

25

Historia Y MEMORIA

ISSN: 2027-5137 Julio - Diciembre, Año 2022 - Tunja, Colombia

**Periodismo, política y falsedad en las noticias
durante campaña electoral presidencial de 1930 en
Colombia**

<https://doi.org/10.19053/20275137.n25.2022.13018>

**Álvaro Acevedo Tarazona
Melissa Quiroz Prada
Juliana Villabona Ardila
Páginas 243-273**



Periodismo, política y falsedad en las noticias durante campaña electoral presidencial de 1930 en Colombia*

Álvaro Acevedo Tarazona¹

Universidad Industrial de Santander – Colombia

Melissa Quiroz Prada²

Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga– Colombia

Juliana Villabona Ardila³


Universidad Industrial de Santander - Colombia

Recepción: 20/06/2021

Evaluación: 29/10/2021


Aprobación: 17/03/2022

Artículo de Investigación e Innovación


 <https://doi.org/10.19053/20275137.n25.2022.13018>




* Este artículo se deriva parcialmente del proyecto: «Resistencia: las producciones culturales audiovisuales y editoriales como alternativa de memoria poética del conflicto armado colombiano», cofinanciado por el Centro de Memoria Histórica, el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación, la Universidad Industrial de Santander y la Universidad Pontificia Bolivariana, sede Bucaramanga.

1 Doctor en Historia Universidad Huelva de España, profesor titular Universidad Industrial de Santander. Últimas publicaciones: Álvaro Acevedo Tarazona y Dayana Lizcano Herrera, «Misiones económicas en Colombia y su incidencia en la educación técnica industrial (1930-1960)», *Revista CS*, n° 34 (2021): 242-264; Álvaro Acevedo Tarazona y Sebastián Vélez Restrepo, «Historia de prácticas de política pública para la enseñanza de la educación secundaria en Colombia (1936-1946)», *Revista Educación y Humanismo* vol. 23, n° 40 (2021): 1-21; Álvaro Acevedo Tarazona y Carlos Espinosa, «El lento despegue industrial de Bucaramanga Colombia (1857-1929)», *Apuntes del Cenes* vol. 39, n° 69 (2020): 241–266. ✉ acetara@uis.edu.co  <https://orcid.org/0000-0002-3563-9213>.

2 Comunicadora social y periodista Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga.

✉ melissaqp.97@gmail.com  <https://orcid.org/0000-0002-0742-6683>.

3 Magíster en Historia Universidad Industrial de Santander. Últimas publicaciones: Álvaro Acevedo Tarazona, Angie Rey y Juliana Villabona Ardila, «El sentimiento de la posguerra: La Revista de Santander y el existencialismo, 1945-1967», *Estudios de Literatura Colombiana*, n° 45 (2019): 49-66; Álvaro Acevedo Tarazona y Juliana Villabona Ardila, «La prensa como fuente documental para el análisis y la investigación social», *Historia y Memoria*, n° 20 (2020): 347-373; Álvaro Acevedo Tarazona y Juliana Villabona Ardila, «Manuel Serrano Blanco y el cambio político en Colombia. Periodismo, literatura y raza (1897-1953)», *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras* vol. 24, n° 2 (2019): 151-173. ✉ villabonardila@hotmail.com,  <https://orcid.org/0000-0002-5829-9063>.

Resumen

El propósito de este artículo es mostrar el uso del miedo y la desinformación en las campañas electorales, por parte de la prensa y los grupos políticos asociados a esta, en particular la campaña presidencial de 1930, la cual inició un año antes y dio como resultado el triunfo del candidato Enrique Olaya Herrera, apoyado en buena parte por el Partido Liberal. Esta campaña fue especial en muchos sentidos: uno, que faltando un mes aproximadamente para las elecciones se confirmó la participación de un nuevo candidato; dos, la desesperación y los intentos fallidos de unión de las dos facciones dentro del partido conservador; tres, el recorrido que hicieron los candidatos por las principales ciudades; cuatro, el uso de nuevos medios de transporte, plazas públicas llenas y la prensa publicando las noticias de la campaña a la velocidad del telégrafo. En tales circunstancias, este artículo enfatizará en el uso de noticias falsas por periodistas y políticos, quienes aprovechando las distancias y el rumor crearon contenidos falsos de diferente tipo para dañar a sus opositores y, en últimas, ganar las elecciones. Para ello se identificará y clasificará los contenidos publicados en el diario *El Deber* según tres categorías: conexión falsa, contenido impostor y contenido inventado.

Palabras clave: Noticias falsas, elecciones, partidos políticos, opinión pública, miedo.

Journalism, politics and falsehood in the news during the 1930 electoral campaign in Colombia

Abstract

The purpose of this article is to show the use of fear and misinformation in electoral campaigns, by the press and the political groups associated with it; in particular, in the presidential election of 1930, which started a year early and resulted in the victory of candidate Enrique Olaya Herrera, who was supported by the Liberal Party. This campaign was special in many aspects: 1) one month before the election, the participation of a new candidate was confirmed; 2) the

desperation and the failed attempts to unite the two factions existing within the conservative party; 3) the candidates' visits to the main cities; 4) the use of new means of transport, public squares full of people and the press publishing pieces about the campaign at telegraph speed. For the above, this article emphasizes the use of fake news by politicians and journalists, who, taking advantage of the distances and rumours, created fake content to harm the image of their rivals and thus, win the election. Content published in El Deber newspaper will be identified and classified into three categories: false connection, imposter content and invented content.

Keywords: fake news, elections, political parties, public opinion, fear.

Journalisme, politique et fausseté pendant la campagne présidentielle de 1930 en Colombie

Résumé

Le but de cet article consiste à montrer l'usage de la peur et de la désinformation dans les campagnes électorales, usage fait par la presse et les groupes politiques associés à elle. On analyse notamment la campagne présidentielle de 1930, commencé un an avant, et qui a débouché sur le triomphe du candidat Enrique Olaya Herrera, soutenu par le Parti Libéral. Cette campagne a été particulière dans plusieurs sens: premièrement, seulement deux mois avant l'élection, on a confirmé la participation d'un autre candidat; deuxièmement, le désespoir et les tentatives vaines d'unir les deux secteurs du Parti Conservateur; troisièmement, les visites des candidats aux principales villes; quatrièmement, l'usage des nouveaux moyens de transport, les meetings dans de places publiques et la publication régulière des informations dans la presse. Dans ce contexte, cet article met l'accent sur l'usage de fake news par des journalistes et des hommes politiques, qui, profitant des distances et des rumeurs, ont créé des contenus faux pour nuire ses opposants et emporter les élections. Pour ce faire, on identifiera et classera les contenus publiés dans le journal

El Deber suivant trois catégories: connexion fausse, contenu imposteur et contenu inventé.

Mots-clés: fake news, élections, partis politiques, opinion publique, peur.

1. Introducción

La perfidia y el engaño descarado son las bases inmovibles sobre las cuales gira toda la política electoral vasquizta. (...) Sabemos de memoria los comunicados de todos los Centrovass cuando analizan la política valencista. Su propaganda, a base de falsedades y calumnias, es suficientemente conocida.

Ni los que se pasan de incautos caen en las trampas vasquiztas. No son los Centrovass los primeros en explotar el engaño como instrumento de combate. Este sistema es antiquísimo, tan viejo como la humanidad⁴.

En los últimos años las expresiones *fake news* (noticias falsas) y *posverdad* han ocupado gran espacio en los medios de comunicación. El diccionario Oxford eligió el término posverdad como la palabra internacional del año en 2016 y la definió como las «circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que las referencias a emociones y a creencias personales». Pasaría lo mismo al año siguiente, siendo *fake news* la palabra elegida⁵. Aun cuando no existe una definición precisa sobre lo que son las *fake news*, en la enorme cantidad de libros y artículos que se han producido al respecto, las definiciones dadas enfatizan en la intencionalidad; por ello algunos preferirían usar la palabra *noticias falseadas*, para hacer evidente las motivaciones, la propaganda, la planificación, la aparente verdad de las noticias.

4 José Joaquín Rodríguez, «Los Centrovass», *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930, 2.

5 Marc Amorós García, *Fake news: La verdad de las noticias falsas* (Barcelona: Plataforma Editorial, 2018).

En estos años señalados, las definiciones posverdad y *fake news* cobraron importancia debido al evidente uso político en varios de los más importantes acontecimientos a nivel mundial y local: la victoria de Donald Trump en Estados Unidos, el triunfo del Brexit en Reino Unido y el del No en el referendo por la paz en Colombia. En los tres casos se trató de campañas muy polarizadas y, tras el resultado, se habló del papel de los medios y las plataformas digitales, pues estas habrían «intoxicado» la campaña e influido de ese modo en el resultado, que en todos los casos resultó inesperado⁶. Pero ¿es acaso esto algo nuevo? ¿Y qué sucedió en la época de la proliferación de publicaciones periódicas a inicios del siglo XX, cuando a pesar de las distancias, los semanarios y revistas pasaron a convertirse en diarios, con públicos que exigían todos los días algo nuevo, y aparecieron nuevas tecnologías que ayudaron a soportar esos cambios, como el linotipo, el telégrafo, el teléfono, la fotografía y el avión, y cuando un importante número de políticos fundaron sus propios periódicos porque entendieron la importancia de estas transformaciones?

Intentando responder a estas preguntas se realizará un análisis de los tipos e intencionalidades de las noticias falsas publicadas en la prensa, base de las campañas electorales de inicios del siglo XX y la forma como se hizo uso de estas estrategias (contenidos falsos, noticias deformadas, desinformación y manipulación) para intentar ganar las elecciones en un contexto particular: una campaña sorpresiva y rápida que involucró nuevas tecnologías y nuevos escenarios y que transformó la política colombiana en las siguientes décadas. En este caso, se ha recurrido a un pequeño diario de provincia fundado en 1923 en Bucaramanga, departamento de Santander, dirigido por dos jóvenes políticos pertenecientes al partido conservador y llamado *El Deber*⁷. ¿Por qué este diario? Porque precisamente

6 Nuria Fernández-García, «Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática», *Nueva Sociedad*, n° 269 (2017): 67-77, acceso el 19 de junio de 2021, <https://www.nuso.org/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica/>.

7 Este diario fue fundado en 1923 por Manuel Serrano Blanco y dirigido posteriormente por este junto a Juan Cristóbal Martínez. Para la década de 1930, se había consolidado como uno de los más importantes a nivel departamental, representando los intereses de un sector del partido conservador. Este hecho impulsó

estos políticos-periodistas estuvieron íntimamente relacionados con la creación de un ambiente de confrontación y no colaboración con el gobierno de Olaya Herrera, que se posesionaría luego de las elecciones, a través de los directorios departamentales a los que pertenecían y desde la prensa misma, en un departamento en donde se inició una nueva etapa de violencia política a finales de 1930.

Sobre las campañas electorales en general, y sobre esta en particular, algunos autores han mencionado la falta de investigaciones al respecto, teniendo en cuenta la importancia de la continua y agitada actividad electoral en Colombia⁸. La campaña de 1930 ha sido vista predominantemente como la apertura de un nuevo gobierno y de una nueva forma de hacer política y poco más. Pero como lo señala Julián David Romero las elecciones son más que resultados y cambios de gobiernos, son un proceso en donde emergen «disputas, combates, intrigas, desconciertos y alianzas» y en la que se involucran electores, clases dirigentes, grupos en disputa y medios de difusión, permeando todos los escenarios de la vida social⁹.

Vale aclarar que este es un asunto que no se ha revisado sobre esta campaña, por ello aquí se pretende mostrar el uso de las noticias falsas en las decisiones más importantes de dicha coyuntura, y cómo este tipo de información falsa se convirtió en base de la política y ayudó a crear un ambiente impermeable ante el pensamiento del contrario político, que paulatinamente generó una fuerte polarización, que cada vez se hizo más radical. Un variado tipo de trabajos historiográficos se han interesado, sin embargo, en estas conexiones entre medios de comunicación y manipulación política en otros periodos y en otras latitudes. Debido a la influencia reciente de las *fake news* en la política actual, algunos autores han hecho uso de este concepto para

la carrera política de Serrano y Martínez, llegando a ocupar cargos en la dirección del partido en Santander y como representantes de este a nivel nacional.

8 César Ayala, *El porvenir del pasado: Gilberto Alzate Avendaño, sensibilidad leoparda y democracia* (Bogotá: Fundación Gilberto Alzate Avendaño, 2007), 28.

9 Julián David Romero Torres, «A la lucha he venido»: *La campaña electoral de 1930 en Colombia* (Bogotá: Universidad del Rosario, 2018), xxviii, doi: <https://doi.org/10.2307/j.ctvdmwxrp>.

analizar inclusive épocas remotas¹⁰. Vale la pena resaltar, sin embargo, el trabajo que realiza Robert Darnton en *El diablo en el agua bendita*, en donde este autor realiza un análisis detallado de algunos textos representativos para apuntarle hacia una interpretación general de la política y la calumnia. Más allá de lo específico en la temática estudiada, Darnton muestra la importancia de estas problemáticas en el análisis político y cultural. La difusión del escándalo, la personificación de la política, la reducción de contingencias complejas a narrativas acerca de figuras públicas, la destrucción de reputaciones fueron centrales en la Francia de Luis XV y la república jacobina de 1794, pero también lo han sido y siguen siendo en diferentes momentos y lugares, como lo señala el autor¹¹.

2. Una campaña sorpresa

Las elecciones para la presidencia de la república de 1930 fueron un tanto especiales en muchos sentidos. La campaña había iniciado casi un año atrás y se había desarrollado de forma habitual, a pesar de la profunda división del partido conservador y la imposibilidad de escoger un candidato único para las elecciones. La perspectiva de ir el partido conservador con dos candidatos a las elecciones no era nueva. Ya en las elecciones presidenciales de 1918 este se había dividido entre dos candidatos: Marco Fidel Suárez y Guillermo Valencia, pero, sin embargo, los resultados finalmente no dieron al traste con la denominada hegemonía conservadora. En 1930 Guillermo Valencia nuevamente se disputaba la presidencia, pero esta vez con el general Alfredo Vásquez Cobo. Este último a su vez había sido candidato en 1926 y había aceptado renunciar ante la promesa hecha por el arzobispo primado Bernardo Herrera Restrepo, que sería presidente en 1930. Cuatro años después, no obstante, el panorama era otro. El arzobispo había muerto en 1928 y la división de los grupos, sectores y periódicos que sostenían las candidaturas parecía infranqueable, tanto así que

10 Néstor F. Masqués, *Fake news de la antigua Roma: engaños, propaganda y mentiras de hace 2000 años* (Barcelona: Espasa, 2019), 13.

11 Robert Darnton, *El diablo en el agua bendita o el arte de la calumnia de Luis XIV a Napoleón* (México: FCE, 2014), 17-18.

muchos sectores del partido conservador estaban dispuestos a pasar por encima de la promesa hecha por el arzobispo Herrera.

Pero aún faltaba otro elemento inesperado en la campaña electoral a la presidencia de Colombia en 1930. En el mes de diciembre de 1929, a menos de dos meses para la llegada del anhelado día, sucedió algo que dio un nuevo vuelco a la campaña: empezó a circular el rumor de una candidatura liderada por el partido liberal. El rumor inició el 13 de diciembre en *El Heraldo* de Antioquia y llegó a Bucaramanga el día 16 del mismo mes. En Bucaramanga la noticia fue descalificada rápidamente, aún por los propios liberales por considerarla falsa e inventada por los *valencistas*, sectores del partido conservador congregados en torno a la candidatura de Valencia, para restarle votos al general Vásquez Cobo¹². No obstante, el rumor empezó a cobrar fuerza e hizo que el periódico *El Tiempo*, en menos de un mes, cambiara tres veces su estrategia de campaña. Primero, pasando de la apatía y un disimulado apoyo a Guillermo Valencia a un entusiasmo inusitado por la posible candidatura de Enrique Olaya Herrera, en ese momento ministro plenipotenciario en Washington. Pero del estado de entusiasmo se pasó al desencanto y crítica ante un Olaya «vacilante y poco confiable», luego de que este rechazara la candidatura por no estar de acuerdo con lo que él consideraba clave: el apoyo de los dos partidos. Finalmente, la campaña daría un nuevo giro cuando Olaya anunció su regreso al país, porque los liberales que habían promovido la candidatura aceptaron sus condiciones. En ese momento, la estrategia noticiosa electoral de *El Tiempo* cambió nuevamente y de guerrerista y anticlerical se plegó al discurso conciliador de la Concentración Patriótica Nacional¹³.

La campaña ganó entonces una emoción inesperada. Todo se hizo volando, literalmente, en aviones y ferrocarriles, en cables y telegramas, y Olaya recorrió el país político entre enero y febrero de 1930. La plaza pública, ese espacio que ya había empezado a utilizarse en campañas anteriores, cobró

12 Bartolomé Rugeles, *Diarios de un comerciante bumangués 1899-1938* (Bucaramanga: Universidad Autónoma Bucaramanga, 2005), 301.

13 Romero, *A la lucha he venido...*, 159.

ímpetu¹⁴. Los conservadores entendieron el problema en el que se habían metido al ver la Plaza Cisneros de Medellín abarrotada de gente gritando el nombre de Olaya en una ciudad que reconocían como conservadora¹⁵. El triunfo de un candidato liberal, difícil de creer unos meses antes, ahora era posible. La estrategia había sido un éxito. Desde la plaza y la prensa los liberales le apuntaron al futuro, al progreso, a la esperanza, para publicitar a Olaya. Oportunamente fue presentado como mesías, un salvador, en medio de una aparatosa crisis económica que competía en titulares con la campaña. Algunos no tuvieron miedo de representarle como Jesucristo mismo¹⁶, y el candidato no se resistió y también se presentó como ese salvador que necesitaba tan desesperadamente el país. Desde la prensa y la tribuna pública se criticó tanto, y de todas las formas, al gobierno conservador de Miguel Abadía Méndez, culpándolo de todos los males que vivía el país, los diarios liberales se refirieron a Olaya como la solución a todos los problemas de la nación. Los ataques hechos al gobierno por liberales y aún conservadores fueron en términos personales¹⁷. Por ello, más adelante, la decepción fue más grande cuando se hizo evidente la imposibilidad de cumplir, de un día para otro, todo lo que se había prometido en campaña.

Los conservadores, por su parte, reaccionaron rápidamente. Los dos candidatos visitaron también varias ciudades, y los diarios que abanderaban una u otra candidatura conservadora redoblaron la propaganda. Día a día se hacía evidente que la

14 Darío Acevedo Carmona, *Ciudadanía, pueblo y plaza pública: campañas presidenciales en Colombia 1910-1949* (Medellín: Universidad Nacional de Colombia, 2017), 79.

15 «La unión conservadora», *El Deber*, Bucaramanga, 18 de enero de 1930, 2.

16 Sonia Jiménez Jiménez, «El Bateo y la administración Olaya Herrera (1930-1934): De salvador de Colombia a un gobierno híbrido y timorato», *Historelo 4*, n° 7 (2012): 249, doi: <https://doi.org/10.15446/historelo.v4n7.27731>.

17 Ambos partidos se volvieron en contra del gobierno de Abadía señalando que los problemas, sobre todo de índole económico, que enfrentaba el país eran debido a que la gente adecuada no estaba gobernando. Muy pocos fueron más allá para señalar la recesión, las debilidades internas o la presión externa. Era más fácil para todos los sectores señalar lo que estaba sucediendo en términos personales. Terrence Burns Horgan, «The Liberals come to power in Colombia, por debajo de la ruana: a study of the Enrique Olaya Herrera administration, 1930-1934» (Tesis de doctorado, Vanderbilt University, 1983), 30-32.

tan anhelada unión del partido conservador no llegaba y, por tanto, la campaña en los diarios se intensificó. Los diarios de cada uno de los partidos publicaron largos telegramas firmados para presumir apoyo de diferentes ciudades y dar la sensación de que eran mayoría; atacaron personalmente a sus contrincantes; se llamaron a sí mismos los defensores de las tradiciones, y aprovecharon el apoyo oficial de la Iglesia en el momento en el que lo tuvieron (el nuevo arzobispo, Ismael Perdomo, cambió tres veces de candidato) para autoproclamarse como los verdaderos defensores de la Iglesia y las instituciones. En este ambiente, tanto liberales como conservadores recurrieron a todo tipo de estrategia para ganar, especialmente el de las noticias falsas.

3. El «engaño» como instrumento de combate

Hay que tener en cuenta que, a diferencia de la situación actual, las noticias falsas que circulaban en la prensa de 1930 no eran fabricadas en un oscuro y enigmático blog hasta filtrarse en los medios de comunicación profesionales (que Claire Wardle, directora de *First Draft News*, describe como la «trompeta de la desinformación»¹⁸). Por el contrario, eran elaboradas en los propios diarios que circulaban por las localidades del país y por redactores o políticos que no sentían contradicción entre llamarse a sí mismos promotores de «la hoja luminosa» y defender abiertamente a un partido¹⁹. Solía suceder que debido a las enormes distancias entre las capitales de departamento y las localidades un simple rumor era tomado como completamente cierto. Aún así, redactores o políticos publicaban en los diarios locales solo los rumores que convenían a sus intereses. Pero no era solamente pescar un rumor y publicarlo según conveniencia; las noticias se fabricaban y se inventaban si era necesario.

Primero estaban esas enormes distancias entre localidades, a veces infranqueables, a pesar del avance de los medios de

18 Claire Wardle, «5 Lessons for Reporting in an Age of Disinformation», *First Draft*, (2018), acceso el 19 de junio de 2021, <https://medium.com/1st-draft/5-lessons-for-reporting-in-an-age-of-disinformation-9d98f0441722>.

19 Álvaro Acevedo Tarazona y Jhon Jaime Correa Ramírez, «Empresa, civilización y política: representaciones sobre el oficio periodístico en El Diario de Pereira y Vanguardia Liberal de Bucaramanga durante la República Liberal», *Historelo* 5, n° 9 (2013): 224, doi: <https://doi.org/10.15446/historelo.v5n9.36607>.

transporte y comunicación. Los periódicos capitalinos llegaban en avión, lo cual era costoso, ya que no existía hasta el momento otra vía de comunicación directa y rápida que conectara a la ciudad de Bucaramanga con Bogotá u otra ciudad, pues el ferrocarril aún no había llegado (la estación Las Bocas, la más cercana, sería inaugurada el 7 de julio de 1930) y la carretera del noreste, que uniría Bucaramanga con San Gil, avanzaba aún a pequeños tramos. Por tanto, el telegrama era central y la mayoría de las noticias se trasmitían por allí. Los periódicos de provincia se suscribían a algunas agencias, como la Agencia SIN (de la que no se sabe casi nada y menos su influencia en la generación de noticias) o tenían corresponsales en diferentes ciudades, principalmente en Bogotá. Estos agentes, contratados por los periódicos, enviaban las noticias más destacadas por telégrafo que aparecían en la edición del siguiente día a primera hora de la mañana. En todo este recorrido, sin embargo, muchas cosas podían pasar.

Además, la mayoría de estas noticias publicadas venían del runrún, esto era, del rumor que se esparcía en cafés, plazas y calles. Muy poca información oficial se publicaba, aparte de las circulares, los manifiestos y alguna que otra entrevista. Muchas de las noticias iniciaban con un «se dice que...» «se asegura que...» o «personas aseguran que...», y muy pocas veces se mencionaba las fuentes: de esta forma se anunció, por ejemplo, el fracaso en la búsqueda de un tercer candidato conservador que reemplazara a los dos ya existentes²⁰; también la noticia de que supuestamente los grupos vasquistas en Bogotá buscaban la destitución de los ministros de guerra y gobierno por considerarlos inconvenientes a sus intereses²¹. El rumor

20 «Una de las personas llegadas de Apulo nos informa de la conferencia que se verificó el sábado entre los doctores Guillermo Valencia y Félix Salazar, este último le insinuó la conveniencia de renunciar en favor de un tercer candidato, para hacer la unión del partido conservador. El doctor Valencia se negó terminantemente, diciendo que no lo haría por ningún motivo. Se dice que el presidente del directorio conservador doctor Emilio Ferrero también estuvo de acuerdo en la renuncia a favor de un tercero, pero que en definitiva nada se consiguió, pues Valencia se halla dispuesto a ir a la lucha afrontando todas las consecuencias». «Nuevo fracaso de las negociaciones en busca de un tercero», *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930, 1.

21 «Bogotá, enero 14. Se asegura que el vazquismo ha dirigido una comunicación al doctor Abadía Méndez insinuándole la conveniencia del cambio de los ministros de guerra y gobierno, por considerarlos inconvenientes para las actuaciones políticas

era por tanto central y aceptado e influía, como se verá mas adelante, en la toma de decisiones políticas.

Pero no era solamente el rumor. Los políticos y periodistas se aprovechaban de estas circunstancias para influir en la campaña electoral creando noticias falsas con el objetivo de desinformar, destruir al contrincante o ganar, en últimas, las elecciones. Existía –y estos políticos y periodistas eran conscientes de ello– una diferencia entre la difusión involuntaria de información falsa y la difusión deliberada de información que se sabía era falsa. Por supuesto, había diferentes niveles en los contenidos, unos más sutiles que otros, y unos grados de engaño más deliberados.

Para clasificar tales intencionalidades se tomarán tres categorías de las siete establecidas por Claire Wardle²², con el fin de identificar contenidos falsos y la desinformación: conexión falsa, cuando los titulares no resumen con exactitud el contenido de la nota periodística; contenido impostor, cuando las fuentes genuinas son suplantadas; contenido inventado, cuando el contenido es totalmente falso, creado con el objetivo de dañar o engañar. No todas las noticias y contenidos, sin embargo, se han podido identificar por la evidente falta de contraste (no existe una copia del diario *El Orden* de Bucaramanga que era el órgano que apoyaba la candidatura vasquizta en la ciudad). Para ello se ha acudido a las mismas acusaciones hechas en contra de los periódicos y grupos que apoyaban al general Vásquez, para entender un poco mejor el modus operandi y poderlo identificar en *El Deber* en base a estas categorías.

Puede parecer cuestionable el uso de esta metodología para identificar y clasificar notificaciones publicadas en un contexto diferente al actual; sin embargo, esto ha permitido entender y clarificar mejor la gran cantidad de contenidos publicados en la

del momento». «Los vasquiztas piden la destitución de los ministros de Guerra y Gobierno», *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930, 1.

22 Wardle, «5 Lessons...». Se excluyen 4 de las 7 categorías por no aplicar a este tipo de medios impresos. A pesar de que no todas las categorías aplican, unas, por ejemplo, relacionadas con el uso de las imágenes- Esta clasificación, sin embargo, es útil para entender ordenar el gran número de noticias falsas publicadas, el nivel de intencionalidad y el grado de desinformación.

prensa al respecto. Como se verá a continuación, estas fueron precisamente las formas utilizadas por los conservadores para intentar ganar las elecciones.

¿Se puede hablar de noticias falsas? En el contenido analizado en la prensa se utilizan diferentes términos para denominarlas: falsedades, intrigas, invenciones, calumnias, propaganda, engaños, farsas, noticia tendenciosa, ‘novelitas’, ‘bolas’, pero también se utiliza el término noticias falsas. Lo importante aquí es que tanto periodistas como políticos entendían y hacían explícito que estos contenidos hacían referencia a contenidos creados y publicitados con el objetivo de desinformar, generar miedo y hacer daño al oponente político.

La conexión falsa entre los titulares y su contenido no era una cuestión nueva y no lo sería después. En esta campaña, sin embargo, la falta de sutileza se haría evidente a medida que la desesperación de los conservadores crecía. La forma como se informó el apoyo de la Iglesia al candidato de preferencia es un ejemplo de ello, pues los titulares resaltaban una realidad que no estaba sucediendo y que ni el contenido de la noticia podía soportar: el tan anhelado apoyo definitivo de la Iglesia y la unión de las filas conservadoras. El 4 de enero una serie de telegramas eran titulados: «Valencia al triunfo –El episcopado en torno de Valencia–», pero lo cierto era que el contenido solo comentaba el apoyo del arzobispo de Medellín, Manuel José Caicedo, a Guillermo Valencia²³. Esta conexión falsa se volvió repetitiva con lo relacionado a este tema. El 18 de enero se aseguraba en un titular que la Iglesia condenaba la disidencia, pero en el contenido estaban las mismas palabras dubitativas del arzobispo primado que se resistía a escoger candidato y aseguraba que los dos eran buenos católicos²⁴. Sucedió lo mismo con los constantes anuncios a grandes letras de la unión del partido. Un titular del 10 de enero decía: «Cables –La unificación conservadora–»²⁵, pero

23 «Valencia al triunfo - El episcopado en torno a Valencia», *El Deber*, Bucaramanga, 4 de enero de 1930, 1.

24 «La voz de la Iglesia condena la disidencia», *El Deber*, Bucaramanga, 18 de enero de 1930, 1.

25 «Cables - La unificación conservadora», *El Deber*, Bucaramanga, 10 de enero de 1930, 2.

el contenido informaba que los dirigentes vasquiztas se estaban inclinando por un tercer candidato. Este tipo de titulares se siguieron usando hasta el final de la campaña, anunciando algo que ni el mismo contenido podía confirmar: la renuncia definitiva de Vásquez Cobo y la unión en torno a Valencia.

El contenido impostor era otra forma muy usada en las noticias, más sutil de identificar, y estaba relacionada con lo sencillo que podía llegar a ser suplantar a alguien a través del telégrafo. En este caso y para identificar esta forma de fabricar noticias falsas hay que remitirse a los vasquiztas, al diario *El Orden* de Bucaramanga, y a los grupos vasquiztas de otras ciudades, pues según los conservadores de *El Deber*, estos sectores eran los únicos que usaban «el engaño como instrumento de combate»²⁶. Estas constantes acusaciones sobre fabricación de noticias falsas son el indicio más evidente de la importancia de tales noticias en la campaña. En *El Deber* se recomendaba a los lectores que desconfiaran de las noticias publicadas en los diarios vasquiztas: «Los embusteros forman hoy una legión. ¡Téngales cuidado! Desconfíe usted», pero sobre todo había una queja constante contra la suplantación. El 6 de febrero de 1930 se encuentra en *El Deber* una descripción de la forma como se creaban este tipo de noticias y se hacían pasar como ciertas por parte de los grupos que apoyaban al general Vásquez en Bucaramanga: «se inventan frases por mentes calenturientas, se ponen entre comillas y se le atribuyen al gobernador o a sus secretarios, se convierten los rumores en verdades»²⁷.

Los telegramas de apoyo con larga listas de firmas que eran publicados por los diarios vasquiztas, también eran tildados de ser inventados con el propósito deliberado de generar una falsa ilusión de mayoría o de dañar al oponente. Podían inventarse nombres para agregar a estos telegramas o usar nombres de destacados políticos para darles mayor peso. Por ello, muchos conservadores tuvieron que salir a desmentir las noticias que circulaban sobre su supuesta vinculación a la campaña de

²⁶ Rodríguez, «Los Centrov...», 2.

²⁷ «Respeto a la autoridad», *El Deber*, Bucaramanga, 6 de febrero de 1930, 2.

Olaya Herrera o sobre su apoyo a la candidatura opuesta²⁸. José Camacho Carreño, por ejemplo, tuvo que rectificar que no eran cierto lo que circulaba en algunas noticias sobre su entrada al movimiento olayista: «no es exacto el propósito de adhesión a Olaya que se me atribuyó, es un rumor sin fundamento, yo permaneceré a Valencia hasta el fin de la batalla»²⁹. El 7 de febrero, a dos días de las elecciones, se describía de la siguiente forma la manera como los vasquiztas creaban los famosos telegramas de apoyo a Vásquez y la influencia que tendrían en una de las decisiones más importantes de la campaña:

[...] Al propio tiempo que el general Vásquez Cobo recogía velas en sus propósitos de unión de un día, se exigía por el centro nacional vasquizta y por el de Ibagué que de todas partes los vasquiztas aparecieran dirigiendo telegramas en que garantizaban el triunfo de Vásquez. Los telegramas fueron, porque donde faltaban una o dos personas que suscribiesen los despachos, no faltaba un calendario que suministrase nombres. Y vino el segundo efecto de la farsa; el Primado retiró primero reservadamente la circular valencista y se inclinó del lado de Vásquez Cobo, una nueva vez³⁰.

Sin embargo, los diarios valencistas también publicaban, como pilar de la campaña, estas largas listas de telegramas con apoyos a Valencia desde departamentos y municipios asegurando escenarios igualmente dudosos de supuesta irrestricta unión. En *El Deber* de la ciudad de Bucaramanga se publicaron solo entre enero y febrero 135 telegramas enviados desde lugares tan dispares como Onzagá, Málaga, Popayán y Cartagena, que aseguraban lo mismo. Frente a este panorama, cabe preguntar: ¿Cuántos de estos telegramas no fueron inventados? Lo que no se puede negar es la importancia de estos telegramas y su influjo en los acontecimientos políticos; aparte de la ya mencionada influencia en la decisión del arzobispo primado³¹,

28 «No es cierta la adhesión del Doctor Pedro María Carreño a la candidatura de Olaya Herrera», *El Deber*, Bucaramanga, 20 de enero de 1930, 1.

29 «Camacho Carreño no abandonará a Valencia», *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930, 1.

30 «La hora política - La farsa victoriosa», *El Deber*, Bucaramanga, 7 de febrero de 1930, 2.

31 El 15 de enero se insistía nuevamente en esto al exponer dos telegramas enviados desde Bogotá, uno enviado por Bonifacio Vélez, ministro de Instrucción Pública, a todos los párrocos de Cundinamarca en donde se les pedía que ejercieran presión

Ismael Perdomo, también lograron que los dos candidatos conservadores no consideraran renunciar al creer que en realidad tenían mayorías para ganar las elecciones.

Las fuentes genuinas suplantadas y el contenido inventado se hicieron evidentes en el enfrentamiento entre el ministro de gobierno, Gabriel Rodríguez Diago, y Jorge Uribe Misas, director del diario *El Correo de Colombia* de Medellín, una vez pasadas las elecciones, por la publicación de un telegrama. En este telegrama enviado, supuestamente, por Rodríguez Diago a Carlos Vásquez Latorre y otros políticos *valencistas* de Medellín, pocos días antes de las elecciones, se afirmaba, entre otras cosas, que el gobierno tenía asegurada la victoria en la Costa Atlántica y en Santander a favor de Valencia; no obstante, el gobierno de Abadía Méndez había prohibido oficialmente tal intromisión³². El ministro Rodríguez Diago declaró que el telegrama había sido inventado como una «burda maniobra electoral» y amenazó con llevar el proceso a la Corte Suprema por calumnia pública, suplantación de firma y superchería (fraude o engaño) en los telégrafos nacionales³³. El escándalo suscitó todo tipo de comentarios luego de que Uribe Misas asegurara que no iba a retractarse y que el telegrama era cierto³⁴. En *El Deber* no se registra que sucedió luego, pero estas no fueron las únicas noticias que había tenido que salir a desmentir el ministerio de

ante el primado pidiendo la nominación de Vásquez. El telegrama decía: «Bogotá, 30 de diciembre de 1929. Cura párroco... Deseámosle feliz año nuevo. Actualmente desarróllase formidable movimiento concentración rededor Vásquez Cobo motivada circular suscrita Vélez, Ferrero. Centenares conservadores diríjense primado, Ferrero, pidiéndoles concentración torno de Vásquez Cobo. Convendría hiciérase allá lo mismo. Centrovas, Vélez, Escallón. El segundo telegrama pedía lo mismo: «Diríjense primado, Emilio Ferrero, separadamente como conservadores, pidiendo concentración rededor Vásquez Cobo, asegurando triunfo». Este último telegrama era la prueba, según *El Deber*, de que los telegramas de apoyo eran apócrifos. «Política vasquizta», *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930, 2.

32 «El ministro de gobierno inicia juicio por calumnia, suplantación de firma a ministro y superchería, a los autores de un telegrama apócrifo», *El Deber*, Bucaramanga, 22 de febrero de 1930, 1.

33 «El ministro de gobierno otorga poder al doctor Múnera para que se constituya, en su nombre, acusar particular contra el señor Jorge Uribe Misas», *El Deber*, Bucaramanga, 27 de febrero de 1930, 1.

34 «Alrededor del telegrama apócrifo de Medellín», *El Deber*, Bucaramanga, 27 de febrero de 1930, 1.

gobierno: el 4 de febrero tuvo que desmentir que había dirigido circulares secretas a los gobernadores aconsejándoles el fraude³⁵.

Finalmente, estaba el contenido inventado en las noticias que incluso se elaboraba sin tomarse la molestia de inventar firmas o poner nombres de políticos destacados que las sustentaran. Había de todo tipo y también niveles de sutileza. Pero para entender esto hay que remitirse nuevamente a las acusaciones hechas en contra de los diarios *vasquiztas*. *El Conservador* de San Gil señalaba que precisamente en esta campaña, a diferencia de las anteriores también pasionales, las armas se habían convertido en la calumnia personal, en la mentira que se vendía como verdad y en la tergiversación que buscaba introducir el desconcierto. Los *vasquiztas* y los sacerdotes que los apoyaban eran, según este diario, «ultramontanos» que buscaban «sembrar la confusión en las filas del adversario». En *El Deber* se reconocía también, citando a *El Tiempo*, que las noticias inexactas habían sido armas electorales por excelencia en las luchas políticas, pero que una cosa era la inexactitud y otra «la manufactura de historias mentirosas y malévolas tendientes a morder la reputación de los hombres», en las cuales los *vasquiztas*, según este medio, batían records³⁶. Este fue el caso de Bonifacio Vélez, ministro de instrucción pública del gobierno de Abadía Méndez, quien se había involucrado, según acusaciones, de una forma muy cercana en la campaña:

[...] Decir que los amigos vasquiztas no son excesivamente escrupulosos es usar un eufemismo. Pero mas vale usar los términos suaves que aplicar a los señores del Centrovás palabras como mentirosos, embusteros, farsantes y falsarios. Sobre todo, cuando el novelista de las fantasías del Centrovás, es generalmente don Bonifacio Vélez.

Sí señor, como ustedes lo escuchan. Don Bonifacio, que para los simples mortales es un señor venerable y voluntarioso, resulta un hombre fecundo cuando ejerce sus funciones en el Centrovás. Fecundo, ágil y exagerado, para no decir otra cosa sobre el escritor más saporífero del partido vasquizta.

35 «Rodríguez Diago no dirigió circular secretas a los gobernadores aconsejándoles el fraude», *El Deber*, Bucaramanga, 4 de febrero de 1930, 4. «Se sigue agitando la bandera del fraude», *El Deber*, Bucaramanga, 1 de marzo de 1930, 1.

36 «Los vasquiztas baten el record», *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930, 3.

¿Resuelven los señores socialistas no ceder a los coqueteos del antiguo gerente del Pacífico y lanzar como candidato al camarada Castrillón? Pues don Bonifacio pone a todos los Centrovos una circular donde asegura el robusto patriarca, que la candidatura de Castrillón es obra de los valencistas.

¿Lanzan los liberales al doctor Olaya Herrera y esto no les hace gracia a los mariscales? Pues don Bonifacio salta a la palestra. Sin que le tiemble la gorda mano, el presidente del Centrovos, le dice a todos los vasquitas de la república: «la candidatura de Olaya es hija de los valencistas». (...)

Gracias al doctor Vélez se supo en todo Colombia que el doctor Valencia había puesto su renuncia en manos del doctor Ferrero. Desgraciadamente para el anciano discípulo de Julio Verne, el doctor Ferrero desmiente la noticia que tanto regocijo produjo durante unas horas al robusto Mussolini de la carrera 5ª.

Pero no contento con transmitir noticias absurdas, el patriarca de la carrera 60 busca transmisores y editores responsables. Ayer por la mañana, fue don Bonifacio a la oficina de un joven paisano suyo en el ministerio de correos y telégrafos y le pidió que transmitiera a Caldas la noticia sobre la renuncia de Valencia para que vinieran peticiones en favor de la concentración alrededor del general Vásquez Cobo³⁷.

Esta última intencionalidad noticiosa fue persistente en la campaña. Los diarios valencistas tuvieron que salir a desmentir la supuesta renuncia de Valencia que se anunciaba constantemente³⁸. El objetivo claro era desestabilizar y desconcertar al contrincante³⁹. Pero a pesar de las quejas, los valencistas también acudían a la misma táctica. Incluso cuando no se podía asegurar la noticia de la renuncia de Vásquez, esta se difundía como próxima e inminente con elementos poco creíbles: «Anoche se aseguraba que el primado llevaba en el bolsillo la renuncia del general Vásquez Cobo y que iba a encontrarse con Valencia para tratar las normas a seguir en vista de tal renuncia»⁴⁰. Incluso las noticias falsas sobre la

37 «Las novelas de don Bonifacio», *El Deber*, Bucaramanga, 21 de enero de 1930, 2.

38 «Ante la candidatura liberal el conservatismo se concentra en torno a Guillermo Valencia», *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930, 1. «Será engaño e impostura toda noticia sobre mi renuncia», *El Deber*, Bucaramanga, 1 de febrero de 1930, 1.

39 «Prevenidos contra los chismes», *El Deber*, Bucaramanga, 10 de enero 1930, 1.

40 «La renuncia de Vásquez Cobo en poder del arzobispo. Monseñor Perdomo llama a conferenciar al doctor Guillermo Valencia», *El Deber*, Bucaramanga, 17 de enero de 1930, 1. «La renuncia de Vásquez Cobo se hará pública de acuerdo con el resultado de la conferencia de El Ocaso», *El Deber*, Bucaramanga, 18 de enero de 1930, 1.

supuesta renuncia de Valencia lanzadas por los vasquistas eran usadas por los propios valencistas para generar miedo entre sus seguidores y congregarlos frente al peligro enemigo: se decía, por ejemplo, que el día de las elecciones los *vasquistas* irían de municipio en municipio anunciando la renuncia de Valencia e insistiendo en votar por Vásquez⁴¹; también aseguraban que el presidente Abadía Méndez iba a renunciar y en su lugar quien gobernaría sería afín a la candidatura de Vásquez⁴².

El uso del miedo estaba por tanto en el centro de las noticias falsas y en la campaña en general. Ante la inesperada situación en la que se encontraban los conservadores, desesperados porque las noticias de un acuerdo favorable no llegaban y con las elecciones cada día más cerca, los diarios intentaron sembrar pánico para generar presión y congregarse también al electorado conservador. No importaban las palabras conciliadoras de Olaya Herrera: había que presentar la derrota y el subsiguiente cambio de gobierno como un escenario apocalíptico para los conservadores⁴³.

Otro de los objetivos del contenido falso que circulaba en las noticias era desprestigiar al candidato opuesto. Los *vasquistas* intentaron hacerlo acusando a Guillermo Valencia de intentar colaborar con los liberales. Según *El Nuevo Tiempo* de Bogotá, Alberto Vélez Calvo, en nombre de Valencia, se había reunido con el general Pablo Emilio Bustamante, veterano de la Guerra de los Mil Días, para pactar un acuerdo sobre la base de una reforma del concordato⁴⁴. Y ¿qué mejor palabra para generar caos que esa? Pero los valencistas contrarrestaron. El 15 de enero publicaron una noticia sobre una supuesta reunión entre Alfonso López y el general Vásquez, en la cual este le había

41 «Asegurada la victoria en el Magdalena», *El Deber*, Bucaramanga, 31 de enero de 1930, 1.

42 «Ni el presidente de la república ni sus ministros abandonaran cargos», *El Deber*, Bucaramanga, 5 de febrero de 1930, 1.

43 Juliana Villabona Ardila, «El partido conservador en Santander durante el gobierno de concentración nacional de Enrique Olaya Herrera 1930-1934: Del cambio de gobierno al rompimiento de la concordia» (Tesis de maestría, Universidad Industrial de Santander, 2021), 43.

44 «Es absolutamente falso», *El Deber*, Bucaramanga, 16 de enero de 1930, 1.

solicitado apoyo al primero⁴⁵. En *El Deber* se le dio continuidad a este rumor al señalar en una columna de opinión del 29 de enero, titulada «Ayúdenme y confíen en mí, dijo Vásquez a los liberales», que Vásquez había ofrecido «cuanto le fuera posible» a López con tal de tener su apoyo⁴⁶. Estas ideas se alimentaban con rumores como el que acusaba a los liberales de Bucaramanga de hacer un pacto con los *vasquiztas* de la ciudad⁴⁷. El uso partidista de estos elementos religiosos era evidente cuando al final de estas noticias se hacía un llamado a rodear al «verdadero representante de las tradiciones conservadoras y católicas»⁴⁸.

Era claro el uso que hacían los políticos conservadores de este elemento. Para muchos solo era una estrategia política usada en las elecciones para generar miedo y movilizar al electorado. Malcolm Deas señala que la deferencia que muchos jóvenes conservadores tenían hacia la Iglesia era fingida, utilizada solamente cuando era conveniente y cuadraba con sus aspiraciones⁴⁹. Y en esta coyuntura electoral esa «deferencia fingida» se hizo evidente ante los «cambios de candidato»⁵⁰ del arzobispo primado. En cuestión de días, Valencia pasó de ser representado en la prensa *valencista* como un hombre que estaba

45 «La conferencia entre Alfonso López y el general Vásquez Cobo», *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930, 1.

46 «Ayúdenme y confíen en mí», *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930, 2.

47 «Desde las columnas de los diarios izquierdistas y desde las tribunas de las plazas públicas se lee y se oye homenaje más fervido para todo lo que se relacione con los intereses del Centrovos», *El Deber*, Bucaramanga, 3 de febrero de 1930, 1.

48 «La unión se impone, pero en torno del candidato legítimo Guillermo Valencia», *El Deber*, Bucaramanga, 17 de enero de 1930, 1.

49 Malcolm Deas, «Las claves del periodo», en *Colombia: Mirando hacia adentro*, dir. Eduardo Posada Carbó (Madrid: Fundación Mapfre, Penguin Random House, 2015), 131.

50 Carlos Uribe Celis señala que estos cambios en las preferencias no fueron culpa del arzobispo si no de las presiones que recibió de los diferentes grupos. Inicialmente, Perdomo no se había querido inmiscuir en la campaña y por ello no se había inclinado por ningún candidato; sin embargo y ante la presión, realizó una consulta interna entre la jerarquía, y ante este resultado proclamó finalmente el apoyo a Vásquez. Pero los valencistas, por medio del Vaticano, presionaron para que el arzobispo cambiara de parecer y se inclinara hacia el candidato elegido por la mayoría del Congreso. Ante el caos generado y por nuevas presiones de los grupos que apoyaban al general, Perdomo cambió una vez más, a último momento, el apoyo. Esta versión concuerda con el hilo conductor de este artículo, el cual muestra las presiones por medio de telegramas al arzobispo. Carlos Uribe Celis, prólogo a «*A la lucha he venido: La campaña electoral de 1930 en Colombia*», de Julián David Romero Torres (Bogotá: Universidad del Rosario, 2018), xix-xxi, doi: <https://doi.org/10.2307/j.ctvdmwrxp.3>.

por encima de los intereses partidistas⁵¹, a ser el defensor de las doctrinas católicas⁵². El uso de este último elemento fue reiterado para generar miedo mientras duró el apoyo del arzobispo a favor de Valencia. Pero los rumores de que Perdomo había publicado una nueva pastoral retirándole el apoyo a Valencia empezaron a llegar y aunque los conservadores de *El Deber* se apresuraron a desmentirlos tachándolos de nueva farsa vasquizta⁵³, pronto fue imposible negar esta noticia. Quedaban apenas dos días para las elecciones y no hubo tiempo para nuevas estrategias de campaña, solo quejas en contra de los «curas politiqueros»⁵⁴.

Sin embargo, a lo largo de toda la campaña desde *El Deber* se había dedicado considerable tiempo a intentar dañar la imagen de Vásquez, prestándole más atención que al mismo Valencia. El objetivo era dañar, deformar y destruir la imagen del opositor por medio de las publicaciones. Los ataques eran estrictamente personales, relacionando la imagen de Vásquez con la dictadura de Primo de Rivera en España, con el fascismo italiano, con el gobierno de Rafael Reyes y con el pasado guerrillero del general⁵⁵.

Con estos elementos el panorama político fue pintado con elementos dramáticos y exagerados. Constantemente se hizo uso de frases como: «la república está en peligro», «ha llegado la prueba suprema y definitiva», «la atmosfera parece flotar el anuncio de grandes conflagraciones»⁵⁶ o «estamos jugando la

51 «Presentamos ante la nación como candidato, un colombiano capaz de salvarla, por encima de todo prejuicio partidista. El nombre esclarecido de Guillermo Valencia es símbolo de avance, de orden y de justicia; encarna en sí la garantía absoluta de las libertades constitucionales y de la restauración sustantiva de todos los métodos administrativos que estén viciados. No es una figura de partido, es un personaje cuya gloria ha traspasado los confines del país. «La situación electoral ha quedado definida», *El Deber*, Bucaramanga, 24 de enero de 1930, 2.

52 «[...]ha logrado unificarse al pie de la bandera eternamente vencedora en cuyos pliegues que hoy se agitan con estremecimiento de gloria, de pujanza y de victoria, están inscritas las dos palabras, síntesis, de nuestro programa: Patria y Religión». «Imperturbablemente serenos», *El Deber*, Bucaramanga, 28 de enero de 1930, 2.

53 «Nueva farsa vasquizta», *El Deber*, Bucaramanga, 31 de enero de 1930, 1.

54 «La hora política...», 2.

55 «En España acabo la dictadura. Primo de Rivera presenta al rey su renuncia», *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930, 1.

56 «La candidatura liberal es fruto de la disidencia vasquizta», *El Deber*, Bucaramanga, 8 de enero 1930, 1.

suerte definitiva de nuestra nacionalidad»⁵⁷. Había que alertar y movilizar a los copartidarios buscando nombres que pudieran hacer daño y para ello se movilizó el miedo del pasado, de las guerras civiles, de la dictadura de Reyes. Este era, como se ha señalado, parte del objetivo del contenido inventado y las noticias falsas: generar miedo. Esta sería la estrategia de campaña por excelencia y no solamente de los conservadores valencistas pues, como lo señala Patrick Boucheron y Corey Robin, no puede haber política que no sea del miedo⁵⁸. Estos autores, a través de sus trabajos individuales y colectivos, insisten en el hecho de que en ningún caso el miedo es espontáneo e irracional: es político. Pero no solo esto. Ambos muestran como el miedo es creado: es imposible que una sociedad por igual tenga el mismo miedo o reaccione de la misma forma ante una supuesta amenaza.

La palabra con la que más relacionaban al general en las publicaciones era la de dictadura; 65 menciones se hicieron en *El Deber* entre el 4 de enero de 1930 y el día de las elecciones, en las que se unía el nombre del general con esta palabra. De Valencia, en cambio, se hablaba poco. Era claro que la base de la campaña era desprestigiar al otro, creando un enemigo ante el que los electores pudiesen reaccionar. Esta era y sería su forma de hacer campaña y política. No había programas, ni ideas, era miedo el que se vendía en los periódicos.

Este tipo de tácticas alteraron los resultados de las elecciones en todas las direcciones. Por un lado, permitieron a los liberales presentar a Olaya como el salvador que necesitaba el país en tiempos de crisis; influyeron en la decisión dubitativa del arzobispo primado, y, sobre todo, impidieron que alguno de los dos candidatos conservadores renunciara y se unificara el partido en una sola candidatura. Esto último lo reconoció el mismo Guillermo Valencia en uno de los pocos manifiestos oficiales publicados en *El Deber* a días de las elecciones. Allí señaló que una vez le comunicaron la noticia de la candidatura liberal puso su renuncia a disposición de los congresistas y

⁵⁷ «Solemne expectativa», *El Deber*, Bucaramanga, 16 de enero de 1930, 2.

⁵⁸ Patrick Boucheron y Corey Robin, *El miedo: Historia y usos políticos de una emoción* (Buenos Aires: Capital Intelectual, 2018), 12.

directorios que le habían proclamado, pero que estos, temerosos de que dudara, le hicieron llegar un sinnúmero de telegramas de varios departamentos garantizándole el triunfo⁵⁹. Eran esos mismos telegramas dudosos publicados a diario en los periódicos que se enmarcaban en grandes titulares asegurando la unión y la victoria. Por ello, por más desgastada que se encontraba la llamada hegemonía conservadora, los resultados hubiesen podido dar como ganador a un candidato conservador de no ser por el uso, publicación y difusión de noticias falsas.

4. Conclusiones

El uso de noticias falsas fue central en el debate a la presidencia de la república en Colombia en 1930. Pero no solo la prensa la difundía las noticias falsas, era todo un entorno político en el que el medio por excelencia para supuestamente comunicar lo que sucedía era el telegrama entre localidades ubicadas a muy largas distancias. En estas condiciones cualquier información podía asumirse como verdad. O al menos parecerlo. Se puede especular sobre si las noticias eran malintencionadas o no, pero lo cierto es que la política estaba basada en lo que se informaba entre localidades ubicadas a grandes distancias, con noticias que se publicaban con un día o dos de retraso y en las que el rumor era, por tanto, central. Lo habitual era encontrar en los diarios que replicaban las noticias de la capital: en Bogotá «se decía tal cosa» o en Bogotá «se reunieron tales personas». Era, como hoy, el chisme a escala industrial⁶⁰. Los políticos y la prensa misma se aprovechaban de esta situación que se convirtió en algo normal. En *El Deber* se acusaba a la prensa y los sectores vasquiztas de difundir noticias falsas, pero lo mismo se podía decir de ellos.

Las noticias falsas y los rumores presentados como verdades fueron sustento importante, en ese momento, de la política. En *El Deber* se calificaba como farsa de la práctica de los sectores

59 «Manifiesto de Guillermo Valencia a los conservadores del país», *El Deber*, Bucaramanga, 31 de enero de 1930, 2.

60 Julio César Londoño, «El chisme y la columna», *El Espectador*, Bogotá, 25 de diciembre de 2015, acceso el 19 de junio de 2021, <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/julio-cesar-londono/el-chisme-y-la-columna-column-607691/>.

vasquitzas de enviar telegramas a todas partes, garantizado el triunfo de Vásquez, pero en el mismo periódico aparecían diariamente telegramas de diferentes municipios y ciudades asegurando el triunfo de Valencia. Junto a los telegramas se enmarcaron noticias falsas en grandes titulares que pintaba un panorama inexistente: «Unión conservadora esta prácticamente acordada. Se invita al Gral. Vásquez Cobo a renunciar en favor del Dr. Valencia»⁶¹. Esto se hizo reiteradamente anunciando la renuncia del candidato contrario: «La renuncia de Vásquez Cobo en poder del arzobispo. Monseñor Perdomo llama a conferenciar al doctor Guillermo Valencia»⁶². Al final de la campaña electoral también se difundió en grandes titulares el apoyo irrestricto de la Iglesia, lo cual no era del todo cierto⁶³.

La clasificación de noticias falsas que se realizó con base en las categorías de Claire Wardle, buscó darle orden a la gran cantidad de estas que se publicaron en esos dos cortos meses antes de la elección presidencial de 1930 en Colombia, pero también tiene la intención de mostrar cómo este ambiente de campaña descrito y estas estrategias usadas no están lejos de los escenarios actuales, a pesar de los cambios de formato y de la velocidad de transmisión de la información.

En la campaña presidencial de 1930 en Colombia, el telegrama fue lo bastante rápido y revolucionario para transmitir información a diferencia de como se hacía con anterioridad. Además, esta fue la época de la «fiebre periodística» por el gran número de publicaciones periódicas que aparecieron en estos años y su masificación⁶⁴. Pero no necesariamente esta proliferación de publicaciones significó que los conflictos pasaran a dirimirse a través de las palabras, pues en aquellos momentos también es posible constatar la expansión del discurso del odio y de la alta polarización en los contenidos de los periódicos.

61 «Unión conservadora esta prácticamente acordada. Se invita al Gral. Vásquez Cobo a renunciar en favor del Dr. Valencia», *El Deber*, Bucaramanga, 16 de enero de 1930, 1.

62 «La unión se impone.» 1.

63 «Todas las arquidiócesis acogen la patriótica indicación del primado colombiano monseñor Perdomo», *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930, 1.

64 Isidro Vanegas Useche, *Todas son iguales: estudios sobre la democracia en Colombia* (Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2010), 223.

Sucedería luego algo similar con la radio y la televisión⁶⁵. Creer que las noticias falsas con exclusivas de nuestro tiempo es un tanto apresurado. Todos los medios de comunicación han tenido que lidiar a su manera, con la autenticidad y la falsedad de los contenidos, con los intereses políticos detrás de los medios, con los mensajes de odio y la desinformación y con un público predispuesto a este tipo de noticias.

La opinión pública, hoy y ayer, no está exenta de las dificultades para comunicar contenidos informativos. James Van Horn Melton señala que toda revolución de la información, como la aparición de las instituciones de la esfera pública de la Ilustración y como la que nos encontramos hoy, son ambiguas en sus consecuencias: impulsan la producción de conocimiento pero también la proliferación del error; aceleran la difusión de las ideas, pero también producen nuevas formas de controlarlas y manipularlas; forman comunidades, pero también las dividen; desafían las tradiciones, pero también contribuyen a consolidarlas; pueden ser un antídoto contra la opresión política, pero también pueden justificar el terror y la guerra; son un espacio de debate, pero también pueden promover el nacionalismo, la xenofobia, el odio y la exclusión⁶⁶.

En el caso aquí estudiado, ni liberales ni conservadores reconocieron nunca el uso de falsedades como parte de la campaña electoral en desarrollo. La única verdad era la que salía todas las mañanas en el diario de filiación partidista. Todo lo demás era falso. Esta idea ampliamente sostenida por periodistas y políticos contribuyó a crear grupos altamente excluyentes, encerrados en sí mismos, sin posibilidades de comprender al otro, alimentados de estas noticias con contenidos

65 Aunque las fuentes estudiadas no permitieron inferir una conexión entre la radio-recién inaugurada para esta época- y la prensa, Julián David Romero señala esta relación: «La radio se convirtió en un bastión político; fue inaugurada justo en plena agitación electoral y, como se rumoraba, servía a los intereses del vasquismo. Por ello, frente a las *bolas* (chismes) que rodaban ante la supuesta renuncia de Valencia a finales de enero, *El Debate* se refirió a la HJN como radio-embustes: «de manera enérgica solicitamos del ministro de correos y telégrafos la clausura inmediata de esa oficina de chismografía». Romero, *A la lucha...*, 188.

66 James Van Horn Melton, *La aparición del público durante la ilustración europea* (Valencia: Universitat de València, 2009), 335.

falsos, ataques personales, enemigos imaginados y escenarios terroríficos. Este escenario se seguiría repitiendo cuando estos mismos periodistas y políticos se vieron de cerca involucrados en los primeros sucesos de violencia a finales de 1930 y siguieron difundiendo un relato único, parcializado, sobre estos sucesos, con una única víctima (yo, nosotros) y un único victimario (él, ellos). ¿Qué tan peligroso pudieron ser estos contenidos falsos e inventados? ¿Cuánto daño se puede hacer con las palabras? En este caso, la confrontación personal, pasional y altamente politizada, creó y afirmó identidades imposibles de reconciliar en el papel y en la práctica electoral de un país signado en política por dos partidos.

Bibliografía

Fuentes primarias

Publicaciones periódicas

«Alrededor del telegrama apócrifo de Medellín». *El Deber*, Bucaramanga, 27 de febrero de 1930.

«Ante la candidatura liberal el conservatismo se concentra en torno a Guillermo Valencia». *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930.

«Asegurada la victoria en el Magdalena». *El Deber*, Bucaramanga, 31 de enero de 1930.

«Ayúdenme y confíen en mí». *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930.

«Cables-La unificación conservadora». *El Deber*, Bucaramanga, 10 de enero de 1930.

«Camacho Carreño no abandonará a Valencia». *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930.

«Desde las columnas de los diarios izquierdistas y desde las tribunas de las plazas públicas se lee y se oye homenaje más férvido

para todo lo que se relacione con los intereses del Centrovás». *El Deber*, Bucaramanga, 3 de febrero de 1930.

«En Bolívar el triunfo está asegurado». *El Deber*, Bucaramanga, 31 de enero de 1930.

«En España acabo la dictadura. Primo de Rivera presenta al rey su renuncia». *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930.

«Es absolutamente falso». *El Deber*, Bucaramanga, 16 de enero de 1930.

«El ministro de gobierno inicia juicio por calumnia, suplantación de firma a ministro y superchería, a los autores de un telegrama apócrifo». *El Deber*, Bucaramanga, 22 de febrero de 1930.

«El ministro de gobierno otorga poder al doctor Múnera para que se constituya, en su nombre, acusar particular contra el señor Jorge Uribe Misas». *El Deber*, Bucaramanga, 27 de febrero de 1930.

«Imperturbablemente serenos». *El Deber*, Bucaramanga, 28 de enero de 1930.

«La candidatura liberal es fruto de la disidencia vasquizta». *El Deber*, Bucaramanga, 8 de enero 1930.

«La conferencia entre Alfonso López y el general Vásquez Cobo». *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930.

«La hora política-La farsa victoriosa». *El Deber*, Bucaramanga, 7 de febrero de 1930.

«La renuncia de Vásquez Cobo en poder del arzobispo. Monseñor Perdomo llama a conferenciar al doctor Guillermo Valencia». *El Deber*, Bucaramanga, 17 de enero de 1930.

«La renuncia de Vásquez Cobo se hará pública de acuerdo con el resultado de la conferencia de El Ocaso». *El Deber*, Bucaramanga, 18 de enero de 1930.

«La situación electoral ha quedado definida». *El Deber*, Bucaramanga, 24 de enero de 1930.

- «La unión conservadora». *El Deber*, Bucaramanga, 18 de enero de 1930.
- «La unión se impone, pero en torno del candidato legítimo Guillermo Valencia». *El Deber*, Bucaramanga, 17 de enero de 1930.
- «La voz de la Iglesia condena la disidencia». *El Deber*, Bucaramanga, 18 de enero de 1930.
- «Las novelas de don Bonifacio». *El Deber*, Bucaramanga, 21 de enero de 1930.
- «Los vasquiztas baten el récord». *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930.
- «Los vasquiztas piden la destitución de los ministros de Guerra y Gobierno». *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930.
- «Manifiesto de Guillermo Valencia a los conservadores del país». *El Deber*, Bucaramanga, 31 de enero de 1930.
- «Ni el presidente de la república ni sus ministros abandonarán cargos». *El Deber*, Bucaramanga, 5 de febrero de 1930.
- «No es cierta la adhesión del Doctor Pedro María Carreño a la candidatura de Olaya Herrera». *El Deber*, Bucaramanga, 20 de enero de 1930.
- «Nueva farsa vasquizta». *El Deber*, Bucaramanga, 31 de enero de 1930.
- «Nuevo fracaso de las negociaciones en busca de un tercero». *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930.
- «Política vasquizta». *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930.
- «Prevenidos contra los chismes». *El Deber*, Bucaramanga, 10 de enero 1930.
- «Respeto a la autoridad». *El Deber*, Bucaramanga, 6 de febrero de 1930.

«Rodríguez Diago no dirigió circular secretas a los gobernadores aconsejándoles el fraude». *El Deber*, Bucaramanga, 4 de febrero de 1930.

Rodríguez, José Joaquín. «Los Centrovras». *El Deber*, Bucaramanga, 15 de enero de 1930.

«Se sigue agitando la bandera del fraude». *El Deber*, Bucaramanga, 1 de marzo de 1930.

«Será engaño e impostura toda noticia sobre mi renuncia». *El Deber*, Bucaramanga, 1 de febrero de 1930.

«Solemne expectativa». *El Deber*, Bucaramanga, 16 de enero de 1930.

«Todas las arquidiócesis acogen la patriótica indicación del primado colombiano monseñor Perdomo». *El Deber*, Bucaramanga, 29 de enero de 1930.

«Unión conservadora está prácticamente acordada. Se invita al Gral. Vásquez Cobo a renunciar en favor del Dr. Valencia». *El Deber*, Bucaramanga, 16 de enero de 1930.

«Valencia al triunfo - El episcopado en torno a Valencia». *El Deber*, Bucaramanga, 4 de enero de 1930.

Documentos impresos y manuscritos

Rugeles, Bartolomé. *Diarios de un comerciante bumangués 1899-1938*. Bucaramanga: Universidad Autónoma Bucaramanga, 2005.

Fuentes secundarias

Acevedo Carmona, Darío. *Ciudadanía, pueblo y plaza pública: campañas presidenciales en Colombia 1910-1949*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, 2017.

Acevedo Tarazona, Álvaro, y Jhon Jaime Correa Ramírez. «Empresa, civilización y política: representaciones sobre el oficio periodístico en *El Diario* de Pereira y *Vanguardia Liberal* de Bucaramanga durante la República Liberal». *Historelo* 5,

n° 9 (2013): 206-243. Doi: <https://doi.org/10.15446/historelo.v5n9.36607>.

Amorós García, Marc. *Fake news: La verdad de las noticias falsas*. Barcelona: Plataforma Editorial, 2018.

Ayala, César. *El porvenir del pasado: Gilberto Alzate Avendaño, sensibilidad leoparda y democracia*. Bogotá: Fundación Gilberto Alzate Avendaño, 2007.

Boucheron, Patrick, y Corey Robin. *El miedo: Historia y usos políticos de una emoción*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2016.

Darnton, Robert. *El diablo en el agua bendita o el arte de la calumnia de Luis XIV a Napoleón*. México: FCE, 2014.

Deas, Malcolm. «Las claves del periodo». En *Colombia: Mirando hacia adentro*, dirigido por Eduardo Posada Carbó, 17-25. Madrid: Fundación Mapfre, Penguin Random House, 2015.

Fernández-García, Nuria. «Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática». *Nueva Sociedad*, n°269 (2017): 67-77. Acceso el 19 de junio de 2021. <https://www.nuso.org/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica/>

Horgan, Terrence Burns. «The Liberals come to power in Colombia, por debajo de la ruana: a study of the Enrique Olaya Herrera administration, 1930-1934». Tesis de doctorado, Vanderbilt University, 1983.

Masqués, Néstor F. *Fake news de la antigua Roma: engaños, propaganda y mentiras de hace 2000 años*. Barcelona: Espasa, 2019.

Melton, James Van Horn. *La aparición del público durante la ilustración europea*. Valencia: Universitat de València, 2009.

Jiménez Jiménez, Sonia. «El Bateo y la administración Olaya Herrera (1930-1934): De salvador de Colombia a un gobierno híbrido y timorato». *Historelo* 4, n° 7 (2012): 240-270. Doi: <https://doi.org/10.15446/historelo.v4n7.27731>.

- Londoño, Julio César. «El chisme y la columna». *El Espectador*, Bogotá, 25 de diciembre de 2015. Acceso el 19 de junio de 2021. <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/julio-cesar-londono/el-chisme-y-la-columna-column-607691/>.
- Romero Torres, Julián David. «A la lucha he venido»: *La campaña electoral de 1930 en Colombia*. Bogotá: Universidad del Rosario, 2018. Doi: <https://doi.org/10.2307/j.ctvdmwxxrp>.
- Uribe Celis, Carlos. Prólogo «A la lucha he venido»: *La campaña electoral de 1930 en Colombia*, de Julián David Romero Torres, xv-xxiii. Bogotá: Universidad del Rosario, 2018. Doi: <https://doi.org/10.2307/j.ctvdmwxxrp.3>.
- Vanegas Useche, Isidro. *Todas son iguales: estudios sobre la democracia en Colombia*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2010.
- Villabona Ardila, Juliana. «El partido conservador en Santander durante el gobierno de concentración nacional de Enrique Olaya Herrera, 1930-1934: Del cambio de gobierno al rompimiento de la concordia». Tesis de maestría, Universidad Industrial de Santander, 2021.
- Wardle, Claire. «5 Lessons for Reporting in an Age of Disinformation». *First Draft* (2018). Acceso el 19 de junio de 2021. <https://medium.com/1st-draft/5-lessons-for-reporting-in-an-age-of-disinformation-9d98f0441722>.

Citar este artículo

Acevedo Tarazona, Álvaro, Melissa Quiroz Prada, y Juliana Villabona Ardila. «Periodismo, política y falsedad en las noticias durante. Campaña electoral presidencial de 1930 en Colombia». *Historia Y MEMORIA*, n° 25 (2022): 243-273. Doi: <https://doi.org/10.19053/20275137.n25.2022.13018>.