

Colofón *Beli-tartarinesco*

En un entrañable elogio publicado en 1945, Belisario Betancur, amigo de Tartarín, decía que su sombrero inclinado elevaba “su arquitectura al cielo”, y más adelante confesaba que, “la virtud de Libardo Parra reside en la canción popular. Yo crecí al cobijo de sus melodías (...) muchas de sus canciones me las he sabido de memoria toda la vida, desde el quicio de la infancia hasta el zaguán de la madurez”. Al final, Betancur culminaba su retrato diciendo: “Sus canciones son hermosas, de diáfana hermosura (...) Tartarín es una canción que camina. Se conoce que vive por la canción que lo retiene prisionero” (1945). Asimismo, en la columna “Sexo feo” del periódico satírico *El bateo*, el autor describía jocosamente a nuestro homenajeado: Con tus pavas, tus chalecos/ y tu modo de vestir,/ pareces de esos muñecos que nos suelen divertir./ Un muñeco, hecho de viento/ de mucho trapo y serrín/ más con bastante talento./ Y vete en paz, Tartarín.

Referencias

Bernardo Rojas, Manuel. (1997). *El rostro de los arlequines: Tartarín Moreira y León Zafir, dos mediadores culturales*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Betancur, Belisario. (Agosto 18 de 1945). “Biografía lírica de Tartarín Moreira”, *La Defensa*, Medellín.

El bateo. (Diciembre 20 de 1922). “Sexo feo”, (560).

Escobar Vélez, Gustavo. (Febrero 10 de 1995). “Un 15 de febrero hace cien años nació el inolvidable Tartarín Moreira”, *El Colombiano*, Medellín.

Parra, Libardo. (1932). “Aquí entre nos...”, 5.

Parra, Libardo. (Septiembre 3 de 1937). “Augusto Trespalacios”, *El Diario*, Medellín.

Rincón, Ovidio. (1946). “Vida y milagros de Tartarín Moreira. Escritor, humorista, emigrante y detective”, *El Colombiano*, Medellín.

Rubayata. (Noviembre 2 de 1954). “Periscopio”, *La Defensa*, Medellín.

Mauricio Restrepo Gil

Carolina del Príncipe. Abogado y contador público. Miembro de la Academia Antioqueña de Historia. Libros publicados: *El yarumo y la lira* (2004), *Semblanza de la Ciudad Retablo* (2007), *Pinacoteca del Cabildo de Yarumal* (2009), *Hernán Restrepo Duque, una biografía* (2012), *Asentamientos rurales de Yarumal* (2015), *Pbro. Gabriel María Gómez, un ilustrado prócer marinillo* (2021) y *Entre el arte y la divinidad. Patrimonio religioso de Yarumal* (Fundación Universitaria Católica del Norte, 2022).



Una crónica del espíritu antioqueño

Juan Esteban Posada Morales

El autor traza en este artículo el eje conceptual de su libro ***La recta disposición del espíritu: Gestión empresarial, racial y social en la primera mitad del siglo XX en Antioquia***, publicado por la Editorial Universidad de Antioquia en 2024. En el año 2023 esta obra fue ganadora del Premio IDEA a la investigación histórica de Antioquia. Un texto para ampliar el conocimiento sobre lo que fue el proceso de construcción de la mentalidad empresarial antioqueña y los valores de diferente orden en que cristalizó.

Un credo

Cuando se trata de explicar que Medellín se convirtió en capital comercial de la región a finales del siglo XVIII, que al siglo siguiente ya era el centro comercial del café, que los banqueros de la ciudad controlaban el crédito en el país a comienzos del XX (Tirado Mejía, 1998) surgen varias preguntas: ¿cómo explicar que entre los hechos sociales y económicos más importantes en el desarrollo de la historia de Colombia se encuentre la expansión territorial de la población antioqueña?, ¿cómo interpretar expresiones como que gracias a “la gran fecundidad y a la energía genética del pueblo antioqueño se encontró un amplio campo vital que favoreció el surgimiento de una sociedad fluida y democrática formada por numerosos propietarios”?, ¿cómo entender que las oportunidades de ascenso social fueron mayores dentro de la población antioqueña?

La recta disposición del espíritu

Gestión empresarial, racial y social en la primera mitad del siglo XX en Antioquia

JUAN ESTEBAN POSADA MORALES

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA



La recta disposición del espíritu, de Juan Esteban Posada Morales, fue el libro ganador del Premio IDEA en 2023.

Para responder tales preguntas se ha fundado un relato que evoca una amalgama ideológica entre un conservadurismo católico, la convicción del trabajo duro, una superioridad en comparación con otras zonas del país y la necesidad de no ser, por ningún motivo, “perezosos e indisciplinados como los indios y negros del sur” (Appelbaum, 2003, citado por Hylton, 2007, 68). La identidad regional se construyó vehiculada por una emoción que se politizó determinando el sentido de lo regional, asociando dicha identidad, principalmente, a la idea de la “raza”.

Ejemplo de ello, podemos mencionar varias sinopsis humanas que se publicaron a finales del siglo XIX, tales compendios “pretendían describir cuál era la actitud de los moradores de las duras montañas” antioqueñas (Morales Benítez, 1986, 17). En el texto *Viaje a Nueva Granada*, el médico francés Charles

Saffray entendió la ciudad de Medellín en los siguientes términos: “apenas hay más aristocracia que la del dinero (...) la aristocracia de la cuna no existe; la del talento es desconocida también; así es que aquel pueblo se ocupa tan solo en buscar el progreso material” (1948, 92). Para Friedrich von Schenck, geógrafo, economista y escritor alemán, el antioqueño era “el hombre más feliz del mundo” para la época en que escribió *Viajes por Antioquia* en el año de 1880. Por su parte, en *Los viajes por los Andes colombianos*, Alfred Hettner, geógrafo y cartógrafo alemán, señaló que “los antioqueños forman la raza más peculiar y más recia de todos los colombianos” (1976, 222). Además, aseveró que “en mayor grado que en las demás regiones del país, cada cual es dueño de sí mismo, trabajando con ahínco y dedicado a los negocios”. Este contexto fue el que ubicó Saffray al llegar a Medellín a finales del siglo XIX: “Del color

no habíamos: cada cual se jacta de descender en línea recta de hidalgos de sangre azul; pero la verdad es que los colores morenos, amarillos y atezados que se ven en casi todas las familias, desmienten esa pureza de origen; bien es verdad que nadie se ocupa de ello. El dinero es el único que da a cada cual su valor” (1948, 92).

Así se explicaba la vida de esta población, como el reflejo de un sentido de orden, de significado y de acción para sí mismo, un sentido que se convirtió en una subjetividad que operó como la condición sine qua non de la modernidad, como la estructura trascendental de las condiciones de la existencia en la modernidad. Tal interpretación configuró, como piedra angular de la “raza”, una retórica que trató de crear dicho sentido, lo que realmente significó ser un antioqueño, lo que se necesitó para ser un buen antioqueño.

La ingeniería

Mostrar el enfoque social del proyecto de producción y promoción de un yo potenciado en el capitalismo emergente a principios del siglo XX en Antioquia, genera el uso de unas ideas que se desarrollaron como técnicas. Así, crear una nueva y mejorada forma que respondiese verdaderamente a las emociones más profundas de los individuos tuvo un claro objetivo: desarrollar un nuevo método de control en una época de “democracia de masas” (Le Bon, 2004, 42).

Por lo tanto, es interesante analizar cómo múltiples usos de esta articulación entre las variables psicológicas, económicas y sociales respondieron a cuestiones ideológicas de primer orden. Por ejemplo, la introducción de la energía y la constancia en el trabajo como índices que complementarían la medida del progreso social; una idea que fue utilizada para impulsar y defender políticas correctas, en el sentido de hacer productiva a la población. Mostrar la coexistencia entre el *ethos* empresarial como valor moral principal y las técnicas del “hombre libre” que alimentaron la identificación de los individuos con los valores y objetivos en el mundo del trabajo.

Desde esta perspectiva, tratar de ver cómo contribuía la escuela a inculcar nociones de una ciencia tan ignorada es tratar de mostrar la adaptación de la subjetividad a las demandas o a las necesidades que el mercado, siempre haciendo énfasis en la autonomía personal, entregó con todo y la responsabilidad de éxito o fracaso a uno por uno de los individuos inmersos en esta lógica.

El argumento que se busca defender es que fue en el mundo del trabajo donde la necesidad de aprender nuevos roles, cuando el capital propio no proporcionaba los medios suficientes para facilitar la socialización, estructuró una nueva manera de higienizar el alma, es decir, se trató de configurar un dispositivo de gobierno de la subjetividad que contribuyó a la formación de identificaciones correctas, sensatas y justificadas para el marco del capitalismo.

En sesión del 4 de febrero del año 1913, el Consejo Directivo de la Escuela Nacional de Minas resolvió, a moción del consejero Mejía Álvarez, que, a pesar del carácter privado del acto de clausura, se publicase la conferencia del rector Tulio Ospina, en vista de la conveniencia de que el público conociera las tendencias morales de la educación que se da en la escuela: “Es preciso que todos los que frecuentan estos claustros adquieran, de manera tan profunda que jamás se borre de su mente, la noción de que la rectitud es condición esencial en todo hombre que aspire a valer algo (...) Estos asuntos de honor y honradez se consideran la síntesis de la labor intelectual y moral de la Escuela de Minas” (239).



Escuela de Minas. Fotografía: Manuel Lalinde, 1912. Archivo Fotográfico BPP.

Que se mencionen tales adaptaciones es una evidencia de que el conocimiento económico se estableció de maneras racional y emocional en el saber de la ingeniería en la Escuela Nacional de Minas. En este sentido, el *ethos* antioqueño, su pensamiento, estuvo más cerca de lo económico-circunstancial y más alejado de la construcción de un discurso trascendental. Es decir, la ilusión de una identidad local iluminó la definición homogeneizadora del bienestar económico antioqueño, de acuerdo con los intereses, en términos capitalistas, del costo de las cosas y los recursos pecuniarios disponibles.

Estas cualidades se adquirirían y aquilatarían con ese caudal valioso, el de decidir sobre su propia suerte, aun por encima de la adquisición de conocimientos científicos; podría decirse que se clasificaban las calidades de la gestión de sí y casi nada serviría a un individuo si había olvidado o menospreciado el tacto y la sensibilidad económicos, o si no estaba dotado de un espíritu con rasgos potencializadores de sus

deseos, aspiraciones y sentimientos, “de lo contrario estaría condenado, al menos, a no tener subalternos, y bien se sabe que quién no sabe mandar tiene que ser mandado”. En este sentido, difícilmente se concibe un individuo desprovisto de cualidades esenciales para la vida exitosa.

El punto que hemos venido indicando es que la construcción, por parte de una élite educada y empresarial, de una subjetividad orientada a educar el espíritu, cultivar las cualidades morales mencionadas anteriormente, y acrecentar la instrucción en el sentido de completar los conocimientos económicos y comerciales indispensables para “hombres de negocios”, fue el principio fundamental y relativo a la administración de la empresa de sí y a su organización. Así, pues, como conductores del éxito de su propia vida, los ciudadanos estuvieron llamados en su época a desempeñar un papel social: desde conocer la economía social, hasta evitar los conflictos del trabajo y tener un mayor aprovechamiento de los esfuerzos personales. Para explicar mejor

este prototipo administrativo, construido por las élites empresariales de principios del siglo XX, lo podemos simplificar en la matriz contractual antioqueña del éxito económico. La evidencia del desarrollo de un saber, dentro de la Escuela Nacional de Minas, es la revelación de la naturaleza verdadera no solo de la realidad, sino también de la forma de refundar el “espíritu antioqueño”. Por eso, esta circunstancia concreta, el cuerpo enorme de la Escuela Nacional de Minas, parece más la piedra angular de un pacto cerrado que trató de incluir a todos los antioqueños:

En la conferencia del año pasado diserté sobre los rasgos que constituyen lo que llamé entonces el *Alma de la Escuela de Minas*; (...) resumí esta alma en estas dos palabras, que el Consejo Directivo me ha hecho el honor de adoptar como lema de nuestro sello y escudo: TRABAJO Y RECTITUD (...) Quiero haceros notar una circunstancia en que yo mismo no había parado mientes: nuestro lema, nuestro programa, no es científico, aunque a primera vista parezca que debiera de serlo, y que nuestra principal finalidad es la ciencia; es él un programa moral, que se refiere especialmente al carácter que deseamos formar en nuestros alumnos. En efecto, en aquel programa no nos comprometemos a dar a la Nación sabios, sino hombres laboriosos y honrados; aunque lo primero se desprende de lo segundo, porque en un establecimiento donde se dispone de todos los elementos apetecibles para enseñar y aprender las ciencias, quien *trabaja* con ahínco y cumple su deber *recta* y *honradamente*, de manera forzosa habrá de adquirir los vastos conocimientos científicos (Ospina, 234).

La responsabilidad individual para la organización de un *ethos* antioqueño se inspiraba en su visión organicista de este. En tal conferencia, Ospina hizo explícitos los rasgos que constituirían lo que llamó, como lo vimos, el “Alma de la Escuela de Minas”, que resumió en dos premisas: “trabajo” y “rectitud”, considerando que ningún tema era más importante que la finalidad del programa moral, refiriéndose especialmente al carácter en el que se deseaba formar a los alumnos de la Escuela Nacional de Minas. En efecto, “el compromiso no era dar hombres sabios a la nación, sino hombres laboriosos y honrados”.

Esta insistencia en el aspecto moral ilustra el esfuerzo que se debía desplegar particularmente para que pudiese ser elaborado por los hombres libres. Podemos hablar de estas instancias como partes de un movimiento ideológico que gana en significación, pero al mismo tiempo convierte el panorama general de la vida en una empresa infinita o inasible, ya que la autonomía de los individuos debió ejercerse comprendiendo el manejo de los intereses económicos en sus múltiples formas y manifestaciones que la conciencia íntima promovió; comprender el carácter de la más perfecta disciplina, “pues dondequiera que nos hallemos habrá quién mande y quién obedezca, habrá leyes o reglamentos que cumplir, jerarquías y costumbres que respetar”. Al abrirse camino esta nueva “ideología”, todas estas estrategias prevalecían desde un pacto que buscaba someter la voluntad a una dignidad individual para elevar la dignidad colectiva, es decir, establecer un orden y el engrandecimiento de los valores económicos además de consolidar jerarquías sociales.

Esta insistencia en el **aspecto moral** ilustra el esfuerzo que se debía desplegar particularmente para que pudiese ser elaborado por **los hombres libres**.

Una espiritualidad

La educación cumplió un rol muy importante al defender la identidad de lo antioqueño, como punto de partida para producir el tipo adecuado de ciudadanos, y fortalecer, cultivar y entrenar así, en diferentes contextos, la capacidad de utilizar en las diversas manifestaciones de las vidas individual y colectiva, los adelantos logrados en el laboratorio del capitalismo industrial. De esta manera, las publicaciones científicas y periódicas cumplieron el papel de difusoras de la habilidad para pensar en las razones que los ciudadanos tendrían para actuar de manera emprendedora, despertando la imaginación capitalista adecuadamente.

El hilo conductor de esta imaginación adecuada era la insistencia en las vulnerabilidades del ser humano y en la mejora de las condiciones del florecimiento humano. Dicho hilo cultivó una narrativa de la vida individual y, al mismo tiempo, de la universalidad de aproximación al éxito en la vida social; este fue el relato del desarrollo humano y el marco para una serie de hitos a los que aspiraron los ciudadanos para la materialización del “espíritu antioqueño”. Por supuesto, la meta se expresó en términos de capacidades, que eran la serie de oportunidades que las personas deberían tener, dando lugar a la libertad.

Las decisiones que los ciudadanos debían tomar, de acuerdo con este *ethos*, debían ser profundas y poderosamente vinculantes, y definir como antioqueño a todo aquel que se ciñera a dicho *ethos* como instancia o como principio elemental de libertad obligante. Este argumento es claramente autocomplaciente, en el sentido en que la élite dominante, con la publicidad como herramienta, entre otras cosas, trató la subjetividad de la población como mercancía, como un producto intercambiable para el uso acumulativo de capital. En este sentido, a través de los documentos y los artículos de Leonardo Agudelo, en especial de “La propa-

ganda comercial como factor educativo”, publicado en la revista *Temas*¹, se exploraron con seguridad, técnica y firmeza los interesantes problemas de la propaganda comercial. “La autoridad demostrada en sus estudios lo perfilaba como uno de los primeros jefes de publicidad”.

La propaganda comercial-educativa como *telos* y el capitalismo industrial como discontinuidad obligaron a concretizar el problema que nos definiría como antioqueños, transformando los valores de esta época con la primacía del advenimiento de esas cosas, es decir, del dominio de las formas del éxito social y económico que conllevaron un despliegue de la metafísica identitaria. En este sentido, la representación del “espíritu antioqueño” se configuró con la bella forma del enunciado comercial y la férrea ideología que portaban las iniciativas de los “genios productores o industriales” (Agudelo, 657). Así, la mimesis que encontró este *ethos* fue la circulación de una imagen expuesta y figurante, en donde la gente se reconoció como antioqueña, tratando de representar dicho espíritu, en el mundo de las sensaciones agenciadas por el consumismo de objetos. En este sentido fue que dicho *ethos* se convirtió en una extensión ilimitada de lo antioqueño, fue el alma moderna del cuerpo, del pensamiento y de la práctica. Esta fue la verdad que estableció la ética capitalista de principios del siglo XX en Antioquia, la programación de la conducta, el proceso de la vida como verificación interna de las condiciones políticas de la felicidad, del éxito, de la prestancia social, en

¹ Publicación editada en Medellín bajo la dirección de Eduardo Rendón. Fue una revista sobre asuntos económicos y financieros a los que se les dedicaban dilatados estudios, poniendo de manifiesto en este órgano de información y debate los problemas que con mayor fundamento interesaban al país en general y particularmente a Antioquia en las primeras décadas del siglo XX.

términos biográficos, del progreso, como principios de responsabilidad, transferencia, sacrificio y correspondencia alternada entre la obediencia a la propaganda y la defensa de la libertad.

Así, por ejemplo, el consentimiento de las metas de **la propuesta de identidad racial antioqueña**, como requisito de aceptación, fue acogido por un sector considerable de la población, ayudando **a crear y a mantener unos estados de inequidad que fueron tenidos como racionales**, aceptando desear, aspirar y creer que se podía vivir mejor y progresar mediante la puesta en marcha de unos juegos de producción y consumo.

El hecho de que riñeran lo usual con lo más útil era el modo emocional en el que los ciudadanos deberían funcionar dentro de las complejas cristalizaciones morales de la libertad, dirigiendo la conducta de un modo eficaz. Aceptar experimentarse a sí mismos como ciudadanos libres, aunque los objetivos de la conducta hubiesen sido normativizados por otros —la élite empresario-educadora—, fue lo que se respiró latente bajo el proyecto del “espíritu antioqueño”, comportamiento conforme al cálculo adecuado de una racionalidad puramente instrumental, que produjo ciudadanos autorregulados por sus propios deseos, esperanzas, decisiones, necesidades y estilos de vida con objetivos fijados de antemano, como lo hemos venido diciendo, por un segmento de la población, sin buscar obligar a dichos ciudadanos a que se comportaran de la manera propuesta en contra de su voluntad, más bien haciendo que esa conducta fuese vista por los antioqueños como buena, digna, honorable y, por encima de todo, como propia y proveniente de su libre albedrío. Aquí es importante entender que, con base en un cálculo emocional, la libertad encuadró técnicas que “les permitieron a los individuos efectuar, por cuenta propia o con ayuda de otros, cierto tipo de operaciones sobre su cuerpo y sobre su alma” (Foucault, 1991, 48), intentando determinar la capacidad de acción, dirigiendo “autónomamente” su propia conducta, favoreciendo prácticas de dicha libertad: “La propaganda educativa debe apelar antes a la razón que al sentimiento, aunque este corra el riesgo de llevarse la peor parte al impulso de aquella. Y para substituir costumbres debe substituir antes (creo que por una necesidad psicológica del lenguaje nacional), los nombres comunes a las propiedades genéricas de la cosa. Así comprenderemos por qué en la cultura publicitaria anglo-norteamericana, que a mi juicio es el molde en que se han fundido las de los demás países que la tienen avanzada, la propaganda educativa tenga su propio caudal de expresión” (Agudelo, 657).

Así, por ejemplo, el consentimiento de las metas de la propuesta de identidad racial antioqueña, como requisito de aceptación, fue acogido por un sector considerable de la población, ayudando a crear y a mantener unos estados de inequidad que fueron tenidos como racionales, aceptando desear, aspirar y creer que se podía vivir mejor y progresar mediante la puesta en marcha de unos juegos de producción y consumo, para vincularse molecularmente con valores, formas y modos concretos de estar en el mundo. Por eso la significativa ciudadanía antioqueña logró que esta conducta fuera vista por los antioqueños como buena, honorable, digna y, por encima de todo, proveniente del ejercicio de la propia libertad. Se intervinieron sobre el campo las acciones de los ciudadanos, no se buscó anular la libertad de los sujetos, sino conducirla y regularla sobre su campo de acciones presentes y futuras con un discurso sobre la gestión económica de las capacidades.



El uso público de la “antioqueñidad”

A partir de las anteriores afirmaciones, expresadas por la élite local, podemos ver el efecto que un concepto tuvo sobre la mentalidad de nuestra sociedad y podemos encontrar las pistas del marco de lo que se llamó “moral” en el ejercicio de querer vivir una vida diferente, como la de la élite, enmarcando en tal concepto la particularidad de la sociedad antioqueña.

El marco de la moralidad, potenciado y fomentado por los hombres de empresa, fijó en la política una técnica para crear una nueva y mejorada forma democrática de responder al método de control que le dio sentido y dirección a las actitudes y los comportamientos. Tal seducción, administrada por la imagen prototípica de los hombres de empresa, vehiculó la obsesión de materializar tales valores éticos por medio de la propaganda, conjugada en los medios de comunicación, llegando a conformar poco a poco un universo mental, una conciencia ciudadana, determinando los modos morales que hacían referencia al espíritu empresarial y al emprendimiento antioqueño (Sanclemente Téllez, 2010).

Asumir la construcción civil de un yo, la innovación constante de su capital, en función de imitar la del prototipo, confronta el concepto de “moral” orientado por la convicción producida por la acción de un emprendimiento legal y la ocasión de justificar acciones en contravía del bienestar social, pero valoradas por ser eficientes a la hora de acumular capital, elemento fundamental de pertenencia a la élite. Así, la dificultad para distinguir la moral de la verdad propagandística de la élite se resolvería por el bien común, público y libre del espíritu antioqueño, que infundió prejuicios en las mentes de los pobladores, discriminándolos según el fin: dar una forma psicológica a la ideología capitalista de la acumulación de riqueza, prestigio, rango y poder.

Esto hay que subrayarlo un tanto más, pues el progreso de la sociedad antioqueña, al menos su mención en medios de comunicación de la época, confirió un poder cada vez mayor a esta suerte de propaganda. La forma en que presenta el redactor de la revista Progreso, José Guerra, las cualidades que debería poseer un hombre merecedor de la medalla del civismo es la manera propagada, más sutil y refinada, de exponer el criterio que indujo a una acción para convertir la dimensión subjetiva en un instrumento objetivo de éxito del “espíritu antioqueño”. Aparte del buen o mal uso que se hizo de tal instrumento, la moral actuó creando motivaciones emocionales, informando a los ciudadanos del esquema de necesidades y de susceptibilidades más afín con la persuasión y la sugestión, buceando en el fondo de la debilidad y la pobreza.

El concepto de “moral” fue particularmente válido para aspirar a insertarse en el proceso psicológico que conducía a desear **la nueva economía psíquica**, promovida por las publicaciones periódicas y el cine (Franco Díez, 2013), **ejerciendo un embrujo cautivador en la población** que la indujo a la adopción por imitación, como ya lo hemos hecho evidente.

Así, la moral fue conducente al efecto de indagar el grado de autonomía de la conciencia individual. El alcance y contenido del llamado éxito personal y su influjo en el desarrollo del proceso social impartieron el enunciado evangélico de que el emprendimiento era el camino de la libertad. Tal criterio de discernimiento implementó, como lo hemos venido evidenciando, un *ethos* justificado en el gerenciamiento del rendimiento para ser exitoso, dominio exclusivo de los detentadores de tal capital innato. Para la élite, que fueran identificados con el mito del “espíritu antioqueño” originó la autoridad a que dio lugar el goce de poder llegar a ser un hombre extraordinario como derecho divino y la posibilidad de ser sustituido por el mito de la voluntad de emprendimiento general, o bien de darle cabal vigencia a este principio sobre la base de la estimulación subjetiva de la responsabilidad, en términos de éxito o de fracaso, por medio de la propaganda. Esa “voluntad general”, cimentada en la propaganda moral, ejerció como institución social por su sola vigencia reactiva y no de pensamiento en la sociedad antioqueña de mediados del siglo XX. Para 1943, Eduardo Rendón reaccionaba, en la edición de junio de la revista *Temas*, al artículo titulado “La actividad publicitaria está desmoralizada”, de autoría de Orlando Perdomo, en el sentido en que hemos venido exponiendo la labor de la propaganda moral en Medellín. Rendón expresaba que la propaganda como expresión económica del mundo moderno recogía y valorizaba, con singular sentido, las posibilidades “inmensas de dejar de ser un Juancho igual a tantos Juanchos, y convertirse en todo un Don Juan, portavoz de los anhelos de la opinión pública” (Editorial, 1943, 161). Perdomo, por su parte, señalaba que Antioquia era el departamento, y más concretamente Medellín, “la parte del país en donde se hacen las mayores inversiones en propaganda, y posiblemente donde más adelantado estuviese ese ramo, y en donde mejor se sabe anunciar”:

“Algunos de los empresarios, que conocen la debilidad humana, han establecido un sistema que era prácticamente desconocido en Antioquia, y es el de la adulación o la injuria, cuidadosamente dosificadas; si el propietario de la más modesta cacharrería o el más humilde de los empleados públicos concede o facilita un anuncio, esos tales son vigorosos exponentes de la raza, grandes hombres de empresa, extraordinarios intelectuales y gentiles caballeros; pero si desgraciadamente se han abstenido de colaborar en la empresa por una circunstancia cualquiera, pasan a la categoría de gentes despreciables y hombres sin educación de ninguna clase” (Perdomo, 1943, 162).

Categorizar unos preceptos morales que consagrarían un régimen de autonomía, legitimada por la eficacia en la gestión económica y en la vigencia de un orden incontrastable de la propaganda que dispensaba, en mayor o menor grado, la coerción, sería la fórmula para identificar, con el poder económico constituido por la élite industrial y educadora, la posesión exclusiva de los instrumentos de éxito. Ello implicó que la propaganda que se hacía a las empresas económicas fuera propaganda moral que iba directamente a la defensa del modelo de vida vigente. Tal enfo-

que adquiere una importancia crucial en el proceso educativo de la población para la adopción del modelo de vida del “espíritu antioqueño”. El ideal de la propaganda moral formulado por la élite antioqueña solo pudo ser realizado por la difusión masiva del sujeto antioqueño. Que “la emotividad invade la conciencia verbalizando progreso, civilización, sociedad moderna, porvenir, cultura”, como lo expresa Juan Rendón en el año de 1943, es una afirmación con un gran contenido de esquemas de valores en el sistema de producción y en los patrones de consumo; estos últimos son el orden establecido y la expresión de la racionalidad, la imagen de un mundo mejor, el esquema mental de difícil asimilación y de imposible confrontación con la realidad.

El concepto de “moral” fue particularmente válido para aspirar a insertarse en el proceso psicológico que conducía a desear la nueva economía psíquica, promovida por las publicaciones periódicas y el cine (Franco Díez, 2013), ejerciendo un embrujo cautivador en la población que la indujo a la adopción por imitación, como ya lo hemos hecho evidente. Las gentes entraron en esta etapa como receptáculos condicionados, promoviendo una conciencia positiva y de éxito personal. En este sentido, una moral activa, consciente y dinámica, ejercida por la élite en orden a la sustentación y la perduración del “espíritu antioqueño”, elaborada a través de los canales de la comunicación masiva bajo las formas de la conciencia cívica, de la transmisión de cultura o de cooperación con el ciudadano en la satisfacción de sus necesidades, se aplicó como la función de fabricar tendencias insistentes con la capitalización personal y las técnicas de comunicación publicitaria que dieron a la moral antioqueña una dimensión sin precedentes, y que, cubriendo todos los campos de la actividad humana, a su vez, crearon el mito antioqueño para motivar comportamientos emocionales, operadas por medios de persuasión, del prestigio de los prohombres, en torno a las décadas de la primera mitad del siglo XX, convocando a una reconfiguración ofensiva del capital que recompuso buena parte de las realidades regionales. Es decir, como una estrategia que apuntó a recomponer y reforzar la relación entre el capital y la ciudadanía. Esto fue visible cuando las políticas económicas no simplemente expresaron una dimensión tecnocrática, sino que apuntaron a los aspectos fundamentales y estructurales de la relación capitalista con todas las instituciones de la vida social.

Tal sentido tuvo unas reformulaciones sucesivas que representaron, precisamente, ajustes o reacomodos tácticos, es decir, ajustes donde la producción de la realidad social fue un proyecto multidimensional. En este sentido, tendríamos que abrir el abanico para concebir la competencia y la libre empresa. Plantear la capacidad dinámica y de renovación del sujeto antioqueño significó alentar el poder corporativo, la empresa privada y la restauración del poder de clase. Por lo tanto, concordar con tal agenda resultó necesario para mantener seguro el reconocimiento en la tarea individual de dicho sujeto de autogobernarse.

Doxología final

El “espíritu antioqueño” trató de cambiar las relaciones públicas, incluso si ello significaba que fuera necesario estimular las vidas psicológicas de la gente. De hecho, trabajar la mente fue lo prioritario. Estimular la subjetividad se había convertido en una de las formas centrales en que las élites negociantes, que dominaban la sociedad antioqueña y la política en la primera mitad del siglo XX, hacían del interés general una forma del interés particular. Literalmente, ser importante dirigió y moldeó el espíritu, los anhelos, las ilusiones y los sufrimientos. Por lo tanto, dirigir los impulsos vitales, disciplinando la impredecible emotividad, generó un ciudadano que internalizó los valores empresariales como la promesa establecida de un nuevo panorama democrático. Usar esta potencia interior para influir en el mundo exterior, para cambiar sus vidas, animó a los ciudadanos a adaptarse a un entorno social donde la parte consciente de sus mentes debía construirse para luchar por controlar la historia personal en función de la consecución del éxito personal. Pero era la educación por parte de los empresarios-educadores lo que decidía cuál era el entorno adecuado y el comportamiento apropiado, es decir, la moral de la época. Preocuparse por poseer la suficiente riqueza, como la máxima responsabilidad que se poseía, normalizó la noción de “desarrollo” en función de adquirir la fuerza para tener éxito y llevar una vida feliz.

Por lo tanto, el “entusiasmo social como principio de la ciencia económica” (Pigou), como lo hemos tratado de mostrar durante todo el texto, arrasó, usando la amenaza del fracaso, las esperanzas y los deseos, la prestancia social, la movilidad entre clases sociales, entre otros aspectos, para fundamentar la esencia de tal proyecto, que en Antioquia se aplicó en la población, como orientación psicológica, como forma ideal de ciudadanía, como moral social y como el deber ser de la fuerza mental. Aconsejar e instar a la población a ajustarse a los modelos configurados de raza, trabajo, productividad, mentalidad, familia, vida social, reforzando el imaginario cultural de un antioqueño exitoso y superior, fue la labor de la élite educadora y empresarial, además de política, que se implementó para controlar las emociones y las acciones, afectando la conducta que se convirtió en condición de posibilidad de unas tecnologías del yo muy presentes en la subjetividad antioqueña, aún más fuerte en lo contemporáneo. Tratar de construir dicha personalidad de forma permanente, controlando la potencia de las emociones, de modo que la personalidad fuese, siempre, más agradable, exitosa, estéticamente hermosa, etc., fue el deber entusiasta de una ciudadanía mejor controlada. Creer que se estaba al mando era sentir que se podía ser el amo.

Ahora bien, el entorno se utilizó para enderezar la personalidad humana y dar a la población un sentimiento de identidad común con todos aquellos a su alrededor. Esta fue la estrategia para crear una sociedad, un imaginario cultural y una estabilidad política duradera. El espíritu capitalista fue la caja de herramientas que facilitaría la resolución de las frustraciones, gastando en autocomplacencia se seguiría la imagen prototípica; si el ciudadano se identificaba a sí mismo con determinado producto, este adquiriría valor terapéutico, mejoraría la imagen personal y le convertiría en una persona más segura, y si de repente tenía esa confianza en sí mismo, salir al mundo con éxito, para todo el aparataje moral antioqueño, sería el mejoramiento de toda la sociedad, imaginando llegar a ser, como lo hemos mostrado, la mejor sociedad de estas latitudes.

Dar confianza a la población, crear un andamiaje para la información pública, buscar formas para enfrentarse a **la nueva amenaza de la intervención** estatal, promover el interés de las empresas como el interés por Antioquia...

Tal sistema de planificación selectiva de la prosperidad lleva consigo un tipo de existencia delirante, ya que, precisamente, este imaginario de prosperidad brotaba de forma violenta contra realidades que eran leídas como falencias propias de cada ciudadano, no del sistema. Así, pues, la falta de capital fue el estigma que distorsionó el contexto de tal realidad material, conformando una sociedad con ninguna tolerancia ante la pobreza, el desempleo, el hambre, etc., variables que fueron responsabilidad de cada ciudadano, y que evidenciaban su propia corrupción, sustituyendo los conflictos sociales por los conflictos interiores. La debilidad social que se asentaba en las instituciones de tal índole se fue convirtiendo en la debilidad de cada uno de los individuos y, si no se desafiaban tales limitaciones, entonces, de hecho, se estaban sometiendo a la inadaptación. Tal noción, la de vivir una vida adaptada a todos los preceptos expuestos, para ser un buen antioqueño, como la almendra del ejercicio religioso de las buenas prácticas económicas, aun si se estuviese en la hermética jaula de la pobreza, entregaría la esperanza de pertenecer a la sociedad de la opulencia.

Dar confianza a la población, crear un andamiaje para la información pública, buscar formas para enfrentarse a la nueva amenaza de la intervención estatal, promover el interés de las empresas como el interés por Antioquia, de manera indivisible, inducir miedos internos, crear una verdad elevada en el prestigio social, idear un relato heroico alrededor de la vida empresarial, tales maneras serían la erótica antioqueña, “la recta disposición del espíritu”.

Referencias

- Agudelo, Leonardo. (1942). “La propaganda comercial como factor educativo”. *Temas*, 655-58.
- Agudelo, Leonardo. (1945). “La propaganda infantil”. *Temas*, 76-78.
- Appelbaum, Nancy. (2003). *Muddied Waters. Race, Religion and Local History in Colombia, 1846-1948*. Durham, NC: Duke University Press.
- Franco Díez, Germán. (2013). *Mirando solo la tierra. Cine y sociedad espectador en Medellín (1900-1930)*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Guerra, José. (1950). “Medalla del civismo”. *Progreso*, 1.
- Hettner, Alfred. (1976). *Viajes por los Andes colombianos (1882-1884)*. Bogotá: Publicaciones del Banco de la República.
- Jaramillo Uribe, Jaime; Duque Gómez, Luis y Friede, Juan. (1963). *Historia de Pereira*. Pereira: Club Rotario.
- Le Bon, Gustave. (2004). *La psicología de las masas*. Buenos Aires: Unión del Personal Civil de la Nación.
- Mejía Álvarez, Luis. (1914). “Conferencia de clausura de la clase de Economía Política”. En: *Anales de la Escuela Nacional de Minas*, 535.
- Morales Benítez, Otto. (1986). “Noticias críticas acerca del movimiento cultural antioqueño”. En: *Escritores de Antioquia*. Medellín: Ediciones Autores Antioqueños.
- Ospina, Tulio. (1913). “Conferencia. Clausura del año escolar de 1912”. En: *Anales de la Escuela Nacional de Minas*, (5), 234-40.
- Perdomo, Orlando. (1943). “La actividad publicitaria está desmoralizada”. *Temas*, 161-206.
- Pigou, Arthur Cecil. (1936). “La ciencia económica en la práctica”. *Revista DYNA*, 7-20.
- Rendón, Eduardo. (1943). “Editorial”. *Temas*, 161.
- Rendón, Juan. (1943). “No saben, pero convencen”. *Temas*, 195-7.
- Saffray, Charles. (1948). *Viaje a Nueva Granada*. Bogotá: Biblioteca Popular de Cultura Colombiana, Ministerio de Educación Nacional.
- Schenck, Friedrich von. (1953). *Viajes por Antioquia en el año de 1880*. Bogotá: Publicaciones del Banco de la República.
- Tirado Mejía, Álvaro. (1998). *Introducción a la historia económica de Colombia*. Bogotá: El Áncora Editores.

Juan Esteban Posada Morales

Medellín. Se ha desempeñado como profesor e investigador en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Colombia y en la Universidad de Antioquia. Su libro, *La recta disposición del espíritu*, obtuvo el Premio IDEA a la investigación Histórica de Antioquia en 2023. Ha publicado libros de ensayo y ficción como *La inevitable sombra* (2024) y *El laberinto de una promesa* (2018).

