que compila las conferencias del autor en el College de France en el año 2003.





Una primera idea que puede servirnos para comprender las conexiones intrínsecas entre los mensajes de salud, vigor, poder vital y un pensamiento propiamente alemán, como es el que fiablemente podemos suponer al *Almanaque 18* del período estudiado, es la importancia del concepto de “poder” para la cultura autoritaria alemana de la época. La consecución de un cuerpo empoderado y vital parece el correlato a nivel individual de una cultura sociopolítica en torno del poder; revelada constantemente en el culto a lo militar y en las exigencias de un orden monolítico.

Por supuesto cobran importancia aquí las llamadas “virtudes secundarias” del pueblo alemán; las archirepetidas ideas de puntualidad, limpieza, orden trabajo. Ahora bien, no por trasegadas podemos dejar de considerar la importancia que tenían. Según Burrin, es hacia estas “virtudes secundarias”, en las que dado el contexto de guerra y posteriormente de privaciones, se habría replegado la “identidad alemana”. Paralelamente a este repliegue “el desarrollo de un imaginario fundado en el culto del cuerpo y en la purificación sanitaria, en especial en lo relativo a las enfermedades venéreas, contribuía a una difusión del eugenismo más intensa que en otros países” (Burrin, 2006, p. 48). Con la tan evidente implicación de Daube y Cía. y de su *Almanaque* en la cultura alemana posterior a la Gran Guerra, es posible comprender la exaltación vitalista y del cuerpo vigorizado y poderoso que abunda en las páginas del *Almanaque 18*.

No podemos suponer de buenas a primeras una filiación nacionalsocialista militante y radical a Daube y Cía., solo por el hecho de ser una firma alemana. Y tal vez no fuera tan trascendente escudriñar en una filiación partidista, dada la muy clara filiación cultural nacionalista y pro germana de la firma. Hay, por cierto, una comunidad cultural. Si los dueños y editores del *Almanaque 18* eran fieles lectores del Mein Kampf hitleriano es algo que escapa por ahora a nuestras indagaciones. Lectura o no de aquel texto, las ideas que circundan son las mismas: socialdarwinismo, racismo, defensa de la raza alemana como la única generadora de cultura, eugenismo. La exaltación de un cuerpo vital y “endurecido” es un tema típicamente nacionalsocialista. Más aun, si bien nunca fue formulado como tríptico fundacional al estilo de “libertad, igualdad, fraternidad”, los valores correspondientes a una divisa nacional en el período nacionalsocialista alemán pueden resumirse en “salud, poder, cultura”. Para Burrin la idea de salud en este marco señala: “por un lado, la pureza (racial) y la limpieza; y por otro, el trabajo y el buen estado físico. El hombre ario, sano, limpio, laborioso, deportista, casado con una mujer de su misma raza, que le da muchos hijos se convierte en modelo y norma. Por contraste resalta todo aquello que se desvía de esa norma, y rápidamente se convierte en medidas de extirpación” (Burrin, 2006, p. 70-71). ¿No es este el modelo de hombre que se deja caer sobre la imaginación popular a través de las páginas del *Almanaque 18*? Se anuncian



tónicos cuya promesa, lo hemos visto, es conseguir un cuerpo duro, recio, vigoroso, vitalizado y en pos de la victoria vital.

### Un proyecto biopolítico

Aunque el concepto de lo biopolítico pueda seguir siendo elusivo, lo usamos aquí en la línea de pensamiento inaugurada por Foucault (2008) y que manifiesta la soberanía del Estado sobre las poblaciones y las personas, entre otras vías, en la forma de técnicas, saberes y normas propuestas a la subjetivación, que dicen relación con el uso de la vida humana como medio para alcanzar los fines del poder. Este sentido de lo biopolítico se manifiesta en claramente en algunos textos del *Almanaque 18*. El imaginario implicado en la publicidad de tónicos y cápsulas se ve refrendando en el *Almanaque 18* en otros temas, entre los cuales podemos mencionar la defensa de la Alemania ocupada, el rol central de la nación alemana en los valores de la ciencia y la civilización, la lactancia eugénica, la regulación de comportamientos de madres, mujeres, hijas, niños y obreros. Como ejemplo de este corpus, analizaremos el texto “Los ejercicios físicos” de la edición del *Almanaque 18* de 1921, clave por su contenido de carácter biopolítico.

¿De donde proviene la vitalidad exaltada y el gozo para un cuerpo joven? Las primeras líneas del texto nos responden: “Bajo la lluvia, bañado en sudor o sintiendo la áspera caricia del frío, nada puede haber tan gozoso para un espíritu juvenil como el juego, la lucha, el salto y la carrera ¡Ea, muchacho! Corre a respirar el aire libre y muestra al aire y al sol la gloria vital de tu risa”. El endurecimiento gozoso en conexión con las fuerzas naturales del terruño es el destino de un espíritu juvenil.

Pero no son los valores meramente deportivos los que orientan esta vitalidad deportivizada del joven; se trata de procesos y experiencias para la vida social, la que por otra parte es claramente entendida en el horizonte bélico de la lucha por la supervivencia:

“Para los afanes y los trabajos del Progreso, la sociedad exige cuerpos sanos y vigorosos. No es posible luchar con los otros hombres si se carece de fuerza y salud. La vida es una guerra; todos los hombres somos soldados, y la milicia de la vida como la de los campos de batalla, pide guerreros sanos y diestros”

Luego se agrega: “Prepara tus nervios, muchacho, como el guerrero sus armas, cultivando tu salud y los alegres ejercicios corporales”. La ya presentada trilogía nacionalsocialista parece prefigurarse en este texto de 1921; salud, poder y cultura se implican una a otra y favorecen la transitividad de sentidos entre los términos. La salud es importante como un poder en la lucha,



ya no por la supervivencia, sino en la lucha por la civilización misma: “Las luchas de la civilización no pueden afrontarse sin faltar el ánimo, la continuidad del esfuerzo, el brío, el tesón y la voluntad empeñosa; y todas estas cualidades morales serán más efectivas si van acompañadas de una buena salud y un cuerpo resistente”.

El imperativo de la vitalidad como predisposición bélica se mezcla también con la herencia y con afirmaciones sociodarwinistas:

“El triunfo se reserva a los bien dotados. Conviene, pues, cultivar nuestras armas para el combate de la vida. Esas armas se nos otorgan al nacer, pero nuestro deber consiste en mejorarlas. Un cuerpo ágil, sano, limpio, hermoso, ecuánime, robusto, equilibrado: he ahí las armas que debemos cuidar y vigilar en todo momento”.

Velar por el cuerpo, ser médico de si mismos en vistas a la lucha vital, he ahí los deberes del joven. ¿Y qué se opone a este proyecto eugenésico y vitalista? ¿La enfermedad? ¿El ciclo vital? La estirpe reaccionaria y conservadora del texto se revela al atribuir a un conjunto de valores propios de la vida urbana del siglo XX el poder de roer la sanidad del cuerpo vitalizado para la lucha: “Las grandes ciudades son núcleos de debilitamiento y contagio. Los excitantes como el café, el tabaco, el alcohol, los periódicos, la política, el cine y el lujo, roen y dañan sin cesar nuestro organismo”. La obsesión del control regulatorio de la corporalidad se deja ver. El cuerpo debe estar bien dispuesto a la guerra y a la producción y alejarse de las excitaciones propias de la vida urbana.

Aunque no se señala el origen del texto, y que como veremos este termina con una mención a las necesidades de la patria Chilena, se pueden ver en él los “valores secundarios” de la identidad alemana, e incluso la pagana relación entre cuerpo vitalizado y naturaleza, tan cara al pensamiento *volkisch*. El cuerpo lleno de salud es requisito para:

“servir a la Humanidad con éxito, para que nuestro paso por la vida no sea estéril, precisamos la fuerza del ánimo y de la voluntad, la robustez del alma y del cuerpo. Que el humilde labriego y el artista, que el soldado en la frontera y el sabio en su gabinete posean salud, fuerza, coraje, largo aliento, para que su deber no quede incumplido y la misión de cada uno no se malogre. Llegar hasta el fin, terminar la obra, alcanzar la meta que nos impone nuestro destino o nuestra ambición: esto solo se logra con un ánimo enérgico y un cuerpo sano”.

La naturaleza es el aliado preciso de este cuerpo empoderado: “Un noble y alegre ejercicio, al aire y al sol; en plena naturaleza será siempre la mejor preparación del cuerpo y de la salud”.





En el texto “Los ejercicios físicos” la consideración eugenésica termina por coronar todo este andamiaje:

“Cultiva tu espíritu y tu cuerpo, para que sean un hermoso continuador de la raza. Debemos pensar en nuestros hijos futuros tanto como en nosotros mismos por que las generaciones que arrancan de nosotros nos pedirán cuentas mañana. Un cuerpo hermoso, ágil y robusto, es el mejor adorno de la sociedad”.

Consideración, que por otra parte pareciera sugerirnos la validez de la herencia de los caracteres adquiridos, teoría lamarckiana ya bien desacreditada a la fecha del texto.

Este capital biológico no es en todo caso fuente de derecho o goce individual; es propiedad de la Patria y ella puede disponer del destino personal cuando se encuentre en peligro:

“Y sobre todo, has de pensar, muchacho, que la Patria quiere hijos fuertes y briosos. Para las necesidades pacíficas pide la patria hijos aptos, que sepan aumentar los oficios, los negocios, la ciencias, los trabajos de la navegación y la industria. Para los peligros de la guerra y la defensa del honor nacional, Chile pide hijos fuertes y animosos que sean buenos soldados, hábiles para la victoria, para la obediencia o para la muerte” (*Almanaque 18*, 1921, p. 99-100).

Si el *Almanaque* es la productivización del tiempo, toda esta preceptiva biopolítica apunta a la productivización del cuerpo y a su disposición neta como fondo vital de esfuerzos económicos, bélicos y nacionalistas.

## Conclusiones y perspectivas

El *Almanaque 18*, al ser la cara pública de la casa comercial frente al consumidor y la sociedad, propició una toma de conciencia de la empresa frente a sí misma, al mismo tiempo que la obligó a articular unos criterios editoriales y de contenido que, lejos de quedar en el azar o en la pura lógica publicitaria, llevaron a que se enunciara con cierta claridad las filiaciones nacionales y culturales de quienes controlaban la edición del *Almanaque*.

A través de los textos e imágenes que nos presenta el *Almanaque 18*, asistimos a una amalgama de higienismo, moral, nacionalismo, racismo, darwinismo social y eugenesia. Dado el fuerte componente identitario de los dueños de la empresa, naturalmente se manifestó el sentimiento pro germano en el corazón de la primera década de publicación del *Almanaque 18*.



Junto a los temas mencionados, uno de los que ofrece una mayor continuidad y contundencia a través de las diez primeras ediciones es la defensa de la Alemania derrotada, de su cultura, de su lengua y de su superioridad como nación.

Ese “vasto campo de la medicina, la industria química y la higiene” fue lo que, en coherencia con el imaginario predominante de la ciencia de la época y con el imaginario alemán entorno del *darwinismus*, la versión alemana del pensamiento de Darwin, el *Almanaque 18* presentó a sus lectores en su primera década de publicación.

Hacia 1929 Daube y Cía. se convirtió en una empresa en franca y decidida expansión para la que se volvió necesario acceder a nuevos capitales. Ese año se transformó en una Sociedad Anónima. Si bien los socios accionistas siguieron siendo los mismos titulares de Daube y Cía., el nuevo esquema de funcionamiento tuvo su efecto sobre el criterio editorial del *Almanaque 18*, transformándolo en un soporte neutro de la publicidad de los específicos de la sociedad anónima, que pasó a llamarse Droguería del Pacífico. Sin embargo, cuando después de 1945 el estado chileno intervino la empresa, ofreció a los antiguos accionistas incorporarse a la nueva compañía abandonando la nacionalidad alemana por la chilena. Ninguno de los antiguos propietarios aceptó la proposición y se formó la Compañía Farmoquímica del Pacífico; cerrándose así el capítulo alemán de una empresa que existe hasta nuestros días.

En el desenvolvimiento del *Almanaque 18* podemos ver una forma de apropiación social del conocimiento científico, que para el período referido -la década de 1920- importa la permeación a la cultura popular de algunos cuerpos de ideas que pensamos resultarán esenciales en los proyectos políticos posteriores: una preformulación de pensamiento racista, la eugenesia de la raza como recurso económico y bélico, el nacionalismo, la pertenencia del *bios* individual a la patria y las obligaciones que se derivan de ello, regulación de la maternidad y de la infancia, puesta en escena de un cuerpo deportivizado, dispuesto a la lucha y al “rendimiento” bélico y productivo.

El llamado a la constitución de un cuerpo de los comunes en torno de los valores de un cuerpo deportivizado, dispuesto a lucha darwinista, se presenta con claridad en la publicidad de tónicos y cápsulas, presentes en el *Almanaque 18*. Este soporte y este género son un buen ejemplo del tipo de vías de socialización y de control simbólico con el que es formado, en parte, el imaginario popular. Las relaciones entre proyectos científico-políticos y la constitución de la cultura de las masas pueden ser nuevamente atendidas y revisadas, a partir de ejemplos como los que proponemos a discusión en este artículo.



## Bibliografía

- Almanaque 18* (Años 1921 – 1931). Santiago: Daube y Cia. [Consultado en la Biblioteca Nacional de Chile entre Marzo y Octubre del año 2009. Colección Hemeroteca.]
- Alliende Edwards, M (1987). *Un caso particular: Historia de la Farmoquímica del Pacífico S.A. (1834-1987)*. Santiago de Chile: Edición de la Academia de Ciencias Farmacéuticas de Chile.
- Álvarez Peláez, R (1985). *Sir Francis Galton el padre de la eugenesia*. Madrid: CSIC.
- Araya Falcone, B. (1990). *Historia de la farmacia en Valparaíso entre 1920 y 1950*. Santiago de Chile: Edición de la Academia de Ciencias Farmacéuticas de Chile.
- Burke, P. (2006) *¿Qué es la historia cultural?* Barcelona: Paidós.
- Burrin, Philippe (2007). *Resentimiento y Apocalipsis*. Buenos Aires: Katz editores.
- Cavallo, G. y Chartier, R. (Eds.) (1998). *Historia de la Lectura en el Mundo Occidental*. Madrid: Editorial Taurus.
- Continenza, B. (2008). Darwin. *Revista Investigación y Ciencia* [edición española de Scientific American], 54.
- Couyoumdjian, J. (2000). El alto comercio de Valparaíso y las grandes casas extranjeras, 1880-1930. Una Aproximación. *Historia (Santiago)*, vol. 33.
- Dampier, W. (1986). *Historia de la ciencia y sus relaciones con la filosofía y la religión*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías de yo*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Foucault, M. (2008). *Nacimiento de la biopolítica. Curso del College de France*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Girón Sierra, A. (2005). *Darwinismo, darwinismo social e izquierda política (1859 -1914). Reflexiones de carácter general*. En M. Miranda y G. Vallejo (Eds.), *Darwinismo social y eugenesia en el mundo latino*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Glick, T., Ruiz, R. y Puig-Samper, M. (Eds.). (1999). *El Darwinismo en España e Iberoamérica*. Madrid: Edición conjunta de Universidad Nacional de México, Consejo Superior de Investigaciones Científicas y Ediciones Doce Calles.
- Haack, S. (2008). *Ciencia, Sociedad y Cultura. Ensayos Escogidos*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.



- Hacking, I. (2001). *¿La construcción social de qué?* Barcelona: Paidós.
- Illanes, María Angélica (1993). *En el nombre del pueblo, del estado y de la ciencia*. Santiago de Chile: Ediciones colectivo de atención primaria.
- Knibiehler, I. (2001). *Historia de las madres y la maternidad en Occidente*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.
- Lewontin, R. C., Rose, S y Kamin L. J. (2003). *No está en los genes. Racismo, genética e ideología*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Larson, E. (2007). *Evolución. La asombrosa historia de una teoría científica*. Buenos Aires: Ediciones Debate.
- MacRae, D. (1979). *El darwinismo y las ciencias sociales*. En S. A. Barnett (Ed.), *Un siglo después de Darwin*. Madrid: Alianza Editorial.
- Martin, O. (2003). *Sociología de las ciencias*. Editorial Nueva Visión: Buenos Aires.
- Márquez Breton, B. (1982). *Orígenes del Darwinismo en Chile*. Santiago de Chile: Editorial Andrés Bello.
- Millon-Delsol, C. (1998). *La ideas políticas en el siglo XX*. Buenos Aires: Editorial Docencia.
- Miranda, M. y Vallejo, G. (Eds.). (2005). *Darwinismo social y eugenesia en el mundo latino*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Miranda, M. y Vallejo, G. (2007). *Políticas del cuerpo. Estrategias modernas de normalización del individuo y la sociedad*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Palma, H. (2005). *Consideraciones epistemológicas y prácticas acerca de la eugenesia*. En M. Miranda, M. y G. Vallejo (Eds.), *Darwinismo social y eugenesia en el mundo latino*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Palma, H. (2007). *Metáforas en la evolución de las ciencias*. Buenos Aires: Jorge Baudino Ediciones.
- Sánchez Arteaga, J. (2007). La racionalidad delirante: el racismo científico en la segunda mitad del siglo XIX. *Revista Asociación Española de Neuropsiquiatría, Vol. XXVII (100)*, 383-398.
- Schmidt-Hebbel, H. (1986). *Tras las huellas de la historia de las ciencias farmacéuticas en Chile (1833-1985)*. Santiago de Chile: Edición de la Academia de Ciencias Farmacéuticas de Chile.
- Subercaseaux, B. (2007). *Historia de las ideas y de la cultura en Chile* (Tomo IV, Nacionalismo y cultura). Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Vallejo, G. (n.d.). *Darwinismo social*. Obtenido el 2 de diciembre de 2009, de CESIES pensamiento latinoamericano y alternativo: <http://www.cecies.org/articulo.asp?id=196>