

EVIDENCIA DE PROGRESO EN EL ANUNCIO DE CERVEZA CUERVO
APARECIDO EN EL REPORTER ILUSTRADO DE 1890*

Adriana Margarita Plazas Salamanca

(Universidad Jorge Tadeo Lozano. Colombia)

adriana.plazas@utadeo.edu.co

RESUMEN:

La idea de progreso en El Reporter Ilustrado, periódico publicado en 1890 en Bogotá, se ve expresada en el lenguaje, a través de las diferentes alusiones a artefactos, al ejercicio de profesiones o en las reflexiones sobre la vida cotidiana. De igual modo se ve reflejada en los anuncios publicitarios publicados en dicho semanario presentes en el anuncio de la Cerveza A.B. Cuervo. El objetivo del artículo consiste en describir y visibilizar los elementos discursivos que evidencian el concepto de progreso en este anuncio ubicado en la época de la Regeneración. A través de la revisión de los términos regeneración y progreso se observan las dinámicas utilizadas para divulgar la fantasmagoría del progreso. Para el análisis se recurre al concepto de fantasmagoría y progreso discutidos por Walter Benjamin, a partir de los cuales se descubren las dinámicas económicas y políticas encubiertas en un texto.

* Este artículo de reflexión es producto de investigación que pertenece a la línea de análisis del discurso, adscrita al grupo Mente, lenguaje y sociedad del Departamento de Humanidades (clasificación B en Colciencias), Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Palabras clave: Regeneración, prensa del siglo XIX, fantasmagoría, progreso, Cerveza Cuervo.

EVIDENCE OF PROGRESS IN ADVERTISEMENT CERVEZA CUERVO PUBLISHED IN EL REPORTER ILUSTRADO 1890

ABSTRACT:

The idea of progress in El Reporter Ilustrado -a newspaper published in 1890 in Bogotá, is expressed in language through different mentions to artifacts, professions or through reflections on everyday life. Similarly, such discursive elements can be traced in advertisements published in this weekly newspaper, such as the Cerveza A.B. Cuervo advertisement. The objective of this article is to describe and make visible the discursive elements that show the concept of progress existing in a period of recent history called Regeneration. Through the revision of such terms as regeneration and progress it is possible to show the dynamics used to disseminate the phantasmagoria of progress. The concepts of phantasmagoria and of progress as discussed by Walter Benjamin are used for an analysis from which the covert political and economic dynamics are found hidden in a text.

Keywords: Regeneration, press the nineteenth century, phantasmagoria, progress, Cerveza Cuervo.

Introducción

El pensamiento crítico responde a actitudes de análisis en las que se pone en funcionamiento la capacidad de desvelar los discursos ocultos de la sociedad. Walter Benjamin en el Libro de los Pasajes, al referirse a la cosificación de la historia presenta su proyecto como una investigación que “[...] se propone mostrar cómo consecuencia de esta representación la civilización, las formas de vida nuevas y las nuevas creaciones de base económica y técnica que le debemos al siglo pasado (siglo XIX) entran en el universo de una fantasmagoría” (2005:50). Esta fantasmagoría se presenta

como un concepto desde el cual se puede tomar distancia y observar críticamente los hechos y las cosas. En este proceso de observación es preciso ahondar en el contexto histórico y complejizar el modo en el que fue producido el objeto de análisis y los efectos que este tuvo en su tiempo.

La fantasmagoría está asociada con el siglo XIX y el mundo de las ilusiones creadas a partir de la idea de mercancía y el valor de cambio de las cosas que trajo consigo la Revolución Industrial. El artículo se organiza partiendo del entramado histórico en el que se produjo el semanario *El Reporter Ilustrado*, para esto es imprescindible entablar un diálogo con el movimiento regeneracionista y describir el periódico como organismo en el que se encuentra incrustado el anuncio de Cerveza Cuervo que sirve de pretexto para esta reflexión. Se finaliza el ejercicio con un desentrañamiento de los elementos ocultos dentro del anuncio.

La importancia que este tipo de análisis radica en descubrir los imaginarios que coexisten en las imágenes y en esa medida desenmascarar los elementos de poder que se esconden en el discurso publicitario, que en el caso particular del anuncio escogido reproduce un conjunto de valores de clase, dirigidos claramente a la elite bogotana.

El Reporter Ilustrado y su contexto

El *Reporter Ilustrado* es un semanario de corta duración¹ publicado en Bogotá entre el 4 de junio y el 11 de octubre del año 1890. Sus directores fueron Antonio de Narváez y Antonio Rodríguez. De este último se sabe que fue un notable grabador de origen español, colaborador de varios periódicos entre los que se cuentan: *El Papel Periódico Ilustrado*, *Colombia Ilustrada* y *El Reporter Ilustrado*; publicó toda clase de dibujos, paisajes, diseños arquitectónicos, composiciones alegóricas, imágenes religiosas y retratos. Gabriel Giraldo Jaramillo, en el libro *El grabado en Colombia*, anota que El

¹ De este semanario solo se publicaron ocho números.

Reporter Ilustrado suspendió su publicación debido a la repentina muerte de Antonio de Narváez. (1959:156)².

La publicación está diseñada en dos bloques y 17 secciones. El primer bloque está compuesto por diferentes secciones y es el espacio que se utiliza para las pautas publicitarias en la que siete de los clientes emplean grabados. Las secciones de esta primera parte son: advertencia, folletín, cotizaciones, monedas, acciones de banco, productos del país, datos filológicos, a palo de ciego publicidad, edictos. El segundo bloque está compuesto por: biografía de personajes, editorial, reportaje, textos literarios, sociales, buzón, poemas, notas e impresiones, charada y jeroglífico. En el diseño de las páginas se encuentran 11 grabados de página entera y 12 grabados pequeños que acompañan los reportajes. De igual manera, como ya se mencionó hay grabados publicitarios en formatos diferentes: grandes, medianos y pequeños. En cuanto a los colaboradores se registran 45 entre los que se destacan: Miguel Antonio Caro, José María Vergara y Vergara, Teodoro Valenzuela, Aníbal Galindo, Julián Páez, entre otros.

El Reporter Ilustrado inicia su publicación en el año 1890, durante el gobierno de Carlos Holguín Mallarino en pleno periodo del Regeneracionismo conservador. El historiador, Álvaro Tirado Mejía, condensa el panorama político regeneracionista, liderado por Rafael Núñez y Miguel Antonio Caro, fundamentado en tres ejes: económico, administrativo, e ideológico. El proyecto económico inició con el fortalecimiento del Banco Nacional, el impulso del sector agrario con mayor hincapié en las exportaciones de café, la revitalización de la política del libre cambio y activación de políticas proteccionistas de las manufacturas nacionales. El proyecto administrativo dio un viraje hacia un Estado centralizado, con la abolición de estados federales y la creación de los departamentos como nuevas unidades administrativas,

² La información que brinda Gabriel Giraldo Jaramillo sobre El Reporter Ilustrado es incierta ya que afirma que solo salieron siete números, además le cambia el nombre a la publicación por Repertorio Ilustrado.

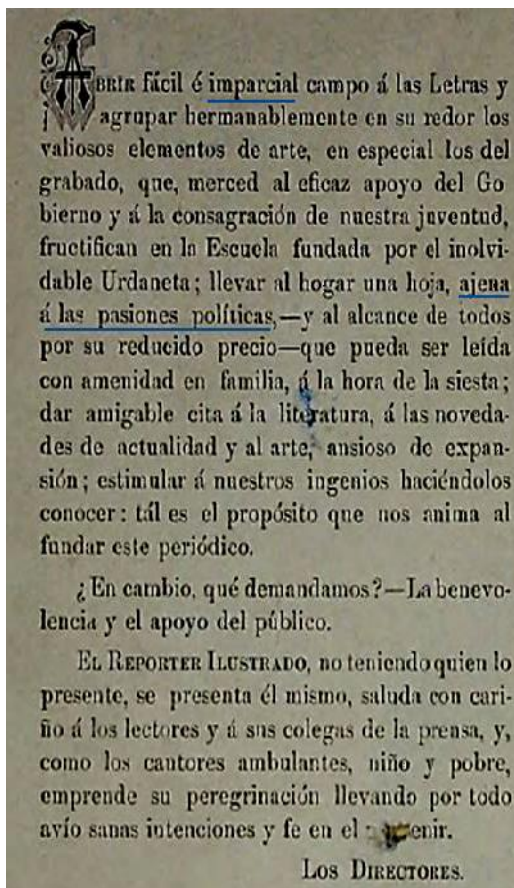
dirigidas por funcionarios de libre nombramiento y remoción designados por del Presidente de la República; se unificó la legislación en todo el país estableciendo mecanismos legales que permitieron intervenir en la vida económica y controlar la “explotación de las masas populares en aras de ese interés general [el bien común], sobre los intereses parciales de las oligarquías regionales o de las fracciones de clase.” (1982: 128) Esto dio como resultado inconformidades políticas de todos los territorios para lo cual el Estado suprimió los ejércitos regionales y fundó el Ejército y la Policía Nacional. Esta fuerza represiva cuyo objetivo era el de mantener el orden tuvo como secuelas las diferentes guerras durante este período: la guerra del 1885-1886, la de 1895 y la más atroz de todas: la guerra de los Mil Días.

El proyecto ideológico le fue encomendado a la iglesia con el fin de sostener todo el andamiaje económico y administrativo. El Estado entregó a la Iglesia Católica la reorganización de los aparatos ideológicos de este, además de cuantiosa sobre registros de nacimiento, matrimonios, muertes; administración de cementerios; autoridad para la constitución de órdenes religiosas; la organización y dirección de la educación en universidades,

colegios y escuelas; se abolió el divorcio y el matrimonio civil; se declaró obligatoria la enseñanza religiosa.

El Reporter Ilustrado y el público bogotano de 1890

El primer ejemplar de El Reporter Ilustrado contenía un sencillo texto con el cual se expresa abiertamente la participación de los directores en el proyecto regeneracionista. Esto se evidencia en su postura discursiva que se entrelaza desde lo



económico y lo administrativo al manifestar el 'eficaz apoyo del Gobierno' y 'al alcance de todos por su bajo precio'. Es evidente que la posibilidad de publicación de este periódico se debe al cumplimiento de los requisitos de la ley de imprenta y al soporte de los colaboradores y de las empresas que compran las pautas publicitarias. Desde lo ideológico se leen las marcas léxicas cifradas en el dogma católico, expresiones como: 'imparcial' y 'ajena a las pasiones políticas' remite a la virtud cardinal de la prudencia; del mismo modo la referencia a las tres virtudes teologales: fe, esperanza y caridad, se aprecian a través de formas como 'hermanablemente', 'amigable', 'benevolencia', 'sanas intenciones' y 'fe en el porvenir'.

Estos elementos lingüísticos evidencian el complejo de legitimación discursiva utilizado por el periódico. Estas unidades señalan una línea de conducta obediente y acorde a los preceptos ideológicos de la Iglesia que promete no provocar desavenencias ni malos entendidos.

En lo que se refiere a su propósito, el periódico, desarrolla dos intereses. El primero «dar amigable cita á la literatura, á las novedades de actualidad y al arte», con el que indica el campo de acción acorde con las secciones y los temas generales. El segundo «estimular á nuestros ingenios haciéndolos conocer» manifiesta un interés por los adelantos del mundo moderno en relación a los ferrocarriles, a la ciencia y a la técnica.

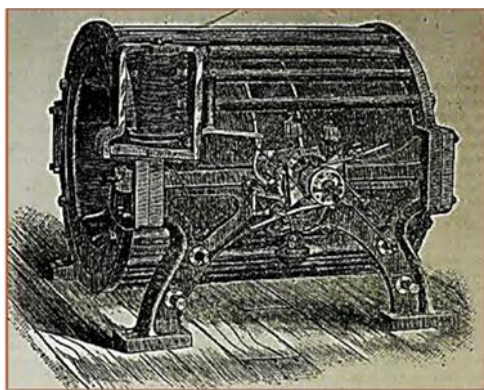
La idea de progreso durante La Regeneración

Las políticas regeneradoras consolidaron un tipo de Estado Nación sustentado en el autoritarismo bélico, que bloquearon la posibilidad de transformaciones democráticas fortaleciendo por el contrario, una política de exclusión étnica, social y política. Este estancamiento se caracterizó por "el lento desarrollo del país, su aislamiento de la economía mundial, la escasa inmigración o el carácter predominantemente rural de la sociedad colombiana; la ausencia de redes mercantiles nacionales consolidadas y las tendencias patrimonialistas de la élites regionales; la persistencia del caudillismo y el

caciquismo; las dificultades para formar un ejército profesional que no dependiera de los partidos en pugna; la ausencia de la infraestructura necesaria para el despegue del capitalismo; o la falta de un apoyo decidido por parte de amplios sectores de las clases dominantes [...]” (Múnera Ruiz, 2011:18)

Luz en Bogotá

En el Reporter ilustrado hay algunas alusiones a la idea de progreso que se pueden identificar en el reportaje titulado Luz eléctrica en el que se hace una descripción detallada del mecanismo de la estación central y el sistema de alumbrado exterior con el que se iniciará el alumbrado público en Bogotá:



“Fácil es comprender el ingenioso y sencillo sistema de producción y transmisión del fluido eléctrico en y de estas máquinas, simpáticas como elemento de progreso, pero temibles por sus diabólicos efectos sobre el infeliz mortal que haga con ellas abuso de confianza.” (De Narváez & Rodríguez, 1890:5)

Figura 2. Máquina de producción de la luz eléctrica. (El Reporter Ilustrado 4)

La idea del progreso técnico de la modernidad incipiente se ve con desconfianza y se sospecha. Ya se ha mencionado que la regeneración está cimentada sobre la idea del sometimiento a un orden católico. Ludy Grandas afirma que la refundación de una nueva Colombia, debía responder a este nuevo ámbito ya que con el transcurso del tiempo las condiciones, tanto locales como internacionales, habían cambiado y exigían adoptar una nueva constitución que se adaptara a estos cambios. Asevera que esta refundación es de dos clases. Por un lado, el progreso económico basado en el desarrollo de la empresa y la industria local, junto al libre comercio internacional y, por otro, una sociedad completamente sometida a la orden católica como única

fuerza susceptible de unir y establecer un nuevo orden social. (Grandas, 2011:150)



Figura 3. Reportaje Luz eléctrica. (El Reporter Ilustrado 5)

El reportaje “Luz eléctrica”, presenta ideas contrapuestas expresadas por series dicotómicas: ingenioso/diabólico, simpática/temible, luz/ tiniebla, progreso/olvido. La idea de progreso se expresa por la luz que asegura la comodidad, con la que se preveía un cambio de costumbres: “no más linternas y faroles”, “no más hundirse hasta las rodillas con el despiadado llover de estas alturas”. Frente al peligro por el abuso que se pueda hacer de ella están los beneficios por esta tecnología: “ya empezaremos á olvidar cómo era nuestra Santafé, de sabrosa pero oscura y tenebrosa recordación”. El discurso de progreso se ve como un camino que debe transitarse con entusiasmo y precaución, el uso de las máquinas se enuncia con medrosa cautela ante los peligros ocultos del uso imprudencial de los instrumentos.

LA PUBLICIDAD EN EL REPORTER

La publicidad del semanario es muy variada, sus clientes tienen la posibilidad de publicar sus anuncios utilizando los grandes formatos de página entera y media página, anuncios cortos así como publrreportajes y pequeñas historias de la cotidianidad, con el fin de para vender productos y servicios. Estos anuncios, además hacer uso de técnicas nuevas como la fotografía,

trabajan en el espacio del deseo de pertenecer y de tener cabida en otro espacio.

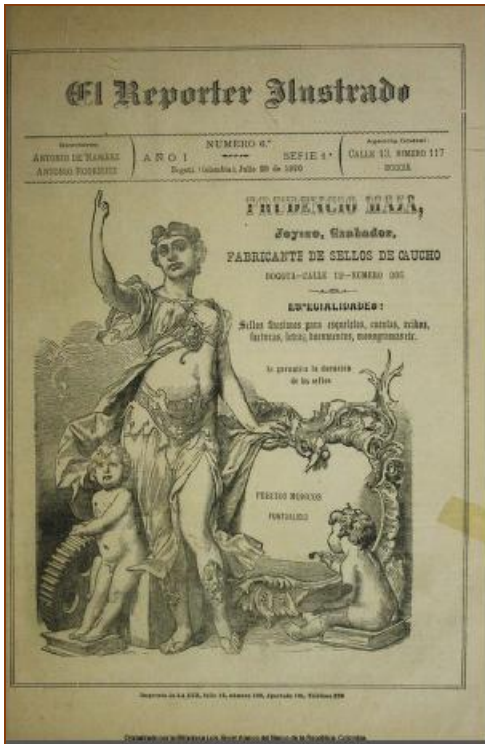


Figura 4. El Reporter Ilustrado Pág. 1 No 1



Figura 5. El Reporter Ilustrado Pág. 1 No 1

En las figuras 1 y 2 se puede ver el uso de los grabados en el periódico

IMPORTADOS DE LA CALLE DE FLORIÁN

Con deleite devoraban dos muchachos una caja de frescas y provocativas ciruelas pasas, de las que con gran variedad de confituras, rancho y licores selectos está recibiendo Aquilino Vanegas (2.ª Calle de Florián, cerca al Telégrafo).

—Juan, dijo el uno: yo hasta las *pepas* me trago.
 —¿Luego tienen *pepa*? contestó el otro admirado.
 —Por supuesto, y si probaras el exquisito Champagne *Conde de Goussencourt*, te pasarías hasta el casco.

Figura 6. (El Reporter Ilustrado, 1890, año 1, No.1)

Llama mucho la atención este tipo de publicidad en la que se recrean pequeñas situaciones de los bogotanos de finales del siglo XIX. Walter Benjamin citado por Susan Buck-Morss, considera que “la publicidad es la astucia por medio de la cual el soñar se impone a la industria” (1989, pág. 165)³. En las figuras se pueden advertir algunas alusiones a las ideas de deseo social, de estatus y de bienestar, las cuales están sustentadas por el consumo de ciruelas y Champagne, ambos productos importados de Europa, esta mercancía no se conseguía fácilmente. El valor que se crea es el prestigio social de poder consumir cosas que provienen de España y de Francia, en establecimientos como el de Aquilino Vanegas, ubicado en la Calle de Florián para la época era uno de los más importantes de Bogotá.

La elite bogotana habla bien

En la advertencia inicial o bandera, los directores expresan que « [...] este semanario –dedicado exclusivamente á las letras, las artes, y la industria– constará de ocho páginas de texto con grabados, y un apéndice noticioso de variedades y anuncios » (El Reporter Ilustrado, 1890:2) así se observa que El Reporter Ilustrado es un periódico producido y dirigido para la elite letrada de la ciudad, de ahí que el diseño de sus secciones brindaba contenidos de interés a este grupo. Los industriales, por ejemplo, disfrutaron precisamente de indicadores económicos en los que se pueden ver tres referentes internacionales: New York, Londres y París, del mismo modo información sobre el valor del oro, las monedas y el movimiento de las acciones bancarias.

Dentro del proyecto regeneracionista resultaba igualmente importante el progreso intelectual para lo cual era indispensable el conocimiento de la gramática, la urbanidad y las buenas maneras hecho que avalaba la entrada a los prestigiosos y cerrados círculos de la ciudad letrada. Bogotá era el centro del poder económico, político, social y cultural durante la Regeneración, la

³ Buck-Morss, 1989, pág. 165

participación en la intensa vida cultural era tan importante como el conocimiento de las normas gramaticales y de urbanidad.⁴

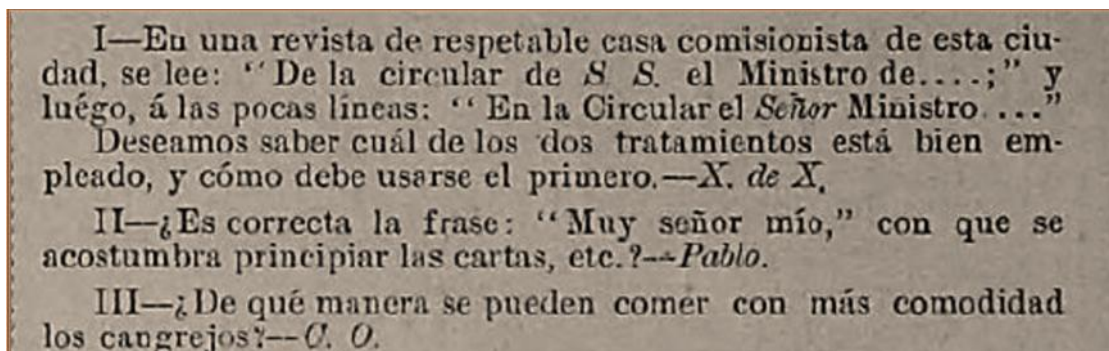


Figura 7. El Reporter Ilustrado, 1890, año 1, No.1

Esta carta de un abonado del semanario hace evidente la preocupación por las formas del lenguaje. Llama la atención que en el primer número del periódico se rinde homenaje a Rufino José Cuervo, con un grabado que ocupa la página entera, en las páginas siguientes se hace la biografía en la que se pondera su linaje distinguida de una rica familia bogotana, entre los epítetos que se usan está el de 'eremita de la ciencia' y 'ferviente católico'. Para la época pertenecer al círculo de los intelectuales aseguraba estar en el campo de los poderosos: en este sentido Erna Von der Walde Uribe () analiza lo que denomina la ruta al poder. A través de la lectura de las Apuntaciones críticas sobre lenguaje bogotano de Cuervo, se aseguraba primero que todo un buen uso del lenguaje hecho que le daba la posibilidad del acceso a la ciudad letrada y de ahí al poder. No es casual el hecho de que el libro tuvo en vida de su autor seis ediciones actualizadas y se puede considerar una especie de best-seller de la época.

LA FAMILIA CUERVO

⁴ Op cit, p. 153.

El texto a analizar es un anuncio de la Cerveza de A.B. Cuervo. En primer lugar se realizará una ubicación de la familia Cuervo dentro del tejido de acontecimientos que permitan desentrañar la fantasmagoría del anuncio.

El matrimonio de María Francisca Urisarri y Rufino Cuervo tuvo siete hijos: Antonio María, Luis María, Ángel María, Antonio Basilio, Ángel Augusto; Carlos Nicolás y Rufino José. Solo se tiene noticia de Antonio Basilio, quien fue abogado, militar y educador; Ángel Augusto fue escritor y Rufino José, el filólogo. "Su padre, el doctor Rufino Cuervo Barreto, natural de Tibirita, Cundinamarca, fue una figura eminente de su época: periodista y abogado, político, gobernante, diplomático y hombre de letras. Su retrato aparece en la galería de los presidentes colombianos, puesto que ocupó como vicepresidente la primera magistratura en ausencia del titular, el general Tomás Cipriano de Mosquera." (Cruz Espejo)



Figura 8. Fotografías de los hermanos Cuervo. De izquierda a derecha: Antonio Basilio Cuervo, Ángel Augusto Cuervo y Rufino José Cuervo.

La familia Cuervo Urisarri tuvo que pasar por varios trabajos antes de alcanzar la fama y el prestigio que les permitiera continuar perteneciendo a la elite bogotana de la época. Después de que el Doctor Rufino Cuervo muriera dejando atrás una familia numerosa y amplias obligaciones; los hijos menores Ángel Augusto y Rufino José tuvieron que hacerse cargo del sustento de la casa y de la familia. En la noticia biográfica que escribe Rufino relata las penurias de su situación:

Vuelto [Ángel, de Sesquilé] a la casa paterna, se encontró con que muchos días no se contaba en ella para comer sino con la miseria que producía la venta de algunas botellas de vinagre que hacía nuestra madre, y él mismo se vio varias veces imposibilitado de salir por carecer de ropa decente. Entonces le ocurrió la idea de hacer cerveza, y aquí comienza la época de más conflictos de su vida, y aquella en que su constancia y sus talentos, favorecidos singularmente por la providencia, como el diariamente lo reconocía, habían de alcanzar merecido premio. (Santos Molano, 2006:81)

Ángel Cuervo se puso a la tarea de estudiar el proceso de fabricación de la cerveza, años de duros aprendizajes sobre la manufactura del producto, el cual realizaba sin ayuda de nadie ya que no contaba con recursos para pagar a un ayudante. En información extraída del Periódico Oficial de Instrucción Pública de 1872, aparece una interesante lección acerca de la preparación de la cerveza:

La cerveza es una mezcla de cebada, lúpulo i agua. El lúpulo es la flor de una enredadera que se cultiva en muchas partes de este país; el lugar donde se cultiva se llama plantío de lúpulos. El recipiente que sirve para la primera mezcla del agua i la cebada, se llama tina de amasar; el que sirve para guardar la fabricada se llama estanquillo; i se pone en barriles cuando ya se necesita para la venta i consumo.

La cerveza se hace de cebada, por el procedimiento siguiente: se pone la cebada en infusión en agua durante dos o tres días; en seguida se saca el agua i el grano adquiere un calor espontáneo, crese, se revienta, se endulza i se fermenta. Los vegetales, durante su descomposicion, sufren varios grados de fermentacion: el primero (descrito anteriormente) se llama fermentación sacarina, por el dulce que produce; saccharum, es la palabra latina equivalente a azúcar. Después de esta descomposicion, semejante a la de la semilla que se siembra en la tierra, la cebada comienza a retoñar; pero esta vejetacion se detiene colocándola en un horno, donde se seca completamente por medio de un fuego vivo. (835-836)⁵

Después de incontables pruebas y errores lograron un buen resultado:

⁵ En este trabajo se conserva la ortografía original utilizada en el periódico de la época.

La escasez de recursos no permitía empleados ni obreros suficientes, y Ángel mismo lavaba botellas y barriles y ejecutaba todas las demás faenas sin descanso días tras de días. Cuando empezó a prosperar la empresa, dejé yo otros quehaceres y fui a ayudarlo. No necesitábamos menos fortaleza corporal para esta ruda labor que filosofía para desdeñar a los que decían: "Vean en lo que ha parado los hijos del doctor Cuervo", y para ocuparnos nosotros mismos en el cobro de las cuentas, yendo por las fondas y tabernas, aguardando y volviendo una y más veces. (Santos Molano, 2006:81)

LA PUBLICIDAD DE LA CERVEZA CUERVO

En 1871 salió al mercado la cerveza Cuervo y Ángel Cuervo, y se diseñó un ingenioso anuncio publicitario utilizando su seudónimo Roque Roca Roquete. Así se anunciaba:

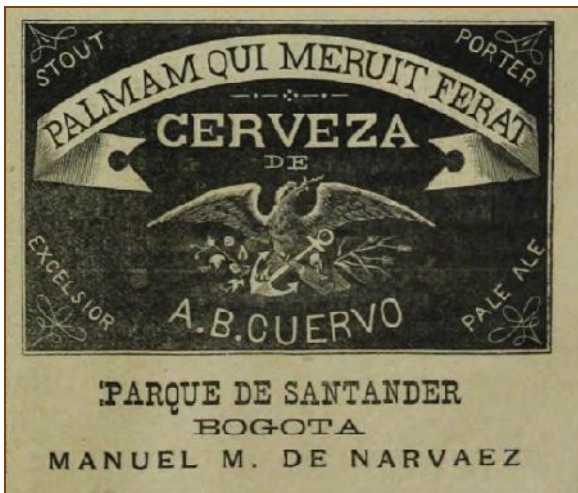
Roque Roca y Roquete

Certifica:

Que la Cerveza Porter que se vende a dos reales cada botella en la confitería del señor don Agustín Nieto (frente a la portería de Santo Domingo), es tan exquisita y confortante como la mejor inglesa. Así, pues, como amigo del mejoramiento social la recomienda a todos los entecos y anémicos, ofreciéndoles que a poco tiempo de tomarla se pondrán más rubicundos y fornidos que el inglés más jayán.

El fabricante tiene certificados de varios caballeros británicos, que acreditan que el Porter ingles no se aventaja al que él ha logrado fabricar a costa de largos estudios y de costosos ensayos. (Santos Molano, 2006:100)

Años después cuando ya se había acreditado el producto, los hermanos Cuervo vendieron la fábrica.



En el Reporter Ilustrado se encuentra este anuncio de la célebre Cerveza Cuervo, la cual se publicó en todos los números del semanario. Llama la atención el nombre A.B. Cuervo, según el cual se refiere al hermano mayor quien quizás se hizo cargo de la empresa luego de la partida de Ángel y Rufino. Figura 9. Anuncio Cerveza Cuervo. (El Reporter Ilustrado 4)

Es un anuncio muy sobrio diseñado en dos partes: la etiqueta escrita en latín y por fuera la información del lugar en el que se expende. El titular está cargado de sentidos, apoyado por el dibujo de un ave que extiende sus alas y tiene la cabeza de perfil, sosteniendo en el pico un sacacorchos, con la pata derecha sostiene una botella y con la izquierda sostiene un ancla cruzada. «Palram qui meruit ferat» (latín), “La que merece llevar en la mano”. Utiliza una frase breve, concisa, directa, que además pretende decir algo más que su sentido literal ya que trabaja sobre una fantasmagoría referida al prestigio de clase, es la cerveza que la elite merece consumir. Ese es su objeto. Los cuatro términos que aparecen en las cuatro esquinas se refieren a tipos de cerveza, lo cual indica una codificación adicional en el anuncio, ya que está dirigido para un grupo social concreto, solo ellos pueden descifrar el mensaje.

En ese sentido los cuatro términos: stout, porter, excelsior y pale ale, atienden a tipos de cerveza que varían según la fermentación la cual depende de la levadura empleada, el método utilizado para la elaboración y el tiempo que se deja macerar en el barril. Según la información que da el Atlas ilustrado de la cerveza, la denominación de la cerveza stout significa técnicamente “fuerte”, “robusto”, “sólido” calificativo que recibían las cervezas inglesas del siglo XVIII. Es una cerveza de color cercano al negro, amarga y elaborada con malta de cebada tostada, contiene entre 6 % al 8 % de alcohol por volumen.

La porter es una cerveza que surgió en Inglaterra en el siglo XVIII, es de color negro en la que se utiliza malta muy tostada; su sabor es seco muy intenso. Su contenido alcohólico está entre 4,5 % y 5,5 %.

Las cervezas del tipo ale son las que se producen por el cultivo del hongo *saccharomyces cerevisiae*, que se sitúa en la parte superior del cubo fermentador. Esta variedad es la de mayor graduación alcohólica con una apariencia muy dorada, clara y transparente. En las islas británicas las ale maduran aproximadamente durante una semana, a una temperatura ambiente. La variedad pale ale proviene de la clasificación inglesa para referirse a las cerveza pálida o rubia con un sabor muy fuerte. (74-80) Resulta muy interesante pensar en los estudios que tuvo que realizar Ángel Cuervo, un bogotano del siglo XIX, para ingresar en el mundo tan sofisticado de la producción de la cerveza y más aún que haya logrado reconocimiento de alta calidad de su producto como se verá adelante. Reconocimiento hecho por expertos internacionales.

Susan Buck- Morss plantea una pregunta que sirve como método de análisis ¿Cómo ver a través de esta fantasmagoría? La respuesta es buscando contraevidencias en los registros históricos. Como se puede apreciar en el análisis del anuncio de Cerveza Cuervo, esta fantasmagoría posee su propia clave, su propio lenguaje, el cual es dirigido a una clase social especial: la elite bogotana. Esta elite no toma chicha que es la bebida del vulgo, con la que se emborracha el pueblo. El consumo de chicha era leído por la sociedad de intelectuales bogotanos, como un mal hábito que contribuía a generar problemas sociales entre los que se contaban: la miseria, las malas condiciones de vida, la deficiente nutrición, la desintegración familiar, la mendicidad, la prostitución, la vagancia y la criminalidad. En este sentido las chicherías eran foco de desaseo e infecciones que producían enfermedades y epidemias. (Campuzano Cifuentes & Llano Restrepo, 1995)

En 1890 Bogotá era una ciudad con serios problemas de acueducto, alcantarillado y alumbrado público, además de los problemas generados por la pobreza. El historiador Germán Rodrigo Mejía analiza la situación:

[...] Décadas más tardes, en 1893, el alcalde de Bogotá anotaba asimismo que las “tiendas son focos permanentes de infección. En ellas viven gentes pobres, sin separación de sexos, sin luz, agua, no aire, sin desagüeros ni letrinas. Por consiguiente, la vía pública es la que remplace a los excusados, y de ella se usa sin escrúpulo ni pudor...”.

[...] a pesar de todos los esfuerzos realizados por los regidores municipales, en especial durante los últimos decenios del siglo XIX, el servicio de recolección de basura fue eficiente y angustiosa la falta de alcantarillas debidamente construidas para dar salida a las aguas sucias.” (Mejía , 2000:81)

La necesidad de un proyecto económico hace que los hermanos Cuervo inicien una cervecería con la cual nivelar su precaria situación económica. Con la ayuda de la sociedad higienista que consideraba que la chicha era la causante de todas las desgracias económicas, de salud, de orden público, se crea el argumento que se erigía como la solución a las dificultades mencionadas ya que la cerveza es un producto higiénico. Se presenta como un producto de desarrollo económico, de modernización con características alimenticias y que puede convertirse en la solución salvadora a un problema de salud. “[...] como amigo de mejoramiento social, la recomienda a todos los entecos y anémicos, ofreciéndoles que a poco tiempo de tomarla se pondrán más rubicundos y fornidos que el inglés más jayán” (Santos Molano: 100)



Figura 10. Tarjeta comercial de la Cerveza de A.B. Cuervo



Figura 11. Fotografía del aviso mural de la cerveza de Cuervo, impreso en París. El ejemplar del cual se ha tomado el facsímil fue donado al Instituto Caro y Cuervo por don Rafael Villamizar Martínez y se conserva en la Casa



Figura 12. Homenaje a la cerveza Cuervo realizado por la BBC.

El lingüista Edilberto Cruz realiza un comentario sobre los efectos de la labor de la empresa de los Cuervo.

“En 1871, en una exhibición industrial de Bogotá, el producto de la cervecería obtuvo una mención honorífica. Con los beneficios de esta incipiente industria colombiana no sólo vino a resolverse la precaria situación de los Cuervo, sino que años más tarde, los dos hermanos pudieron vivir desahogadamente consagrándose por entero a sus aficiones favoritas; la filología y la literatura.” (Cruz Espejo)

Con estas acciones se va concretando el imaginario de prestigio de la cerveza entre el público, ganar un premio, en este caso una mención de honor, implicaba mejorar el negocio.

La necesidad de los eventos de esta naturaleza tenían un importante papel que cumplir y era el de instalar el mito del progreso social, estas exposiciones dice Buck-Morss, refiriéndose a las exposiciones universales, eran “invocada(s) para dar «testimonio» visible del progreso histórico hacia la realización de estas metas utópicas [...]” (105) Los hermanos Cuervo, al participar en la exposición nacional y obtener un diploma, provocan la idea de

progreso, en la dinámica de la confrontación del producto con la calidad de otras cervezas, conquistan el aval y el reconocimiento de los otros de un producto local.

Al estudiar los desechos de la historia Benjamin propone una reflexión sobre el texto en el que se identifique cómo puede estar inserto en diferentes aspectos de la vida social, económica y política. En el caso del anuncio de la cerveza Cuervo se puede hacer una lectura analítica en cuanto al complejo de redes que lo estructuran. El texto está cifrado en latín y solo puede ser leído por conocedores de la lengua; gente letrada, culta y que conoce el mundo de la cerveza. La construcción del texto ayuda a crear una sugerencia entre el anuncio y el lector: solo los que pertenecen al círculo pueden disfrutar del producto. Dado que la cerveza ya está posicionada, no necesita de ningún argumento de persuasión para incitar al consumidor a comprar la cerveza.

La imagen utilizada en este mensaje publicitario aprovecha la influencia y el prestigio social que trae consigo el apellido Cuervo y todo lo que le rodea. El anuncio trabaja sobre la forma: la cerveza Cuervo es... distinción, cultura, buen gusto, buena educación. Dado que la imagen está diseñada para vender el producto a un grupo social particular que comparte elementos de clase muy particulares son de la elite, o quieren pertenecer a ella, y el apellido Cuervo es un gancho.

La imagen del anuncio tiene en su escudo el ancla como elemento alegórico, la cual ha tenido diferentes significaciones a lo largo de los siglos. La referencia más antigua se tiene del campo de la navegación en la que se identificaba como signo de esperanza o salvación ya que los marinos usan este instrumento para sujetar la embarcación en el suelo y ponerse a salvo. Los marinos de la antigüedad usaron el ancla como símbolo del mar y de las deidades que dominaban los océanos. Así el "ancla prometía sostén y seguridad, y por ello se convirtió en imagen de la confianza." (Biedermann 32) En un sentido similar los cristianos utilizaron el ancla como simbolización de la esperanza, en la biblia aparecen varias referencias acerca del ancla "Esta

esperanza mantiene firme y segura nuestra alma, igual que el ancla mantiene firme al barco. Es una esperanza que ha penetrado hasta detrás del velo en el templo celestial” Hebreos 6:19. Son numerosas las referencias al ancla que aparecen en el arte cristiano, con el cual se oculta el signo de la cruz en su sentido de confianza.

En los textos de los poetas místicos los elementos cruz y ancla permanecían siempre unidos para consolidar el sentido de la voluntad de Cristo como fuerza suprema que evita el naufragio de la vida terrena.



Figura 13. La cruz de ancla en el anuncio de cerveza Cuervo.

No es gratuito que en el anuncio, la imagen tenga un ancla cruz y una botella cruzadas. La iglesia y la cerveza se presentan unidas en la imagen. ¿Cómo se interpretan estos dos símbolos que aparentemente son opuestos; el que dinamiza el discurso de los defensores de la tradición, las buenas maneras y el bien hablar y el de los que perciben las bondades de las máquinas y el progreso? En la imagen conviven, no son opuestos, y se articulan el concepto de progreso: la modernidad y la tradición. Desde el punto de vista de los regeneracionistas, la modernidad se asocia con el ateísmo, la destrucción de los valores de la tradición, con todo aquello que haría imposible cualquier sentido comunitario.⁶ Entonces ¿cómo es posible esta conjunción en la imagen? Erna von der Walde afirma que los aspectos religiosos y lingüísticos están en la

⁶ (von der Walde Uribe)

base de los conceptos de nación y ciudadanía del proyecto regeneracionista el cual encierra una paradoja que puede ser interpretada como: “un intento de incorporar al país a la economía-mundo, modernizando el aparato estatal, el aduanero y el fiscal, a la vez que culturalmente ponía una muralla a su alrededor para evitar que entraran las ideas que sustentaban esa modernización en el resto del mundo.”⁷ En la Nación regeneracionista la vuelta al pasado a las raíces españolas y católicas diseñaron un proyecto de naturaleza excluyente. La autora afirma que la nación que se formó estaba en manos de los gramáticos. Así la supremacía de los letrados ponían a los hombres cultos en posiciones de poder privilegiados. Del mismo modo los alfabetos funcionales tenían igual posibilidad de ascender en la escala social.⁸

El Reporter Ilustrado muestra en estas páginas ese diálogo de convivencia entre el discurso hegemónico de los letrados con Miguel Antonio Caro y Rufino José Cuervo a la cabeza y un incipiente discurso sobre el progreso en el que se destacan los avances científicos. En el caso del artículo sobre la luz eléctrica, en el que se expresa una esperanza en las prebendas que la ciencia y la tecnología puedan proporcionar a los bogotanos. Parece que este anuncio logra una mezcla entre las ideas de técnica y progreso con las de tradición y cultura.

Conclusión

Un discurso se vuelve dinámico en el análisis, toma verdadera fuerza en cuanto se reconocen los diferentes hilos discursivos que lo componen. En este sentido los componentes económicos, políticos e ideológicos presentes en un texto que pertenece a una sincronía tan específica como es la del año 1890, han permitido la conversación de muchos fragmentos discursivos que se van

⁷ *Ibíd.*

⁸ “La presencia del Estado, en parte por las condiciones geográficas, pero también por las agitaciones políticas, siempre ha sido débil. En la mayoría de los lugares, es pensable que los letrados funcionales, el cura párroco y el notario, fueran las personas que sirvieran de intermediarios entre la población y los representantes del Estado.” (von der Walde Uribe)

desplazando a lo largo y ancho del dispositivo que compone El Reporter Ilustrado. Este periódico, de muy corta duración, muestra en su diseño un interés por el conocimiento, un cuidado por la forma, y también deja ver las dinámicas del complejo proyecto Regeneracionista. En las varias alusiones al ferrocarril y su construcción, la presencia de un importante ingeniero civil, la preocupación por la divulgación de los adelantos tecnológicos y promoción de la difusión de grabados, relatos de la vida económica del país, así como de poemas y música, hacen de El Reporter Ilustrado un interesante testigo de la historia y del pensamiento de un país. En el procesamiento de los fragmentos discursivos del corpus de ha podido describir y visibilizar los elementos discursivos que evidencian el concepto de progreso presente en El Reporter Ilustrado. La noción de progreso se ve como un sueño. Se manifiesta de manera tímida quizás debido a que el proyecto regeneracionista estaba más interesado en por mantener el Statu Quo de la clase dirigente que en el desarrollo económico como proyecto Nacional. Quizás por el temor que implicaba adoptar modelos de orden capitalista los cuales estaban asociados a las ideas liberales, se opta por acoger un modelo de encerramiento total que no permitió cambios sustanciales en lo cultural, en lo social, en lo económico, ni en lo político.

Bibliografía

La Escuela Normal. Periódico Oficial de Instrucción Pública 6 de enero de 1872: 835-836.

Atlas Ilustrado de la cerveza.Historia, elaboración, tipos,gastronomía. Madrid: Susaeta, 2013.

Benjamin, Walter. «París, capital del siglo XIX.» Benjamin, Walter. Libro de los pasajes. Madrid: Akal, 2005. 50-63.

Biedermann, Hans. Diccionario de Símbolos. Barcelona: Paidós, 1993.

- Buck-Morss, Susan. Dialéctica de la mirada. Walter benjamin y el proyecto de los Pasajes. Madrid: La balsa de la Medusa, 1989.
- Campuzano Cifuentes, Marcela y María Clara Llano Restrepo. «Una bebida fermentada a través de la historia.» Memoria y sociedad 1.1 (1995): 27-48.
- Cruz Espejo, Edilberto. Biografía de Don Rufino José Cuervo. 21 de enero de 2012. 30 de 11 de 2014 <http://edilbertocruzespejo.blogspot.com/p/1biografia-de-cuervo-en-bogota.html>
- De Narváez, Antonio y Antonio Rodríguez. El Reporter Ilustrado. Bogotá: Imprenta de la Luz, 1890.
- Giraldo Jaramillo, Gabriel. El grabado en Colombia. Bogotá: Editorial A.B.C., 1959.
- . La miniatura, la pintura y el grabado en Colombia. Bogotá: Instituto Colombiano de Cultura, 1980.
- Grandas, Ludy. «¿Ciudadanos o Creyentes? La Refundación del ciudadano ideal durante la Regeneración.» Revista S 5 (2011): 145-156.
- Martínez Rey, José. Historia de la industria cervecera en Colombia. Bucaramanga : Sic Editorial, 2006.
- Mejía, Germán Rodrigo. Los años del cambio: historia urbana de Bogotá, 1820-1910 [on line]. Bogotá: Ceja, 2000.
- Múnera Ruiz, Leopoldo. «El Estado en la Regeneración (¿La Modernidad política paradójica o las paradojas de la modernidad política?).» Munera Ruíz, Leopoldo y Edwin Cruz Rodríguez. La Regeneración revisitada: pluriverso y hegemonía en la construcción del estado-nación en Colombia. Medellín: La carreta Histórica, 2011. 13-75.
- Rama, Ángel. La ciudad letrada. Santiago de Chile : Tajamar Editores, 2004.

Santos Molano, Enrique. Rufino José Cuervo. Un hombre al pie de las letras.
Bogotá: Instituto Caro y Cuervo, 2006.

Tirado Mejía, Álvaro. «Colombia: siglo y medio de bipartidismo.» Arrubla,
Mario, y otros. Colombia Hoy. Bogotá: Siglo XXI , 1982. 102-185.

von der Walde Uribe, Erna. Lengua y poder: el proyecto de nación en Colombia
a finales del siglo XIX. Ed. Universidad Autónoma de Barcelona. 2002.

13 de 03 de 2014 <http://elies.rediris.es/elies.16/Erna.html>