

# Lozano, M. (2017): Memory of the political and cultural press during the first three decades of the 20th century in Tunja.

## **Reseña:**

*Lozano, M. (2017): Memoria de la prensa política y cultural durante las primeras tres décadas del siglo XX en Tunja.*

## **Libro:**

*Lozano, Mario (2017). Memoria de la prensa política y cultural durante las primeras tres décadas del siglo XX en Tunja. Tunja: Editorial Universidad de Boyacá. ISBN/ISSN: 978-958-8642-77-2.*

## **Autora:**

*Clara Inés Carreño Tarazona. Doctora en Historia-Universidade Estadual Paulista (Unesp), Brasil. Historiadora y Magister en Historia-Universidad Industrial de Santander (UIS), Colombia. Profesora Asistente, Universidad de Boyacá. Grupos de investigación socio-jurídica y comunicación UB-Universidad de Boyacá.*

**Reseña:** Recibida el 11 de diciembre de 2017 y aprobada el 24 de abril de 2018

**Correo electrónico:** [clarainesc@gmail.com](mailto:clarainesc@gmail.com)

Reseña

Libro

# **Lozano, M. (2017): Memoria de la prensa política y cultural durante las primeras tres décadas del siglo XX en Tunja.**

**Clara Inés Carreño Tarazona**

El libro, escrito por el comunicador social Mario Lozano García, es un análisis del panorama político y cultural, a partir de la influencia de los periódicos políticos en Tunja entre los años 1900 a 1930. El texto configura un aporte interesante al conocimiento de la memoria histórica de la prensa política, a partir de la consolidación de discursos o ideologías institucionales que justificaron la presencia de hechos históricos que, a su vez, marcaron la vida social y política tunjana durante las primeras tres décadas del siglo XX. Estos hechos están representados en la presencia de ideologías conservadoras, liberales y socialistas, analizadas a partir del uso de variables como luchas ideológicas, pugnas partidistas, debates electorales y agenda político-social.

Para evaluar el papel de la prensa política desde los hechos informativos y la cultura política durante las primeras tres décadas del siglo XX en Tunja, el autor partió de la revisión de los trece periódicos más representativos en dicho periodo: *El Vigía*, *El Repertorio Boyacense*, *El Pueblo*, *Ecos y Notas*, *La Estrella de Boyacá*, *La Labor*, *Boyacá Liberal*, *El Artista*, *El Martillo*, *La Linterna*, *Renacimiento*, *El Alfiler* y *La Libertad*. El autor justifica y fundamenta su investigación proponiendo un nuevo enfoque para analizar, a partir de la prensa, los relatos de luchas ideológicas, pugnas partidistas, debates electorales y demás sucesos que describían la agenda político-social de la región. De la misma manera, propone no sólo concebir las prácticas políticas, sino, además, rastrear la información sobre la cultura, las costumbres, el arte y el gráfico satírico como una forma de comunicar, a partir de los anuncios publicitarios, la imagen y el acontecer diario de la sociedad tunjana.

En cuanto a su metodología, el autor presenta un esbozo del surgimiento de los primeros periódicos, para compararlos con la onda divulgativa del pensamiento político, social y cultural. Esto le permite ampliar, mediante el análisis cualitativo, los temas tendenciosos sobre política, historias urbanas, personalidades sociales y literatura, así como destacar el papel determinante de la difusión de la información como un elemento notable de la vida pública y política. Estos aspectos le permiten, asimismo, delimitar su objeto de estudio en el marco de las perspectivas aportadas por la comunicación política y la opinión pública, como disciplinas de la Ciencia política, que contribuyeron a la idea de que el surgimiento de la crítica social y el aumento de espacios públicos de opinión, plasmados en la prensa política, se supieron la mejor forma de estimular el debate, divulgar y promocionar ideas con marcada agitación revolucionaria.



Para hacer énfasis en la comprensión de la participación en la prensa tunjana de los intelectuales y de la cultura de la información, el autor divide la obra en cuatro capítulos; los tres primeros se dedican a analizar la prensa, los actores de la información, los géneros literarios y la caricatura, mientras que el último reúne la publicidad gráfica de la época. En el primer capítulo, se analiza la relación entre la prensa y los actores de la información, a partir del concepto de opinión pública, propuesto por Rodrigo Borja en su trabajo *Enciclopedia de la política*, para identificar la afiliación ideológica que circulaba en el territorio nacional durante la coyuntura partidista de la época. Para ello, el autor se centra en tres momentos históricos, ampliamente analizados por Gerardo Molina en su obra *Las ideas liberales en Colombia, 1915-1934*: la Guerra de los Mil Días, la pérdida de Panamá y la dictadura de Reyes. Esto con el fin de identificar de qué manera dichos períodos, además de moldear la agenda pública de la prensa, marcaron el rumbo político del Estado colombiano, los cuales no fueron impedimento para el surgimiento de periódicos de diversos bandos ideológicos en Tunja. Al respecto, muestra cómo la defensa ideológica se encontró en los discursos literarios, donde la participación activa que tuvieron los intelectuales del momento fue una hazaña debido a la censura de la que era objeto la prensa política. Sucesos que le permitieron al autor determinar los temas más trascendentales, que manejaban los periódicos con el fin de recuperar la memoria histórica de los personajes, ideologías e instituciones.

El autor profundiza en la noción de *intelectuales políticos*, estudiada por Juan F. Marsal, para analizar la intervención de dichos pensadores en los diversos rotativos, advirtiendo la consagración literaria de escritores oriundos de Boyacá, entre los que sobresalen algunos clérigos intelectuales. Por lo tanto, señala el predominio de un sello literario de tinte conservador, que promovía ideas nacionalistas, mensajes patrióticos, búsqueda de instrumentos de reconciliación y temas

sociales, así como el cubrimiento publicitario de la campaña electoral para la presidencia colombiana de 1898 a 1904 como plataforma política. Con relación a la prensa liberal, constantemente censurada por reproducir en sus páginas párrafos en contra del gobierno, evidencia la participación de jóvenes intelectuales impulsando la candidatura política de personajes de la vida pública.

En el segundo capítulo, a partir del análisis del “vocabulario político” propuesto por Leonardo Romero en su trabajo *Prensa periódica y discurso literario en la España del siglo XIX*, el autor describe las noticias generadas por los informativos, con temas como política y cultura literaria, para señalar la agenda pública del periodo. El autor destaca la importante participación de la llamada Generación del Centenario, una generación de periodistas e intelectuales a comienzos del siglo XX, quienes llevaron los asuntos políticos a diversos géneros literarios como la prosa, el poema, el cuento, los acrósticos, los sonetos, los versos, el romance, la poesía bucólica, entre otros elementos narrativos. El autor reconstruye, a partir del análisis de los periódicos, la estrecha relación estética entre géneros literarios y discursos políticos que configuraron la agenda pública de la prensa conservadora, liberal e independiente de Tunja.

En este capítulo, también sobresale un elemento muy importante, la denominada sátira política, descrita como el descontento hacia diversos temas que contenían implícitamente una crítica a las normas represivas contra la prensa opositora, que terminó censurada por otros periódicos de su mismo origen partidista. Mensajes implícitos que marcaron el sentimiento patriótico, el catolicismo, el nacionalismo, la justicia, el patriotismo, la moral y la crítica a los periódicos contrarios al pensamiento ideológico dominante. Del mismo modo, mensajes específicos con sonetos y poemas alusivos a la patria, la familia, el amor, la naturaleza y los hechos policiales en Tunja.

El tercer capítulo centra su análisis en la caricatura política. Sobre este aspecto, el autor resalta otra forma de comunicar, inspi-



rada principalmente en la realidad política de la época y dirigida hacia personajes de la vida pública, con el fin de satirizar y, por supuesto, convertirse en un instrumento de crítica, plasmada en imágenes, con breves leyendas. A partir de la propuesta de Beatriz González, quien define la caricatura política como “un sistema de lucha dirigido con virulencia contra personajes de la vida pública, con el ánimo de ridiculizarlos para corregir sus errores”, el autor compila siete modelos de caricaturas políticas, donde el humor gráfico satírico se hizo presente con parodias coyunturales relacionadas con la Iglesia católica, con el panorama internacional, contra la Unión soviética y contra algunos dirigentes políticos.

A través de estos mensajes visuales, el autor trata los temas más dominantes entre los creativos en la producción de caricaturas a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX. En ellos, se hacía referencia a los partidos políticos, las elecciones presidenciales, el conflicto bipartidista, la Iglesia católica, la hegemonía conservadora y la Constitución política de 1886. A partir de tres tipologías abordadas por el historiador del arte Robert de la Sizeranne (deformativa, caracterizante y simbolista), el autor articuló las muestras halladas en los trece periódicos, para señalar las estrategias visuales y captadoras en los mensajes doctrinales en materia de catolicismo o la deformación burlesca en materia política.

En el capítulo cuarto, sobre la publicidad gráfica, el autor presenta modelos de avisos publicitarios divulgados por la prensa en Tunja, una ciudad que, a finales del siglo XIX, era pequeña y aun con costumbres de coloniaje español, económicamente dependiente de la tierra, el comercio local y el artesanado, que después de 1915 comenzó a tener un movimiento comercial diferente a partir del aumento de pequeñas empresas industriales y asociaciones comerciales y bancarias. Con un marcado interés por mejorar los niveles de salud pública e higiene, surgen las pautas publicitarias que ofrecían desde surtidos de medicamentos novedosos hasta maquinarias y vestuarios de tendencias euro-

peas, que comenzaron a despertar el consumo en los diferentes grupos sociales. El autor finaliza examinando los mensajes propagandísticos y la publicidad política como una estrategia privilegiada para lograr la consolidación partidista como un llamado visual directo a sus seguidores. De esta manera, utiliza el término “propaganda política” propuesto por Jean-Marie Domenach, quien la define como “una tentativa para ejercer influencia en la opinión y en la conducta de la sociedad”.

Las propuestas de politólogos e historiadores sobre la prensa como escenario para los debates de intelectuales y políticos surgen de la preocupación por rescatar el conjunto de ideas, principios, valores y prácticas culturales representadas y expresadas a través de los periódicos. El éxito de estos dependía, a su vez, de aquellos elementos técnicos y logísticos vistos como herramientas que facilitaron el trabajo de los editores para incidir en la cultura política de la época, como verificarse en la importante bibliografía que acompaña el desarrollo del libro.

Por ello, esta investigación es un llamado para que se continúe con la exploración de los periódicos como un instrumento informativo, capaz de ofrecer información relacionada con espacios y temporalidades específicas, artes, literatura, imágenes, publicidad, consumo, economía e ideas políticas. Sobre este último aspecto, faltaría por definir de forma detallada la manera en que la prensa escrita de una región particular, en este caso Tunja, influyó directamente sobre otras regiones con similares ideologías partidistas.

## Referencias

- Ayala, F. (2010). Reflexiones en torno a la caricatura política en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública* (9), pp. 45-49. doi: <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2010.9.41810>
- Borja, R. (2012). *Enciclopedia de la Política (tomo II – H-Z)*. México: Fondo de Cultura Económica. Recuperado de



- <http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=e>
- Domenach, JM. (1962). *La propaganda política*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- González, B. (1990). La caricatura política en Colombia. *Credencial Historia* (10). Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/node/32880>
- Marsal, J. F. (Comp.). (1971). *Los intelectuales políticos (4ª Ed.)*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Nueva Visión.
- Medina, L. E. (1992). *Comunicación Humor e Imagen, Funciones Didácticas del Dibujo Humorístico*. México: Editorial Trillas.
- Molina, G. (1980). *Las ideas liberales en Colombia 1915-1934. Tomo II. (4ª Ed.)*. Bogotá: Tercer Mundo. Colección Manuales Universitarios.
- Romero Tobar, L. (1987). Prensa periódica y discurso literario en la España del siglo XIX. En: *La prensa española durante el siglo XIX* (pp. 93-103). I Jornadas de especialistas en prensa regional y local. Almería-España: Instituto de Estudios Almerienses.