



Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura

ISSN: 0120-2456

ISSN: 2256-5647

anuhisto_fchbog@unal.edu.co

Universidad Nacional de Colombia
Colombia

Socialistas y comunistas como agentes tipográficos en Colombia (1920-1932)

Caro Peralta, Andrés

Socialistas y comunistas como agentes tipográficos en Colombia (1920-1932)

Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura, vol. 48, núm. 2, 2021

Universidad Nacional de Colombia, Colombia

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=127167757015>

DOI: <https://doi.org/10.15446/achsc.v48n2.95668>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-SinDerivar 4.0 Internacional.

Socialistas y comunistas como agentes tipográficos en Colombia (1920-1932)

Socialists and Communists in Colombia as Typographic Agents (1920-1932)

Socialistas e comunistas na Colômbia como agentes tipográficos (1920-1932)

Andrés Caro Peralta ea.caro10@uniandes.edu.co
Universidad de los Andes, Colombia

Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura, vol. 48, núm. 2, 2021

Universidad Nacional de Colombia, Colombia

Recepción: 31 Julio 2020
Aprobación: 19 Octubre 2020

DOI: <https://doi.org/10.15446/achsc.v48n2.95668>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=127167757015>

Resumen: **Objetivo:** este artículo tiene como propósito estudiar el papel de socialistas y comunistas como agentes tipográficos en Colombia entre 1920 y 1932. Estas tradiciones políticas y culturales construyeron un nuevo mercado de impresos dirigidos a los sectores sociales que aparecían con los cambios urbanos y la conflictividad social que se vivía en el país. **Metodología:** a partir de la correspondencia, archivos policiales y fuentes hemerográficas, el artículo explora la manera en que estas tradiciones políticas se posicionaron en un mercado local de impresos en ampliación y en la red política continental impulsada por la Internacional Comunista en la región. **Originalidad:** el análisis busca mostrar una perspectiva complementaria que permita identificar las dimensiones políticas de las iniciativas editoriales y tipográficas de izquierda, ligadas a las apuestas comerciales que estaban encaminadas a la lógica primaria del capitalismo de los impresos que empezaba a predominar en la industria de las artes gráficas. **Conclusiones:** este estudio permite identificar las relaciones que establecieron las tradiciones socialistas y comunistas con el comercio de impresos y la manera en que tales redes comerciales y políticas les permitieron posicionarse en el escenario público nacional.

Palabras clave: comercio, comunismo, cultura, impresos, política, socialismo, tipógrafos.

Abstract: **Objective:** This article studies the role of socialists and communists as typographic agents in Colombia between 1920 and 1932. These political and cultural traditions built a new printouts market aimed at the social sectors that appeared with the urban changes and the social conflict that existed in the country. **Methodology:** Based on correspondence, police files, and newspaper sources, the article explores how these political traditions positioned themselves in an expanding local printouts market and in the continental political network promoted by the International Communist in the region. **Originality:** The analysis seeks to show a complementary perspective that allows identifying the political dimensions of left-wing publishing and typographic initiatives, linked to commercial bets that were aimed at the primary capitalism logic of printouts that was beginning to predominate in the printing industry. **Conclusions:** This study allows us to identify the relationships established by the socialist and communist traditions with the printout trade and how these commercial and political networks allowed them to position themselves on the national public stage. **Keywords:** culture, communism, politics, print, typographers, socialism, trade.

Resumo: **Objetivo:** o objetivo do artigo é estudar o papel dos socialistas e comunistas como agentes tipográficos na Colômbia entre 1920 e 1932. Essas tradições políticas e culturais construíram um novo mercado de impressão voltado para os setores sociais que surgiram com as mudanças urbanas e o conflito social que existiram no país. **Metodologia:** com base em correspondência, arquivos policiais e fontes de jornais, o artigo explora como essas tradições políticas se posicionaram no mercado de impressão local em expansão e na rede política continental promovida pela

Internacional Comunista na região. **Originalidade:** a análise busca mostrar uma perspectiva complementar que permite identificar as dimensões políticas das iniciativas editoriais e tipográficas de esquerda, vinculadas as apostas comerciais que visavam a lógica primária do capitalismo impresso que começava a predominar na indústria das artes gráficas. **Conclusões:** este estudo permite identificar as relações estabelecidas pelas tradições socialistas e comunistas com a imprensa escrita e a forma como estas redes comerciais e políticas permitiram que se posicionassem no cenário público nacional.

Palavras-chave: comércio, comunismo, cultura, imprensa, política, socialismo, tipógrafos.

Introducción

En la década de 1920, la cultura política y la vida cotidiana de los sectores socialistas se moldeó con la ampliación y diversificación de su actividad impresa. La creación de una red de impresos a nivel nacional y regional, la definición de un repertorio político que delimitó prácticas comunes y cierta inclinación hacia la Revolución rusa cobraron mayor amplitud con su participación en el mercado tipográfico. En términos más precisos, la construcción de una cultura política diferenciada se consolidó a medida que sus formas de acción fueron atravesadas por mecanismos de participación en la producción y difusión de impresos.

Entre 1919 y 1929 se publicaron alrededor de 62 periódicos socialistas, 16 folletos de propaganda y un número no definido de “impresos menores”, como hojas volantes y carteles en distintas regiones del país. Estos impresos posicionaron a estas organizaciones en la esfera pública nacional, dominada por liberales, conservadores, republicanos y el clero. Aunque el número de publicaciones era inferior en comparación con las publicaciones de sectores ya consolidados en la esfera pública, estos impresos resultaron importantes porque estaban dirigidos a nuevos públicos con intereses particulares asociados a las mejoras en las condiciones laborales, las luchas por la posesión de la tierra y las nuevas sensibilidades políticas que llegaban con los ecos de la Revolución mexicana y la Revolución rusa.

La actividades tipográficas e impresas de los sectores socialistas se ubicaron, por un lado, en una tradición más amplia de la relación entre imprenta y política, heredada del siglo XIX. De manera más precisa, en la forma en que artesanos y obreros concibieron la imprenta como eje central de sus actividades políticas y culturales. Por otro lado, socialistas y comunistas se encontraron con un proceso de modernización del mercado tipográfico que fue definiendo algunos rasgos del capitalismo de los impresos: la serialización, la transformación de la industria gráfica, la ampliación de públicos lectores y cambios en las formas de comercialización. Mientras que estos sectores de izquierda se acomodaron a las posibilidades que ofrecía el mercado de impresos en expansión, también participaron en una red de impresos a nivel continental promovida por las organizaciones antiimperialistas y comunistas que extendían sus actividades en la región.

Este fenómeno estuvo caracterizado por altibajos en los ritmos de la producción de impresos socialistas y comunistas. Entre 1919 y 1929, las

organizaciones de izquierda experimentaron un vertiginoso ascenso de su actividad impresa, asociada a los ritmos de la conflictividad social y a los cambios culturales que se vivían en el país. Por su parte, entre 1929 y 1932 la actividad impresa se enfrentó a una situación contradictoria, caracterizada por la crisis del Partido Socialista Revolucionario (PSR) y la aparición del Partido Comunista (PC). La entrada en escena de este nuevo actor político transformó la cultura de izquierdas y la actividad impresa. Los comunistas tuvieron que reconstruir redes y antiguas lealtades políticas que se perdieron con la desaparición del PSR y se propusieron establecer nuevas relaciones con una cultura tipográfica que se modernizaba.

Siguiendo estos elementos, el artículo explora las relaciones entre las agrupaciones políticas de izquierda que irrumpen en la década de 1920 e inicios de 1930 con la cultura tipográfica. En particular, se quiere resaltar la manera en la que estas organizaciones participaron en el mercado de impresos que se consolidaba con los procesos de modernización económica y cultural. Si bien las dimensiones de lo político son decisivas, este artículo propone un movimiento analítico que pueda ir más allá de la relación entre socialismo, política e imprenta, para considerar los vínculos entre el comercio de impresos definidos por lógicas del mercado que estaba en proceso de ampliación y los criterios de la actividad política de izquierda. En otras palabras, se intenta pensar en una perspectiva complementaria que permita identificar las dimensiones políticas de estas iniciativas editoriales y tipográficas, con las apuestas comerciales, en un contexto donde las lógicas primarias del capitalismo de los impresos empiezan a predominar en la industria de las artes gráficas.¹

Hacia un proceso de modernización en la industria de las artes gráficas

Entre 1920 y 1929 los socialistas se encontraron con un mercado tipográfico caracterizado por una transición de formas de producción artesanal hacia dispositivos de organización moderna. La industria tipográfica, desde inicios de la década de 1910 había entrado en una tímida etapa de transformaciones técnicas, impulsada por la importación de maquinaria desde Estados Unidos y Alemania. Algunos de los principales talleres tipográficos del país (Talleres Tipográficos de J. V Mogollón & Cía [1909], la *Gaceta Republicana* [1910], *El Nuevo Tiempo* y la Imprenta Nacional [1915]) accedieron a linotipos comprados a la Mergenthaler Linotype Company de Nueva York. Esta nueva maquinaria amplió la capacidad de los tirajes y diversificó las actividades de producción de libros, talonarios, cuadernos, entre otros.²

Estos cambios técnicos redujeron el tiempo de composición y producción de impresos y afectaron la organización del trabajo en el taller tipográfico. A partir de una cultura artesanal basada en la escasa diferenciación de las actividades entre cajistas, editores y correctores, se impuso una división de tareas en la que las figuras del editor y del impresor se diferenciaban cada vez más. Además, con la introducción del linotipo y otras transformaciones técnicas, se eliminó una cadena de trabajo conformada por cajistas, chibaletes, componedores y distribuidores, para

dar paso a dos operarios con los que se podía componer un periódico.

³ Poco a poco, la cultura artesanal fue perdiendo terreno mientras que nuevas formas de organización del trabajo se abrían paso. Todo esto afectó las antiguas formas de organización de las actividades al interior de algunos talleres de imprenta y produjo la desaparición de los privilegios de tipógrafos más viejos en el oficio. ⁴ Hay que decir, no obstante, que se trató de un proceso desigual que no afectó de igual forma a todos los talleres tipográficos.

Ahora bien, estos cambios en la industria de las artes gráficas tuvieron una relativa parálisis con la Gran Guerra. El conflicto significó la retirada transitoria de las potencias europeas que controlaban el mercado internacional de suministros como papel, tinta, tipos y maquinaria, de tal modo que algunas industrias latinoamericanas se vieron afectadas por la reducción de los suministros de papel. Además, Alemania, como escenario central de la guerra, cortó algunas redes de comercialización para la venta de maquinaria y presionó con los pagos a sus deudores, afectando de esta forma los créditos para acceder a maquinaria. ⁵ La crisis de los mercados europeos fue aprovechada por Estados Unidos para posicionarse y controlar el mercado latinoamericano de suministros para las artes gráficas. Para el caso colombiano, durante los últimos años de la década de 1910, el principal proveedor de este tipo de mercancía fue el país del norte.

Esta parálisis tuvo una rápida reactivación en los primeros años de la década del veinte. Según los informes de comercio exterior elaborados por el Ministerio de Hacienda, en esta década se puede identificar un aumento de la importación de maquinaria, tipos, tinta y papel para imprenta. Por ejemplo, la importación de tintas pasó de 15 114 en 1917 a 47 770 en 1931; el papel pasó de 5 697 014 en 1918 a 10 040 405 en 1931; los tipos de imprenta pasaron de 3 462 en 1917 a 9 114 en 1931; y la maquinaria de imprenta pasó de 6 084 en 1917 a 437 836 en 1932. En estas estadísticas hay que tener en cuenta el impacto de la crisis del 29 y la retracción que tuvo la importación de ciertas mercancías. El papel fue uno de los renglones más afectados, pues luego de alcanzar unas cifras de 14 988 928 en 1929 pasó a 9 846 387 en 1930. Asimismo, los índices de la importación de tipos también disminuyeron, pasando de 59 973 en 1928 a 9 114 en 1931. Para el caso de la importación de tipos, las razones de esta reducción no solo se encuentran en los impactos de la crisis, sino en la ampliación de un mercado local de tipos que empezó a posicionarse a través de la Escuela Salesiana y su Escuela de Fundición de Tipos. ⁶

Finalmente, otro signo central del proceso de modernización de la actividad tipográfica en la década de 1920 fue la profesionalización del oficio tipográfico. Las escuelas de artes y oficios creadas por los padres salesianos a finales del siglo XIX en algunas ciudades como Bogotá, Bucaramanga, Ibagué, Medellín y Cali fueron un escenario importante de este proceso. En ellas, los padres salesianos, procedentes de la región piamontesa de Turín, ofrecían formación en fundición de tipos, imprenta, encuadernación y tipografía. La formación estuvo liderada por el maestro Cesar Prano, quien impulsó una modernización

de las actividades de la industria gráfica en el país. Esta experiencia, que venían construyendo desde finales del siglo XIX, les permitió crear, hacia mediados de la década de 1920, tres escuelas vinculadas a la industria de las artes gráficas: la escuela de Fundición de Tipos, la Tipográfica y la de Encuadernación.⁷ Estas nuevas formas de concebir el oficio tipográfico cobraron una nueva dimensión en la *Revista Arte Gráfica*, que apareció en 1926 como escenario para la divulgación de conocimientos y avances de las actividades del oficio gráfico en el país. La revista también fue un lugar de construcción de redes intelectuales alrededor de las artes gráficas, ya que en sus páginas se ponía a los lectores al tanto de las revistas que estaban a la vanguardia de las nuevas técnicas (*Risorgimento Grafico* de Italia, *Papyrus* de Francia y la *Gaceta de Artes Gráficas* de España).

Socialismo, imprentas y mercado tipográfico

Como resultado de este proceso de modernización de la cultura tipográfica, los socialistas pudieron acceder a un comercio de insumos de papel y tintas y a una variada gama de talleres tipográficos para imprimir. La participación en este mercado tipográfico se dividía entre la búsqueda de impresores locales cercanos al universo socialista y la creación de imprentas propias que se ocuparan de publicar periódicos, folletos e “impresos menores” como hojas volantes y carteles.

Con el Partido Socialista (PS) (1919-1924) inició una dilatada actividad tipográfica que se amplió posteriormente con la creación del PSR en 1926.⁸ Estas organizaciones hicieron intentos por establecer talleres tipográficos para sostener su actividad política y cultural. Y, aunque la creación de establecimientos tipográficos propios resultó ser una tarea difícil debido a los obstáculos económicos que suponía su sostenimiento, la necesidad de tener una imprenta hizo parte de las continuas preocupaciones de algunos de sus dirigentes. En 1919 Raúl Eduardo Mahecha señalaba que:

no puede haber organización, ni lucha que lleve a la victoria, ni adelanto de ninguna especie, si el pueblo no posee una imprenta suya, en la cual pueda defender sus intereses, hacer valer sus derechos y poner de relieve la justicia de su causa [...]. La imprenta es el principio de nuestra emancipación.⁹

Aunque tuvo algunas limitaciones iniciales, esta perspectiva logró tomar forma a inicios de la década de 1920.¹⁰ En la primera etapa del socialismo, en la que predominó la actividad del PS, se publicaron alrededor de 31 periódicos y 7 folletos de propaganda. También operaron cuatro imprentas sostenidas por miembros del partido: la Imprenta del Sindicato Obrero, donde se publicaba el periódico *La Libertad*, de Bogotá; la Imprenta Libre del Cauca, propiedad de Enrique Quijano, donde se publicaba el periódico *Ola Roja* del directorio socialista del Cauca; en Barrancabermeja estaba la imprenta de *Vanguardia Obrera*, periódico dirigido por Raúl Eduardo Mahecha; y la imprenta del *Luchador* de Medellín. Estas imprentas funcionaban para la publicación exclusiva del periódico y se sostenían con los aportes de sus fundadores

y el pago que recibían por suscripciones. Es decir, no participaban en el mercado tipográfico ofreciendo servicios de impresión.

La actividad vinculada a la edición y sostenimiento de imprentas estuvo definida por los ritmos de la conflictividad obrera en el país y tensiones doctrinarias al interior del PS. Para ser más precisos, la aparición del PS corresponde a un momento de auge del asociacionismo sindical y de la expansión de las organizaciones de trabajadores. Según Carlos Melguizo, para 1920 el PS contaba con “doscientos centros socialistas” y “más de cuarenta periódicos que lo sustentan”.¹¹ Esta actividad impresa permitió que la geografía de producción y consumo de impresos se extendiera a varias regiones del país donde los socialistas tenían estrechos vínculos con los movimientos de trabajadores: Valle, Córdoba, Cundinamarca, Antioquia, Boyacá, Barranquilla, Santander y Tolima. Sin embargo, este primer auge de la actividad impresa se vio interrumpido por desacuerdos internos entre sus simpatizantes. El III y IV Congreso Socialista, celebrados en 1922 y 1924 respectivamente, pusieron al descubierto las diferencias prácticas y teóricas sobre la naturaleza del socialismo colombiano, las alianzas con el liberalismo, el apoyo a la Revolución rusa y un plan de acción política para la transformación social.

En 1925 las iniciativas para adquirir imprentas coinciden con un nuevo auge del movimiento sindical, que se había extendido desde los meses finales de 1924 y cuyo epicentro fue la primera gran huelga en el enclave petrolero de Barrancabermeja. Este nuevo ciclo huelguístico reactivó las actividades impresas y las relaciones con el mercado tipográfico. En Bogotá, por ejemplo, un grupo de socialistas compró un mimeógrafo para imprimir algunas hojas volantes y publicar *La Chispa*, un pequeño boletín que circulaba en los barrios de Las Cruces, Egipto, Belén y La Candelaria.

¹² Pero tal vez el caso más relevante de este periodo sea la compra de la imprenta para la publicación del periódico *La Humanidad: Órgano del Proletariado* por la Cooperativa de Producción y de Consumo del Valle (la Cooperativa funcionó como escenario para el sostenimiento material de algunos de sus socios y como mecanismo para la creación de un pequeño taller tipográfico). El periódico apareció en Cali en mayo de 1925 como consecuencia del cierre del *Obrero del Valle*, periódico fundado en 1923 que circuló por dos años y se constituyó como el principal vocero de las aspiraciones de los obreros de la región. El cierre se debió a la negativa de Carlos Chapmant —tipógrafo protestante y dueño de la tipografía Aurora de Cali— de seguir imprimiendo el periódico, debido al contenido radical de sus páginas en la celebración del primero de mayo de 1925.¹³ Así las cosas, por información de algunos obreros del Ferrocarril del Pacífico, los redactores de *La Humanidad* adquirieron una vieja imprenta en la población de Zarzal por 250 pesos.¹⁴ La imprenta se sostuvo con algunas intermitencias hasta 1930, momento en que el recién creado Partido Comunista Colombiano (PCC) intentó trasladarla a Bogotá.

El esfuerzo de la Cooperativa de Producción y de Consumo fue replicado en otras regiones. En 1927, un grupo de socialistas, reunidos en la casa de María Cano, creó la Cooperativa Obrera Tipográfica

en Medellín. Como director se designó a Escolástico Álvarez, también director del periódico socialista *La Libertad*.¹⁵ Con la cooperativa se logró adquirir la antigua imprenta del periódico que administraba Álvarez. Esta imprenta sirvió para publicar *La Justicia*, periódico dirigido por María Cano, con el que se difundieron las tesis del socialismo revolucionario en Antioquia. Estas experiencias de sostenimiento cooperativo de pequeños talleres de imprenta permiten identificar procesos de formalización de la actividad tipográfica en las organizaciones socialistas, así como algunos circuitos del mercado local de maquinaria para imprenta, pues mientras algunos talleres tipográficos renuevan su maquinaria, otros la compran en un mercado de segunda mano para sostener o crear un taller nuevo.

Con la llegada del PSR se ampliaron las actividades impresas legadas por la experiencia de algunos miembros del PS, como Juan de Dios Romero, Pablo E. Mancera, Escolástico Álvarez e Ignacio Torres, quienes habían tenido contacto con los talleres tipográficos desde la década de 1910 como directores de periódicos, redactores y operarios.¹⁶ Sin embargo, de los periódicos creados por el PS solo *El Socialista*. *La Libertad* hicieron la transición al nuevo partido. El resto dejaron de circular entre 1919 y 1924. En el periodo de actividad del PSR (1926-1929) aparecieron alrededor de 30 periódicos y se amplió la producción de folletines a 19 —los cuales fueron publicados en su mayoría en Bogotá por imprentas comerciales como Minerva y la Imprenta Mundial—.

Una particularidad de este periodo es que la mayoría de los periódicos se publicaron en imprentas cercanas al socialismo y al anarquismo.¹⁷ Estas tipografías hacían parte de un mercado local de impresores en el que los criterios comerciales se combinaban con algunas afinidades políticas. La Imprenta Mundial, por ejemplo, fue uno de los epicentros de la actividad editorial de los socialistas en la segunda mitad de la década de 1920. En este taller, ubicado en la ciudad de Bogotá, se publicaron algunos de los principales periódicos socialistas y anarquistas de la época: *Claridad*, *El Socialista*, *Nueva Era*, *El Baluarte*. *Pensamiento y Voluntad*. Allí también se publicaron algunos folletos como *La Pastoral Laica* y *La voz de los suburbios y de las aldeas* de Juan de Dios Romero. Esta imprenta, cuya labor estaba sustentada en la publicación de impresos socialistas, logró mantenerse activa desde 1923 hasta 1929, cuando seguramente fue suspendida por la Ley Heroica y las disposiciones que se emitieron para el cierre de imprentas en donde se publicara propaganda socialista.

La Imprenta Girardot fue otro importante taller tipográfico que sostuvo la publicación de periódicos socialistas desde 1919 hasta 1927. En este periodo se imprimieron *El Obrero Moderno: Periódico Socialista*, *El Baluarte*, *La Lucha*, *El Pueblo*, así como el folleto del Partido Socialista *Acuerdo y estatutos sobre la creación de una asociación de cooperativas populares*. La Imprenta Girardot fue una imprenta comercial que intentó copar el mercado local de impresos en este pequeño municipio. En ella se publicaron periódicos, libros, folletos y carteles de tipo comercial o político. Y, en su caso, las estrategias de impresión respondieron a criterios comerciales y no a cercanías con el proyecto socialista.

Otras imprentas comerciales también se convirtieron en un soporte importante para la publicación de pequeños impresos como carteles y hojas de propaganda. Por ejemplo, durante la huelga de la Sociedad de Inquilinos en Barranquilla —influenciada por sectores anarquistas—, se imprimieron numerosas hojitas de propaganda que, en su mayoría, salían de los talleres de la Tipografía Mogollón, La Tipografía Atlántico y la Tipografía Comercial en Barranquilla.¹⁸ Así, las organizaciones de izquierda encontraron en el mercado tipográfico una fuente para sostener la publicación de su propaganda. Para algunos talleres de imprenta, esto significó responder a la demanda de impresos en un mercado que se amplió y se diversificó en sus contenidos. Para otros tipógrafos, en cambio, esta actividad hizo parte de una red de lealtades políticas creada por los socialistas desde inicios de la década de 1920, en la que no se borran las relaciones comerciales propias del mercado de los impresos.

Pese a todo lo anterior, resulta difícil establecer con precisión las características de las relaciones entre el universo socialista y la cultura tipográfica, debido a que no todos los impresos pasaron por el taller tipográfico. La cultura socialista, y más adelante la comunista, combinaron formas de impresión moderna con pequeños aparatos portátiles como los mimeógrafos, que fueron utilizados como un recurso para la publicación de boletines, hojas volantes y pequeños periódicos. Estos dispositivos son difíciles de rastrear en términos empíricos, sin embargo, las referencias a su uso en los relatos de varios dirigentes nos pueden dar pistas para deducir elementos de esta práctica de impresión. El dirigente socialista Raúl Eduardo Mahecha, por ejemplo, siempre llevaba una de estas imprentas portátiles. En ella publicó algunos periódicos regionales.¹⁹ Asimismo, Guillermo Hernández Rodríguez comentaba que, en los primeros meses de la fundación del Partido Comunista, junto a las actividades como secretario del partido, tenía que “echarle tinta al mimeógrafo, hacer estencil y timbrar las hojas [...] y un[a] que otra vez salirme a repartir la propaganda o a controlar su repartición”.²⁰

Esta relación con los mimeógrafos es importante por dos razones. Primero, porque se trató de un dispositivo clave para adelantar actividades secretas. Una o dos personas podían utilizarlo y reproducir con él cientos de hojas. Además, por su tamaño, podían transportarse fácilmente de un lugar a otro, favoreciendo las actividades semiclandestinas y conspirativas.²¹ Segundo, el uso de mimeógrafos permite ver cómo en el mercado de maquinaria para imprenta conviven dispositivos avanzados, como las litografías, con pequeñas “imprentas de mano” que también tenían un mercado de consumo en el país.²²

Ley de prensa y reestructuración de la cultura tipográfica

La ampliación de las actividades tipográficas perdió fuerza debido a las leyes de orden público y censura promulgadas por el gobierno de Miguel Abadía Méndez, y a la política insurreccional del PSR, que privilegió mecanismos de organización clandestinos y conspirativos,

limitando así las redes culturales que se habían construido hasta este momento. Particularmente, la Ley 69 de 1928, conocida como Ley Heroica, impuso restricciones y sanciones que limitaron la publicación de impresos socialistas. Esta ley definía que todo individuo que provocara hechos delictuosos “por medio de discursos, gritos o amenazas proferidas en lugares o reuniones públicas, o con escritos o impresos vendidos, distribuidos o expuestos [...] o por cualquiera otra forma de publicidad” sería sancionado con presidio o reclusión en una colonia penal. Asimismo, restringía la “fijación de carteles” o de “avisos o impresos murales” en que se “provoquen o instigue a cometer cualquiera de los delitos de que trata esta Ley, sus referentes y el Código Penal, y destruirá o retirará los que hayan sido fijados”.²³

A diferencia de otras leyes promulgadas durante la Regeneración, con las que se limitó la circulación de impresos y controlaron los contenidos que salían de los talleres tipográficos, la Ley Heroica impactó de forma particular a las organizaciones socialistas, anarquistas y comunistas. Aunque los cierres de periódicos y el control de carteles murales publicados por socialistas en el espacio público ya eran una realidad antes de la promulgación de la Ley Heroica, estas medidas adquirieron una nueva dimensión con la creación de la figura del Juez de Prensa y Orden Público. Estos jueces podían definir la tipificación del delito y sus sanciones.²⁴ Además, cumplían funciones censoras, ya que eran los encargados de determinar cuáles periódicos podían ser publicados y cuáles no; qué tipo de murales impresos podían circular; y, en términos más amplios, qué contenidos podían difundirse en el país. Durante los dos primeros años del gobierno liberal de Enrique Olaya Herrera esta figura se mantuvo, y, en algunos casos, incluso definió los libros y revistas que podían pasar por las aduanas del país. De hecho, en 1930 y 1932 los comunistas se quejaron constantemente de la confiscación de libros que venían de Buenos Aires y de revistas que llegaban de Centroamérica, y que el Juez de Prensa dejaba retenidas en las aduanas.²⁵

Con la aprobación de la ley de prensa y orden público se confiscaron imprentas, se cerraron periódicos y se hicieron allanamientos a algunos dirigentes socialistas. Sin embargo, desde inicios de 1928 ya se venían anunciando algunas de estas medidas. En abril la Policía allanó la casa de Ignacio Torres Giraldo y le decomisó escritos, materiales de propaganda e información sobre los miembros del PSR relacionada en un documento titulado “Miembros del club rotativo”. Este documento contenía datos precisos de los lugares y zonas en las que el PSR tenía influencia a nivel nacional. En el operativo, también se encontraron listados con los nombres de periódicos adscritos al socialismo revolucionario y otros periódicos simpatizantes.²⁶ Con esta información en manos de la Policía, aumentó el número de allanamientos y cierres de periódicos. De los treinta periódicos adscritos o simpatizantes del socialismo revolucionario, para 1929 solo se mantuvieron tres: *El Socialista*, *Claridad* y, con intermitencias, *La Humanidad* (aunque los dos primeros hacían parte

de una pequeña disidencia dirigida por Erasmo Valencia y Juan de Dios Romero).²⁷

La precipitada reducción de las actividades impresas se profundizó con la masacre de las bananeras (diciembre de 1928), en la que algunos miembros del PSR participaron como líderes de la huelga. Además, el fallido intento insurreccional del 20 julio de 1929 puso a otros representantes del PSR en la cárcel. Estos dos hechos provocaron un aumento de los encarcelamientos y de la persecución de dirigentes socialistas, lo cual aceleró, a su vez, la desarticulación del movimiento revolucionario en el país. Todo este fenómeno se dio en el marco de un proceso más amplio en el que el PSR estableció acercamientos más claros con la Internacional Comunista (IC) y en el que esta organización intervino en el llamado proceso de “bolchevización” del PSR.

Tipógrafos, comercio de impresos y comunismo

La fundación del PCC en julio de 1930 marcó un quiebre dentro de la cultura de izquierdas, en general, y de su cultura impresa, en particular. La Ley Heroica, la desarticulación del PSR y el nuevo camino que tomó el PCC al margen de importantes líderes socialistas de la década de 1920, provocaron una recomposición política y cultural de sus prácticas. Las redes intelectuales y culturales tejidas por el PSR fueron parcialmente desarticuladas tras la persecución que sufrió luego de la masacre de las bananeras y el fallido intento insurreccional de 1929. Además, el desplazamiento de la cultura política plural y heterogénea que había caracterizado al socialismo en la década de 1920 hacia una estructura más hermética y rígida, definió una nueva relación con intelectuales, tipógrafos y, en general, con el universo cultural. La combinación de estos factores impactó la publicación de folletines, periódicos y libros ya que se desarticulaban las relaciones con antiguos centros de impresión regional con los cuales el PSR tenía relación.

Uno de los primeros indicios de la pérdida de redes políticas y culturales es el reducido número de miembros del PCC en sus primeros años. Según los informes policiales, para 1932 el partido contaba con alrededor de 111 militantes, cuyas actividades organizativas se concentraban en Bogotá, donde el partido contaba con 28 miembros activos. En otras ciudades importantes para el socialismo revolucionario, como Cali y Medellín, la actividad se vio drásticamente reducida: cinco y dos militantes, respectivamente.²⁸ La actividad del partido se desplazó de estas grandes ciudades a regiones de conflictividad agraria como Tequendama y Sumapaz, en Cundinamarca, o Ciénaga, en el Magdalena, donde los campesinos colonos estaban en constante conflicto con terratenientes por el acceso a la tierra. La composición del partido en estos años definiría los ritmos y circulación de los impresos, además de las regiones en las que concentraría su actividad tipográfica.

A diferencia de la década de 1920, en la cual la geografía de la producción de impresos y la actividad tipográfica eran diversas, en los primeros años de la década de 1930 la impresión de hojas, periódicos y

carteles se concentró en Bogotá, Barranquilla y el Magdalena. Además, debido a la carencia de una imprenta propia, el partido se vio obligado a establecer vínculos con tipógrafos e impresores que poco tenían que ver con el mundo comunista. De ahí que folletos, periódicos, hojas volantes y carteles fueran impresos en distintos establecimientos. Por ejemplo, en Bogotá algunas hojas se imprimían en pequeños talleres como la Tipografía la Libertad, la Tipografía Latina y la Tipografía Artística. Por su parte, los comunistas de Ciénaga, en la región del Magdalena, imprimían los carteles en la Tipografía Poliarquía, propiedad de Eduardo Solá. En Barranquilla funcionó la Tipografía Mundial, la única que en 1930 tenía contacto directo con el espacio cultural y político comunista. Su propietario era Adolfo Marta, líder comunista de la región y editor del periódico *El Proletario*. Esta tipografía funcionó como local provisional del comité del PCC en Barranquilla. En ella se celebraron conferencias, asambleas, y fue posible “adquirir libros marxistas”.²⁹

Las relaciones entre los comunistas y el mundo tipográfico fueron frágiles y tuvieron que pasar por un proceso de reacomodamiento. En este nuevo contexto, en el que las redes locales desaparecieron parcialmente, es difícil establecer si las relaciones de los comunistas con los impresores a quienes tuvieron que recurrir para publicar sus hojas, carteles o periódicos obedecían a criterios exclusivamente comerciales o si, por el contrario, existía un vínculo político. Para el caso de Bogotá o la región de Ciénaga, donde se publicaron numerosas hojas volantes en los primeros dos años de la década de 1930, parece existir una relación en la que primaban los criterios comerciales. Así, en los seguimientos e informes policiales que se hicieron a los líderes comunistas de la región de Ciénaga no aparece Eduardo Solá, propietario de la Tipografía Poliarquía, como simpatizante o dentro de las redes del comunismo en Magdalena.³⁰ En estos pequeños poblados, donde los talleres tipográficos no eran numerosos, las decisiones sobre el contenido de los impresos parecen estar mediadas por intereses comerciales que responden a las demandas del mercado local, aunque no se puede descartar una atmósfera de simpatía hacia la organización comunista. En los municipios de Ciénaga, Guacamayal, Aracataca, Sevilla, Tucuringa, en la región del Magdalena, la actividad comunista era constante, como revelan los informes policiales sobre la circulación de hojas volantes, carteles impresos, periódicos comunistas locales y extranjeros y la organización de conferencias comunistas (figura 1).



Figura 1.

Cartel de propaganda del Partido Comunista.

Archivo General de la Nación (AGN), Bogotá, Sección Archivo Anexo II, Fondo Ministerio de Gobierno, Sección Primera–Negocios Generales, caja 28, carpeta 1, f. 385.

En un informe de Joseph Kornfeder, delegado de la Internacional Comunista que estuvo en Colombia desde mediados de 1930 y los primeros meses de 1931, se comentaba que en Bogotá el partido tuvo éxito para conseguir “materiales impresos” a pesar de los intentos de la Policía por “intimidar a los impresores”. El delegado consideraba que la desocupación y crisis generada por la gran depresión “fue tan grande que [los tipógrafos] no pudieron ser intimidados”³¹ y siguieron prestando sus servicios para la publicación de materiales del partido. La crisis de 1929 afectó al mercado tipográfico al reducir las importaciones de papel, tipos y tinta para imprenta. Asimismo, la desocupación y la reducción en los ingresos frenaron el consumo de impresos que estaba en ampliación desde la década anterior. Para el caso de los pequeños impresores en Bogotá, dejar de imprimir o recibir trabajos de los comunistas podía poner en riesgo el funcionamiento de los establecimientos tipográficos en un contexto marcado por la desocupación y la crisis laboral. En términos más precisos, nos encontramos ante una tensión entre un mercado de impresos en crisis y la necesidad de los comunistas por encontrar talleres tipográficos para imprimir sus materiales.

Aunque el proceso de modernización de la industria de las artes gráficas fijó formas de comercialización de impresos y definió campos de acción para cada rama de las artes gráficas, un rasgo común de los establecimientos tipográficos en las tres primeras décadas del siglo XX fue su escasa especialización. La creación de algunos talleres impresores o tipografías tenían propósitos variados y se ocupaban de diversas actividades en el ramo de las artes gráficas, que iban desde la publicación

de periódicos y la edición de libros hasta la venta de muebles de oficina. Esta variedad de actividades se ve reflejada en los informes elaborados por los jefes de estadística departamental sobre el número de establecimientos tipográficos e imprentas en el país.³² Estos informes fueron preparados mensualmente —con alguna intermitencia— entre 1930 y 1931, y abarcaron quince departamentos del país: Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Neiva, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Bucaramanga, Tolima, Valle, la intendencia del Chocó y Meta (figura 2). Es importante recordar que estas estadísticas describen el número de establecimientos que cumplían con la ley de prensa o tenían autorización para su funcionamiento. Es decir, el número de tipografías o imprentas que funcionaban en el país seguramente excede las estadísticas locales. Por otro lado, resulta difícil encontrar información oficial sobre otro tipo de establecimientos más pequeños que operaban, posiblemente, en los extramuros de los registros notariales o de las leyes de prensa.

Los informes muestran que las regiones principales (Antioquia, Atlántico, Caldas, Norte de Santander, Bucaramanga y Valle) concentran el mayor número de establecimientos tipográficos, aunque extrañamente no aparece Cundinamarca, región que jalonó el mercado tipográfico en Colombia desde la segunda mitad del siglo xix. Según las estadísticas, lo que predomina en este periodo son establecimientos tipográficos creados para la publicación de periódicos, que se suman a talleres tipográficos a nivel nacional como la Tipografía Bedout en Medellín, Los Talleres Tipográficos Mogollón en Barranquilla y la Litografía Carvajal en Cali.

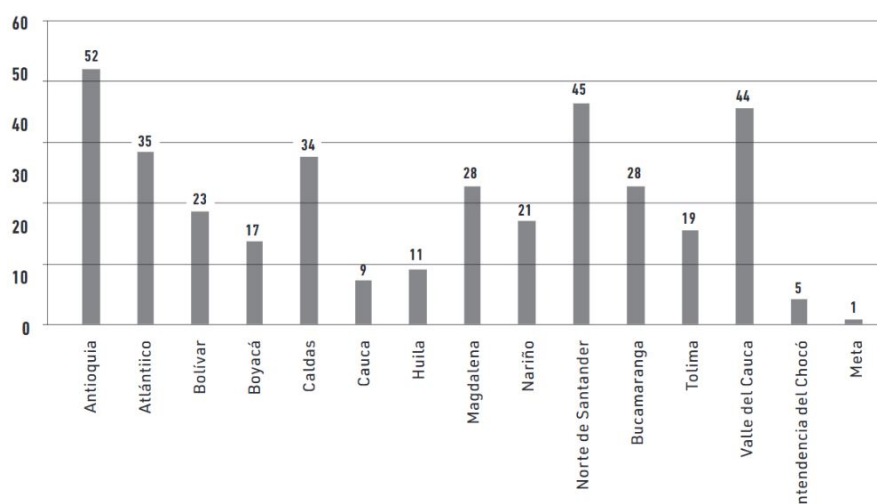


Figura 2.

Número total de imprentas por departamentos, 1930-1931.

elaboración propia a partir de los informes de los jefes de estadística departamental. AGN, Bogotá, Sección Archivo Anexo II, Fondo Ministerio de Gobierno, Sección Quinta-Prensa y Archivo, caja 1, carpeta 1.

Por otro lado, los informes evidencian una reducción en el número de imprentas con conexiones directas con los comunistas, en comparación con la década anterior. En las estadísticas departamentales figuran talleres tipográficos como la Tipografía Poliarquía de Ciénaga y la Tipografía Mundial en Barranquilla, de las que se sabe tenían contactos comerciales

o políticos con los comunistas, pero se trata de casos inusuales. La Tipografía Búfalo, en Medellín, merece una mención particular pues, además de ser un taller tipográfico, funcionó como una librería que pautó de manera constante en la primera época del periódico *Tierra* del PCC en 1932. En todo caso, resulta difícil rastrear otros pequeños talleres tipográficos en los que posiblemente se hacían trabajos para los comunistas. Esta dislocación entre el mundo tipográfico y los comunistas está relacionada, además, con el desmonte tardío de la Ley Heroica y de los Jueces de Prensa. Ambos mecanismos, creados para la censura y el control de los contenidos de periódicos y libros considerados “sediciosos”, siguieron operando dentro de las instituciones judiciales del gobierno liberal de Enrique Olaya Herrera.

Otra dimensión de la relación entre los comunistas y el mercado de los impresores está asociada con el reducido número de afiliados que se dedicaban a oficios tipográficos. De los integrantes del PSR que participaron en la creación del PCC, siete figuran como tipógrafos: Alberto Castrillón, Cesar Guerrero y Carlos Enrique Cuéllar en Bogotá, José G. Russo en Ciénaga, Jorge Lago en Cali y Roberto Caro en Armenia.³³ Otros datos provenientes de los informes policiales, elaborados en las actividades de seguimiento entre 1931 y 1932 en la región bananera y la región del Tequendama, confirman que el partido no tenía entre sus bases ningún miembro que estuviera vinculado al gremio de las artes gráficas. En estos informes de seguimiento se destaca que la mayoría de afiliados y simpatizantes eran arrendatarios, labriegos, comerciantes, zapateros, entre otros.

El PCC como agente tipográfico

En diciembre de 1930 el PCC publicó el primer número del periódico *La Verdad Obrera* bajo la dirección de Guillermo Hernández Rodríguez y la administración de Leónidas Paeces. Su aparición coincidió con la conmemoración del segundo aniversario de la masacre de las bananeras, y en ella se anunció la labor del periódico como vocero de las denuncias de los trabajadores y campesinos colombianos. El periódico circuló por nueve meses —hasta septiembre de 1931— y tuvo una difusión restringida a algunas zonas de influencia del partido tales como Sumapaz, Tequendama, algunos municipios de la región bananera y unos cuantos sindicatos. Con la creación de *Verdad Obrera* se buscó tener un órgano de opinión del partido y a la vez solventar el funcionamiento económico de sus comités locales (por la venta de cada número del periódico, el comité se quedaba con dos centavos para gastos internos). Sin embargo, los envíos de dinero de los comités se retrasaban o no llegaban a la capital, lo que puso en riesgo la impresión del periódico. En la mayoría de los casos el dinero recolectado se utilizaba para resolver las necesidades cotidianas de los comités locales en un escenario marcado por las angustias económicas que atravesaba el país. Algunos miembros del partido reconocieron este fenómeno. Por ejemplo, Guillermo Hernández señaló que los altos índices de desocupación laboral impedían hacer aportes al partido, al

punto de llegar a una situación en la que no se tenía “ni un centavo con qué sacar una hoja mimeográfica siquiera”.³⁴

Así, la crisis económica mundial afectó la política impresa del partido, en particular, la posibilidad de editar un periódico para ampliar sus redes políticas y mediar en las controversias sobre la desocupación y la reducción de salarios, que resultaba ser un escenario propicio para ampliar sus actividades de oposición contra el gobierno de Olaya Herrera y superar cierta marginalidad en el debate político nacional. Mientras el país convulsionaba, señalaba Hernández, el partido “no ha editado ningún otro número del periódico” desbordando el grado de “desconcierto y la desorientación en provincias”.³⁵

Sin aportes suficientes para el sostenimiento de sus actividades cotidianas en los primeros años de la década del treinta, la correspondencia entre los comunistas colombianos y el Buró del Caribe (BC) se concentró en pedidos de dinero y problemas financieros. Encontrar fondos para una empresa editorial resultaba difícil en este contexto en el cual el sostenimiento dependía de los reducidos ingresos de trabajadores, artesanos y labriegos que intentaban sobrellevar los impactos de la crisis. La única salida era pedir dinero a Moscú o tomar de los fondos que enviaba Socorro Rojo Internacional, que posiblemente sirvieron para que el partido sobreviviera en estos difíciles tiempos. De octubre de 1930 a febrero de 1931, Socorro Rojo envió mensualmente un subsidio de 150 pesos, aunque la cifra se redujo de 100 a 50 pesos porque no se remitieron informes financieros sobre los gastos.³⁶ Este dinero fue invertido en la mayoría de los casos en actividades de Socorro Rojo, en la impresión de algunas “hojitas volantes” y en los gastos de funcionamiento del partido.

La necesidad de incidir en la opinión pública hizo que se reactivaran los esfuerzos de publicar un nuevo periódico. En el intercambio epistolar entre el PCC y el Buró del Caribe (BC) es posible rastrear algunas de estas discusiones. En junio de 1932 el partido lanzó una campaña entre sus afiliados para la creación del diario, la cual tuvo como resultado la suma de 650 pesos. Este fondo para dar inicio al periódico fue objeto de controversias. Para el BC, el periódico debía iniciar con ochocientos pesos como mínimo para evitar que la publicación se paralizara una vez puesta en circulación. A pesar de las diferencias entre el PCC y el BC, el periódico *Tierra* apareció en agosto de 1932, lo que significó un pequeño quiebre dentro de las actividades editoriales y tipográficas dentro del partido. Como ya se ha dicho, la crisis paralizó momentáneamente las labores de impresión, en particular la publicación del periódico, aunque en el informe presentado a mediados de 1931, Kornfeder comentaba que en Neiva se seguía publicando un pequeño periódico que se reimprimía en Cali, y que, además, se mimeografiaban “folletos para todos los sitios importantes [...] y se logró que todos los folletos que queríamos fueran impresos en Bogotá”.³⁷

Mientras estas pequeñas hojas y folletos circulaban e impedían que el partido fuera marginado de la opinión pública, el periódico *Tierra* comenzó a tomar forma. En este primer intento por construir un diario del partido se entrecruzaron varios rasgos de una auténtica empresa

tipográfica. En otros términos, se pasó de actividades artesanales de impresión a la organización alrededor de los principios técnicos de producción del ramo de las artes gráficas. En el caso de *Tierra* es claro que los objetivos políticos definieron la creación del periódico, pero sus formas de funcionamiento, en esta primera corta etapa, corresponden a las lógicas primarias de una empresa tipográfica. Esto quiere decir que se crea una red de suscriptores, las actividades de producción se emplazan en un espacio físico estable, participan en el mercado internacional de insumos como papel y tintas, se incorporan a una red de comercio y transporte de impresos y, finalmente, se amplía y se diversifica la oferta de actividades tipográficas a partir de la creación de la empresa Editorial Tierra. Estos rasgos pueden caracterizarse como un ajuste de las actividades impresas de los comunistas hacia manifestaciones embrionarias de las prácticas del capitalismo de los impresos, asociadas al aumento de la producción y de los lectores, a la modernización de las formas de organización del trabajo en el taller tipográfico y a los cambios en las estrategias de comercialización que, en este caso, operan desacopladas de las nociones de radicalismo, progreso e inevitabilidad.

Algunos niveles de formalización de una empresa editorial pasaban, como lo hemos visto, por el reconocimiento ante la ley de prensa. En julio de 1932 la sección quinta del Ministerio de Gobierno autorizó la publicación del periódico *Tierra* en la Editorial J. E. Posse. El periódico entró en circulación a través de una imprenta comercial que se ocupa de un variado tipo de impresos. Allí se publicaban revistas como *Acción Liberal*, periódicos como *El Reporte* y algunos libros con contenidos diversos. En todo caso, estos niveles de formalización a partir del reconocimiento ante la ley de prensa deben ubicarse en un escenario en el cual las instituciones judiciales a nivel nacional se movían entre el legado de las leyes antisocialistas que se desarrollaron en el gobierno conservador y cierta apertura democrática. Para el caso de *Tierra*, la autorización de su publicación puede estar relacionada con el hecho de que fue publicado en un taller tipográfico comercial, aunque no dejó de ser objeto de sospecha por parte de las autoridades locales.

De esta forma, el partido tuvo que lanzar su periódico a un escenario mediado por prejuicios que impregnaban el ambiente político institucional. A pesar de ello, el partido encontró respaldo para la publicación del nuevo periódico a través de una campaña de recolección de fondos a nivel nacional. En esta campaña, que abarcó zonas del país como el Valle, Cundinamarca, la costa atlántica, Antioquia y Caldas —traspasando así aquellos lugares donde se tenían afincadas lealtades políticas más sólidas—, se recolectaron 650 pesos. Esta misma red funcionó luego como una base inicial de suscriptores y colaboradores del periódico.³⁸

Aunque las primeras campañas fueron relativamente exitosas, la financiación y el envío de pagos fueron problemas habituales en el funcionamiento del periódico. Para solventarlos, en primer lugar, se construyó un entramado argumental con el que se intentó convencer al lector de la necesidad de mantener el órgano de expresión de los

trabajadores. En segundo lugar, se definieron criterios comerciales para diversificar las fuentes de ingresos. En este caso, tenemos que la disyuntiva entre ser un escenario de contienda política y el sostenimiento de una empresa editorial implicó conceder espacios publicitarios a empresas contra las que los comunistas, a través de algunos sindicatos, habían organizado huelgas. Así sucedió con la cervecería Bavaria, la cual pagó en algunos números del periódico. Aunque en la mayoría de los casos la publicidad pertenecía a pequeños establecimientos como droguerías, almacenes de suministros, librerías, joyerías y abogados, no hay duda de que algunos criterios políticos se vieron confrontados por las necesidades del sostenimiento del periódico.

Estos nuevos ingresos no resolvieron los problemas de funcionamiento del periódico, pero sí garantizaron cuestiones básicas para la creación de una empresa editorial. El primer paso que se dio en esta dirección fue la racionalización de las tareas y la división de las funciones. De esta manera, se diferenciaron las tareas administrativas de las tareas tipográficas con el arriendo de una oficina en la calle 14 n.º 89, frente al edificio de *El Tiempo* en Bogotá. Luego, cuando se adquirieron los equipos de impresión, la empresa se trasladó al local del partido, que quedaba relativamente cerca, en la calle 14 n.º 14c. Con esto se buscaba garantizar un espacio físico autónomo entre el taller de impresión, las actividades de administración del periódico y otras funciones relacionadas con la vida organizativa del partido.

Por otro lado, para poner en funcionamiento la empresa editorial se requería de un mercado local o internacional de suministros básicos como el papel. La búsqueda de insumos debía hacerse con proveedores locales, a pesar de los intentos por conseguirlo por vía del Buró del Caribe. Meses antes a la publicación del periódico, los administradores de *Tierra* se comunicaron con la secretaría del bc para cotizar dos toneladas de papel para poder imprimirlo. Según el secretariado, los costos de las agencias proveedoras que podían llevar el papel hasta Puerto Colombia superaban los precios de las agencias alemanas en Bogotá.³⁹ Así las cosas, para poner en marcha la empresa editorial se compró el papel en las agencias existentes en Bogotá, mientras se esperaba un pedido de papel de Nueva York. Aquí las redes políticas operaron de nuevo en la búsqueda del papel en el mercado internacional de suministros. Por ejemplo, el pedido para comprar el papel con el formato adecuado fue hecho por los comunistas estadounidenses: “por aéreo hemos sido informados por nuestros camaradas de Nueva York, que el papel para TIERRA, de tamaño 80 por 110, fue embarcado con rumbo a baranquilla [sic] el 31 de agosto”.

40

Además de los insumos, los administradores del periódico entraron en redes de comercio y distribución que se diferenciaban de los mecanismos de circulación partidista. Junto a los correos humanos o “correos rojos” que tenían la labor de llevar la propaganda del partido a distintas zonas, los comunistas recurrieron a empresas de envíos del mercado formal como la compañía de transporte alemana de aviación SCADTA y a envíos en la red ferroviaria nacional. Con el correo aéreo tenían la posibilidad

de llegar más rápido a la costa atlántica, Medellín, Cali, Barranquilla y Barrancabermeja. Esto a pesar de que los costos por el envío de un kilo de periódicos de Tierra sobrepasaban las tarifas de otros periódicos como *El Tiempo* o *El País*.

Por otra parte, las redes de distribución del periódico se descentraron de almacenes de suministros de pequeños comerciantes o locales sindicales adherentes del partido y empezaron a incorporar agencias un poco más formales como la Agencia General de Lotería y Prensa Mundial, que se encontraban en “todos los centros del país”. Hay que señalar, no obstante, que esta ampliación de las redes de transporte y circulación comercial no siempre fue exitosa. Por ejemplo, la empresa de buses Caribe, contratada para el transporte del periódico en el norte del Tolima, se negó a transportarlo por su contenido antigobiernista y revolucionario.

Estos elementos del periódico *Tierra* que hemos definido como los rasgos del funcionamiento de las empresas tipográficas o talleres de impresión de periódicos resultan limitados sin la existencia de una empresa editorial. Al formalizar el periódico ante el Juez de Prensa, la editorial encargada era J. E. Posse, pero a pocas semanas del lanzamiento del periódico y como producto de algunas campañas de sostenimiento exitosas, el partido tomó “la totalidad de la editorial” en la que se imprimía el diario. Esto permitió, por un lado, que se superaran algunos problemas técnicos relacionados con la composición tipográfica y con los tiempos de salida del periódico, tal y como lo describen los editores: “numerosos errores tipográficos, así como la presentación y la rápida salida de ‘Tierra’ serán, por tanto, deficiencias que estamos en condiciones de corregir en los sucesivos”.⁴¹ Por otro lado, se dispuso una nueva organización de los tiempos para la publicación del periódico y algunos miembros del partido comunista pasaron a ocuparse de las tareas tipográficas para su publicación. Estos aspectos permitieron que el partido se convirtiera en un agente tipográfico en la ciudad de Bogotá. La Editorial Tierra apareció así en septiembre de 1932 como una más de las pequeñas empresas tipográficas existentes en la ciudad.⁴² Con este pequeño taller, el partido pudo considerar la ampliación de la oferta de trabajos tipográficos y aliviar la falta de recursos para mantener a flote el periódico por la tardanza en los envíos del pago por la suscripción desde las regiones (figura 3).

La formalización de una empresa editorial con los rasgos que hemos mencionado se consiguió en pocos meses, pero los problemas de la inestable legalización del periódico aparecieron nuevamente en el marco de la guerra de Colombia con el Perú. La postura asumida por el pcc a través de Tierra fue considerada como antipatriótica por el gobierno liberal a través del decreto 1504 de 1932. Como consecuencia de esta determinación judicial, el periódico cerró a finales de septiembre, con 42 números publicados. Su cierre, además, estuvo acompañado por el asalto a las instalaciones de Tierra y a la imprenta donde se editaba.⁴³

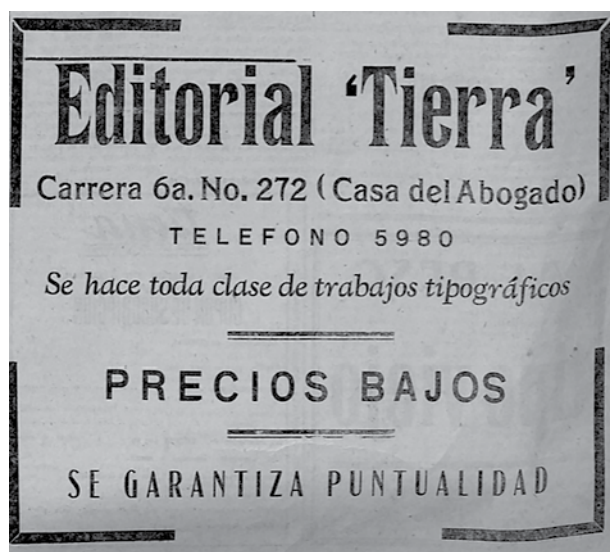


Figura 3.
Editorial “Tierra”.
Tierra [Bogotá] sep. 1932.

A modo de cierre

En este artículo se establecieron las relaciones entre izquierdas y cultura tipográfica entre 1920 y 1932. Se intentó pensar en estas relaciones más allá del vínculo primario entre imprenta y política para considerar la manera en que socialistas y comunistas participaron en un mercado de impresos que había entrado en un proceso de modernización desde inicios de la década de 1920. Así, la cultura de izquierdas tuvo que pasar por varios altibajos que permiten identificar reacomodamientos políticos y comerciales para poder llegar a nuevos públicos que crecían en medio de cambios culturales y la conflictividad social que se extendía en el país.

La recomposición de la cultura de izquierda, a partir de la creación del Partido Comunista en 1930 estuvo asociada a la consolidación de una empresa editorial como lo fue el caso de la Editorial Tierra. Aunque los criterios políticos definieron la aparición de esta iniciativa, no podemos obviar que este taller de imprenta acogió los principios básicos de una empresa editorial. En otras palabras, esta iniciativa hace parte de un fenómeno más complejo asociado a la ampliación del capitalismo de los impresos en el país. Una perspectiva de este tipo permite fijar la atención sobre un momento de clivaje cultural importante que se ubica en los últimos años de la Hegemonía Conservadora a la República Liberal. Además, llama la atención sobre la forma en que la cultura impresa moldeó algunos cambios culturales que se abrieron paso desde la década de 1920, a través de la multiplicación de impresos y la modernización de la industria de las artes gráficas.

Obras citadas

I. Fuentes primarias

Archivos

Archivo General de la Nación (AGN), Bogotá, Colombia
Sección Archivo Anexo II
Fondo Ministerio de Gobierno
Sección Archivos Privados
Fondo Juan de Dios Romero

Publicaciones periódicas

Periódicos

El Luchador [Medellín] 1919
El Proletario [Barranquilla] 1930
Ola Roja [Popayán] 1920
Tierra [Bogotá] 1932
Revistas
Arte Gráfica (1926-1929)

Documentos impresos y manuscritos

Comercio Exterior de la República de Colombia. Año 1930. Bogotá: Imprenta Nacional, 1932.
Anuario Estadístico de Colombia. Bogotá: Imprenta Nacional, 1917-1932.

II. Fuentes secundarias

Adames, Luis Carlos. *Memorias de un linotipista*. Bogotá: andel, 2015.
Bil, Damián. Descalificados. *Proceso de trabajo y clase obrera en la rama gráfica (1890-1940)*. Buenos Aires: Ediciones RyR, 2007.
Corubolo, Alessandro y Maria Gioia Tavoni. *Las imprentas nómadas. Artefactos, conspiraciones y propaganda*. Buenos Aires: Ampersand, 2019.
Delgado, Verónica y Fabio Espósito. "1920-1937: la emergencia del editor moderno". *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*. Dir. José Luis de Diego. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014.
Mayor Mora, Alberto, Ana Cielo Quiñones, Gloria Stella Barrera Jurado y Juliana Trejos Celis. *Las escuelas de artes y oficios en Colombia (1860-1960)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2013.
Medina, Medófilo. *Historia del Partido Comunista de Colombia*. Bogotá: Editorial Colombia Nueva, 1980.

Meschkat, Klaus y José María Rojas. Liquidando el pasado. La izquierda colombiana en los archivos de la Unión Soviética. Bogotá: Taurus / FESCOL, 2009.

Núñez, Luz Ángela. *El obrero ilustrado. Prensa obrera y popular en Colombia 1909-1929*. Bogotá: Universidad de los Andes, 2006.

Núñez, Luz Ángela. “La revolución de papel: prensa comunista en la década del 1930”. *Boletín Cultural y Bibliográfico* 52.94 (2018): 67-91.

Raven, James. *Publishing Business in Eighteenth-Century England (People, Markets, Goods: Economies and Societies in History)*. Nueva York: The Boydell Press, 2014.

Rojas, José María. *La estrategia insurreccional socialista y la estrategia de contención del conservatismo doctrinario*. Cali: s. e., 1989.

Segovia, Rodolfo y Claudia Navarro Díaz. “J. V. Mogollón & Cia. (1900-1930): ‘Rayando Papel’”. *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX y XX. Una colección de estudios recientes*. T. 1. Comp. Carlos Dávila L. Guevara. Bogotá: CEPAL / Norma / Universidad de los Andes, 2003. 705-736.

Solano, Sergio Paolo. “Imprentas, tipógrafos y estilos de vida en el Caribe colombiano 1850-1930”. *Palabra* 9 (2008): 126-145.

Solano, Sergio Paolo. *Puertos, sociedad y conflictos en el Caribe colombiano*. Cartagena: Universidad de Cartagena / Observatorio del Caribe Colombiano, 2003.

Torres Giraldo, Ignacio. *Anecdotario*. Cali: Universidad del Valle, 2004.

Torres Giraldo, Ignacio. *Los inconformes. Historia de la rebeldía de las masas en Colombia*. Vol. 3. Bogotá: Margen Izquierdo, 1974.

Vega, Renán. *Gente muy rebelde*. Vol. 4. Bogotá: Ediciones Pensamiento Crítico, 2002.

Vega, Renán, Luz Ángela Núñez y Alexander Pereira. *Petróleo y protesta obrera. La uso y los trabajadores petroleros en Colombia*. Vol. 1. Bogotá: Corporación Aury Sará Marrugo, 2009.

Notas

- 1 Para una discusión sobre el mercado de los impresos ver James Raven, *Publishing Business in Eighteenth-Century England (People, Markets, Goods: Economies and Societies in History)* (Nueva York: The Boydell Press, 2014).
- 2 Rodolfo Segovia y Claudia Navarro Díaz, “J. V. Mogollón & Cia. (1900-1930): ‘Rayando Papel’”, *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX y XX. Una colección de estudios recientes*, t. 1, comp. Carlos Dávila L. Guevara (Bogotá: CEPAL / Norma / Universidad de los Andes, 2003) 724; Luis Carlos Adames, *Memorias de un linotipista* (Bogotá: andel, 2015) 150.
- 3 Adames 26.
- 4 Sergio Paolo Solano, “Imprentas, tipógrafos y estilos de vida en el Caribe colombiano 1850-1930”, *Palabra* 9 (2008): 138; Sergio Paolo Solano, *Puertos, sociedad y conflictos en el Caribe colombiano* (Cartagena: Universidad de Cartagena / Observatorio del Caribe Colombiano, 2003) 87.
- 5 Verónica Delgado y Fabio Espósito, “1920-1937: la emergencia del editor moderno”, *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*, dir. José Luis de Diego (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014);

- Damián Bil, *Descalificados. Proceso de trabajo y clase obrera en la rama gráfica (1890-1940)* (Buenos Aires: Ediciones RyR, 2007) 63.
- 6 Importación de maquinaria para imprenta y tipografía, tintas para imprenta, tipos y papel (1917-1931). Ver los informes de *Comercio Exterior de la República de Colombia* y el *Anuario Estadístico de Colombia* de los años 1917, 1918-1919, 1920, 1922-1925, 1926, 1927, 1928, 1930 y 1931; “Fundición tipográfica salesiana”, *Arte Gráfica* 1 (1926).
- 7 Alberto Mayor Mora, Ana Cielo Quiñones, Gloria Stella Barrera Jurado y Juliana Trejos Celis, *Las escuelas de artes y oficios en Colombia (1860-1960)* (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2013) 231-232.
- 8 Luz Ángela Núñez, *El obrero ilustrado. Prensa obrera y popular en Colombia 1909-1929* (Bogotá: Universidad de los Andes, 2006) 227-230.
- 9 “La imprenta del pueblo”, *El Luchador* [Medellín] nov. 18, 1919.
- 10 Renán Vega, *Gente muy rebelde*, vol. 4 (Bogotá: Ediciones Pensamiento Crítico, 2002) 227.
- 11 *Ola Roja* [Popayán] mar. 12, 1920: 1.
- 12 María Tila Uribe, *Los años escondidos. Sueños y rebeldías en la década del veinte* (Bogotá: Antropos / Cestra, 2007) 143.
- 13 Ignacio Torres Giraldo, *Anecdotario* (Cali: Universidad del Valle, 2004) 107.
- 14 Ignacio Torres Giraldo, *Los inconformes: historia de la rebeldía de las masas en Colombia*, vol. 3 (Bogotá: Margen Izquierdo, 1974) 797.
- 15 José María Rojas, *La estrategia insurreccional socialista y la estrategia de contención del conservatismo doctrinario* (Cali: s. e., 1989) 263.
- 16 Archivo General de la Nación (AGN), Bogotá, Sección Archivos Privados, Fondo Juan de Dios Romero, caja 4, carpeta 2.
- 17 Núñez, *El obrero ilustrado* 38.
- 18 AGN, Bogotá, Sección Archivo Anexo II, Fondo Ministerio de Gobierno, Sección Cuarta–Justicia, tomo 185, ff. 334, 341.
- 19 Renán Vega, Luz Ángela Núñez y Alexander Pereira, *Petróleo y protesta obrera. La uso y los trabajadores petroleros en Colombia*, vol. 1 (Bogotá: Corporación Aury Sará Marrugo, 2009) 161.
- 20 Klaus Meschkat y José María Rojas, *Liquidando el pasado. La izquierda colombiana en los archivos de la Unión Soviética* (Bogotá: Taurus / FESCOL, 2009) 534.
- 21 Alessandro Corubolo y Maria Gioia Tavoni, *Las imprentas nómadas. Artefactos, conspiraciones y propaganda* (Buenos Aires: Ampersand, 2019).
- 22 *Comercio Exterior de la República de Colombia. Año 1930* (Bogotá: Imprenta Nacional, 1932).
- 23 *Diario Oficial* [Bogotá] nov. 2, 1928: 1.
- 24 Las medidas contra la publicación de impresos habían tomado forma en momentos previos a la promulgación de la Ley Heroica. Por ejemplo, las autoridades locales de Barrancabermeja decomisaron el periódico *Germinal* y encarcelaron a su director Ricardo C. López por hacer señalamientos contra los funcionarios de la Tropical Oil Company. En estos mismos hechos, López fue enviado de nuevo a la cárcel por publicar “un cartel mural que había salido de las prensas del El Socialista de Bogotá” y que fue fijado “en una de las esquinas de este poblado”. AGN, Bogotá, Sección Archivo Anexo II, Fondo Ministerio de Gobierno, Sección Quinta–Prensa y Archivo, caja 6, carpeta 3, f. 36.
- 25 *Tierra* [Bogotá] sep. 2, 1928: 1.
- 26 Rojas 299.
- 27 Según la historiadora Luz Ángela Núñez la prensa obrera y popular descendió entre 1929-1933. Luz Ángela Núñez, “La revolución de papel: prensa comunista en la década del 1930”, *Boletín Cultural y Bibliográfico* 52.94 (2018): 68.
- 28 AGN, Bogotá, Sección Archivo Anexo II, Fondo Ministerio de Gobierno, Sección Primera–Negocios Generales, caja 28, carpeta 1, ff. 97-102. Las cifras

- de militantes pueden ser más altas. En los registros policiales solo parecen los miembros más activos.
- 29 *El Proletario* [Barranquilla] dic. 8, 1930.
 - 30 AGN, Bogotá, Sección Archivo Anexo II, Fondo Ministerio de Gobierno, Sección Primera–Negocios Generales, caja 28, carpeta 1, ff. 97-102.
 - 31 Joseph Kornfeder, “Informe sobre Colombia”, c. 1931. En Meschkat y Rojas 676.
 - 32 AGN, Bogotá, Sección Archivo Anexo II, Fondo Ministerio de Gobierno, Sección Quinta–Prensa y Archivo, caja 1, carpeta 1.
 - 33 Meschkat y Rojas 77-79.
 - 34 “Carta de Guillermo Hernández Rodríguez al Buró del Caribe”. En Meschkat y Rojas 689.
 - 35 “Carta de Guillermo Hernández Rodríguez al Buró del Caribe”. En Meschkat y Rojas 689.
 - 36 “Documento secreto con datos sobre subsidios al Socorro Rojo en Colombia”. En Meschkat y Rojas 106.
 - 37 Joseph Kornfeder, “Informe sobre Colombia”, c. 1931. En Meschkat y Rojas 659.
 - 38 *Tierra* [Bogotá] sep. 2, 1932: 4.
 - 39 “Carta del BC al CC del PCC”, jul. 15, 1932. En Meschkat y Rojas 712.
 - 40 *Tierra* [Bogotá] sep. 11, 1932.
 - 41 *Tierra* [Bogotá] sep. 13, 1932.
 - 42 *Tierra* [Bogotá] sep. 15, 1932.
 - 43 Medófilo Medina, *Historia del Partido Comunista de Colombia* (Bogotá: Editorial Colombia Nueva, 1980) 187.