

EL DIFÍCIL TRÁNSITO HACIA LA MODERNIDAD: LA PRENSA EN COLOMBIA*

The Difficult Transition to Modernity: the Press in Colombia

María Carolina Cubillos Vergara

Historiadora de la Universidad de Antioquia. Estudiante de la Maestría en Estudios Humanísticos en la Universidad EAFIT. Ganadora del premio a la mejor investigación estudiantil en Ciencias Sociales, Universidad de Antioquia, 2006. Es miembro del Grupo de Investigación Comunicación, Periodismo y Sociedad de la Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia.

comunidaddelnorte@gmail.com

Correspondencia: Carrera 63 A # 51-40, Barrio El Remanso – Copacabana

* El siguiente artículo es producto de un informe final presentado en el Seminario Historia, escritura y sociedad, dictado en el 2010 por la docente Patricia Cardona Zuluaga en la Maestría de Humanidades de la Universidad EAFIT. Este curso tuvo como finalidad definir la importancia que adquirió la escritura y sus diversos modos de concreción en la sociedad moderna como práctica política, posibilidad intelectual y producto social, en el que convergieron múltiples relaciones para su constitución. Por esta razón, durante la realización del seminario se abordaron asuntos como la imbricación entre historia y escritura; las relaciones entre la reproducción impresa; los periódicos y las transformaciones en la esfera de los escritores..

RESUMEN

Este artículo presenta una mirada retrospectiva que intenta reconocer en el pasado los indicios que muestran la prensa como un producto de la modernidad, resultado de los cambios ideológicos y materiales presentes en la sociedad colombiana entre finales del siglo XVIII y mediados del siglo XX. Por esta razón, su base teórica se encuentra fundamentada en los planteamientos de Roger Chartier, quien desde el ámbito de la historia de la cultura, define al texto como resultado de un proceso en el cual se conjugan la escritura y las formas materiales en su nacimiento y difusión en una época determinada. Esto significa revalidar la idea del texto escrito como un referente cultural y social, resultado de un proceso colectivo similar a un engranaje que lo materializa, y en el cual simultáneamente se conjugan las variaciones en las grafías, la diagramación, las formas de apropiación (usos y desciframiento de los lectores oyentes) con los dispositivos jurídicos, religiosos, estéticos y mercantiles, que redefinen su contenido en aras de ajustarse a las tendencias ideológicas y mentales vigentes en una época.

Palabras clave: Prensa, Evolución histórica, Modernidad, Consumo.

ABSTRACT

This article shows a retrospective view, which attempts to recognize in the past, the evidences that show the press as a product of modernity, resulted from ideological and material changes experienced in the Colombian society between the late eighteenth and mid-twentieth century. For this reason, its theoretical basis is founded on the ideas of Roger Chartier, who, from the field of cultural history, defines text as a result of a process which combines writing and material forms at its birth and diffusion, in a specific period. This suggest validating the idea of written text as a cultural and social reference, resulted of a collective process similar to the a mechanism that materialize it, and which simultaneously combine variations in spelling, layouts, forms of ownership (uses and decodes of the readers/listeners) to the legal, religious, aesthetic and commercial devices that redefine its content in order to adapt to the ideological and mental trends present in a particular era.

Key words: Press, Modernity, Historical Evolution, Consumption.

Recibido: 18 de marzo de 2012

Aprobado: 25 de junio de 2012

Dentro de la gama de fuentes utilizadas en el ejercicio historiográfico, la prensa constituye un objeto de estudio clave para conocer y comprender el trasegar de las sociedades en un contexto y tiempo determinado, no sólo por sus discursos que revelan tendencias ideológicas vigentes en una época, sino también por sus continuas transformaciones materiales que muestran las disposiciones y avatares técnicos, sociales y culturales, a través de los cuales se evidenciaron estos cambios. Ya lo vislumbraba Roger Chartier cuando desde el ámbito de la historia de la cultura planteó el estudio de los documentos desde una propuesta metodológica que enriqueciera el ejercicio histórico: el texto como referente cultural y social, resultado de un proceso colectivo, en el cual se conjugan simultáneamente las ideas originales de la obra, las variaciones en las grafías, la diagramación, las formas de apropiación (usos y desciframiento de los lectores/oyentes), junto con los dispositivos jurídicos, religiosos, estéticos e incluso mercantiles vigentes en una sociedad. Esta indisolubilidad material e inmaterial permite superar la dicotomía entre lo abstracto y lo material, para concebir la prensa como el resultado de una conjunción en donde las ideas concebidas por el autor superan ese estado de abstracción al materializarse a través de su producción. De esta forma, se convierte en un referente cultural que puede ser apropiado e interpretado por los lectores u oyentes, según los modelos mentales vigentes en una sociedad (Chartier, 1995, p. 11).

Desde este punto de vista, una mirada en retrospectiva permite al historiador reconocer en el pasado los indicios que muestran a la prensa como un producto de la modernidad, en la cual se entretajeron dos procesos relacionados con los cambios ideológicos y materiales de la sociedad colombiana, sucedidos entre finales del siglo XVIII y mediados del siglo XX: la construcción de una esfera pública separada del ámbito privado, donde sobresalió un proyecto colectivo de configuración de un Estado a través de la formación y dotación de elementos necesarios para la acción política de sus ciudadanos. Esto fue acompañado de la difusión de un conjunto de “mutaciones culturales propias de la modernidad” (costumbres, imaginarios, valores, comportamientos, lenguajes), que significaron la transición del orden tradicional hacia un orden social regido por la dinámica moderna (Uribe y Álvarez, 2002, p. 9).

Con respecto a este último aspecto, se destaca una temática significativa para comprender el papel de la prensa en este proceso: la propagación de las ideas concomitantes a la dinámica capitalista relacionadas con el consumismo, suceso que está implícito en el desarrollo de la libertad de mercado, la destrucción de las barreras geográficas para crear un mercado nacional y la implantación de la dinámica industrial. Esto significa preguntarse específicamente por los cambios sucedidos en el contexto sociocultural, político y económico en Colombia entre el siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX, y la forma como incidieron

en el desarrollo de la prensa y en el oficio del periodismo. Por esta razón, la pregunta que guiará el siguiente texto será: ¿cómo y cuándo ocurrió la transición entre idearios políticos hacia una concepción más mercantilista y basada en el consumo?

Primeros intentos fallidos

La prensa en Colombia hunde sus raíces en la Colonia, cuando un grupo de frailes anunciaron el movimiento sísmico que sacudió a Bogotá el 12 de julio de 1785, en tres números titulados *Aviso del Terremoto* y en *La Gazeta de Santa Fé de Bogotá Capital del Nuevo Reyno de Granada* (Cacua, 1968, p. 49-50). Sin embargo, convencionalmente son reconocidos como antecedentes más inmediatos por la regularidad en su publicación *El papel periódico de la ciudad de Santafé de Bogotá* (1791-1796)¹ dirigido por Manuel del Socorro Rodríguez; *El Correo Curioso, Erudito, Económico y Mercantil de la Ciudad de Santafé de Bogotá* (1801), de Jorge Tadeo Lozano de Peralta y su primo el presbítero José Luis Azuola y Lozano; *el Semanario del Nuevo Reino de Granada* (1808-1810) y *El Redactor Americano* (1806-1809) de Manuel del Socorro Rodríguez,² los cuales contaron con el auspicio de las políticas virreinales promovidas desde la metrópoli por los Borbones, que buscaron generar una nueva generación de “hombres de letras” ajenos al pensamiento tradicional, para hacer realidad el proceso de modernización del estado monárquico. Asimismo, también contó con el apoyo de algunos colonos españoles inmigrantes y criollos, quienes habían adoptado algunas de las formas de pensamiento propias de la Ilustración (Silva, 2002, p. 25-26).

Como característica general de estos semanarios, más bien parecidos a libros, se revelan a través de sus hojas una diagramación y una tipografía limitada por la dificultad para insertar algunos signos ortográficos y grabados. No obstante, esto no fue un obstáculo para que en sus páginas se divulgaran temas relacionados con los nuevos conocimientos científicos y filosóficos promovidos por las ideas heredadas de la Ilustración y por el creciente interés en el “descubrimiento” de un territorio, base material para la constitución de las futuras naciones americanas. Bajo esta tónica y con el fin de divulgar las “luces” del conocimiento e instruir a los pueblos, se desarrollaron cátedras de filosofía política, actividades económicas, artes, población, literatura, ciencias; noticias de ciudades y pueblos, e informaciones internacionales provenientes de las gacetas publicadas en España y otros reinos.

El resultado más palpable de este proyecto de construcción de nación, producto del agitado momento político vivido en el Virreinato de la Nueva Granada con la

creación de la Junta de Gobierno, fue la publicación de forma casi simultánea de *El Diario Político de Santafé de Bogotá* (1810-1811) editado por Francisco José de Caldas, *El Argos Americano* (Cartagena, 1810-1812) de José Fernández Madrid, *Aviso al Público* (Bogotá, 1810) dirigido por fray Diego Francisco Padilla y *La Bagatela* (Bogotá, 1811-1812) de Antonio Nariño. En el caso de los periódicos *El Argos Americano* y *La Bagatela*, la divulgación de las ideas relacionadas con el creciente sentido patriótico y el interés por defender el derecho a la libre expresión, no fueron un obstáculo para publicar en sus hojas la oposición expresa hacia una forma de gobierno, nacida en gran parte de las diferencias regionales y las disputas políticas en torno a la manera más apropiada para gobernar los destinos de la nación.

Aunque estos primeros experimentos periodísticos fueron el resultado conjunto de una masa de pensadores e intelectuales, quienes se preocuparon por temas relacionados con la construcción del sentido de una nación, también sobresalieron como primeros vestigios de una prensa moderna mediada por un aparente sentido capitalista, como se evidenció en la separación de las funciones de edición y de impresión presentes en el caso específico de *El Semanario del Nuevo Reino de Granada*, y en los diversos avisos que resaltaban las cualidades y beneficios de un producto:

“SE VENDE ESCLAVO A BENEFICIO DE LOS POBRES.

Bogotá, 10 de marzo de 1801

«En la R/casa de Hospicio se halla esclavo mozo de buen servicio, aparente para trabajo recio, es casado con una india, también moza. Quien quisiese comprarlo hable con D. Antonio Caxigas administrador de dicha R/casa. Revende a beneficio de los pobres»” (El Cotidiano del Bicentenario, 2010)

Herederos de la tradición periodística europea, especialmente la francesa, que estaba basada en el análisis y método de investigación de las ciencias sociales, estos primeros ensayos de “informar” y “educar” a la opinión pública, “caballito de batalla” de las generaciones de criollos, quienes buscaron despertar del letargo a los americanos para hacerlos partícipes del proceso de Independencia, fueron “sustituídos” parcialmente en el siglo XIX por un tipo de prensa dedicada en gran parte a los avatares políticos. Esta prensa que desde un principio funcionó como generadora de procesos nacionalistas, referente de imaginarios culturales e ideológicos que idealizaron una nación americana libre del yugo español, posteriormente evolucionó hasta transformarse en el centro de exposición de ideas y opiniones de los líderes de los partidos políticos y de escritores literarios o científicos, convertidos por antonomasia en periodistas por vocación y en defensores acérrimos de los postulados que sus tendencias ideológicas señalaban.

Si bien los seguidores de los partidos Liberal y Conservador coincidieron en

la promoción y defensa de la civilización para la construcción de un proyecto de nación, en materia política sus planteamientos ideológicos divergieron en aspectos esenciales como la educación, la economía, la libertad de prensa y la forma más apropiada de dirigir los destinos de un Estado. Por esta razón, no fue extraño que la élite criolla destinara gran parte de sus artículos periodísticos hacia la defensa de sus idearios y proyecto político, los cuales se convirtieron en verdaderos debates escritos en la prensa. Si los planteamientos liberales, originados en gran parte en una masa creciente de comerciantes, convergieron más hacia la libertad de prensa, el libre comercio, la supresión de las jerarquías sociales, la eliminación del monopolio de la enseñanza por parte de la Iglesia y la libertad de cultos, los idearios conservadores apostaron más hacia la conservación de un *statu quo* similar al existente durante la Colonia, en cuanto simbolizaba la defensa de los intereses económicos y políticos de figuras que tradicionalmente habían detentado el poder como terratenientes, esclavistas, altos burócratas, miembros del clero y la milicia.

Así se evidenció en el número uno del periódico conservador *La Civilización*, nacido en Bogotá el 9 de agosto de 1849 por iniciativa de Mariano Ospina Rodríguez y José Eusebio Caro, en el cual se establecieron los planteamientos ideológicos del partido Conservador: “Los conservadores forman un partido sosegado y reflexivo, que estima en más los resultados de la experiencia que las conclusiones especulativas de la teoría; es esencialmente práctico y por consiguiente poco o nada dispuesto a los arranques de entusiasmo” (Cacua, 1968, p. 121-122).

Curiosamente, en un intento por limitar las asperezas políticas entre los partidos dominantes y generar un ambiente de tolerancia y concordia que permitiera establecer las bases para la unidad nacional, el célebre escritor y político Manuel Ancízar, guiado por la máxima fundamental de *respetar la libertad de cada cual en el pensar, el sentir y el obrar como su razón le dicte*, editó en Bogotá el primer número de *El Neogranadino* el 4 de agosto de 1848, con lo cual se propuso crear una “tribuna de conciliación” imparcial entre ambos bandos políticos, por considerarlos elementos civilizatorios de la nación formada⁴ (Otero, 1998, p.81-82).

De una y otra forma, este proceso civilizatorio se convirtió en un asunto que trascendió la práctica política, para fundamentarse en imaginarios y representaciones simbólicas reproducidas a través de los discursos, que revelaron los caracteres de identidad relacionados con cada tendencia ideológica. La cuestión era diferenciarse del “otro” no sólo en las ideas adoptadas por su bando político para deslegitimarlo y sentarse en el dominio del pueblo “inculto” e “incivilizado”, sino también mostrar su creciente superioridad en el estilo

discursivo, los conocimientos generales característicos de un amplio bagaje cultural, y los usos gramaticales reveladores del “saber hablar bien” (Ayala, 2006, p. 5-6).

En la editorial del 22 de enero de 1888 publicado en el periódico cartagenero *El Porvenir*; la pluma del presidente Rafael Núñez sentó su posición por el decreto promulgado por el general Eliseo Payán sobre libertad de prensa, en un momento culminante de la contienda política entre los dos partidos políticos: “La prensa, sobre todo, requiere sostenida vigilancia, para que no se vayan a reaparecer, so pretexto de libertad de pensamiento, las viejas tendencias de irrespeto y mordacidad con que las plumas mercenarias buscan el camino de los medros, escudándose con una inmunidad a que solo es acreedor el que escribe con elevación de mira” (Cacua, 1968, p. 368).

Debido a las múltiples dificultades generadas por los altos costos de la publicación, las prácticas de censura impuestas por el bando político en el poder y los pocos recursos obtenidos para su sostenimiento, la mayoría de estos semanarios y publicaciones quincenales también se convirtieron en intentos fallidos de prensa. No obstante, en medio de un panorama oscuro producido por las guerras civiles (1876, 1885, 1895, 1899) generadas por las continuas rencillas entre los dos bandos reinantes en la política, continuaron circulando periódicos con una tendencia política marcada, como *El Porvenir* (Cartagena, 1881), *El Espectador* (Medellín, 1887) de Fidel Cano⁵, *El Relator* (Bogotá, 1877) dirigido por Santiago Pérez, *La Crónica* de José Camacho Carrizosa (1877-1899) y *El Autonomista* orientado por Rafael Uribe Uribe (Santos, 1986, p. 112-113).

En un intento por conservar una tendencia política independiente y alejada de las disputas emergidas en los diarios adscritos en algún partido, también aparecieron algunos ensayos de prensa enfocados más hacia el plano de la divulgación cultural y científica, al exponer temas relacionados con las bellas artes, la literatura, la historia, las biografías, las ciencias, los cuadros de costumbres. En esta vertiente periodística fue representativo *El Papel Periódico Ilustrado* de Alberto Urdaneta (Santafé de Bogotá, 1881-1886), una publicación “revolucionaria” para la época al utilizar cuidadosamente grabados de madera en la ilustración de los artículos escritos por reconocidos personajes como Manuel Ancízar, José Caicedo y Rojas, Rafael Núñez, José María Samper, Vergara y Vergara, entre otros.⁶ Igualmente, se incluye en este tipo de tendencia periodística la revista *Colombia Ilustrada* (1889-1892) dirigida por José T. Gaibrois, uno de los colaboradores de Urdaneta quien siguiendo la línea de su antecesor, divulgó composiciones en prosa y en verso sobre el estudio de la historia patria, conservando el ideario de un proyecto pacifista y civilizador que buscaba crear una nueva conciencia nacional, aún en un período bastante convulsionado como fue *La Regeneración* (1878-1899),

donde las luchas políticas y las contiendas fratricidas entre los miembros del partido conservador y liberal también se libraron en las páginas de los periódicos.

El carácter efímero de estas publicaciones aparecidas durante la conformación de la República fue una constante generada no sólo por los vaivenes de la guerra, sino también por el bajo nivel de escolaridad de la población colombiana. Las reformas radicales iniciadas desde la década del setenta, motivadas por el ideal de civilización que buscaba crear una generación de ciudadanos aptos para asumir el destino de una nación democrática, aunque significaron un impulso notable en las áreas de la educación y la cultura, gracias a la promoción de un sistema integral de educación pública con amplia cobertura territorial (Jaramillo, 1986, p. 227-228), paradójicamente no representaron avances importantes en la práctica, máxime cuando el sistema fue incapaz de sobrellevar la creciente demanda de una población en constante crecimiento. Renán Silva señala que a principios del siglo XX, aproximadamente el 80% de la población era analfabeta, como consecuencia del limitado alcance en la cobertura escolar en zonas rurales y las pocas asignaciones presupuestales para ampliar el cubrimiento educativo (Silva, 1986, p. 62-63).

Bajo este panorama, era una utopía conservar la concepción “romántica” que buscaba divulgar las ideas y el conocimiento con el ánimo de ilustrar a los ciudadanos, en su gran mayoría analfabetos y poco interesados en este tipo de proyectos. A todo lo anterior, se sumaron otros factores que hicieron la tarea más ardua y difícil, como el alto costo de los materiales para su elaboración (las máquinas, el papel y los suministros se importaban del extranjero y eran sobrecargados con altas tasas de impuestos para permitir su ingreso); los elevados precios de suscripción; el poco desarrollo de la infraestructura vial para su propagación en diferentes regiones del país, y los controles oficiales que pretendieron coartar la libertad de prensa, al limitar su acceso y difusión entre los estratos sociales que no habían alcanzado ciertos niveles de educación y riqueza. Como bien se ilustra en el siguiente aviso publicado a principios del siglo XIX, donde se denunciaron las múltiples trabas impuestas por el gobierno al ejercicio periodístico:

“VENDEN ARROZ PARA IMPRIMIR PERIÓDICO

21 de julio de 1811

«... Es cosa bien sabida que cuando se quiere prohibir indirectamente un género, no hay método más sencillo que recargarlo de impuestos. Aquí se sabe lo que cuesta el papel y la mano de obra de los impresores. Cargándoles una contribución a los autores de 20 ejemplares ¿quién ha de poder imprimir? El gobierno y sólo el gobierno (...) y ahora que querían aparecerse estas bagatelas, antes de vender el primer ejemplar, me quita el gobierno veinte: es decir: 20 reales semanales con que hay para hacer mi pobre mercado, y que al año componen la suma de 130 pesos, contribución espantosa para un miserable periódico y

mucho más para su autor (...) Me veo precisado a pasar a un pueblo inmediato a vender un poco de arroz para pagar al impresor de mi bagatela»” (El Cotidiano del Bicentenario, 2010).

En estas circunstancias, un tanto avasalladoras para estos primeros experimentos de prensa en Colombia, la actividad periodística se encontraba ligada a la voluntad de sus promotores, muchos de ellos literatos, políticos y científicos, sin más profesión que conocer el arte de la escritura. Aún no existía la generación de periodistas formados en universidades, quienes posteriormente aparecieron como signo de los cambios en la concepción del ejercicio periodístico, producido por la consolidación de una industria enfocada en la publicación de la prensa. Los escasos dividendos obtenidos de la venta de los pocos ejemplares, derivaron en la existencia de un periodismo no profesional sin una división del trabajo, donde el redactor, el editor, el cajero, el corrector de pruebas, el reportero, el administrador y hasta el mensajero, en muchas ocasiones era desempeñado por una sola persona.

Sin embargo, los pioneros en este campo desde una concepción romántica de la actividad periodística, superaron las trabas impuestas por el gobierno de turno y las concepciones morales irradiadas desde el epicentro de una institución tan poderosa como la Iglesia, para construir un discurso de opinión basado en sus propias concepciones e ideas en torno a un ideal político, con el cual se comprometieron apasionadamente hasta el punto de utilizar recursos literarios que expresaban con sátiras y sarcasmos su oposición a los idearios de otras tendencias políticas. (Castaño, 2002, p. 107-108).

Como bien lo señala Enrique Santos Calderón, las publicaciones posteriores al período de la Independencia contribuyeron a radicalizar posiciones ideológicas y a exacerbar los ánimos de los seguidores de los partidos conservador y liberal, quienes se disputaron el poder no sólo en el campo de batalla de las numerosas guerras civiles, sino también a través de los diferentes artículos de opinión que revelaron una limitada visión del mundo, producto de un espíritu provinciano que buscaba el dominio de una nación, pese a la creciente influencia ideológica de las grandes corrientes de pensamiento procedentes de Europa (Santos, 1986, p. 118).

De una prensa doctrinal a una prensa más amena: primeros indicios

Entre finales del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX, algunas ciudades colombianas como Barranquilla, Bogotá, Cali y Medellín, lentamente fueron transformando su apacible vida pueblerina a un ritmo de vida más caótico propio de las ciudades, como producto de una multitud de emigrantes del campo quienes buscaron mejorar sus condiciones de vida. Estos primeros bosquejos de una

economía en crecimiento fueron posibles gracias a la exportación de café, con lo cual se propiciaron cambios tan importantes para la futura modernización del país como la descomposición paulatina del régimen de haciendas; el aumento de la demanda interna de productos; el uso generalizado de la energía eléctrica; la incipiente industrialización, y la construcción de vías de transporte que convirtieron paulatinamente la geografía nacional en circuitos de conexión terrestre, marítima y aérea entre las diferentes regiones del país.⁸ Consecuentemente, las formas de transmisión de la información se fueron transformando paulatinamente hasta alcanzar niveles aceptables de eficiencia y rapidez en el territorio nacional, gracias a la introducción de los medios de comunicación como el telégrafo (1851) y el teléfono (1885).

En este contexto, la actividad periodística comenzó un largo tránsito hacia la incorporación de elementos modernos para facilitar su acceso a un público más amplio, lo que significó la renovación del quehacer periodístico más enfocado hacia la información de los acontecimientos del mundo y del país y la utilización paulatina de diferentes recursos en la diagramación y contenido. La nueva forma de hacer periódicos se hizo evidente en la rebaja de los precios de suscripción, en la venta callejera del número, en la incorporación de los anuncios que hicieron viable económicamente la “empresa”, en la utilización de un lenguaje más ágil, en la preeminencia de las noticias, en la ampliación de las secciones donde se exploraban temas relacionados con la vida cotidiana, recetas, moda y belleza, deportes, vida social, entretenimiento, historietas, entre otros.

Estos cambios generados en la prensa de este período, fueron producto de las transformaciones sucedidas en Europa y Estados Unidos en el siglo XIX, como consecuencia de la aparición del pensamiento burgués y su correspondiente influencia en los círculos de poder económico y político. La prensa, antes dominada por los representantes del Antiguo Régimen como medio de expresión ideológica y doctrinaria, comenzó a ser controlada por los burgueses quienes tenían los recursos económicos necesarios para costear la producción de nuevos periódicos bajo una concepción más mercantilista y comercial. De esta forma, la prensa se convirtió en un producto pensado para un público más amplio gracias a la creciente alfabetización, la eliminación de las cargas fiscales y la incorporación de nuevas tecnologías que hicieron posible el aumento en el número de tiraje. En el contexto francés de las primeras décadas del siglo XIX, por ejemplo, fue Émile de Girardin en su folletón *La Presse*, quien supo traducir esta tendencia considerada por Walter Benjamín como un síntoma de la “corrupción de la prensa”, al destinar espacios significativos a los anuncios publicitarios para rebajar el precio de las suscripciones, garantizando así las ganancias financieras de la “empresa”. La necesidad de alcanzar un equilibrio entre las suscripciones y las ganancias, también llevó a Girardin a utilizar el “gancho” publicitario de las novelas por entregas, las cuales cumplieron con el propósito de mantener cautivo

a un nuevo tipo de lector ansioso por temas cotidianos y apasionantes (Benjamín, 1980, p. 39-40).

A finales del siglo XIX, en Colombia ya se comenzaba a vislumbrar este tipo de tendencia con la aparición del periódico *El Telegrama* (Bogotá, 1886-1904) de Jerónimo Argáez, con el cual se inició la “era del diarismo informativo”, al conformar un sistema de comunicación más ágil y eficiente a través del cable entre América y Europa, lo que permitió publicar de lunes a sábado las noticias internacionales más recientes. Asimismo, dentro de su estrategia de marketing incorporó un grupo de muchachos llamados los “voceadores”, quienes se encargaron de pregonar las noticias en las calles bogotanas para atraer un público más amplio. Las ideas innovadoras de su director, proclives al estilo periodístico practicado en Estados Unidos, lo llevaron a presentar en sus páginas información útil (recetas, consejos de la vida práctica), integrando también en el conjunto los folletines donde hicieron presencia escritores reconocidos como Baldomero Sanín Cano, Marco Fidel Suárez y José Asunción Silva.

Otro periódico que continuó con esta tendencia informativa fue *El Correo Nacional*, dirigido por el conservador Carlos Martínez Silva.⁹ En sus páginas se puede afirmar que se instituyó el *reporter* como recurso informativo para hacer un seguimiento más cercano a la noticia, intentando conservar la imparcialidad a través del método de la entrevista. Su característica más significativa fue su consagración como un periódico independiente, sin lineamientos políticos definidos, donde se dio cabida a opiniones y pensamientos críticos provenientes de ambos partidos.

Las dos primeras décadas del siglo XX, también fueron testigos del nacimiento de las revistas de tipo gráfico, caracterizadas por una diagramación acompañada de imágenes y de variedad de elementos tipográficos, que permitieron ambientar los diferentes artículos destinados a un público más interesado en temas alejados de la política, un segmento de la población ajeno a los avatares del mundo destinado para los hombres como fueron las mujeres. Bajo esta mirada imbuida por el espíritu de consumo, en Bogotá el 15 de enero de 1916, la Casa Editorial Arboleda & Valencia (propiedad de Abelardo Arboleda y Miguel Santiago Valencia), comenzó la publicación de la *Revista Semanal Cromos*, considerada un indudable paradigma en la historia de la prensa ligth en Colombia, al incorporar secciones dedicadas a la mujer donde se desarrollaron temas relacionados con las modas, la belleza, la salud, el cuidado de la silueta, el cuidado del hogar y las recetas de comida.

Las polémicas por la aparición de este tipo de prensa no se hicieron esperar, destacándose la tensión entre dos modelos periodísticos vigentes para la época: el europeo, considerado el modelo adoptado tradicionalmente que dio preeminencia

a un estilo más reflexivo y culto sobre temáticas relacionadas con las ciencias, la cultura, el arte, la literatura, la economía y la opinión política, y el anglosajón, que incorporó una técnica de escritura periodística más incisiva y alejada del rigorismo literario, además de utilizar prácticas del periodismo investigativo como los reporteros y las entrevistas (Vallejo, 2006, p. 55).

Un ejemplo de estas discusiones en torno al oficio periodístico se hizo presente en el periódico *Rigoletto* (Barranquilla, 1902) dirigido por Julio H. Palacio, en el cual se aclaraba en su editorial del 18 de junio de 1902, la importancia de mantenerse neutrales en las polémicas transadas por asuntos doctrinarios o políticos. Más adelante, Eduardo Santos en la primera edición del suplemento dominical del diario *El Tiempo* (Bogotá, 1911), señalaba que el periodismo moderno sólo tiene como objetivo generar noticias sensacionales con el fin de despertar emociones entre un público “frívolo”. Sin dejar de reconocer la importancia de la prensa como guía ideológica de las multitudes, Olaya Herrera escribió en el primer editorial de *El Diario Nacional* (septiembre 15 de 1915), la importancia de presentar la información independiente de los lineamientos ideológicos, sin caer en un estilo caracterizado por la simpleza o en el sensacionalismo (Vallejo, 2006, p. 20-21).

Hacia una prensa popular

En el período comprendido entre las décadas del veinte y setenta, los rasgos de un periodismo moderno se fueron acentuando cada vez más en las páginas de los diferentes periódicos, a raíz del cambio de concepción en el cual el binomio prensa y lucro económico se hicieron inseparables, como consecuencia de una racionalidad más instrumental y rentística, regida por la dinámica del consumo generalizado dentro del sistema capitalista. Algunos fenómenos se derivaron de esta vertiente periodística: la aparición de las casas editoriales y la especialización del trabajo; las agencias de noticias; la profesionalización de la actividad periodística; la aparición del “reporterismo gráfico” y la utilización de nuevos recursos en la diagramación.

Ante la ampliación del público lector -situación concomitante con los planes impulsados por el Estado en el área educativa que impusieron la obligatoriedad de la enseñanza de las primeras letras-, las posibilidades de un mercado mediático lucrativo estaban abiertas para ser explotadas por los dueños de estas “empresas periodísticas”. De esta forma, las casas editoriales se fueron convirtiendo en emporios económicos controlados por una familia (*El Colombiano, El Tiempo, El Siglo*). Análogamente, la preparación y elaboración de los periódicos se fue transformando en un proceso coordinado en diferentes fases que derivó en la especialización del trabajo: un reportero en el sitio de la noticia, unos corresponsales, un jefe de sección, un corrector de estilo, un editor, un copista,

un administrador, un agente de anuncios. A finales de la década del veinte, Guillermo Camacho Carrizosa en su editorial del 1 de abril de 1929 publicada en *El Fígaro*, ya señalaba la importancia de considerar un periódico como una “industria creadora de riqueza”, que buscaba garantizar su existencia económica sin descuidar el criterio y la doctrina fundamentada en la veracidad de las noticias y en la probidad del comentario (Vallejo, 2006, p. 22).

Bajo esta tendencia enfocada más hacia el consumo y los valores capitalistas, aparecieron los primeros indicios del “reporterismo gráfico” en Colombia con el magazín *Mundo al día* (Bogotá, 1924-1938), una publicación editada por Luis Carlos Páez y Arturo Manrique, conocido popularmente como Kiosko, quienes basados en el formato del *ABC* de Madrid, buscaron promover una prensa más cercana a los hogares, al insertar en sus páginas noticias escritas con un estilo ágil acompañadas de fotografías e imágenes, así como artículos literarios, pasatiempos y secciones dedicadas especialmente a la mujer. Lo más llamativo de su formato fue la inserción de historietas cómicas como “Mojicón” y “Los tres mosqueteros”, que sentaron la diferencia con respecto a las caricaturas agitadoras de los ánimos políticos vigentes en los periódicos del siglo XIX como *El Día* (1840-51), *La Jeringa* (1849), *El Neogranadino* (1848-54), *El Alcanfor* (1877), *El Mochuelo* (1877), *El Amolador* (1878), *El Fígaro* (1882), *El Zancudo* (1890-91) y *El Barbero* (1892).

El creciente desarrollo de los medios de comunicación y de transporte, junto con las reivindicaciones promovidas por las agremiaciones periodísticas sobre la importancia del ejercicio periodístico y la fundación de las primeras facultades de sociología y antropología en Colombia entre finales de la década del cincuenta y principios de los sesenta, estimularon la implementación de las técnicas de investigación procedentes de los países desarrollados (Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia), influenciadas ampliamente por las tendencias sociológicas y antropológicas interesadas en la investigación empírica o de campo, en la cual se generalizó el uso de instrumentos de recolección de datos como los cuestionarios, las entrevistas y la observación directa. De esta forma, el periodismo concebido como una vocación ejercida por literatos, científicos y políticos, entre las décadas del sesenta y setenta sufrió una transformación generacional que desembocó en el aparente “desapasionamiento partidista” en pos de la objetividad, en la profesionalización de la actividad periodística a través de las escuelas de periodismo y facultades de comunicación social, y en el desarrollo de un periodismo investigativo preocupado por examinar los hechos “ocultos” desde una percepción “fiscalizadora”, basada en fundamentos científicos derivados de los métodos de las ciencias sociales como la sociología y la antropología, que buscaban otorgarle cierto estatus de objetividad en el análisis de los hechos noticiosos al incorporar la observación directa y la recolección sistemática de datos (Santos, 1986, pp. 129 -131).

El ingreso progresivo en la era informativa supuso también la utilización de recursos tecnológicos de comunicación, como los cables de comunicación terrestre y submarino, y el establecimiento de un sistema de corresponsales en diferentes lugares del mundo. Esto se hizo posible gracias a las llamadas agencias de noticias internacionales como la Associated Press (AP), Agence France-Press (AFP), United Press International (UPI) o nacionales como el Servicio Informativo Nacional (SIN), las cuales permitieron alcanzar una mayor cobertura de las noticias en un lapso de tiempo reducido y con un mínimo de inversión en recursos financieros.

En el aspecto de la diagramación se integraron nuevos recursos tecnológicos, gracias al uso de la impresión mecánica (litografía) y posteriormente del *offset*, que reforzaron el mensaje mediático expuesto en el texto mediante la combinación de elementos tipográficos (signos ortográficos, negritas, subrayado, bastardillas, mayúsculas, tamaños, tipos de letras, combinación de diferentes tonalidades de tintas); elementos icónicos (grabados, ilustraciones, fotografías, caricaturas o figuras con letras); elementos ornamentales (letras capitales, plecas, filetes, corondeles y recuadros) y espacios en blanco (interlineado, zonas de separación entre piezas informativas, sangrías, etc.).

Asimismo, la estructura del periódico se fue transformando hasta incluir nuevas secciones dedicadas al entretenimiento (crucigramas, historietas, sopas de letras), la farándula, el cine, la moda, las notas sociales, la belleza, la vida práctica, la salud, la cultura, los deportes, los avances científicos, las notas curiosas, entre otros, haciendo la prensa más abierta y comprensible para los lectores ocasionales. Los espacios informativos, por su parte, se fueron especializando cada vez más en secciones noticiosas internacionales, regionales y locales, en donde se registraron los hechos más importantes sin realizar un análisis minucioso o crítico de sus connotaciones políticas o socioeconómicas para el país. Finalmente, en medio de un ambiente subordinado a los intereses mercantilistas, las casas editoriales comenzaron a destinar espacios significativos por su ubicación y tamaño para los anuncios publicitarios, haciendo gala de múltiples recursos tipográficos, iconográficos y estilísticos, que funcionaron como un “señuelo” para los lectores.

La integración de nuevos recursos tecnológicos, incluyendo la rotativa, permitió disminuir los costos de impresión y amplió considerablemente el número de ejemplares para cada tiraje. La posibilidad de comprar un periódico o revista a un bajo precio, con notas que incluían fotografías, caricaturas e imágenes, pudo ser realidad para un público cada vez más alfabetizado y numeroso que demandaba más información. Poco a poco se fueron introduciendo nuevas prácticas relacionadas con el estilo de vida moderno, mediadas por la idea del consumo de productos y de la información a través de la prensa. Así, no es raro notar en esta nueva etapa la introducción de espacios significativos para la publicidad de

diferentes productos y servicios destinados a la generalización de un estilo de vida mediado por el consumismo.

Si bien en un principio la utilización de la prensa estuvo limitada a la concepción de un espacio crítico, creador de una “esfera pública” propia de la cultura política moderna, donde se posibilitó la apertura al debate como práctica esencial que dio legitimidad a las opiniones de las personas ligadas a la sociabilidad intelectual en el ámbito privado frente al poderío del Estado y los grupos sociales dominantes, posteriormente evolucionó hacia una renovación imbuida por un espíritu más rentístico propiciado por la creciente incorporación de los valores derivados del capitalismo. Desde esta posición, las casas periodísticas intentaron captar la “atención” de nuevos públicos lejanos a la élite intelectual y política, lo que significó cambios importantes en las formas materiales que reprodujeron los textos, en cuanto incorporaron nuevos caracteres tipográficos y propiciaron la ruptura de la continuidad ininterrumpida de los artículos en pequeñas unidades cerradas y breves, con el fin de facilitar la lectura y hacerla asequible a los nuevos públicos poco ilustrados. Otro elemento dinamizador de la popularización de los periódicos en Colombia, fue la creciente incorporación de fotografías e imágenes en los textos, una estrategia con la cual se buscó guiar al lector en el desciframiento del código propuesto por el editor y los redactores de prensa, al fijar una información breve alrededor de una representación única. Aún así, no se puede concebir este fenómeno desde una perspectiva unidireccional, en cuanto estuvo también ligado a los cambios generados dentro de la misma sociedad, propiciados por la paulatina incorporación a la economía mundial y las políticas gubernamentales encaminadas a la alfabetización en las diferentes regiones del país, sin importar las condiciones sociales y económicas de sus ciudadanos.

Como bien lo señala María Teresa Uribe: “... a medida que avanza el siglo XX, la prensa se convierte en una empresa muy rentable, se especializa, se concentra en pocos títulos y se convierte en una plataforma de mercado para la oferta de los más variados productos y servicios. Los periódicos dejan de ser el recurso intelectual para formar ciudadanos ilustrados o copartidarios en la democracia de partidos, y pasan a convertirse en el vehículo de la formación de consumidores” (Uribe y Álvarez, 2002, p. 19).

Una afirmación de esta magnitud significa revalidar la imagen de la prensa como un referente cultural y social, resultado de un proceso colectivo similar a un engranaje que lo materializa, y en el cual simultáneamente se conjugaron las variaciones en las grafías, la diagramación, las formas de apropiación (usos y desciframiento de los lectores oyentes), junto con los dispositivos jurídicos, religiosos, estéticos e incluso mercantiles, que redefinieron su contenido en aras de ajustarse a las tendencias ideológicas y mentales vigentes en una época.

NOTAS

1. El *Papel Periódico de Santafé* circuló entre el 9 de febrero de 1791 hasta el 6 de enero de 1797, contabilizándose 265 ejemplares en su mediana existencia. Cuatro años después de la desaparición de este semanario, exactamente el 17 de febrero de 1801, comienza a venderse el *Correo Curioso* como una gaceta que intenta superar las dificultades económicas en la adquisición del papel, como producto del incremento en el precio de este material y el bajo número de suscriptores. Finalmente, *El Redactor Americano* apareció el 6 de diciembre de 1806 editado por la Imprenta Real. Véase: Cacia, Antonio. (1968). *Historia del periodismo colombiano*, pp. 55-56 y 63-65
2. *El Correo Curioso* solo alcanzó a editar 46 números, pero significó un importante aporte para divulgar los conocimientos económicos influidos por la “cultura borbónica” y las ideas heredadas de la Revolución Francesa, los cuales adquiridos por Jorge Tadeo durante su estadía en Europa. Como parte de las medidas adoptadas por el Virrey Amar y Borbón en torno a la promoción de los ramos conducentes a la “utilidad pública” del Virreinato, nuevamente el cubano Manuel del Socorro Rodríguez editó con el apoyo oficial, las noticias relacionadas con las campañas militares de Santiago de Liniers contra la invasión inglesa en el Río de la Plata entre 1806 y 1807. El afán por dar a conocer las riquezas existentes en el Virreinato, imbuidas por los nuevos conocimientos derivados de la Expedición Botánica, fue un aliciente para que se publicara desde 1807 el suplemento especial *El Alternativo del Redactor Americano*, en cuyas páginas se relacionaron temas culturales, económicos, geográficos, históricos y comerciales. Tiempo después, se publicó *El Semanario del Nuevo Reino de Granada* bajo la dirección de Francisco José de Caldas, como parte de un esfuerzo de los intelectuales más importantes de la época por fomentar el conocimiento sobre las riquezas del territorio, hasta el punto de convertirse en la forma de expresión de los ideales de emancipación que empezaron a definirse con mayor fuerza tras la invasión de Napoleón a España en 1808. Véase: Cacia, Antonio. (1968). *Historia del periodismo colombiano*, pp. 65-67 y Otero Muñoz, Gustavo. (1998). *Historia del periodismo en Colombia*, pp. 17-26
3. Aviso, *Correo Curioso*, Santafé de Bogotá, 10 de marzo, 1801. En: El cotidiano del Bicentenario. (2010, agosto). *Universo centro*, p. 19
4. El interés de Ancizar por mantener El *Neogranadino* como un órgano imparcial no pudo ser posible, provocando su retiro un año después de salir el primer número de este periódico. En su reemplazo, aparecieron como redactores ilustres personajes de la vida política e intelectual colombiana como Manuel Murillo Toro, Florentino González, Lorenzo María Lleras, Manuel María Madieto, Rafael Núñez, Felipe y Santiago Pérez, Juan de Dios Restrepo y Medardo Rivas. En su última etapa, después de una suspensión obligatoria ocurrida durante la dictadura de José María Melo, el periódico fue dirigido por José María Samper hasta 1857. Véase: Otero Muñoz, Gustavo. (1998). *Historia del periodismo en Colombia*, pp. 80-81
5. En el caso del periódico *El Espectador*, su aparición coincidió con un momento histórico donde la censura a la libertad de prensa fue avalada por la Constitución Política de 1886, vigente desde la inauguración de un nuevo periodo dominado por

los conservadores (La Regeneración). Bajo este panorama, la posibilidad de mantener una posición de defensa constante de este derecho por parte de su director Fidel Cano, significó el cierre continuo del periódico y el sometimiento a varios encarcelamientos, multas y un destierro. Véase: Universidad Nacional de Colombia y Revista Semana. (2010). La prensa, una poderosa voz, *Colombia, 200 años de identidad, Tomo IV, p. 48*

6. El *Papel Periódico Ilustrado* alcanzó en sus pocos años de publicación (1881-1888), 116 números distribuidos en cinco volúmenes, que se publicaron cada quince días para sus suscriptores y las personas que estuvieran dispuestas a costear la inversión. Sin embargo, no circuló entre 1885 y 1886, debido a las labores desarrolladas por Urdaneta en el cargo de estado mayor de una división del ejército, durante la guerra de 1885. Aunque la muerte de su director acaecida el 29 de noviembre de 1887 significó el final de este periódico, una edición póstuma fue publicada el 29 de abril de 1888. Véase: Cagua, Antonio. (1968). *Historia del periodismo colombiano*, pp. 179-180
7. Aviso, *La Bagatela*, Santafé de Bogotá, 21 de julio, 1811. En: El cotidiano del Bicentenario. (2010, agosto). *Universo centro*, p. 19
8. Entre 1889 y 1914 se fundaron Cervecería Bavaria (1889), Compañía de Chocolates Chávez y Equitativa (1905), Coltejer (1908), Industria Harinera (1908), Fábrica de Fósforos Olano (1909), Tejidos Obregón (1910), Compañía Noel (1913) y Compañía de Tejidos Rosellón (1914). Durante la Primera Guerra Mundial (1914-1918), el cierre de las importaciones de productos extranjeros fue el mayor aliciente para la aparición de nuevas fábricas. Si para 1910 existieron 289 fábricas, manufactureras y establecimientos semifabriles, para 1920 se contabilizaban 442. Véase: Mayor Mora, Alberto. (1986). Historia de la industria colombiana. En: Tirado, Álvaro (ed.), *Nueva Historia de Colombia*, V, p. 313-332
9. En noviembre de 1894 fue suspendida su publicación por parte del Ministro de Gobierno Luis Holguín, por considerar que sus opiniones contribuían a agitar los ánimos públicos contra el jefe de Estado. En enero de 1895, Rufino José Cuervo Márquez se encargó de editarlo hasta 1899, cuando nuevamente fue suspendido. En mayo de 1903 volvió a aparecer en manos del historiador Gerardo Arrubla hasta 1909. En 1913 reapareció nuevamente. Véase: Santos Calderón, Enrique. (1986). El periodismo en Colombia, 1886-1986. En: Tirado, Álvaro (ed.), *Nueva Historia de Colombia*, tomo IV, p. 112-113

REFERENCIAS

- Ayala Osorio, Germán. (2006). El periodismo en Colombia: una historia de compromisos con poderes tradicionales [en línea]. Disponible en: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Ayala.PDF [Consultado 14 de octubre, 2011]
- Benjamín, Walter. (1980). La Bohemia. En: Benjamín, Walter. *Iluminaciones II. Poesía y capitalismo*, (pp. 23-47), Barcelona: Editorial Taurus, traducción de Jesús Aguirre.
- Cacua Prada, Antonio. (1968). *Historia del periodismo colombiano*, Bogotá: Ediciones Sua.
- Chartier, Roger. (1995). *El mundo como representación. Historia cultural: entre prácticas y representaciones*, Barcelona: Gedisa.
- Jaramillo Uribe, Jaime. (1986). El proceso de educación en la República, 1830-1886. En: Tirado, Álvaro (Ed.), *Nueva Historia de Colombia* (p. 223-250), II, Bogotá: Planeta.
- Mayor Mora, Alberto. (1986). Historia de la industria colombiana, 1886-1930. En: Tirado, Álvaro (Ed.), *Nueva Historia de Colombia* (p. 313-332), V, Bogotá: Planeta.
- Castaño Zuluaga, Luis Ociel. (2002). *La prensa y el periodismo en Colombia hasta 1888: una visión liberal y romántica de la comunicación*, Medellín: Academia Antioqueña de Historia
- Otero Muñoz, Gustavo. (1998). *Historia del periodismo en Colombia*, 2ª ed., Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.
- Santos Calderón, Enrique. (1986). El periodismo en Colombia, 1886-1986. En: Tirado, Álvaro (Ed.), *Nueva Historia de Colombia*, (p. 109-136), IV, Bogotá: Planeta.
- Silva, Renán. (1986). La educación en Colombia, 1880-1930. En: Tirado, Álvaro (Ed.), *Nueva Historia de Colombia* (p. 61-86), IV, Bogotá: Planeta.
- Silva, Renán. (2002). El periodismo y la prensa a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX en Colombia [en PDF]. Documento de trabajo del CICSE, No. 59, Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, Universidad del Valle, Colombia.
- Universidad Nacional de Colombia y Revista Semana. (2010). La prensa, una poderosa voz. En: *Colombia, 200 años de identidad*, (pp. 48-49), tomo IV, Bogotá: Ediciones Semana.

Uribe de H., María Teresa y Álvarez, Jesús María (2002). *Cien años de prensa en Colombia, 1840-1940*, 2ª ed., Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Vallejo Mejía, Maryluz (2006). *A plomo herido. Una crónica del periodismo en Colombia (1880-1980)*, Bogotá: Planeta.