

sociedades matrilineales. Ahora bien, estas dificultades puntuales no le restan valor al libro de Perdomo, el cual refresca la visión de una de las instituciones más estudiadas por la historiografía americana.

**MARCELA QUIROGA ZULUAGA**

Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH)

mquiroga@icanh.gov.co

[322]

**Alfonso Rubio y Juan David Murillo Sandoval.**

***Historia de la edición en Colombia 1738-1851.***

Bogotá: Instituto Caro y Cuervo, 2017. 335 páginas.

<https://doi.org/10.15446/achsc.v46n2.78225>

La bibliografía sobre el entramado cultural que rodea el universo de la edición en el mundo hispánico es vasta y ha ganado fuerza desde los años sesenta. En otros países cuenta ya con obras concluyentes sobre la imprenta, la circulación de impresos, los talleres de impresión, los grabados, la fabricación de papel, las bibliotecas, los librerías, la lectura y la opinión pública. Esa bibliografía realizó inventarios y sentó las bases para el auge posterior de una nueva historia cultural que integra los ritmos y transformaciones del orden político, tecnológico y social con la producción, circulación y apropiación de material impreso. Sin embargo, en Colombia la escritura de la historia de la imprenta, de los impresores, de sus publicaciones y de la opinión pública ha sido lenta, errática y fragmentada.

El libro de Alfonso Rubio y Juan David Murillo Sandoval aprovecha lo ya hecho y abre nuevos campos de reflexión. Sus autores asumieron el complejo reto de reconstruir los modos materiales de la producción de impresos y de libros en el territorio colombiano, desde la llegada de la imprenta hasta la consolidación del Estado nacional a mediados del siglo XIX, sin desatender su función social en la legitimación del nuevo Estado. El libro articula la historia de la imprenta, de la tipografía, de la prensa y de la legislación, sin convertirse en una historia de la imprenta, de los tipógrafos, de la prensa o de la legislación. Esta historia de la edición y la lectura desentraña la forma en que se organizaron las prácticas laborales en el taller, se dieron las condiciones técnicas y se construyó un marco legal para el desarrollo de la cultura escrita en un territorio periférico de la América española del siglo XVIII y la primera mitad del XIX.

El libro, de lectura agradable, se apoya en un conjunto selecto de fuentes, el cual aporta sin duda información novedosa. Sin embargo, más significativas son las relecturas de fuentes ya conocidas y la voluntad de síntesis, no al modo de estado de arte, sino como paso necesario para trascender el escenario

dibujado por el conocimiento previo. En parte esto se debe a que el libro postula un nuevo objeto de estudio que no era concebible hace unos años. Sus autores abordan el período que va desde 1735, fecha en que la Compañía de Jesús trae la primera imprenta, hasta 1851, cuando el Congreso sanciona la libertad absoluta de imprenta. Durante ese lapso se instaló en el seno de la sociedad colombiana “un nuevo sistema comunicativo de escritura que puso en relación más directa a la sociedad con el mundo de la cultura tipográfica a través de dos formas textuales básicas: el libro y el periódico” (p. 51). No es este un argumento nuevo, pero el uso de grafos —en los cuales se demuestra que en el curso de 80 años pasamos de 2 imprentas (o una y media) a 87, de 2 impresores a 99, y de no existir ningún periódico a tener 618— ilustra de manera contundente la multiplicación de los instrumentos de una nueva cultura impresa y hace de este estudio el primer intento por sistematizar la información relativa al ámbito de lo impreso en la república.

La *Historia de la edición en Colombia 1738-1851* está dividido en una introducción, dos capítulos y un epílogo. El primer capítulo rastrea los inicios de las primeras impresiones en la imprenta jesuita que llega en 1735 y cierra con el colapso final del régimen monárquico y la convocatoria a la Constitución de 1821. Rubio y Murillo aprovechan las historias de las imprentas y de los avatares de la primera prensa ilustrada —el *Papel Periódico de Santafé*, *El Correo Curioso*, *El Semanario* o *El Redactor Americano*— para retratar en cambio las precariedades encaradas por los primeros impresores, la tosquedad de la tecnología disponible, las eventualidades para conseguir los tipos y cajas necesarias, la dificultad de contar con el personal necesario y la escasez del contante.

El viaje de Espinoza de los Monteros a Bogotá en 1777, con el respaldo del Virrey, para montar la Imprenta Real en la capital del virreinato, la renovación de su equipamiento y la apertura de una segunda imprenta en la capital (la *Imprenta Patriótica* de Antonio Nariño), esta vez resultado de la iniciativa privada, son hechos que configuran uno de los momentos decisivos en la instauración de ese nuevo sistema comunicativo. Y si bien los autores están plenamente conscientes de que la emergencia del nuevo sistema comunicativo iba de la mano de las enormes transformaciones sociales y políticas que sacudieron al territorio neogranadino, el ritmo explicativo no está supeditado a la cronología revolucionaria. Es por eso que la temporalidad en este libro resulta simultáneamente familiar y extraña. Familiar porque los estudios sobre la Ilustración neogranadina han señalado la renovación de las representaciones sobre la sociedad, la naturaleza y el individuo, mientras que los estudios sobre la opinión pública han descrito la explosión de papeles públicos a partir de la crisis de 1808, como índice, superficie

[324]

y factor de las aceleradas e ingentes transformaciones que llevaron a la república. Las cronologías coinciden, pero el relato de los autores presta atención, en cambio, a las penurias de los editores, impresores, correctores, copistas y cajistas, a las tecnologías disponibles para arreglar los textos, a las vicisitudes del poder, lo cual da como resultado una cronología que marca su propio ritmo a partir de los cambios en las modalidades de taller, las rivalidades entre impresores o los incentivos existentes para alcanzar éxito comercial.

El segundo capítulo cubre de la Constitución de 1821 hasta el establecimiento de la ley sobre la absoluta libertad de imprenta en 1851. El hilo conductor inicial lo ofrecen las leyes consagradas a favor de la libertad de imprenta. Con ellas se despliega una organización que coloca a la publicidad del impreso en el centro del nuevo sistema político como espacio para la producción de una nueva legitimidad. Fue ella la que convirtió al Estado en el principal agente interesado en “patrocinar las iniciativas por legitimar la silueta republicana, por publicitar sus valores y ampliar su marco de acción o presencia, al menos la imprenta, en un territorio enorme y poco conexo” (p. 177). Para 1825 el Estado logra hacerse a su propia imprenta, otro momento clave para el desarrollo de la edición impresa en las décadas subsecuentes.

El protagonismo del Estado se acentúa ante la ausencia de un mercado interno. La dependencia del Estado se alimenta de necesidades varias: familiarizarse con las nuevas instituciones, construir nuevos consensos en torno a la empresa republicana, impugnar todo aquello que obstruyera su realización, promover la educación masiva elemental, producir un efecto civilizador. El universo de los agentes de la edición se enriqueció con la llegada de los ingleses y la inscripción en un orden de producción editorial global. A la sombra del Estado tipográfico, a lo largo de las tres décadas siguientes se fue ampliando el campo de la cultura política impresa y se fueron modelando la percepción e intereses de la llamada opinión pública, de tal modo que fue emergiendo un mercado local que ya solo el agente privado iba a poder satisfacer. Desde cierto ángulo las transformaciones aparecen vertiginosas, pero los autores señalan que el binomio modernidad-tradición resulta inadecuado. Así, los juicios de imprenta, por ejemplo, “pueden leerse como expresión de una cultura legal nueva que, si bien recogía principios de la vieja cultura virreinal frente a la Ley, en dimensiones sociales como el insulto o el honor, reposaba ahora sobre mecanismos modernos de comunicación” (p. 172).

A modo de conclusión me interesa destacar dos temas que deben explorarse en trabajos futuros: la relación del taller con el artesanado, actor protagónico de la mitad de siglo, y el modelo comercial de la imprenta. Como bien señalan los

autores, el taller de imprenta es un escenario que convoca y articula el universo artesanal (los cajistas, el tirador, el batidor) y letrado (el copista, el corrector, el editor). Debido a que precisamente el período que va de 1837 a 1851 representa en la historia del país el momento inicial de organización y militancia artesanal, y dado, igualmente, que los artesanos frecuentemente apelaron a los periódicos como estrategias comunicativas, resulta sugerente explorar el papel expansivo que el taller jugó en la progresiva incorporación del artesanado y otros sectores populares en la actividad política del país.

[325]

Sabemos muy poco de las iniciativas de organización artesanal de antes de mediados del siglo, pero sabemos algo. Por ejemplo, que Lorenzo María Lleras fundó el periódico *El Labrado i el Artesano* (1838) como arma de la Sociedad Democrática-Republicana, una de las primeras asociaciones populares del país, la cual tenía como objetivo la instrucción política popular. Más que actuar como correa de información, interesa destacar el taller como espacio de formación y agitación política, lo que, a su vez, constituyó un factor de multiplicación de talleres de imprenta. Esta dinámica resultará importante en la segunda mitad de 1840, cuando los clubes artesanales se conviertan en moneda corriente del escenario político.

Por otra parte, interesa explorar el modelo económico del taller de imprenta, en particular para mediados del siglo XIX. Para entonces resulta claro que existe un mercado de privados, aun si sigue siendo exiguo y vinculado a la élite. El éxito de la imprenta neogranadina de Ancízar —por su precio, por el éxito que tuvo y por su durabilidad— indica que la operación económica empezó a ser exitosa desde la década anterior. Futuras investigaciones deben profundizar en esa transformación del mercado: ¿cuándo ocurre y qué la hace posible?, ¿explica ella el tono y la actitud moderada de Ancízar? Es decir, ¿se hace posible cierta despolitización en el momento en que la imprenta tiene una menor dependencia del Estado?, ¿permite eso una comprensión diferente de la política?

**FRANCISCO ORTEGA**

Universidad Nacional de Colombia

fortega@unal.edu.co