

# **Ironía y cultura**

Análisis de los procesos de valoración cultural en la década de 1990 a partir de la interpretación de las expresiones de humor político.

Mauricio Hoyos Rueda

**Directora**

Monika Therrien Johannesson

Pontificia Universidad Javeriana  
Facultad de Arquitectura y Diseño  
Maestría en Patrimonio Cultural y Territorio  
Bogotá, Segundo semestre de 2014

*Això era i no era...*

## Tabla de contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Ironía, historia y patrimonio .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 “Los ironistas” y la década de los noventa .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Metodología.....</b>	<b>17</b>
1.3.1 El recorrido académico.....	18
1.3.2 La codificación de expresiones irónicas.....	20
<b>2. El recurso del valor cultural .....</b>	<b>27</b>
2.1 La lectura de la ironía: límites y virtudes.....	27
2.2 La retórica de los héroes .....	34
2.3 El poder adquisitivo de la cultura.....	41
2.4 La mujer y la belleza .....	49
<b>3. El valor cultural de la doble moral y la vanidad .....</b>	<b>61</b>
3.1 La ironía de sí mismo.....	61
3.2 “La idiosincrasia colombiana” o el catálogo de vanidades.....	66
3.3 Chibchombia.....	72
3.4 El elogio de sí mismo para otros .....	76
3.5 Los estereotipos: una vieja forma de ver un nuevo lenguaje.....	80
<b>4. Conclusiones .....</b>	<b>87</b>
4.1. La contingencia de las fuentes irónicas.....	87
4.2 Virtudes y límites de la interpretación de las expresiones irónicas .....	93
4.3 Los Puros Criollos o la lectura irónica de la cultura presente.....	96
<b>5. Bibliografía .....</b>	<b>100</b>
5.1 Libros y artículos citados .....	100
5.2 Prensa citada.....	104
5.3 Videos referenciados .....	105
5.4 Fuentes primarias citadas .....	105

## Introducción

### 1.1 Ironía, historia y patrimonio

Debo al encuentro fortuito de un capricho y una tarea inconclusa la razón de ser de esta investigación. De pequeño, cuando veía a escondidas de mi familia películas de Mel Brooks o Jim Abrahams que mi hermano había alquilado, o cuando veía acompañado de mi papá a Jaime Garzón actuando en *Zoociedad*, a pesar de no entender la mitad de lo que sucedía en pantalla, encontré cierto encanto en la sátira. Un gusto que se traduciría más tarde, cuando cursaba mis estudios en Historia, en un bulto de preguntas acerca de ese común pero extraño fenómeno que es el humor. Por ello, cada vez que podía intentaba hacer trabajos en clase acerca de Jon Stewart, las caricaturas de principios del siglo, las pinturas de Débora Arango. En fin, en pocas palabras esta fijación se convertiría poco a poco en un capricho.

Más tarde me encontraba realizando mi tesis de pregrado en Historia, un análisis historiográfico de tropos<sup>1</sup> en el texto de Cordovez Moure, *Reminiscencias de Santafé y Bogotá*, e inadvertidamente el tropo de la ironía condicionaría el mismo desarrollo de la investigación, había algo en el uso de estas figuras literarias, a diferencia de los otros tres tropos (metáfora, sinécdoque y metonimia) que no lograba atajar concretamente, pero que de una u otra forma era evidente que en el trabajo de escritura histórica eran importantes. Al menos lo eran para este costumbrista bogotano, que por medio de las frases irónicas dejó una huella importante acerca de los temas que más le preocupaban de su realidad y cotidianidad, es decir, él sólo utilizaba la ironía para referirse a ciertos temas puntuales: el amor, el pasado y la guerra, una preocupación que también compartían congéneres y pensadores de la época.

---

<sup>1</sup> “Para los retóricos, los gramáticos y los teóricos del lenguaje, los tropos son desviaciones del uso literal, convencional o ‘propio’ del lenguaje, desvíos de la locución que no están sancionados ni por la costumbre ni por la lógica [...] es siempre no sólo una desviación desde un significado posible, propio, sino también una desviación hacia otro significado, concepción o ideal de lo que es correcto, propio y verdadero ‘en realidad’” (White, 2003, pg 65).

Como veremos en el desarrollo del texto, a pesar de que la definición de ironía poco ha cambiado desde que Vico<sup>2</sup> escribió su *Ciencia Nueva*, pasando por Kenneth Burke<sup>3</sup> hasta el día de hoy<sup>4</sup>, atajar conceptualmente la ironía no es nada fácil, especialmente porque esta misma forma de comprender qué es una ironía depende de los escenarios sociales y culturales en los que se utiliza. En términos vagos, podemos definir la ironía como una contradicción o un absurdo que se elabora deliberadamente a nivel literal de una enunciación (sea oral, visual, textual), para producir, a nivel figurativo o interpretativo, otra idea.

Este texto inicialmente encontró su origen en tratar de darle sentido o continuidad a los interrogantes que había dejado atrás con respecto a la ironía y el humor como temas susceptibles de ser trabajados de alguna manera como problemas culturales e históricos. Desde la experiencia al leer a Cordovez Moure, es que ciertas cuestiones que emergían de una lectura de enunciaciones irónicas del texto, eran problemas que no atañían solamente a acontecimientos políticos o a complejas discusiones acerca de la naturaleza humana, en el texto, estas frases, párrafos o fragmentos de carácter irónico también comprometían o se encontraban relacionados con un mundo de símbolos, creencias y cotidianidad que usualmente eran obviados en investigaciones historiográficas, pero no por ello dejan de ser importantes.

El proyecto de trabajo de grado, requisito para optar por el título en la maestría, y el campo del *patrimonio cultural* parecían ser un buen escenario para continuar con la tarea inconclusa, porque a pesar de que suele disociarse éste último de asuntos historiográficos

---

<sup>2</sup> Por ejemplo Giambattista Vico, en su obra *Ciencia Nueva* (1742), partió de la tradicional clasificación de los tropos (metáfora, metonimia, sinécdoque e ironía) como base para diferenciar las etapas de la conciencia por las que ha pasado la humanidad desde el primitivismo hasta la civilización, encontrando en la ironía una epítome del progreso humano (White, 2005, pg 42)

<sup>3</sup> Burke argumentaba que la ironía era una figura dialéctica del lenguaje por su capacidad de plegarse negativamente sobre este mismo en función de generar una proposición positiva. (Burke, 1945, pg 33)

<sup>4</sup> El trabajo del historiador norteamericano Hayden White, titulado *Metahistoria*, publicado en 1973, es uno de los textos historiográficos contemporáneos más relevantes en cuanto a la posibilidad de utilizar las expresiones tropológicas como fuentes para estudiar la historia: “Son especialmente (los tropos) útiles para comprender las operaciones por las cuales los contenidos de experiencia que se resisten a la descripción en prosa clara y racional pueden ser captados en forma prefigurativa y preparados para la aprehensión consciente” (White, 2005, pg 43)

(en especial aquellos relacionados con preguntas metodológicas), aquello que entendemos por *patrimonio* puede ofrecer al lector de la historia un buen terreno de estudio. En otras palabras, como lo advierte Richard Handler, es cierto que la acepción general que se posee del *patrimonio cultural* (a veces vinculado por los académicos anglosajones con el concepto de “tradicición”) es la de “un cuerpo de prácticas y creencias que se heredan en el tiempo” (Handler, 1984, pg 273), pero esta definición tiende a ser una noción incompleta. Antes de tratarse de un proceso inherente o *esencial* de cualquier grupo humano, el patrimonio es una faceta de la vida social, que antes de ser natural, es una continua construcción simbólica (Handler, 1984, pg 276), es una lectura del pasado y el presente (consciente o inconsciente) donde cada grupo social, por diferentes razones, descarta y conserva ciertos elementos (ya sean prácticas, símbolos, imágenes, creencias) de su realidad. Sin embargo, el *patrimonio cultural* como campo de estudio posee ciertas virtudes que son a veces olvidadas por las disciplinas sociales.

La historia, como cuerpo disciplinario, no ha sido un testigo pasivo en estos procesos sociales, como lo argumenta Lorena Manzini; en un inicio, los arquitectos preocupados por la conservación de ciertos bienes inmuebles requirieron de la historia “como fundamento y a la vez como instrumento en la preservación del patrimonio [...] el análisis histórico del patrimonio permite comprender la información que brindan los bienes patrimoniales como el marco histórico contextual del que surgieron. A su vez, como sostiene Cirvini y Berjman, la historia es considerada como instrumento porque la investigación histórica otorga validez científica en el campo de lo cultural a la preservación del patrimonio.” (Manzini, 2011, pg 29).

Más recientemente, cuando el patrimonio dejó de ser una joya exclusiva de los arquitectos, cuando se amplió su alcance más allá de bienes inmuebles, se requirió de la ayuda de otras disciplinas como la antropología. Sin embargo, este *cuerpo* o conjunto de teorías, metodologías y conocimiento al cual se suele apelar, se utiliza frecuentemente sin discriminación. En otras palabras, se recurre por ejemplo a la disciplina histórica sin preguntarse acerca de la pertinencia de ciertas formas de *hacer historia*, cuando el proceso simbólico del cual nos habla Handler es en sí ya bastante complejo y requiere de

espacios de reflexión en cuanto a las técnicas y herramientas auxiliares que se utilizaran para evaluar y estudiar la importancia de objetos patrimoniales.

Por ejemplo Michel De Certeau advertía que *hacer historia* era una operación que requería de un *lugar social*, de *prácticas científicas* y de una *escritura*. Argumentaba también que el conocimiento histórico “pone en evidencia no un sentido, sino las excepciones que aparecen al aplicar modelos económicos, demográficos o sociológicos a diversas regiones de la documentación [...] Se ha especializado en la fabricación de diferencias significativas que permiten imponer un rigor más grande en las programaciones y explotadas más sistemáticamente” (de Certeau, 1993, pg 99 ) Por esta razón se suele hablar de *formas de hacer historia*, porque antes de tratarse de un terreno que acumula verdades y premisas, la historia es un lugar disciplinario que admite que una sociedad se piense (o piense su pasado y presente) de diferentes maneras de acuerdo a los instrumentos propios de su época. En el campo del patrimonio, se suele incurrir en el error que este autor también denunciaba: reconocer el pasado como un dato (o la suma de datos) y no como un producto<sup>5</sup>.

También se debe tener en cuenta que “el patrimonio es una *invención* porque es una reconstrucción necesaria que se hace en el presente. Un proceso implícito, en el cual sus participantes no tienen una clara consciencia o comprensión que ciertas acciones, que se consideran como ‘herencia’ son realmente una invención [...] En suma, el patrimonio, antes de tratarse de una preservación o conservación, es una creación que emerge de necesidades conceptuales del presente” (Handler, 1984, pg 279). Esta invención, implícita o explícita, de la cual habla Handler requiere de un proceso en el cual se **legitiman, se captan y se utilizan** objetos de la realidad circundante de las personas por medio de una **valoración cultural colectiva** de estos.

---

<sup>5</sup> Por ejemplo, en la revista Apuntes, de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Javeriana o la revista Estudios del Patrimonio Cultural, del centro SERCAM son ejemplos de espacios que fomentan el debate y la reflexión metodológica relacionada al patrimonio cultural. Ver <http://revistas.javeriana.edu.co/sitio/apuntes/index.php> y <http://www.sercam.es/patrimoniocultural.asp?tipo=listado>

La *valoración cultural* entonces suele asociarse a una ponderación formal y consciente, ya bien sea por una iniciativa académica o gubernamental, que se hace de ciertos objetos o fenómenos (*bienes*) con el fin de justificar la importancia cultural de éstos para una sociedad (Manzini, 2011). Sin embargo una *valoración cultural* también puede comprenderse como la manera como todo grupo humano (de manera consciente o inconsciente) suele dotar constantemente de sentido y significado simbólico a una multiplicidad de elementos circundantes a su realidad, ya bien sea por medio de consensos, prejuicios naturalizados, valores impuestos, abandono de bienes, pobreza, desastres naturales, entre muchas otras posibilidades. Por esta razón aquello que entendemos por patrimonio no sólo se reduce a la *poética nacional* de banderas, himnos, monumentos, lugares emblemáticos, héroes y días patrios; asuntos como la camiseta de fútbol, un escritor o el lenguaje cotidiano son también igual de importantes acorde con la realidad social de los grupos.

Entonces, el primer paso, al iniciar la investigación, era comprender, darle sentido y coherencia a esos interrogantes referentes a la ironía, porque hasta ese punto, a pesar de que el primer barrido de la literatura concerniente a ésta parecía confirmar que con tal tropo podría haber un acercamiento a las nociones sobre *tradición* y *patrimonio cultural*<sup>6</sup>, eran sólo eso, unos retazos y dudas sin mucho orden. Luego de tropiezos, desaciertos y varias semanas de trabajo con mi tutora, finalmente se hizo evidente que la cuestión entre la ironía, la historia y la cultura era un problema referido a las fuentes: cómo interrogarlas, cómo leerlas y qué analizar de éstas en su abordaje de elementos o fenómenos culturales valorados y utilizados por la sociedad.

La segunda pregunta que se debía resolver era elegir y limitar un espacio y tiempo de estudio en el que se pudiera aprovechar la ironía como huella de un pasado, con lo cual se

---

<sup>6</sup> Por ejemplo el antropólogo James Fernandez, con la colaboración de otros académicos ha editado tres textos recopilatorios en los cuales se discute el problema de los tropos en las culturas y en la antropología: *Persuasions and Performances: The Play of Tropes in Culture* (1986) *Beyond Metaphor the Theory of Tropes in Anthropology* (1991) y *Irony in Action: Anthropology, Practice, and the Moral Imagination* (2001)



optó por las expresiones<sup>7</sup> de humor emergentes en los medios de comunicación en la década de los noventa como un escenario propio del fenómeno de la opinión pública<sup>8</sup> colombiana. En otras palabras, el problema del trabajo se consolidó con la pregunta acerca de **la pertinencia de utilizar las expresiones irónicas como fuentes históricas para interpretar procesos de valoración cultural en la década de 1990**. En los escenarios mediáticos de difusión masiva, como la televisión y las revistas, productores, lectores y televidentes, vierten de valor simbólico a fenómenos, hechos o imágenes; como en el caso de los años noventa a la figura de Gabriel García Márquez, la imagen y la belleza de la mujer, la idiosincrasia colombiana entre muchos otros. Estos a su vez son utilizados de diversas formas con propósitos políticos, sociales o económicos. Estas fuentes irónicas<sup>9</sup> revelan no sólo la importancia o los valores que adquieren estos elementos, también son índice para prever cómo se están utilizando.

El patrimonio y la valoración cultural no sólo es una problema o pregunta que atañe a ciertos ejercicios académicos y actos oficiales de un gobierno. Una sociedad continuamente, en diferentes escenarios (en este caso la opinión pública y los espacios mediáticos) se encuentra vertiendo de valor e importancia a elementos de su contingencia social e histórica, y a su vez esta experiencia colectiva genera múltiples fenómenos que dan forma a una realidad cultural. Por eso existe una pertinencia y un lugar en el campo de estudio del patrimonio cultural para hacerse el tipo de preguntas que este trabajo desarrolla. Preguntarse acerca de las metodologías que nos ayudan a comprender y acercarnos más a este tipo de procesos que experimenta una sociedad nos permite, como académicos, ser más rigurosos y objetivos con el trabajo que exige el mismo campo.

---

<sup>7</sup> Entiendo como *expresión*, partiendo de los textos del antropólogo Victor Turner, una experiencia individual o colectiva, traducida o “cristalizada” en un medio para que pueda ser leída por otros (Turner, 1982, pg 17)

<sup>8</sup> En la investigación se parte de la noción o concepto de opinión pública elaborada por Norbet Elias, el cual argumentaba que la opinión pública se podía comprender como aquellas actitudes y creencias básicas de una sociedad que condicionan el sentido que se le otorga a la opinión política (ya bien sea individual o colectiva). (Elias, 2008, pg 230) Es decir, si ya bien este lugar de la sociedad dista de ser un conjunto homogéneo de ideas, suele configurar la opinión individual de las personas respecto a ciertos temas de la vida social (y viceversa).

<sup>9</sup> En este trabajo, se entenderá por *fente irónica*, todo tipo de huella del pasado que tenga características de ser una expresión irónica y a su vez es susceptible de ser estudiada en el presente.

El texto se encuentra dividido en dos capítulos y unas conclusiones finales. El primero de ellos titulado “El recurso del valor cultural” expone la forma como ciertas expresiones irónicas, que se produjeron en el ámbito mediático de los años noventa, revelan, a manera de índice, cómo ciertos elementos y objetos propios de la opinión pública, adquieren valor cultural y son utilizados para diferentes propósitos y estrategias por diferentes poderes de la sociedad. En particular el valor que adquiere 1) la imagen de Gabriel García Márquez, 2) las expectativas sociales y económicas que se proyectaban a principios de la década y 3) el papel de la belleza e imagen de la mujer en los escenarios mediáticos.

El segundo capítulo, “El valor cultural de la doble moral y la vanidad”, en cambio estudia las expresiones irónicas que se utilizaban para denunciar, ya no necesariamente poderes o actores de la opinión pública, sino comportamientos, fenómenos y axiomas socialmente aceptados dentro de la misma sociedad colombiana. Estas ironías, llamadas “ironía de sí mismo” (self-irony)(Taylor, 2011), son útiles para analizar la ambivalencia de ciertos comportamientos y creencias culturales, cuando estos son naturalizados por un grupo social. En este caso, se estudiará 1) cómo la sociedad colombiana entendía y caracterizaba la “idiosincrasia” para justificar actos o sucesos. 2) La valoración negativa por parte de la opinión pública o sociedad colombiana de elementos, experiencias sociales y objetos autóctonos del país. 3) el sentido de vergüenza o orgullo desmesurado que emergía en la opinión pública cuando se pretendía comparar la cultura colombiana con la de otros países y 4) el problema de los estereotipos.

## **1.2 “Los ironistas” y la década de los noventa**

El filósofo neopragmatista Richard Rorty, en su texto *Contingencia, ironía y solidaridad*, utilizaba la palabra *ironista* para referirse a un tipo especial de intelectual, que a su entender, era una persona que recogía ciertas características acerca de la manera como éste interpretaba la realidad social que lo rodeaba; la analizaba y se expresaba acerca de ella. Claro, las discusiones de Rorty no nos competen en esta investigación, especialmente porque el norteamericano se encontraba debatiendo la pertinencia de los léxicos y la Verdad humana, sin embargo traigo a colación el texto de este autor, porque a

manera de analogía nos ayuda a comprender ciertas características acerca del tipo de protagonista del pasado al que nos estamos enfrentando. Rorty escribe por ejemplo, que un ironista:

“es nominalista e historicista. Piensa que nada tiene una naturaleza intrínseca, una esencia real. [...] El ironista pasa su tiempo preocupado por la posibilidad de haber sido iniciado en la tribu errónea, de haber aprendido el juego de lenguaje equivocado. Le inquieta que el proceso de socialización que le convirtió en ser humano al darle un lenguaje pueda haberle dado el lenguaje equivocado y haberlo convertido con ello en la especie errónea de ser humano [...]La forma de argumentación preferida del ironista es dialéctica en el sentido de que considera que la unidad de persuasión es el léxico antes que la proposición Su método es la redescipción y no la inferencia (Rorty, 1991,pg 92)

En otras palabras, estas personas que llamaremos ironistas aparentemente comprenden la naturaleza y límites de la realidad cultural a la que pertenecen, también entienden lo suficientemente bien el lenguaje que se utiliza en el escenario de la opinión pública para plegarse sobre él y utilizarlo a su favor, usan las expresiones irónicas como herramientas para elaborar declaraciones subjetivas acerca de un mundo político, social, económico, pero sobre todo cultural. Interpretan todo este mar de creencias, símbolos, prácticas, lenguajes, imágenes que se están moviendo en la opinión pública, especialmente aquella emanada de los medios de comunicación, y lo utilizan para elaborar expresiones irónicas que serán expuestas (con las cuales buscan subvertir esa misma opinión pública) al público; porque hay que recordar que la ironía es una herramienta que depende exclusivamente de la capacidad que tiene una persona de poder insinuar otras versiones de una realidad con el apelar al consentimiento o comprensión de otra (televidente, lector, oyente).

¿Quiénes eran los ironistas de los que hablamos entonces? ¿Se analizarán todas las expresiones de humor político de la década?, no precisamente. El humor político en la historia de los últimos dos siglos de Colombia nunca ha sido ajeno al ámbito de la

opinión pública y mediática<sup>10</sup>, como lo evidencian las caricaturas que han acompañado a la prensa colombiana; es el caso de las caricaturas que José María Espinosa que aparecen desde principios del siglo XIX al igual que los dibujos de Ricardo Rendón, que luego da lugar al humor militante liberal de Adolfo Samper en la década de 1940 y las entregas de Osuna en la segunda mitad del siglo XX.

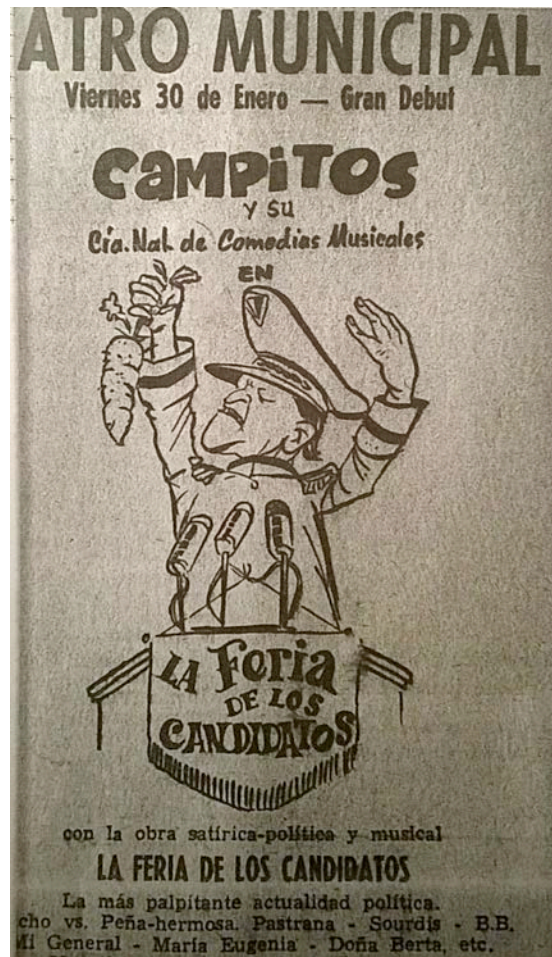


La caricatura elaborada por Adolfo Samper, alrededor de la década de 1940, se burlaba de las actitudes de los conservadores. Era usual en la caricatura de la época utilizar personajes recurrentes para burlarse de fenómenos o políticos, en este caso “Godofredo Cascarrabias” no sólo servía para criticar a los militantes del partido conservador (haciendo referencia a la época de la hegemonía y exagerando los principios morales que este partido decía defender), sino para criticar políticos como Laureano Gómez. (Fuente: Guerra, 2014, [en línea, <http://www.bibliotecanacional.gov.co/comic/adolfo-samper-y-sus-personajes>])

Pero no sólo existen las caricaturas, también en la prensa escrita hay ironistas; ejemplo de ello es el columnista KLIM (Lucas Caballero), en quien según Daniel Samper, “reconocemos al padre del moderno humor local que, ufanándose de manejar un buen castellano, desbordando los límites del regocijo semántico propone sátiras y caricaturas de mayor dinamismo y profundidad” (Samper citado en Hernández, 1993, pg 39). Otro caso que merece ser mencionado es *Campitos* (Carlos Emilio Campos) quien, a pesar de incursionar varias veces en el humor y la parodia escrita, es también recordado por las caracterizaciones y burlas que hacía de políticos en el teatro, en especial del entonces

<sup>10</sup> Autores como Beatriz González argumentan que el espíritu militante y político del humor en los medios colombianos encuentra sus raíces en múltiples vértices; tales como los pasquines que se entregaban en las plazas públicas a finales del siglo XVIII, las obras fray Jerónimo Benito Feijoo (El teatro crítico universal) y en periódicos criollos como La Bagatela (1811-1812). González, 2010, [En línea]

general Rojas Pinilla (objeto que lo obligó a exilarse de Colombia por un tiempo). Así mismo se debe mencionar que en el ámbito mediático colombiano, ciertos productos, que si ya bien no se pueden considerar como propios de un humor político, como *Sábados Felices*, *Yo y tu* de Alicia del Carpo, *Don Chinche* o inclusive humoristas como Montecristo, estos sí permitieron cierta masificación de las expresiones humorísticas en la cultura popular.



La publicidad anuncia la función de la obra de *Campitos* “La feria de los candidatos”, en esta se advierte la parodia que se hace del General Rojas Pinilla, entre otros. El comediante aprovechaba su parecido físico con el del gobernante para hacer su imitación satírica. La zanahoria hace referencia a la manera como la gente expresaba que Rojas Pinilla hacia política populista; prometía, con una zanahoria en el bolsillo, que bajaría los precios de los alimentos cuando nunca lo hacía. (Fuente: Rodríguez, 2010, pg 21)

Sólo será hasta la década de 1990 cuando el humor político, que había caracterizado a los casos mencionados de la caricatura, dará un salto a la pantalla de televisión; una década

que como coyuntura histórica podría caracterizarse como una complicada paradoja. Por una parte, estos años comenzaron con las expectativas de un nuevo orden social, porque a partir de los proyectos políticos de la década de los ochenta como la *Séptima Papeleta*, se dio lugar a la Nueva *Constitución Política de Colombia de 1991* y con ella el espectro de participación ciudadana (fundamentalmente en el ámbito jurídico) se ampliaba con el reconocimiento de la diversidad cultural como eje fundamental para el ejercicio de la democracia; esto quería decir, en principio y en el papel, que actores y grupos sociales a los cuales se les había negado su visibilidad como agentes activos en la política encontraban nuevos espacios para actuar.

Esta expectativa se traducía igualmente a esferas como la industria de la televisión al promulgarse un nuevo orden con los estatutos de la televisión (Ley 14 de 1991), los cuales generaron esperanzas de cambio entre los programadores de este medio, porque para algunos la competencia entre grandes y pequeñas productoras no sería desigual “como ahora en pocos casos, de tigre con burro amarrado” (Elenco, No 581, Enero 3, 1991 pg 13). Además, la nueva constitución resolvía varios debates e inquietudes surgidos en la década anterior, reorganizaba y dictaba el nuevo papel regulador del Estado como agente que debía propiciar el *pluralismo*, a través de un organismo autónomo (*Comisión Nacional de Televisión*) y no como un regulador de contenidos. A su vez, para principios de 1990 la televisión ya se había consolidado en Colombia como un objeto mediático y doméstico presente en la casa de una gran mayoría de colombianos (Herrán, 1991. Camargo, 2011)

No obstante, como lo expone Germán Izquierdo (2009), de manera paralela a este nuevo horizonte político los fenómenos como la violencia, la crisis económica, la concentración del poder y la corrupción de la clase política seguían existiendo como un orden establecido que se podía palpar; la violencia producto del narcotráfico y el conflicto interno que aumentaba, las crisis energéticas que incidían en la economía, y el caso de corrupción del proceso 8.000, eran ejemplos de los tantos que se podían sumar al repertorio:

¿Por qué es distinto? Porque estamos en el final del milenio. Por principio, todo lo que ocurra durante los años cercanos al cambio de siglo y con mayor razón de

milenio, es nuevo, es distinto, es postmoderno. Por eso es nuevo el nuevo país de Gaviria. Porque estamos en una era en la que todo, por decreto, es moderno, es progreso, es nuevo [...] El nuevo país de Gaviria no es tan nuevo. Cada 15 días recurre a López, cada 15 días declara que solo lo salva Turbay, cada 15 días cae en cuenta de que no ha podido salir de Pastrana, cada 15 días añora a los Lleras, a Guillermo León, a Laureano, a Ospina Pérez, al general Reyes, a Bolívar y Santander. Es un país que se cree nuevo porque su presidente oye The Wall, de Pink Floyd, pero en el fondo es el mismo país que bailaba la contradanza La Vencedora hace 170 años (Arias, 1991, pg 13)

Precisamente de esta manera caracterizaba Eduardo Arias, uno de nuestros ironistas, a la contingencia histórica de principios de la década de 1990, una época en la que varios ironistas encontraron en el espacio de la televisión y la prensa un lugar apropiado para establecer un diálogo dialéctico e irónico con los órdenes políticos, sociales y culturales. Eduardo Arias, graduado de biología, y su compañero Karl Troller incursionaron en el humor tempranamente en la década de 1980 con la publicación de la revista *Chapinero*, una iniciativa que no contaba más que con un tiraje de 2500 ejemplares: “La idea era rescatar las cosas urbanas y un poco el sentido de pertenencia hacia la ciudad. En los años 80, Bogotá era un lugar que nadie quería, todos sentían vergüenza de su ciudad” (El Tiempo, 20 de diciembre de 2007, [En línea])

Pero a principios de 1990, Arias y Troller serían llamados a participar en un nuevo programa de televisión producido por la programadora *Cinevision* llamado *Zoociedad*. Emitido entre los años 1990 y 1993, era básicamente un programa de sketch y segmentos de experimentación audiovisual que surgió a partir de una idea general de su productora, Paula Arenas, de elaborar un programa de humor que se burlara de las élites políticas mediante la manipulación de imágenes de la cotidianidad televisiva del país.

Arenas, además de contratar a Arias y Troller como guionistas, incorporaría también como guionista al escritor Rafael Chaparro, autor del celebre libro *Opio en las nubes* y director de la franja infantil *La brújula mágica*, un escritor que, según Arias, tenía tal habilidad narrativa y un olfato cultural que “logró hacerles creer a sus lectores que John Lennon si vivió en la carrera 10a de Bogotá [...] que Jim Morrison murió borracho en la tina de algún viejo apartamento del centro” y era “un cronista agudo, un periodista

incorruptible, un humorista ácido y tenaz como pocos” (Arias, revista Cambio, No, 98, 1995, pg 3)

Así mismo, contrataría como conductor del programa al actor y ex-alcalde local de Sumapaz Jaime Garzón, quien en ese momento, trabajando como asesor del Plan Nacional de Rehabilitación (PNR), había sido llamado al programa por su capacidad para imitar a políticos y personajes famosos de Colombia. A pesar de que los directivos de la programadora creían que *Zoociedad* fracasaría (Izquierdo, 2009, pg 59), los televidentes recibieron al programa con muy buenas críticas; “quiero expresar mi reconocimiento por la originalidad del programa, pues es el toque mágico que le faltaba a nuestra TV” (Elenco, No 614, agosto 22, 1991,pg 6) expresaba un lector a la revista Elenco, “El nuevo programa es realmente fabuloso, tiene un humor fino y de gran calidad (Elenco, No 588, febrero 21, 1991 pg 11), escribía otro televidente. Finalmente, *Cinevision* terminaría el programa a mediados de 1993.

Paralelamente a los trabajos realizados en televisión, Arias y Troller colaborarían, en los años de 1990, en la revista *Cambio 16* en una sección humorística y satírica de la revista llamada *Camabalache*, en la que se burlaban y parodiaban los acontecimientos políticos y sociales del momento. También escribieron y editaron libros que cumplían la función humorística de utilizar ciertos lugares de los medios a los cuales las personas se habían acostumbrado a observar o consumir (secciones de las revistas, lenguajes y léxicos, imágenes, escenarios, entre muchos otros), revertirlos y parodiarlos, como *Ciertamente*, libro que se burlaba de los años de la presidencia de Cesar Gaviria y la *Revista Semama*, una sátira paródica de la revista *Semana*.





Portada de la *Revista Semama*, en esta por ejemplo Arias y Troller se burlan de los candidatos a la presidencia Ernesto Samper y Andrés Pastrana, probablemente a quienes ante los ojos de los ironistas no representaban mucha diferencia entre uno y otro. Por ello los dos candidatos podían ser sumados en una sola imagen: *Andrestico Pastramper*, (Fuente: *Revista Semama*, 1993, portada)

En 1995, Jaime Garzón y Antonio Morales presentaron a Paula Arenas (quien ahora trabajaba en *RTI*) la idea de parodiar un noticiero. A este lo llamaron *QUAC*, y fue emitido entre los años de 1995 a 1997 con la conducción de Garzón y Diego León Hoyos, los guiones de Antonio Morales y Miguel Ángel Lozano y la dirección de Claudia Gómez. Bajo el formato de un parodia de noticiero y la incorporación de representaciones de políticos y otros personajes comúnmente considerados “apolíticos” (como porteros, cocineras, estudiantes, entre muchos otros) su intención principal era criticar las dinámicas y los personajes políticos de aquel entonces.

“Durante dos años y medio decenas de personajes ‘reales’ o emblemáticos desfilaron por *Quac*, hasta el punto de que para los televidentes colombianos sus interpretaciones eran no sólo más familiares, sino más certeras y cercanas a la realidad misma. Ningún sector del país se salvó de la sátira, pues desde un

principio se consideró que su éxito dependía del equilibrio proveniente de darles palo, democráticamente, a todos los protagonistas” (Morales, 2006, pg 12)

Por último, *El Siguiete Programa* fue una serie animada producida por *Cenpro*, entre los años de 1997 y 2002. La idea del seriado, planeada por Martín de Francisco y Santiago Moure, era proponer un espacio de crítica social y política con un lenguaje juvenil, una continuación de su anterior programa *La Tele*. Producido por Juana Uribe y con la colaboración de las empresas audiovisuales y de animación *Gaira y Conexión Creativa*, mostraba en todos los episodios aventuras en las cuales los dos comediantes (de Francisco y Moure) imitaban y criticaban tanto a personajes reconocidos, como costumbres, escenas recurrentes y símbolos, entre otros, de la cotidianidad colombiana. El seriado recibía diferentes críticas, tanto negativas (por el lenguaje utilizado) pero también positivas: “son unos genios [...] en fin es el mejor programa nacional que existe en la televisión. La verdad, poco importa lo escatológicos o grotescos que puedan llegar a ser, o lo cerdo que es Cerdo [otro personaje del programa]. Se nota que detrás de cada programa hay trabajo, cerebros quemados, corrientazos de ideas y toda esa carga que se necesita para generar algo realmente genial” (Elenco, No 997, 24 de diciembre de 1998, pg 2)

Esta serie de productos mediáticos, pueden ser comprendidos como las expresiones irónicas que estos ironistas utilizaban para elaborar comentarios sociales y políticos acerca de los procesos culturales que estaban sucediendo en el momento. Los programas, textos y artículos que se realizaban no eran inocentes opiniones acerca de acontecimientos y hechos políticos de la cotidianidad; precisamente porque la ironía es un ejercicio dialéctico que requiere una lectura más profunda y consciente de la realidad. Dicho en otras palabras, es probable que en el escenario de la opinión pública se diera por hecho (implícitamente) que ciertos elementos, tales como la imagen de la mujer colombiana, la idiosincrasia, el auge de un escritor, entre muchos otros, respondieran a un fenómeno ahistórico e inherente del acontecer natural y cultural de la sociedad colombiana. Sin embargo estos ironistas, conscientes de la *invención* o construcción social existente detrás de procesos como el *patrimonio* o la *valoración cultural*,

utilizaban este tipo de expresiones para revelar a la audiencia (o al menos intentar hacerlo) la contingencia social de estos mismos.

### 1.3 Metodología

Jan Bremmer y Herman Roodenburg advertían a sus lectores que “Desde Freud y Bergson hasta Mary Douglas, psicólogos, filósofos, sociólogos y antropólogos se han esforzado en encontrar una teoría universal del humor y la risa. El error común a todos estos intentos es la tácita presunción que existe algo llamado “ontología del humor”, que el humor y la risa son transculturales y ahistóricos” (Bremmer, Roodenburg, 1997, pg 3). Algo similar sucede con las expresiones irónicas, pues como se expuso anteriormente, la definición del concepto es ampliamente universal pero la manera como se usa y se práctica en cada cultura es profundamente diferente y particular. Así, la cuestión se centra en cómo estudiar algo que se escapa de ser aprehensible bajo métodos y criterios universales, más aún cuando al hablar de humor político y su relación con la cultura también estamos entrando en terrenos que tradicionalmente han sido puntos álgidos de discusión en los campos académicos y, especialmente, sensibles cuando involucran a los medios de comunicación.

Por ejemplo, como lo advertía Martin-Barbero (1980, pg 6), en las últimas décadas el problema de la comunicación se ha reducido en gran parte a una preocupación acerca de los medios, como si éstos se hubieran “convertido en un espejo donde una cultura como la colombiana se muestra en lo que quiere ser o en lo que viene siendo, ya que estos construyen imaginarios y representaciones sobre lo que somos, crean referentes comunes sobre cómo es la vida, las relaciones sociales y los estándares culturales que nos caracterizan [...] [son] lugares privilegiados donde las representaciones de la nación colombiana se exponen y hacen visibles” (Rincón, 2008, pg 13), también, las páginas de las investigaciones se han volcado en una incesante necesidad de definir conceptualmente o categóricamente el objeto de estudio, por ejemplo “¿cómo comprender a la televisión? ¿Cómo institución, realización, representación, fenómeno, tecnología?” (Freire, 2005, pg 26). Ahora bien, sin negar la importancia de estas preguntas y declaraciones anteriores, es

prudente mencionar que este trabajo parte de un lugar diferente y en cierta manera evita caer en estas luchas conceptuales.

### 1.3.1 El recorrido académico

Ahora bien, el problema del uso de la ironía como fuente histórica o como se asume aquí en tanto humor político, se ha estudiado de varias maneras en Colombia. La gran mayoría de trabajos se han preocupado por la caricatura y su lugar en la historia del país<sup>11</sup>; ejemplo de ello son los trabajos historiográficos de Germán Colmenares (1984), Juanita Villaveces (2011), Beatriz González (2008, 2010), Germán Arciniegas (1975), Darío Acevedo (1998, 2009) y Franz Flórez (2007). En los trabajos de estos autores se evidencia la constante e histórica relación de la caricatura y el ejercicio del poder político en Colombia, donde el uso de la ironía siempre ha dependido de dos elementos: el primero de ellos es la recurrente consulta de los caricaturistas a los símbolos y significados culturales recurrentes y comunes de la sociedad para que las expresiones puedan ser comprendidas y su crítica tenga un efecto real (de aceptación o repudio) en los lectores y, en segundo lugar, esta crítica y expresión, hasta principios de la década de 1990, siempre dependió del compromiso ideológico (ya sea a partir de una afinidad partidista o de clase) de sus autores hacia las tendencias políticas hegemónicas, es decir, la caricatura se encontraba condicionada a las estructuras partidistas que siempre habían determinado el devenir político del país.

La gran mayoría de estos trabajos deambulan entre la intención de captar e interpretar las caricaturas a partir de modelos semióticos, como el caso de Darío Acevedo quien argumentaba que el “análisis semiológico al servicio del trabajo histórico es lo que

---

<sup>11</sup> Ciertos autores, como Álvaro Robayo (2001), Rubén Yepes (2011) y Cristina Lleras (2005), argumentan que la intención de una reflexión crítica desde y hacia la cultura es evidente en ciertos episodios de las artes plásticas. Sin embargo, estos autores, estudiando el caso de algunos artistas de varias décadas del siglo XX (como Pedro Nel Gómez, Débora Arango, entre otros), argumentan que aquella intención de transformación de la realidad fue marchitada por la tendencia de los artistas a refugiarse en la estética, donde la crítica política y el uso de la ironía revela una manera de representar a las instituciones y no una mediación sólida para proponer un cambio en las estructuras culturales.

expresa sintéticamente el método [...] Ello quiere decir que no nos limitaremos a establecer la influencia de la caricatura en la política o a los nexos entre ambas, a sus contenidos manifiestos, ni al estudio meramente icónico, sino que procuraremos aclarar su otra faceta, la de productora de sentido” (Acevedo, 2009, pg 16). Otros textos en cambio intentan dar coherencia y orden, por medio de clasificaciones, a las mismas caricaturas para poder interpretarlas, como el caso de Juanita Villaveces, quien preocupada por la caricatura como fuente apropiada para analizar la historia económica, agrupó estas huellas a partir de fenómenos y procesos económicos. Ahora bien, sí se quiere aprovechar la ironía como fuente, el caso de los estudios semióticos puede resultar para nosotros una tarea incompleta, porque el uso de las expresiones irónicas se encuentra condicionado al mismo contexto cultural en el cual emerge, lo que imposibilita utilizar marcos (por ejemplo iconográficos) que parten de criterios universales<sup>12</sup>.

El texto de German Colmenares *Ricardo Rendón. Una fuente para la historia de la opinión pública*, es, por su parte, una investigación que nace de la intención de “ensayar la escritura de un libro divertido [...] casi al margen de los deberes académicos” (1984, pg 9) con lo cual se plantea, para los debates metodológicos, una serie de importantes preguntas y dudas que suelen ser obviadas por varios textos. La desprevenida mirada de este historiador captó, por ejemplo, que las fuentes de humor deben ser contextualizadas de alguna manera, de lo contrario se estaría incurriendo en obvios errores. También, el carácter subjetivo de estas huellas, antes que suponer un problema para la lectura de la historia, debería ser considerada como una virtud, el reto entonces para este autor es el de encontrar metodologías que aprovechen esta naturaleza.

Finalmente uno de los elementos críticos enunciados por el historiador era el de reconocer que el espacio de la opinión pública es un escenario que se encuentra condicionado por un ritmo vertiginoso, en cual las noticias, acontecimientos y hechos son discutidos y expuestos mediáticamente de manera fugaz y espontánea; una noticia

---

<sup>12</sup> Ejemplo de un trabajo que parte de estos principios es el texto de Tatiana Saavedra Florez *Dioselina Tibaná y la cocina de la ironía política* (2013), una investigación que pretende analizar las expresiones irónicas de Jaime Garzón a partir de modelos teóricos de académicos como Umberto Eco y Quintiliano Eggs

importante de hoy, ya no lo será mañana. Este factor incidía también en la manera como se elaboraban y se presentaban las expresiones de humor, por ello era necesario encontrar métodos que permitirán leer y organizar a estas huellas más allá de la velocidad propia de la opinión pública, la cual no permite, en principio, que un tema se fije de manera concreta en el espacio público.

### 1.3.2 La codificación de expresiones irónicas

El desafío de leer expresiones irónicas como fuentes para la interpretación de la historia yace en encontrar un camino metodológico que no recurra a marcos universales (como los semióticos), pero que sea lo suficientemente riguroso para que la lectura de huellas no dé cabida a un análisis perezoso; en otras palabras, la exigencia de la investigación se encuentra en aprovechar cualitativamente unos *datos* y no iniciar con una teoría preconcebida para leer las fuentes. Ello depende de dos procedimientos fundamentales en los que:

Los datos, que pueden provenir de fuentes diferentes [...] segundo están los procedimientos que los investigadores pueden usar para interpretar y organizar los datos. Entre estos se encuentran: conceptualizar y reducir los datos, elaborar categorías en términos de sus propiedades y dimensiones, y relacionarlos por medio de una serie de oraciones proposicionales. Al hecho de conceptualizar, reducir, elaborar y relacionar los datos se lo suele denominar **codificar** (Strauss y Corbin, 2002, pg 13)

Strauss y Corbin se refieren a la **teoría fundamentada** como “una teoría derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación. En este método, la recopilación de datos, el análisis y la teoría que surgirá de ellos guardan estrecha relación entre sí” (Strauss y Corbin, 2002, pg 13). Este método o cuerpo de herramientas metodológicas no suele asociarse con trabajos de carácter histórico, sin embargo, para este trabajo se ha encontrado apropiado para interpretar las expresiones irónicas. Una de sus principales virtudes, como lo enuncian los autores que utilizan la teoría fundamentada, es la de analizar cualitativa y sistemáticamente un conjunto extenso de fuentes: “Al hablar sobre análisis cualitativo, nos referimos, no a la cuantificación de los datos cualitativos, sino al proceso no matemático de interpretación,

realizado con el propósito de descubrir conceptos y relaciones en los datos brutos y luego organizarlos en un esquema explicativo” (Strauss y Corbin, 2002, pg 12)

¿En qué marcos de estudio se utilizará esta manera cualitativa de analizar datos? Debemos recordar que el contexto en el cual brotan las expresiones irónicas es el de la opinión pública, pero no se pretende por ello realizar estudios de recepción y consumo, en cambio, se remitirá al campo de lo que la antropóloga Zandra Pedraza ha llamado “el corpus de los discursos dirigidos al ‘ciudadano común’ [...] en el cual no se contempla más allá de lo que las citas y las referencias cruzadas permiten entrever (Pedraza, 1999, pg 21). En este caso, serán campo de estudio los que deriven de la lectura de revistas, periódicos, programas de televisión y noticieros, contemplando que éstos serán suficientes para aprehender la manera como funcionan algunos espacios discursivos donde se da lugar la valoración cultural de ciertos elementos (y el uso de éstos). Cabe mencionar que no se pretende generalizar a partir de los medios de comunicación la percepción total que podía tener una persona de la cultura, sólo una parte de ésta. ¿Qué pasos se seguirán entonces?

El primer paso es la codificación abierta de las fuentes irónicas, un proceso que también suele llamarse *microanálisis*, éste es el escrutinio cuidadoso de los datos, línea por línea de un texto, escena por escena e imagen por imagen de videos y textos visuales con el fin de hacerle preguntas específicas a estos fragmentos para dilucidar elementos que en las interpretaciones rápidas pueden escaparse pero pueden ser de gran importancia. Tomemos por ejemplo la siguiente imagen:



Fuente: Arias y Troller, 1993, pg 97

Esta es una parodia de un aviso publicitario impreso en la revista *Semama*, sobre la que se puede interrogar la imagen de múltiples formas ¿qué hay en ella?: un niño ¿en que contexto se esta desarrollando este niño?: basura, pobreza, hambre. La imagen también trae un logotipo que se asimila al logo de una celebre restaurante de comida rápida en Colombia. En fin, así sucesivamente se interrogan los datos de acuerdo a las necesidades del proyecto del investigador. Estas interrogantes comienzan a tomar la forma de códigos (niñez, hambre, comida basura, clase social, entre muchas otras posibilidades) y éstas comienzan a compararse, relacionarse y establecer causas y efectos con el análisis de otras fuentes.

La lectura cuidadosa de los detalles permite prever, a manera cualitativa, ciertos elementos que se repiten y son importantes para los humoristas, los que en una lectura superficial escaparían fácilmente porque muchas de estas piezas se encuentran presentes de manera implícita en las expresiones. En el trabajo de codificación abierta es probable que irruman un número bastante amplio de códigos, pero luego, en un trabajo de selección y síntesis, éstos se agrupan y se convierten en *categorias*. Por ejemplo, si se comienza a repetir, como veremos, el problema de la hipocresía, la doble moral y la doble imagen, son elementos que se pueden agrupar en un mismo conjunto porque comparten



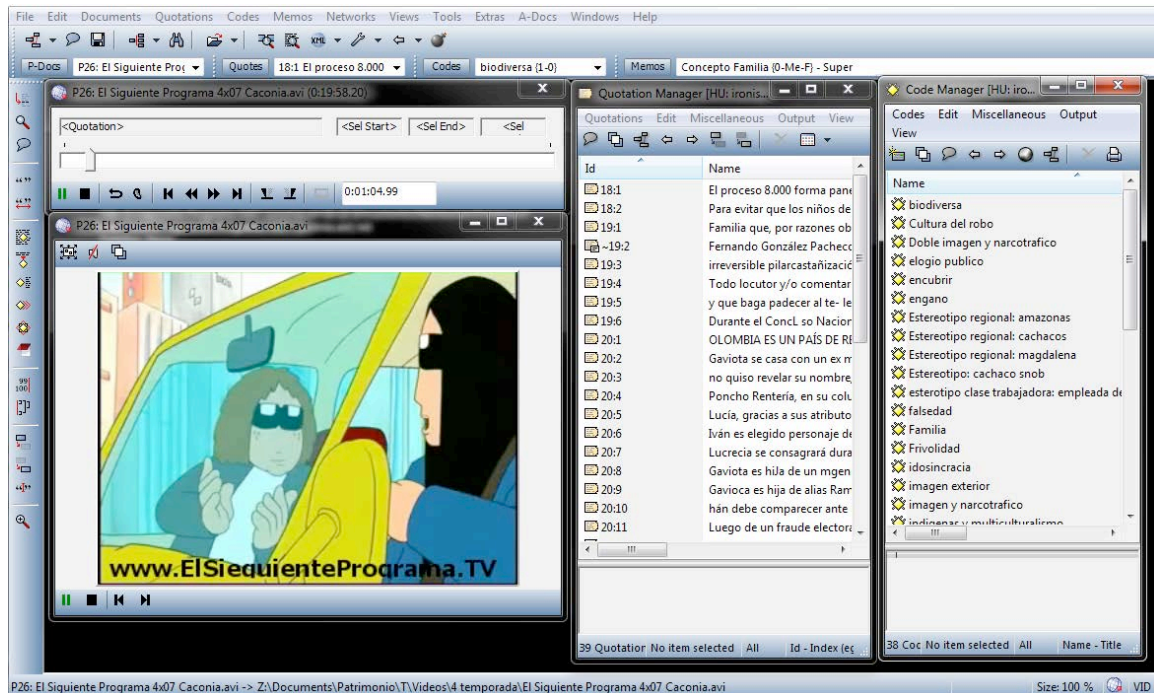
características similares (este paso depende de la interpretación que se haga a partir de la comparación con otras fuentes)

Clasificar implica agrupar conceptos de acuerdo con sus propiedades sobresalientes, o sea, buscando similitudes y diferencias. Estamos preguntando no sólo qué sucede en un sentido descriptivo sino también cómo este incidente se compara en las dimensiones de las propiedades relevantes con los otros ya identificados [...] las comparaciones son importantes además porque permiten la identificación de variaciones en los patrones que se hallan los datos (Strauss y Corbin, 2002, pg 74)

De esta manera, para la codificación se eligieron fuentes irónicas como los fragmentos audiovisuales de los programas de *Zoociedad* y *Quac* además de los artículos y revistas (*Camabalche* de la revista *Cambio*, *Revista Semama* y *Ciertamente*) escritos por Eduardo Arias y Karl Troller. Pero así mismo, se eligieron aquellos escritos por Moure y de Francisco, de su programa animado *El siguiente Programa*. La elección de estas fuentes se hizo con base a la continuidad y relación que tenían los participantes de las producciones. También se eligieron por coincidir con la nueva la promulgación de la constitución política de 1991, una coyuntura que permitió abrir un espacio (en la opinión pública) de críticas en términos de aquellas premisas que la nueva carta política pretendía introducir en la sociedad colombiana. Aspectos como la pretensión de asumir a Colombia como un país culturalmente diverso y pluriétnico, un supuesto respeto por la individualidad, entre otros puntos. Estos se leían, interpretaban y se criticaban de manera activa en estos programas de humor político a diferencia de otros.

Uno de los criterios para elegir las fuentes fue la disponibilidad de estas mismas, ya que la accesibilidad a videos y grabaciones producidos en los años noventa, es en ocasiones difícil. Por esta razón, acudiendo a bibliotecas públicas, archivos privados y paginas web se analizaron 10 fragmentos audiovisuales pertenecientes a capítulos emitidos de *Zoociedad*, alrededor de 18 capítulos de *Quac* y fragmentos de guiones del programa impresos en el libro *Edificio Colombia: Antología de los libretos del programa de televisión Quac*. Y se estudiaron 40 episodios de el *Siguiente Programa*. A su vez, para acompañar el material audiovisual se estudiaron 25 columnas de *Cambalache*, 15

columnas escritas por Rafael Chaparro en diversos periódicos y revistas, y los libros escritos por Karl Troller y Eduardo Arias titulados: *Semama y Ciertamente*.<sup>13</sup>

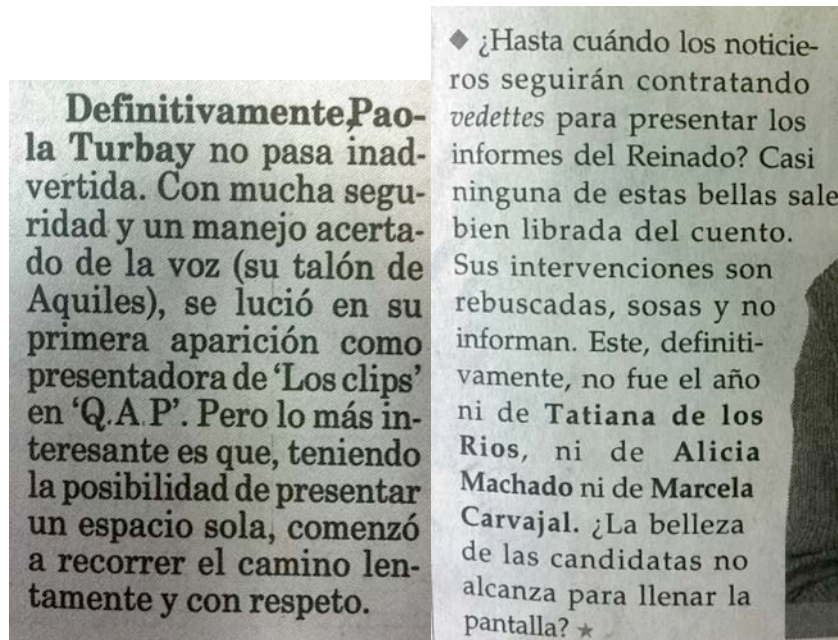


La imagen es una captura del software que se utilizó para analizar y codificar las fuentes (Atlas.ti). En este ejemplo se puede observar en el primer cuadro, un fragmento del video de *El Siguiente Programa*, en el centro citas seleccionadas de los programas, y en el cuadro a la derecha se encuentra la amplia lista de códigos que emergen de la lectura de estas fuentes (tales como: engaño, estereotipo, falsedad, entre muchos otros) códigos que más tarde, a partir de un trabajo de síntesis, se convierten en categorías analíticas.

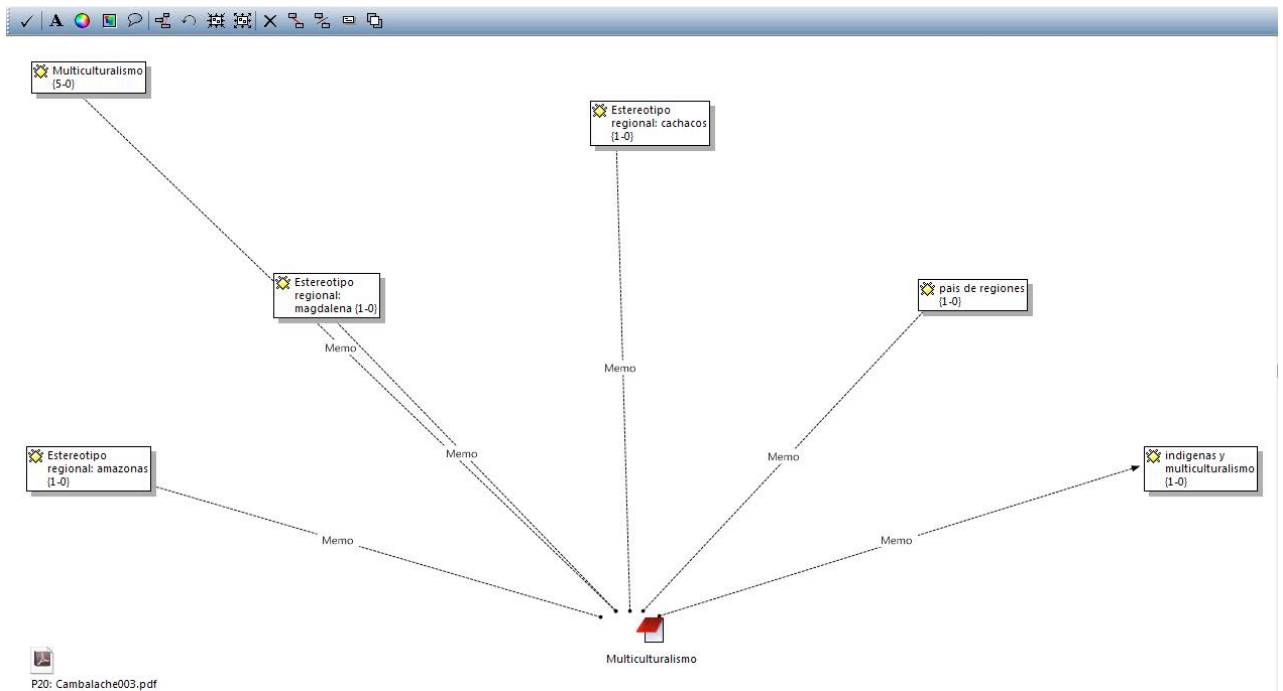
El segundo procedimiento consiste en la contextualización de las fuentes, lo que se divide en dos partes. La primera corresponde a la codificación abierta de las columnas de opinión, para lo cual se eligió un conjunto de aprox. 100 columnas escritas durante la década bajo estudio en el periódico *El Tiempo*, en tanto era el periódico de mayor circulación, y que son tomadas a manera de marco de referencia de los acontecimientos sujetos al escrutinio de los ironistas, ya que estos escritos también eran textos de crítica; este análisis permite a su vez realizar la comparación en términos de contextos comunes y categorías similares dentro del espacio de la opinión pública. La segunda parte es la lectura extensa de revistas y periódicos para cerciorarse que las preocupaciones culturales de los ironistas eran discusiones (explícitas o implícitas) que se encontraban en el corpus

<sup>13</sup> Es prudente mencionar que no todas las fuentes analizadas han sido referenciadas en el trabajo escrito.

de la opinión pública, con este propósito se revisaron múltiples textos impresos de la década de 1990 en las revistas *Elenco* (Ele), *Cromos* (Cro), *Cambio 16* (Cam), *Semana* (Sem) y el periódico *El Tiempo* (Elt).



Estas dos imágenes son ejemplo de un fragmento del muestreo hecho en la revisión de prensa del momento. Conciernen a la imagen de la mujer en la televisión, para lo cual fue importante verificar si este era un asunto o discusión que se propagaba y repetía entre la opinión pública. De la misma manera, la lectura de fuentes distantes en años permitió comprender que estos “códigos” o “categorías” podían variar de significado de acuerdo al contexto (Fuente: imagen izquierda Ele, No 692, 1993, febrero 18, pg 20, imagen derecha Ele, No 992, 19 de noviembre, 1998 pg 2).



La imagen muestra, a manera de ejemplo, una parte de la selección y síntesis de códigos, un proceso que se hace a partir del contexto en que emergen los códigos, sus características, analogías, similitudes, entre otros elementos, con lo cual se comienzan a crear redes y así mismo comienzan a emerger categorías. En este caso, a partir de la crítica que los ironistas hacen del concepto de multiculturalismo se define el tipo de relaciones entre códigos como *estereotipo regional*, *país de regiones*, *indígenas*, etc.

Este análisis permite comprender cómo las fuentes irónicas hacen parte de una realidad en continuo movimiento, y a su vez también comprenderlas como un índice para comenzar a indagar sobre aquellos problemas asociados con las ideas de cultura, en este caso en el escenario de la opinión pública en la década de los noventa. Este trabajo no pretende universalizar una lectura particular de unas expresiones irónicas, sólo se pretende desarrollar una interpretación y señalar la importancia de observar el pasado desde otros ojos, demostrar que ciertas huellas del pasado ofrecen posibilidades de lectura interesantes pero que requiere cuestionarse la manera con la que trataremos hacerlas hablar.

## 2. El recurso del valor cultural

### 2.1 La lectura de la ironía: límites y virtudes

Aparentemente sospechosas, inclusive engañosas, resultan las expresiones irónicas cuando se les inviste como fuentes históricas ¿Por qué entonces tentar el uso de estas como huellas legítimas cuando su naturaleza es fragmentaria, están dotadas de una fuerte carga de juicios y son testimonio de una experiencia subjetiva y no objetiva? ¿Es posible usar como testimonio, en términos de la investigación histórica, caracterizaciones burlescas de personajes celebres, parodias de revistas, inclusive frases sarcásticas?

Uno de los primeros interrogantes que emerge de la interpretación de la ironías es preguntarse acerca de su capacidad para revelar problemas que se creían importantes en el momento que se elaboraron, ya bien sean valiosas para interpretar apreciaciones propias de la opinión pública o para extraer de ellas temas relevantes para la vida social de un grupo. Germán Colmenares, historiador que indaga sobre el humor como fuente documental, a partir del estudio de las caricaturas de Ricardo Rendón, llega a considerarlas (las fuentes de humor) pertinentes para la interpretación de procesos históricos o, al menos, como huellas para interpretar procesos de opinión pública en una determinada época, porque: “Si bien ellas constituyen una visión arbitraria de la realidad [en este caso, caricaturas], **nos remiten sin embargo a una red sutil y compleja de signos que se tejía entre una conciencia subjetiva y una conciencia colectiva. [...] Se estaría tentando a ver en ellas algo ilusorio por su carácter instantáneo, como un mero reflejo de la realidad. Pero este reflejo, que traduce la percepción colectiva, es de suyo un objeto histórico de valor excepcional**” (Colmenares, 1984, pg 5).

En otras palabras, cualquier grupo humano, de forma colectiva, genera juicios de su realidad y las fuentes irónicas, a pesar de que suelen ser expresiones subjetivas, tienden a responder a las apreciaciones que tienen lugar en esta colectividad. Esta marcada naturaleza política de las ironías (al ser opiniones o críticas de fenómenos públicos) llevaría a pensar a cualquier lector de historia, que su valor se encuentra sólo cuando se entienden como rastros útiles para estudiar procesos *económicos* o *políticos*,

entonces, ¿Por qué plantear que estas huellas son igualmente válidas para abarcar asuntos, culturales?

Amada Carolina Pérez y Max S. Hering Torres, en su texto *apuntes introductorios para una historia cultural desde Colombia*, advierten que estudiar la historia a partir del *problema cultural* es contemplar o entrar en una discusión no muy fácil de discernir, porque en primer lugar se debe esquivar los determinismos culturales porque “la cultura no lo es todo y no lo explica todo [...] es importante evitar [...] reducir cualquier proceso a la cultura, como se solía hacer algunas décadas atrás con la estructura” (Perez y Hering, 2012, pg 24), pero como veremos a continuación, la realidad sobre la cual trabajan los ironistas no se encontraba diseccionada de la manera como tradicionalmente suele ser observada desde el escenario académico<sup>14</sup>. La cultura entonces en los estudios históricos se debe discutir **en cuanto red de significaciones en la que se dirimen o se refuerzan las relaciones de poder** (pg 16)<sup>15</sup>.

“La comedia se nutre de exceso de realidad” (El siguiente programa, Primera Temporada, capítulo No 11 1998, [en línea]), aseguraba el personaje de Santiago Moure a su coprotagonista Martín de Francisco; una realidad no sujeta y tampoco determinada por la segmentada interpretación de la visión académica y científica sobre el pasado. La *realidad* de estos ironistas probablemente se asemejaba a un tejido de elementos, símbolos, protagonistas, eventos y procesos que daban forma al escenario de la opinión pública, un contexto que vagaba entre actitudes, percepciones y no etiquetas epistemológicas estáticas. “Los hechos, lechos, personas y personajes que aparecen en

---

<sup>14</sup> La separación de las disciplinas sociales de acuerdo a ciertos objetos de estudio, es una práctica que probablemente encuentra su origen en el siglo XVII y se consolidara en el siglo XIX, una necesidad de encontrar fundamentos al conocimiento y categorizar este conocimiento bajo un fundamento epistemológico: “Algunos filósofos (creo que es necesario extender el concepto a los diferentes científicos sociales) han permanecido fieles a la Ilustración, y siguen identificándose con la causa de la ciencia.[...] Estos consideran a la ciencia como la actividad humana paradigmática, e insisten en que la ciencia natural descubre la verdad, no la hace [...] contraponen el riguroso hecho científico a lo subjetivo o a la metáfora” (Rorty, 1991, pg 24)

<sup>15</sup> Otro acercamiento interesante a esta noción de cultura también se encuentra en los textos de Arturo Escobar, quien argumenta que la cultura involucra un proceso colectivo e incesante de producción de significados que moldea la experiencia social y configura las relaciones sociales (Escobar, 2001, pg 19)

este programa no tienen nada que ver con la realidad. Por el contrario, la realidad tiene que ver con ellos” (Izquierdo, 2009, pg 51), advertía el inicio de *Zoociedad*.

Las expresiones irónicas se presentan entonces como un posible índice para desentrañar este tipo de *relaciones* a las que se refieren los autores, porque estas fuentes (sus críticas) suelen ser comentarios acerca de las diferentes tensiones existentes dentro de una sociedad. A pesar de ello, al estudiar las ironías como huellas para estudiar un pasado, el peligro de caer en reduccionismos culturales sigue existiendo, porque siempre está la tentación de resolver dudas a partir de coincidencias o ambigüedades que no son fáciles de explicar o argumentar; la figura de Dioselina Tibaná puede sernos útil para comprender cómo se puede incurrir fácilmente en estos vacíos.

Dioselina Tibaná, una de las caracterizaciones más celebres de Jaime Garzón en el programa *Quac*, era la representación ficticia de la empleada de servicio y cocinera del Palacio de Nariño; las escenas situaban a Garzón en una cocina pronunciando algún tipo de receta, que no era más que una sencilla metáfora que les permitía a los ironistas burlarse de los presidentes y las situaciones políticas del momento:

“Dieta parlamentaria: El doctor Samper llegó todo rebotado y me dijo que estaba aburrido con esos platos tan pesados. Yo le dije que mis platos son de la Carta del 91, la que dejó el doctor Gaviria [...] Yo empecé a trabajar, pero los congresistas se pusieron furiosos porque no quieren cambiar su dieta” (*Noticiero Quac*, 1996, R.T.I, videocasete).

Comentarios como estos solían realizarse a través de la figura de Dioselina, sin embargo más allá de las situaciones políticas del momento que se estaban criticando en la caracterización<sup>16</sup>, es la misma figura emblemática de la cocinera lo que nos interesa, ¿por qué? Es probable que una persona que se encuentre observando este fragmento en el año

---

<sup>16</sup> La crítica en ese momento hacía referencia las intenciones del entonces presidente Ernesto Samper de reformar la Constitución de 1991, considerados por la crítica del momento como “una reforma llena de bagatelas” que no tenía otro propósito que “el de incluir en los libros de historia una referencia a algo que podría denominarse ‘la reforma Samper’” (Sem, Agosto 23, 1996, [En línea])

2014 no capte la referencia política, pero comprenda o reconozca en términos culturales, a partir de la figura de la empleada domestica, que existe una ironía.

Para el año de 1990, “Colombia tenía más de cuatro millones de trabajadores (formales), de los cuales 39,3% eran mujeres, pese a su número la mayoría de ellas trabajaban en los sectores más atrasados de la economía y en ocupaciones secundarias [...] la mayor concentración de las empleadas se hallaban en el sector de servicios comunitarios y de comercio (53,6%) [...] dentro de estos sectores, la mayoría de las trabajadoras serán empleadas del servicio domestico (96,5%)” (Gutiérrez, 1995, pg 304). Así mismo, en la época, a pesar del incremento de la participación femenina en el mercado laboral, su participación en la política y en asuntos públicos era considerablemente reducida. Por ejemplo, en las elecciones de congreso y gobernadores en 1990, aun cuando las mujeres sumaron 2.850.248 de votos de un total de 5.428.545, sólo se eligió a una gobernadora de 131 candidatos, ocho senadoras de un total de 102 senadores (7,84%) y 10 representantes a la Cámara de un total de 161 (6,2%) (Villarreal, 1995, pg 344). Los datos pueden ser significativos para comenzar a comprender por qué la figura de Dioselina puede ser un buen lugar para comprender esas tensiones sociales; sin embargo, siguen siendo datos sueltos y sin una contextualización rigurosa

La ficticia empleada de servicio podía ser considerada como el intento de dar voz política a protagonistas que tradicionalmente, en la historia colombiana, se les había negado una participación. Más bien, se esperaba el protagonismo de las mujeres en el escenario público pero con virtudes que se constreñían al campo de la belleza, “porque entre nosotros la grandeza ha sido suplantada por el look” (Elt, Octubre 27, 1996, [En línea]). Inclusive, aquellas mujeres consideradas importantes o poseedoras de algún tipo de poder debían ser “graciosas doncellas como María Emma Mejía y Noemí Sanín, que no han escatimado talento ni medias veladas para subir hasta las más altas cumbres de la diplomacia” o debían tener “belleza, talento, y chequera”, ser unas “mamacitas” o ser mujeres “echadas para adelante que se le miden a todo” (Cam, No 164, 5 agosto, 1996 pg 40); poco lugar quedaba entonces para que una empleada de servicio se sintiera identificada políticamente ( o pudiese ser partícipe de la política).



Es posible que estas situaciones se puedan interpretar, a partir de los datos cuantitativos de la década sobre el papel de la mujer en la política o el espacio laboral y la manera como se discuten estos problemas desde la esfera de lo público, temas fáciles de consultar en las fuentes escritas de la época. Pero relacionar estos dos factores con la figura de Dioselina puede ser apresurado, muy tentativo e inclusive plausible, pero sería incurrir en una negligente generalización y mucho más peligroso sería catalogarlo o etiquetarlo como un *problema cultural* sencillamente porque hace relevante una tensión de poderes, entre ciertos sectores de clase la sociedad y elites políticas. O bien, porque siempre existe la posibilidad de que esas caracterizaciones irónicas no hagan parte de un complejo plan discursivo de un actor y guionista para criticar una situación social. La respuesta puede ser más sencilla: “La forma de hablar de Dioselina, su acento, sus dichos y sus gestos eran los mismos de la madre de Garzón, doña Daisy [...] tenía frases recurrentes como “Ole mijita” o “Ay, buen primor” (Izquierdo. 2009, pg 91)

Hoy, luego de varios años de la finalización de la producción de *Quac*, el éxito de la parodia de noticiero se atribuye precisamente en la manera como los colombianos se identificaban con ciertos personajes: “Así como muchos personajes se construyeron para ser repudiados, otros funcionaban a la inversa. El público se identificaba con ellos, con su modo de ver el país [...] Dioselina Tibaná, la cocinera del palacio presidencial, chismosa y ladina, expresaba claramente el alma del campesinado emigrado a la ciudad, escéptico y noble” (Morales, 2006, pg 14). Pero la manera como el público se identificó con los personajes puede ser considerado como un efecto no diseñado de una caracterización. Es muy fácil caer en este tipo de aseveraciones (asegurar que Dioselina es una *representación* deliberada de la tensión y el proceso histórico y político de las mujeres en Colombia), y tampoco me atrevo a asegurar que no lo sea, pero es prudente advertir que la plausibilidad, como criterio único para analizar ironías como fuentes, es desaprovechar las mismas virtudes de una expresión irónica. ¿Cómo entonces aprovechar el carácter subjetivo de las fuentes irónicas sin caer en un vasto mar de elementos culturales y en fáciles ambigüedades?

¿A qué tipo de elementos de este vasto mar que llamamos *cultura* apelaban los ironistas para criticar, denunciar y realizar declaraciones e invocar la complicidad del lector? “Usualmente y fundamentalmente, la ironía es un cuestionamiento de las categorías de inclusión y exclusión, y el ironista es aquel o el grupo que ha sido determinado a partir de una categoría y utiliza la ironía para cuestionar la pertinencia de esa misma categoría. Ahora, es precisamente esta ironía, relacionada a un proceso de categorización y conceptualización, que *arma* a aquellos que han sido, de una u otra forma, dejados por fuera” (Fernandez, 2001, pg 9). A diferencia de una “ironía de sí mismo” (la cual se tratará en el siguiente capítulo), las ironías suelen *armar* a la audiencia, a los lectores, abogando a la “moral colectiva” (Herzfeld, 2001) y atacando a personajes, poderes o fenómenos que determina estos *lugares comunes* de la sociedad.

Estos *lugares comunes* en los cuales se discute socialmente estas categorías, a las cuales se refiere Fernandez (como el caso de la imagen y papel de la mujer), son escenarios que utiliza la sociedad para darle coherencia a su realidad cultural, son un complejo y cambiante mundo de objetos que adquieren o pierden importancia, y más significativo aún, estos elementos construidos también son susceptibles de ser utilizados como recursos por diferentes sectores de la sociedad, ya sea por circunstancias políticas, sociales o económicas. Dicho de forma más sencilla: estos objetos o elementos adquieren o se les asigna un *Valor*; el valor cultural de los estereotipos regionales, de identidades, imágenes de género, hitos históricos, entre muchos otros, comenzarán a ser el recurso predilecto en el lenguaje de la opinión pública, en especial en escenarios mediáticos. En la década de los noventa publicistas, políticos, grupos económicos, y diversos tipos de actores sociales echarán mano a los objetos culturales propios de la realidad social, y comenzarán entonces a jugar y acudir a la valoración de elementos culturales circundantes a la realidad pública de los colombianos, para alimentar estrategias y percepciones con fines políticos, económicos o sociales.

La “cultura es conveniente en cuanto recurso para alcanzar un fin. La cultura en cuanto recurso es el principal componente de lo que podría definirse como una epísteme posmoderna [...] La interpretación performativa de la conveniencia del recurso de la

cultura se centra en las estrategias implícitas en cualquier invocación de cultura como recurso” (Yúdice, 2002, pg 45). Entender la cultura como recurso, más allá, como lo advierte Yudice, de restringirse a un marco monetario o comprenderla como solo una *reserva disponible*, permite interpretarla como un eje transversal de una cotidianidad cambiante.

Las expresiones irónicas no sólo comenzarán a ser reflejo de este comportamiento (por que en sí mismas también juegan con esta valoración), sino también señalarán y juzgarán a quienes echan mano de ellas (apelando a la referencia cultural de estas mismas). Por contradictorio que resulte, es la negación a la misma realidad (o a la importancia que se le da a ciertos objetos de esta realidad) lo que concede un valor heurístico a estas expresiones, porque el “objeto de la afirmación irónica es afirmar en forma tácita la negativa de lo afirmado positivamente en el nivel literal [...] Presupone que el lector o el oyente ya sabe, o es capaz de reconocer, lo absurdo de la caracterización de la cosa designada en la metáfora, metonimia o sinécdoque utilizada para darle forma” (White, 2005, pg 46). El humor en *Quac*, en el *Siguiente Programa*, *Zoociedad*, en las columnas de Chaparro, Arias y Troller eran comentarios ambiguos al margen de lo que públicamente es aceptado y valorado por la sociedad en determinado momento, un tipo de testimonio que presenta una visión que escapa a otro tipo de fuentes consideradas tradicionalmente como *objetivas* u *oficiales*

“*Zoociedad* reflejaba la euforia de una época muy optimista en la que se acabaron los magnicidios. El país de esos años era el de Carlos Vives triunfando en España. Creíamos que íbamos a ganar el Oscar a la mejor película extranjera con La estrategia del Caracol, que íbamos a ser campeones mundiales de fútbol [...] Era la época de los primeros Festivales Iberoamericanos de Teatro, de Los aterciopelados. Ya no se decía que la calle 72 era como Miami y Teusaquillo como Londres. De repente, Bogotá era la chimba. La caída del muro de Berlín hizo creer que ahora si el capitalismo iba a ser para todos, iba a ser bondadoso con la humanidad” (Eduardo Arias citado en Izquierdo, 2009, pg 67)

Una lectura irónica de la realidad, en tiempos de optimismo, no da cabida alguna a la esperanza; en una época donde “se vislumbraba una utopía Garciamarquiana” el momento “de las reformas y de las revoluciones” y había “quedado atrás el viejo orden”

(Gaviria, 1992, pg 4), las expresiones irónicas se presentaban como verdugos de estas mismas afirmaciones: “El nuevo país de Gaviria no existe [...] el nuevo país de Gaviria, se ha plegado sobre sí mismo [...] juega a tener pésima memoria, juega a la nostalgia y le apuesta a un futuro delirante” (Arias, 1993, pg 30)

Volviendo entonces a la pregunta de párrafos anteriores; de aquel mar que llamamos *cultura*, la virtud de las expresiones irónicas se encuentra precisamente en que ofrecen un índice para comprender o interpretar la manera cómo en determinado momento de la historia, la sociedad y los diferentes actores que la conforman (grupos económicos, grupos marginados, políticos, entre otros) dan valor cultural a ciertos objetos y elementos, y a su vez lo utilizan como recurso para alimentar estrategias o procesos. El auge de héroes e ídolos como los futbolistas o Gabriel García Márquez, la imagen de la mujer como bandera de una estética nacional, el paisaje de un país percibido como la suma de estereotipos geográficos y étnicos alimentaban unos procesos y motivos de esa realidad que a simple vista no se puede hallar en una lectura tradicional de fuentes históricas culturales: la tensión de poderes es puesta en evidencia por medio de una lectura irónica de esta realidad.

## 2.2 La retorica de los héroes

“Los fanáticos irredentos de la obra literaria y periodística de Gabriel García Márquez estamos muy preocupados **por el uso y abuso indiscriminados que se hace de la imagen y del legado** de este gran escritor [...] Por lo tanto, hemos lanzado este MANIFIESTO PÚBLICO, con el fin de implementar posibles medidas que alivien esta calamidad y para dejar testimonio claro ante la historia de esta avalancha de Gabomanía que nos abruma en este convulsionado final de milenio el resultado de un uso indebido de la imagen y del nombre del escritor”. La noticia, publicada en un artículo de *Camabalache* del 13 de mayo de 1996 luego de tan tajante afirmación, enumeraba una lista de satíricas “medidas” para impedir el ultraje de la **imagen** del nobel, entre ellas:

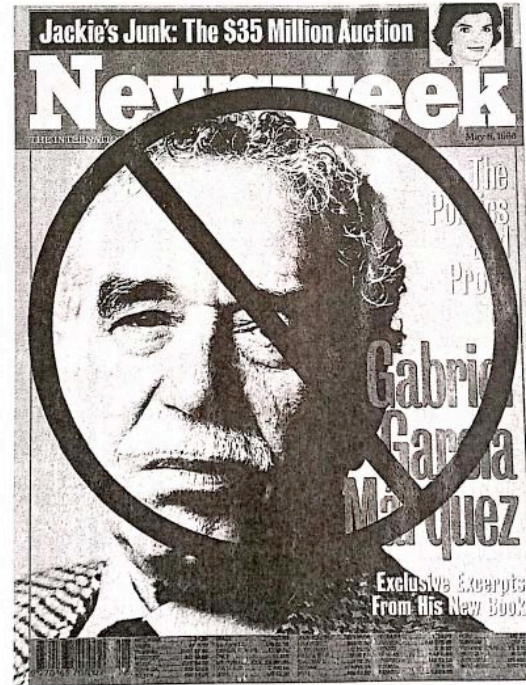
**CUARTO:** No volverle a poner a ninguna finca, tienda o discoteca de pueblo el nombre de **MACONDO...**

**NOVENO:** No darle más carátulas de revistas nacionales o internacionales a Gabriel García Márquez, así no haya más tema esa semana. Se trata de un uso indebido de su imagen para subir circulación...

**DECIMOSEPTIMO:** Ningún político en vías de perder las elecciones o interesado en subir su nivel de popularidad mediante el uso de métodos maquiavélicos está autorizado para valerse de Gabriel García Márquez, nombrándolo consejero o fotografiándose a su lado...

**VIGESIMOTERCERO:** Solicitamos no acoger más su precipitada declaratoria gavirista de que Colombia es el mejor vivero del mundo, hasta que el último colombiano pueda certificarlo en carne propia. (Cambalache, Cambio16 No 152, 13 mayo, 1996, pg 72-73)

La ironía, se alimentaba y utilizaba como catalizador los eventos recientes que se daban como relevantes en la opinión pública en determinado momento. En este caso, en mayo de 1996 la revista norteamericana Newsweek, “Le dedicó la portada y un destacado artículo a ese hombre que nació en Colombia, en el Caribe, en Aracataca, una población que hasta para los propios colombianos era casi desconocida. Hoy Newsweek le hace un honor que pocos seres en el mundo han alcanzado, sean ellos escritores, políticos, o gente de los medios artísticos. Gabo, nuestro Nobel, se ha colocado en la cima. Eso reconcilia a Colombia, esta sufrida patria que ha pasado y está pasando por etapas muy difíciles (Elt, Mayo, 1996, [En línea]). “Sube el premio Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, quien una semana después de haber sido nominado como 'el más grande de los escritores vivos' por la revista suiza L'Hebdo, mereció portada y 10 páginas del semanario estadounidense Newsweek [...] la figura del novelista alcanza nuevos reconocimientos que García Márquez aprovecha para llevar la vocería de la Nación y señalar cuán responsables son los países consumidores de droga de la tragedia colombiana” (Sem, 10 de Mayo, 1996, [En línea]).



Las dos imágenes hicieron parte de la publicación de *Cambalache 16* titulada *Manifiesto urgente para la preservación de Gabo*, (*Cambio 16*, No 152, 13 mayo de 1996, pg72-73) Los ironistas utilizaron la portada original que publicó Newsweek en mayo de 1996, la cual hizo eco en diferentes páginas de la prensa nacional. También, utilizaron una portada de la revista *Cambio 16* con el fin de reforzar visualmente (a manera de referencia y comparación) la crítica que se estaba realizando de la imagen del escritor.

El artículo humorístico permite aclarar ciertas dudas metodológicas que se mencionaban anteriormente e inquietaban también a historiadores como Germán Colmenares, en principio la publicación de la portada de Newsweek y la respuesta de los ironistas a este hecho no pasa de ser una **anécdota** en los anales de la prensa y la literatura colombiana (un hecho político nada relevante en principio a otros grandes acontecimientos sociales y políticos del momento), pero sí permite en cambio prever el complejo fenómeno de valoración cultural que se le da a la imagen de una persona célebre. Es decir, pese a que aparenta ser un ataque a Gabriel García Márquez, el escritor es una figura *pasiva* en este relato irónico, la verdadera víctima de la ironía, son todos aquellos que hacen uso de la imagen del nobel: políticos, medios, comercio, entre otros.

Y no se trataba de una respuesta aislada, otros ironistas como Rafael Chaparro y *Quac*, denunciaban el mismo fenómeno:

“Todo empezó en 1982, cuando dos periodistas radiales de esos que se dan cadena de estación a estación, de pronto pararon el chucuchucu, los tangos, las rancheras y el disco. Sus voces sonaban graves: García Márquez acaba de ganar el premio Nobel de Literatura. Inmediatamente, se inició una verdadera maratón radiofónica en torno a la solitaria noticia [...] Toda clase de interpretaciones han surcado las páginas de los diarios y revistas no solo colombianas, sino también internacionales. Igual número de críticos han surgido. De todas clases y pelambres: unos especializados en la Universidad de Stanford en artes, ciencias folclóricas y literatura de la preconquista, con tesis laureada que se llama "Regina Once o una aproximación crítica al realismo mágico urbano contemporáneo". Otros más humildes habían salido de Planeta Rica o de Lorica y la muestra más patente de su realismo mágico era su forma de vestir.” (Chaparro, 1 de abril de 1989, La prensa, pg 14)

En cambio, *Quac*, de manera más agresiva solía parodiar a manera de representación al escritor que “Está más triste que el putas. Y de ahí sus memorias”. (Morales, 2006, pg 47). En el noticiero se apelaba nuevamente a la crítica de su popularidad y peso económico de su obra y no necesariamente a su escritura o sus opiniones políticas: “Me voy porque ya no me invitan a cocteles. El exilio es con tiquete de regreso, para cuando me inviten a una fiesta interesante” (Morales, 2006, pg 47). Cabe recordar, que el escritor, a principios de la década de los ochenta, por razones de política y de seguridad, decide exiliarse. Sin embargo, para la década de los noventa, su presencia en diversos actos públicos era recurrente, como en el XXVII Festival de la Leyenda Vallenata en 1994 (Sem, 23 de Septiembre, 1994,[En línea]), el coctel ofrecido por Cesar Gaviria en homenaje al escritor Carlos Fuentes en 1994 (Sem, 3 de Noviembre, 1994, [En línea]), la boda de María Aparicio Cammaert y Alejandro Santos Rubino, que se llevó a cabo en 1996 (Sem, 28 de noviembre, 1996, [en línea]) entre muchas otras; no hacen crítica al hecho que el escritor viajara recurrentemente a Colombia, sino en cambio atacaban al papel o valor que se le daba a la presencia del nobel en un acto público, valor que sólo podía emerger en manos de los medios de información, porque la figura de este representaba tal vez algún tipo de notoriedad social.

En *Quac* inclusive criticaban la misma conciencia mediática que había adquirido el escritor, porque por medio de una burla y caracterización de García Márquez, Garzón proclamaba que “Te admiré, no sólo por tu poder, sino porque tú me admiras. Es cuestión de letras” (Morales, 2006, pg 48). Por ejemplo, en vísperas de la asamblea constituyente, Gabriel García Márquez aseguraba que no tenía “la vocación, el entrenamiento ni la determinación para ser Presidente, **pero en Colombia [tenía] un poder** que es mayor que el que puede tener un Presidente. Es el poder moral” para influir en la asamblea constituyente (Elt, 10 de septiembre, 1990 [En línea])

García Márquez, para la década de los noventa era ya un símbolo y un lugar común para ejemplificar el futuro que se anhelaba a principios de la década: “fieles a nuestra fe en que no puede estar ya lejos la utopía garciamarquiana” (Gaviria, 1992, pg 5), anunciaba el presidente César Gaviria en su discurso de posesión. Se había convertido en una bandera susceptible de ser utilizada para fines políticos y simbólicos. Por ello, la afirmación: “Ningún político en vías de perder las elecciones o interesado en subir su nivel de popularidad mediante el uso de métodos maquiavélicos está autorizado para valerse de Gabriel García Márquez, nombrándolo consejero o fotografiándose a su lado” respondía a un continuo comportamiento mediático y no sólo a una jocosidad afirmación espontánea del momento:

“Pienso que lo que dije hace poco más o menos unos doce meses [...], acerca de que García Márquez podría ser una buena opción, sino la mejor, para integrar la llave con uno de los candidatos a la Presidencia de la República y que tuvo amplia acogida entre los lectores, cobra plena vigencia en los momentos actuales en que el país rueda al abismo de su desventura” (Elt, 27 de Marzo, 1998, [En línea]) argumentaba un columnista en el periódico el Tiempo, y es ese lugar simbólico que se utilizaba regularmente por políticos, columnistas y periodistas, el cual era objeto de burla y crítica por parte de los ironistas, porque es poco probable evaluar las capacidades políticas del escritor, sin embargo, para los ironistas era fácil criticar los argumentos de los políticos y periodistas cuando sus



únicos criterios para vanagloriar políticamente al escritor se reducían solamente a la fama que había adquirido el nobel a través de los años.

Otros en cambio veían en Gabo un gurú político, digno de ser mencionado en instantes de coyuntura política, como la intención de una reforma constitucional<sup>17</sup>: “Samper también sostuvo contactos con el escritor Gabriel García Márquez, a quien explicó su propuesta el miércoles en la noche durante una cena en la Casa de Huéspedes en Cartagena. Según un ministro del gabinete que conversó con él, el Nobel reconoció que era un primer paso en la dirección correcta, pero expresó su molestia por el hecho de que en su opinión todas las propuestas de Samper parecen siempre encaminadas a vetar como sucesor al vicepresidente Humberto de la Calle” (Sem, 22 de mayo, 1996, [En línea]). O inclusive como mediador de conflictos públicos entre empresarios y periodistas: “Dile a Enrique Santos que hablaste conmigo; que le levantó una bandera blanca” (Sem, 14 de febrero, 1994 [En línea]) le decía Gabriel García Marquez a un periodista luego de que estallara, a principios de 1994, una pelea pública entre el periodista y el grupo empresarial Santo Domingo, a raíz de unos comentarios.

O ya bien, por el contrario, era símbolo recurrente para recalcar los continuos fracasos políticos que experimentaba la nación y, por ello no era raro dejar en las manos del escritor la tarea de retratar los “males que nos aquejaban”, como voz y traductor oficial de la sociedad: “Pues nos complacemos en el ensueño de que la historia no se parezca a la Colombia en que vivimos, sino que Colombia termine por parecerse a su historia escrita [...] Nuestra insignia es la desmesura. En todo: en lo bueno y en lo malo, en el amor y en el odio, en el júbilo de un triunfo y en la amargura de una derrota. Destruimos a los ídolos con la misma pasión con que los creamos. [...] Creemos que las condiciones están dadas como nunca para el cambio social, y que la educación será su órgano maestro

---

<sup>17</sup> Ernesto Samper, alrededor de 1996, en medio de escándalos políticos, propuso una reforma constitucional “con miras a adelantar las elecciones presidenciales para fines del 96 o principios del 97 y recortar así su período en más de año y medio.” (Sem, 22 de mayo, 1996, [En línea])

[...]y nos abra al fin la segunda oportunidad sobre la tierra que no tuvo la estirpe desgraciada del coronel Aureliano Buendía.” (Sem, 22 de agosto, 1994, [En línea])

Los ironistas entonces, retrataban un escenario común de la vida política colombiana; el uso de tótems como símbolos retóricos en momentos de coyunturas mediáticas. Inclusive el mismo escritor anunciaba la crítica que estaban tratando de esbozar los ironistas: “Nuestra insignia es la desmesura [escribía Gabriel García Márquez]. [...] Destruimos a los ídolos con la misma pasión con que los creamos.” (Elt, 23 de julio, 1994 [en línea]) Una desmesura que relacionaba elementos culturales con hechos y acontecimientos que en principio no tienen relación alguna (ejemplo de ello es la popularidad como autoridad) y se presentaban como elementos de la realidad *nacional* útiles para cualquier ocasión política.

Hallar a la *victima* (explícita o implícita en la expresión) del acto de la ironía permite, en principio, entender como está utilizando la cultura como recurso. Es prudente recordar que la ironía, al menos cuando se utiliza de manera humorística, suele atacar poderes o personajes, en este caso señalando a quienes están haciendo uso de una imagen o un símbolo que circula continuamente en el espacio público del país; por ello es necesario leer detenidamente el contexto en que se inserta la crítica irónica, de lo contrario se podría confundir la expresión como un simple ataque a Gabriel García Márquez y no por ejemplo a la manera como políticos tales como Ernesto Samper y o columnistas en la prensa utilizaban la imagen del escritor con el fin de generar algún tipo de respuesta favorable en la opinión pública.

Las expresiones irónicas emergían como comentarios de aquel conjunto de testimonios (a veces disímiles) de la opinión pública. Eran, como lo argumentaba Colmenares, el reflejo que demostraba que detrás de lo espontáneo y fugaz de las noticias, columnas de opinión y artículos de revista, existía una base de creencias e ideas (un lugar común) que se transformaban continuamente y a su vez daba coherencia al valor cultural de estos

mismos objetos. Las expresiones irónicas entonces se pueden considerar como un acto subjetivo que se alimentaba del escenario social y los lugares comunes a los cuales se solía recurrir en los medios. El poder cultural de Gabriel García Márquez dependía no sólo de sus virtudes como escritor, sino también de aquellas *invenciones* sociales que se daban lugar en los periódicos, las pantallas de televisión, la lectura de revistas internacionales entre otros.

### 2.3 El poder adquisitivo de la cultura

En términos políticos, los ironistas no criticaban el auge de héroes e ídolos, sino la manera como éstos servían para alimentar discursos de algún sector (de poder) del país y la forma como cualquier *recurso cultural* podía variar de valor de acuerdo al escenario en el que se enunciaba. Es decir, las ironías han sido de gran utilidad para interpretar los recursos, como la imagen de Gabriel García Márquez, por cuanto se utilizaban políticamente en ciertos momentos de la década de los noventa, pero también permiten comprender la forma en la que los discursos públicos provenientes de algún tipo de poder social tendían a entrecruzar las nociones de lo que era *político*, *social* o *económico*, inclusive los ironistas criticaban a su vez como la idea de lo ‘económico’ se convertía a su vez en un recurso cultural, porque se transformaba, a modo de símbolo, en lugar común para alimentar las esperanzas de la opinión pública:

“Como economista que soy, sólo me interesa el poder adquisitivo de la política” enunciaba la parodia de Cesar Gaviria en el noticiero *Quac*, en 1995, cuando el político ya había dejado la Presidencia y, en el país se encontraba ejerciendo el poder Ernesto Samper. La frase evocaba la fuerte naturaleza económica del plan de desarrollo del gobierno Gaviria; actos que al principio de la década se traducían en palabras de “esperanza” y aliento. Por ejemplo, en las editoriales de la prensa del país se aseguraba que “el presidente electo, doctor César Gaviria, [...] superará la rigidez del artículo 120 de la Constitución, señala una pauta muy importante. En esas palabras resume el deseo de gobernar con todos y para todos. Supeditar el sentimiento partidista al interés patrio [...]

La realidad política y pragmática es lastre muy difícil de llevar en las cargas que han caído sobre los hombros del presidente Gaviria. Ayudémosle” (Elt, 2 de agosto, 1990, [En línea]). “Aunque el optimismo siempre viene de la mano del nuevo gobierno, pocas veces como ahora se ha hablado de darle un vuelco a este país, por lo menos en lo que a economía se refiere. El "revolcón" anunciado por César Gaviria en su discurso de posesión, tiene que ver con todo. Es tan ambicioso que, de cumplirse, el país será otro el 7 de agosto de 1994” (Sem, 10 de agosto, 1990 [en línea]).

La célebre frase o concepto de *revolcón* provenía del discurso de posesión del presidente Gaviria, donde afirmaba tajantemente que “el revolcón institucional” que pondría a Colombia a la vanguardia, “no se agotaba en las instituciones políticas” porque como presidente su “responsabilidad, su compromiso” era impedir que “la juventud colombiana, llena de ilusiones y ganas de trabajar” se empantanara y quedara atrapada “en el atraso y la injusticia”. Se transformaría la economía y se iniciaría una “verdadera revolución productiva” (Gaviria, 1992, pg 19). Cuando en el noticiero *Quac* se burlaban de Gaviria con la frase “sólo me interesa el poder adquisitivo de la política” se burlaban de la manera como el ex-presidente y los diferentes sectores del país, utilizaban un lenguaje aparentemente económico, que se alimentaba de las expectativas que tenía la sociedad de las nuevas medidas como la apertura del mercado, para soportar cualquier tipo de argumento, fuera o no un problema de naturaleza económica.

De manera paródica, Arias y Troller en su libro *Ciertamente* (burla cronológica a los acontecimientos relevantes de la presidencia de César Gaviria), argumentaban que “El nuevo presidente del nuevo país, el presidente que ofrecía mucho futuro, el presidente encargado de recoger -y luego arriar- las banderas de Luis Carlos Galán, había sido elegido por una poco inmensa minoría. Pero eso a nadie le importaba. **Eran tiempos de euforia, de esperanza**, de empate entre Colombia y Alemania en el Mundial de Italia. Ya habría tiempo de sobra para preocuparse por el destino del país, ya habría tiempo de

sobra para averiguar qué clase de futuro les esperaba a los colombianos..” (Arias y Troller, 1994, pg 21).

En este caso como en el anterior, la ironía denunciaba el uso de la percepción optimista del momento como un recurso en sí mismo, es decir, el papel que cumplían ídolos como Gabriel García Márquez cuando se proclamaba el principio de la utopía garciamarquiana, o la forma como se asumía que César Gaviria era el escudero del los proyectos políticos del asesinado líder Luis Carlos Galán. Por ejemplo palabras como las que mencionó Juan Manuel Galán en el entierro de su papá, traspasándole el cetro político a Gaviria: “¡Salve usted a Colombia!” (Juan Manuel Galán, citado en Sem, 25 de Agosto, 1989 [En línea]), se sumaban y alimentaban un sentimiento emocional de esta *moral colectiva*; la esperanza o la popularidad de un político.

Ahora bien, por tratarse de fuentes relativas a un humor político, es probable que gran parte de las víctimas de las ironías fueran políticos o figuras importantes de la opinión pública. Por ejemplo, si Gabriel García Márquez se había convertido en una bandera política, su popularidad también alimentaba otro tipo de dinámicas ajenas al devenir de los políticos<sup>18</sup>; aquellas relativas a la venta de sus libros y la venta ilegal de copias piratas, tema que frecuentaba las páginas y pantallas de los diferentes medios de comunicación del país. Carlos Mario Sarmiento Ganitsky<sup>19</sup>, el celebre empresario de *Quac*, cuya función era parodiar a los empresarios más ricos del país, afirmaba con potestad que: “Gabriel García Márquez es la única empresa solida de Colombia”

---

<sup>18</sup> Juanita Villaveces, en su libro titulado “Caricatura Económica” (2011), también argumentaba la pertinencia de Fuentes humorísticas (en este caso caricaturas), para la interpretación de problemas económicos. Partiendo también de las mismas inquietudes de Colmenares, la autora analiza las caricaturas a partir de categorías consideradas relevantes por su aspecto económico dentro del ámbito social, tales como vivienda, ahorro, sector rural, entre otros.

<sup>19</sup> El nombre del personaje provenía la suma y combinación de nombres de celebres empresarios del país: **Carlos** Ardila Lülle (Fundador de empresas tales como: RCN Televisión, RCN Radio, la marca de bebidas gaseosas Postobón), Julio **Mario** Santo Domingo (fue accionista principal del Grupo Empresarial Bavaria y de Valórem) y Luis Carlos **Sarmiento** Angulo (Actual presidente del holding Grupo Aval Acciones y Valores, S.A)

(Morales, 2006, pg 92). Nuevamente, los guionistas de *Quac*, a partir de una afirmación irónica, señalaban una situación rodeada por circunstancias culturales particulares. Porque para la década de los noventa, el Nobel colombiano “abrumado por su popularidad, la altura himaláyica de sus ventas en todos los continentes, su leyenda de narrador salido de un pueblo colombiano y su obra maestra, Cien años de soledad, colocada en vida de él en el anaquel de los clásicos. Gabo, como lo llama buena parte de América Latina, se convirtió en uno de esos novelistas que conocen aún aquellos que no los han leído.” (Elt, 19 de febrero, 1995, [En Línea])

No obstante, la popularidad de Gabriel García Márquez no sólo evocaba este tipo de imágenes y afirmaciones simbólicas, también comenzaba, para algunos, a determinar el devenir de la ya reducida industria editorial colombiana porque “la obra maestra del Nobel de Aracataca fijó un punto tan alto en la historia de las letras criollas, que las nuevas generaciones de escritores todavía no han podido quitarse de encima la sombra del Coronel Aureliano Buendía.[...] Los editores, por su parte, salieron en busca de nuevas ‘gallinas de los huevos de oro’. Quisieron ver otros Macondos, y prefirieron, entonces, publicar a los imitadores, en vez de arriesgar con los que en realidad proponían esquemas novedosos. Y los lectores, finalmente, en un país en el que es muy poco lo que se lee, se conformaron con García Márquez.” (Sem, 2 de Noviembre, 1992, [En línea])

Esta realidad no escapó de la vista de los editores piratas y mucho menos de los ironistas. A principios de la década, Rafael Chaparro, escritor y guionista de *Zoociedad* aseguraba que “Gabo, gabito o García Márquez [...] que tal como lo predijo el viejo allá en las penumbras de Aracataca todo iba a terminar en que su hijo se vendería como pan caliente o en su defecto como hielo polar en noche de viernes en cualquier esquina de cualquier ciudad colombiana” (Chaparro, 2003, pg 52). Para 1992 “los libros más vendidos por la editorial Oveja Negra eran Cien años de soledad, que entre 1978 y 1992 había producido 840.000 ejemplares, y El coronel no tiene quien le escriba, con 402.000 ejemplares. El

libro más vendido de las ediciones nuevas es *Crónica de una muerte anunciada*, con 1.050.000 ejemplares en edición rústica.” (Elt, 21 de agosto, 1992, [En línea])

Prontamente, los libros de García Márquez, las copias piratas y los semáforos en los que se vendía, comenzaron a transformarse en un lugar recurrente para referirse a la situación editorial del escritor; este escenario se prestó como elemento pertinente de los ironistas para ridiculizar el mismo fenómeno de la piratería, por ejemplo, en *Semama*, parodiando un anuncio de una librería o un lugar comercial, Troller y Arias lo reemplazaron por la foto de un hombre vendiendo libros ilegales del nobel en un semáforo y a continuación anunciaban: “Venga al semáforo... Venga a Macondo”



Parodia de comercial publicado en *Semama* (Arias y Troller, 1994, pg 105). Con la ironía se parodiaba un anuncio de revista y utilizaba los códigos convencionales dirigidos a un lector de revista que se encuentra acostumbrado a ver anuncios comerciales, a la vez que apelaba a los códigos contextuales y culturales de un habitante de cualquier ciudad de Colombia. En este caso, se refiere a las personas que usualmente se ubicaban en los semáforos de grandes avenidas con la intención de vender libros ilegales, una práctica indebida, pero común en la realidad de las urbes colombianas.

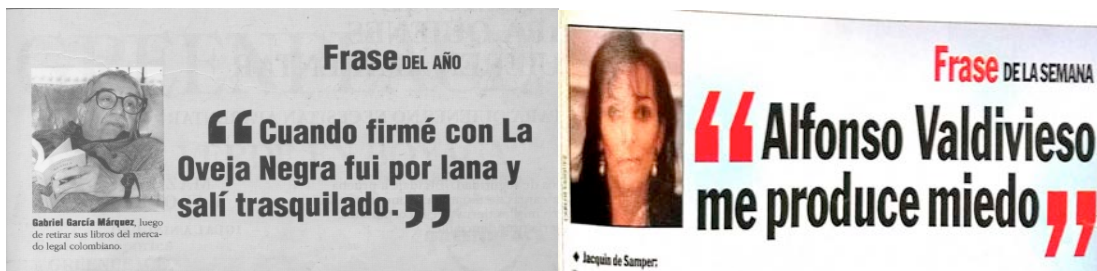
Denunciaban no sólo el hecho de que se estuvieran vendiendo libros piratas, sino denunciaban a su vez la normalidad con la que se asumía culturalmente el suceso, de ahí el poder de la ironía; el hombre y el suceso del semáforo sólo pueden ser comprendidos por unos códigos culturales cotidianos a los que están acostumbrados los lectores. Pero los ironistas no se detuvieron en parodiar el acto en sí, también satirizaron los acontecimientos que le siguieron al problema de la piratería:

“Todo comenzó el 29 de julio de 1992, cuando los representantes de la editorial Oveja Negra, encabezados por su dueño José Vicente Katarain, se presentaron ante la Dirección de la Policía Judicial e Inteligencia -Dijin- para denunciar la falsificación de las obra literarias de García Márquez y el hurto de las películas para la reproducción de los libros "Crónica de una muerte anunciada", y "Relatos de un náufrago". [...]En obras como el "El Coronel no tiene quien le escriba", que es texto escolar, puede haber entre 70 y 100 mil copias piratas cada año. Si se tiene en cuenta que ese libro se vende a un promedio de tres mil pesos por unidad y que su autor tiene derecho al 10 por ciento de esas ventas, el Nobel está dejando de recibir alrededor de 30 millones de pesos cada año sólo por ese libro. (Sem, 14 de junio, 1993, [En línea])

Pero más tarde “la sorpresa fue mayúscula cuando la fiscal 266, Patricia Salazar Varón, decidió [...] no sólo devolver los 800 mil libros a Giraldo y Burgos (denunciados en aquel entonces por la editorial Oveja Negra), sino adelantar una investigación a Katarain para aclarar las posibles faltas disciplinarias cometidas durante el allanamiento en Medellín. Al conocer la noticia, García Márquez no dudó en afirmar que "la ilegalidad amparada por la justicia y los legales perseguidos es ya el colmo del realismo mágico" (Sem, 7 de Junio, 1993 [en línea]).

Luego del fallo, Gabriel García Márquez tomó la decisión de no editar y publicar más novelas en signo de protesta; ante el suceso, en la revista de humor *Semama*, haciendo parodia a la tradicional sección de frases celebres de la semana, publicaron la burla al suceso:

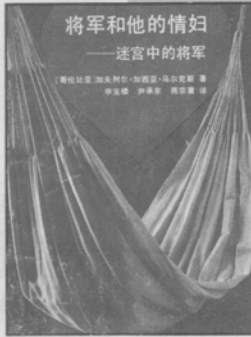




La imagen de la izquierda, publicada en la revista *Semana* (Arias y Troller, 1993 pg 37), era un comentario humorístico que se hacía de los sucesos que estaban tomando gran importancia en la prensa, relativos a la impresión de los libros de Gabriel García Márquez. Utilizando como marco de referencia la sección de la revista semana “frase de la semana” (Ejemplo de ello es la imagen de la derecha, fuente: Sem agosto 20, 1996, No 746, pg 45) se burlaban de lo acontecido entre la firma editorial Oveja Negra y Márquez, cuya capacidad publicitaria e infraestructura no suplían las necesidades del Nobel. Otra vez, jugaban con lugares que el lector podía reconocer fácilmente para generar una contradicción de algún fenómeno cultural.

Finalmente, el último episodio del problema también fue “retratado” por los ironistas, porque a puertas de la publicación de la última novela del Nobel, “Del amor y otros demonios”, la atención mediática también se alimentaba de estas expectativas, por ello, “decidido el asunto, García Márquez dejó todo en manos de su agente, mientras se dedicaba a ponerle el punto final a su última novela [...] De inmediato, Carmen Balcells abrió un concurso de méritos entre la editoriales que desearan participar en la adquisición de derechos de esta novela. Las condiciones eran dos: el pago al autor del 10 por ciento de las ventas por catálogo y el anticipo de los derechos de los primeros 200.000 ejemplares, que era como había trabajado el escritor con Oveja Negra [...] Balcells y Gabo se decidieron por Norma, una de las editoriales más sólidas de Colombia y tal vez la de mayor proyección en Latinoamérica en la actualidad. La elección de Norma se debió no sólo a su fuerte respaldo financiero y a su gran organización empresarial, sino porque, en un negocio en el que es tradicional la demora en la recuperación de cartera, la compañía caleña se ha caracterizado por la eficiente distribución y sobre todo por la rapidez en el cobro de los libros repartidos.” (Sem, 21 de Marzo, 1994 [En línea]).

## Dispositivo anti-piratas



Como al conocido escritor y queridísimo Nobel Gabito García Márquez no le gusta tentar al diablo, decidió esta vez editar su próxima novela, en la cual intentará retratar a su amigo y protector César Gaviria como el hombre del siglo en América Latina por encima de Fidel Castro, en ciento treinta y cuatro idiomas diferentes al español. El amado Nobel considera que, mientras su obra no circule en la lengua de

Katarafín, no tendrá la menor posibilidad de que le sea pirateada. “Mis amigos caribes podrán leerme en patois, papiamento y creole si así lo desean”. Gabo también prometió que no volverá a escribir en lenguas castellana y catalana mientras no erradiquen los vendedores callejeros de libros de San Victorino, la carrera Décima y los semáforos de Bogotá, y las ovejas negras se dignen regresar al redil de la legalidad. ■

## Otello italianísimo



QUE ESTE *Otello* verdiano —que viene de 1961— aparezca en disco compacto, pues es apenas justo. Porque se trata de la más difícil y exigente ópera tenoril de la lírica italiana cantada por el mejor tenor dramático italiano —¿el único?— de la segunda mitad del siglo XX: Mario del Monaco, en el momento estelar de su carrera. Además, a su lado está la soprano —también italiana— Renata Tebaldi, legendaria en la parte de Desdémona; el disco hace justicia a su arte, especialmente para quienes apenas la recuerdan como la ‘rival de la Callas. El trío protagonista lo complementa

el soberbio Jago de otro italiano: Aldo Protti. La versión es apasionada, los solistas no cantan, simplemente reviven el aterrador drama de Shakespeare. La orquesta y dirección tienen dimensión y elevan la partitura verdiana a la categoría de obra maestra que le corresponde. Al leer los créditos musicales viene la sorpresa, porque son austríacos, pero se entiende: los coros de la Staatsoper, los Niños Cantores y la Filarmónica de Viena bajo la dirección de Herbert von Karajan. Un equipo con una categoría insuperable en su idoneidad e imposible de reunir hoy en día. ■

La imagen (Imagen superior), nuevamente parodiando (Arias y Troller, 1993, pg 196) una sección de novedades de la revista Semana (Ejemplo de ello es la imagen inferior, fuente, Sem, Julio 27, 1998, No 847, pg 98), resumía varios elementos del fenómeno popular de Gabriel García Márquez, tales como su cercanía ya mencionada como bandera política de figuras como Cesar Gaviria, la burla al editor de la oveja Negra “Katarin” y al problema de la venta de libros piratas.

“ ‘El general, El general’ se oye al mismo tiempo que ‘Marlboro, Marlboro’. Hay algo extraño para que la conciencia del colombiano acepte con igual facilidad una noticia amarillista que se vende en el semáforo entre el verde y el amarillo y que dice en letras rojas “En motel del centro: Sardina mató a viejito. El vicario no resistió la energía de la muchacha’ y los últimos días del general. Lo que tal vez uno no sabe es que el vicario de pronto es Bolívar, la sardina una ardiente mulata y el motel uno que queda por ahí cerca al aeropuerto y que se llama El Laberinto” (Chaparro, 2009, pg 53).

La popularidad del escritor, que se construye a su vez por unas imágenes sociales y mediáticas, también sirve para observar el estado de ciertos procesos de producción y de apropiación de los mismos (o en este caso de deslegitimación). El acontecimiento descrito anteriormente puede servir como reflejo del fenómeno de la reproducción ilegal de libros en la década de los noventa y para prever características de la industria editorial

del momento<sup>20</sup>, pero también sirve para interpretar que tipo de importancia le daba la opinión pública a este tipo de acontecimiento, especialmente si la denuncia, más allá de retratar el monopolio de Gabo como exponente de la literatura colombiana, es la expresión o la molestia por la piratería como una práctica (como se vera de mejor manera en el segundo capitulo) que es (o era en ese momento) aceptada entre dientes por la sociedad, frases como “algo extraño en la conciencia del colombiano” o la “única empresa sólida de Colombia”, pretenden, de manera tal vez sublime, atacar regiones morales de nuestro propio acontecer cultural.

## 2.4 La mujer y la belleza

El caso de la mujer y la forma como se ironiza en las expresiones de humor es también relevante para comprender cómo la imagen de la mujer es un recurso susceptible de ser usado para múltiples propósitos, porque el escenario donde se construyen unos valores culturales que aparentemente atañen a un asunto nacional, a diferencia de Gabriel García Márquez (donde se hiperbolizan unos símbolos), es un escenario donde se comienzan a negociar elementos aparentemente visuales.

La imagen de la mujer pretendía ser descrita mediáticamente por medio de unas formas y figuras que se dibujaban difusamente en un plano de mundos idealizados que nada tenían que ver con aquellas dinámicas culturales a las que pertenecían las mujeres colombianas. Eran retratos difusos, porque a pesar de que aquellas imágenes (proyecciones estéticas) volvían continuamente a lugares comunes donde más que descripciones físicas o estéticas, se apelaba a virtudes abstractas, no existía la enunciación visual, textual o verbal de los estándares de esta imagen; “mujeres con *medidas adecuadas* [a pesar de que

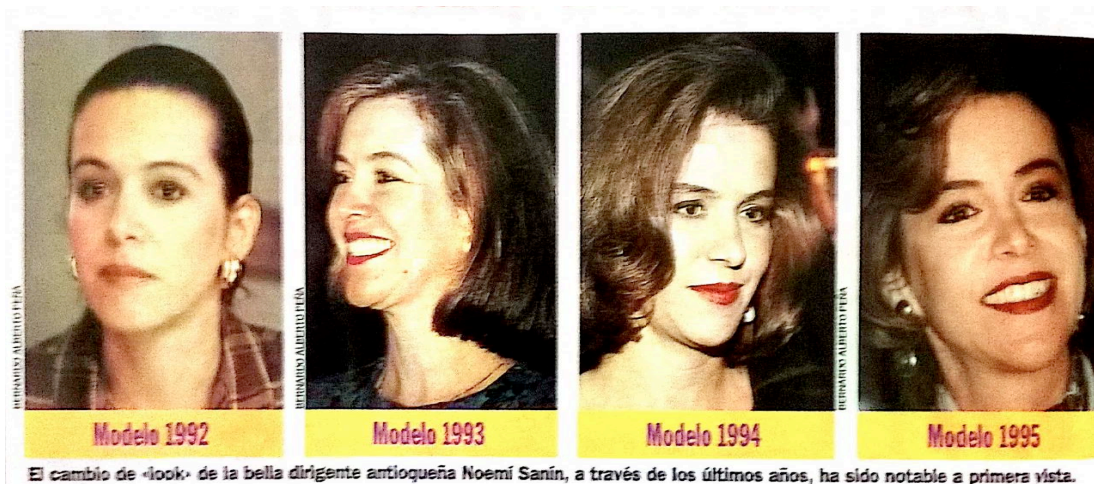
---

<sup>20</sup> “Con todos estos impulsos, coyunturas y estrategias privadas y públicas, la industria editorial e impresora de Colombia, se convirtió durante los noventa, en el cuarto país en producción y facturación después de Brasil, México y Argentina y a presentar, como podemos apreciar [...] una balanza comercial positiva con un aumento creciente en las exportaciones. En 1994 se produjeron 42.936.838 ejemplares y 6.940 títulos; se facturó al Mercado interno 136.263 millones de pesos (165 millones de dólares); y el valor de las exportaciones fue de 85.2965.833 dólares. (Ministerio de Cultura, 2003, pg 66)

nunca se mencionan cuales son las medidas adecuadas]” (Cam, No 167, 1996, pg 69) y “caras lindas” (Ele, No 992, 1998, pg 4).

La pregunta sobre las mujeres y aquellos valores culturales que se intentan construir en espacios de opinión pública se vuelcan hacia otro sentido: el poder que tiene esta imagen idealizada, como un recurso cultural, sobre la realidad del colombiano. Lo deseable, entonces antes de ser un efímero, inofensivo y banal elemento de la opinión pública, se convierte entonces en un estándar aceptable en vías a ser formalizado (Elias, 1998, pp 448).

Las expresiones de humor entonces, no solo respondían mordazmente a la abismal distancia que existía entre una realidad cultural y una imagen formalizada de un mundo imaginado, también debían ponerle una *cara* a aquello que se connotaba pero nunca se enunciaba. La ironía entonces anclaba lo fugaz del acontecimiento político, a veces sublime y en ocasiones explícita, con los valores de una imagen de mujer que se estaban construyendo en el momento: un problema que comprendía la belleza, la salud, el rol político y la celebración popular. De esta manera, uno de los lugares protagónicos de la opinión pública de la época será el problema de las presentadoras (las vedettes), las reinas y la belleza como un problema de estética nacional



El cambio de «look» de la bella dirigente antioqueña Noemí Sanín, a través de los últimos años, ha sido notable a primera vista.

En la revista *Cambio 16* publicaron un artículo que sirve de ejemplo de la obsesión de la opinión pública acerca de la imagen física de las mujeres de la política colombiana. En el texto escribían “acaso más madura y glamorosa que la que se había conocido hasta ahora [...] La bella dirigente antioqueña fue una de las figuras que desfilaron por esa extraña pasarela de la política nacional que montó la revista económica *Dinero* [...] esta el nuevo look, cada vez más cosmopolita” (Cam, No 125, 30 de octubre, 1995, pg 72). Rara vez describían virtudes fuera de las físicas de la entonces candidata presidencial (a pesar que nunca mencionaban explícitamente que eran aquellos elementos que la hacían “bella:”). De esta continua manera de describir a las mujeres se alimentaban las representaciones que realizaban los ironistas burlándose de esta idealización, dando origen a figuras como María Leona Santo Domingo, que contradecía aquello que se buscaba de una mujer del escenario mediático nacional.

“Si querían hacer una mofa de las reinas presentadoras, necesitaban a una especialmente fea, una caricatura viviente de ademanes coquetos y elegantes ‘Necesitábamos para el noticiero a la mujer más bonita de Colombia’” (Izquierdo, 2009, pg 86). La necesidad de interpretar a una ‘mujer hermosa’ por medios irónicos (mostrar a una mujer fea como presentadora) dió la emergencia del personaje de María Leona Santo Domingo, interpretada por Diego León Hoyos para acompañar a Jaime Garzón en la conducción de *Quac*. “María Leona Santo Domingo, que con su grotesca nariz, la cara pintarrejeada y unos aretes colgantes que a cada rato se le caían, ridiculizaba a las falsas damas de alta alcurnia. Su apellido hacia mofa del empresario más rico de Colombia, Julio Mario Santo Domingo y su Segundo nombre, Leona, aludía a la marca de la cerveza con la que Carlos Ardila Lulle” (Izquierdo, 2009, pg 86) Al igual que María Leona, por los episodios de *Quac*, *el siguiente programa*, y las paginas de *Cambalache* y los libros de Troller-Arias

desfilaron múltiples caracterizaciones de mujeres cuyo principal elemento de mofa era su “belleza”.

Estas *reinas presentadoras*; las *vedettes* de la televisión colombiana, se convirtieron en la década de los noventa en un foco de atención pública debido a su paulatina aparición en los noticieros: ¿Qué están buscando los noticieros de televisión colombianos en materia de presentadores? ¿los quieren bonitos, sin mucha credibilidad pero que gusten? (Ele, No 589, 1991 pg 3). La relación de credibilidad, información y apariencia física no escapaba a los ojos de los críticos y los espectadores; el problema, por instantes no parecía ser su belleza, porque el público esperaba “ver caras bonitas en la pantalla”, sino la “falta de preparación para desempeñar bien el rol que les asignan”, la “falta de experiencia” “la rigidez y la inseguridad” (Ele, No 820, 1995, pg 3).

Virtudes como el carisma, se convertían en acompañantes predilectos a la imagen esperada de la mujer, o en otros escenarios suplía la falta de la belleza, “hay que tener carisma, para que en muchos casos, sin ser una belleza, su imagen resulte agradable para el público” (Ele, No 707, 1993, pg 3). Sin embargo, si la belleza era una *imagen* carente de estándares fijos, aún lo eran más las virtudes que quedaban por fuera de la belleza; eran cualidades disímiles y difíciles de concretizar en fenómenos claros: de las mujeres que presentaban noticias se esperaba que fueran “trascendentales”, “que tuvieran ángel”, “una imagen agradable”, que no fueran “acartonadas” ni “brinconcitas”, mujeres que imprimieran tal realismo que dieran la sensación de “estar observando a una Sherezada que habla de los problemas de violencia y muerte que vive el país” (Ele, 1993, No 700, , pg 12-14).

La negociación acerca del rol de la belleza de la mujer y su imagen se podía observar en el disgusto: “Casi ninguna de estas bellas sale bien librada del cuento [...] este no fue el año ni de Tatiana de los Rios, ni de Alicia Manchado ni de Marcela Carvajal” (Ele, No 992, 1998, pg 2) o ya bien se vislumbraba en el intento de definir las cualidades de una mujer “polifacética” las cuales se reducían a ser “hija de familia” “estudiante de diseño” “ex candidata al concurso nacional de Belleza”, “reportera audaz” y “presentadora de

noticias” (Cro, No 4039, 1995, pg 63-64). Evidentemente, acotar el problema de la imagen, la belleza y la mujer al contexto de televisión sería engañoso: sin embargo, esta aparente trampa de la televisión (aquella que de forma asimétrica e inconsciente *recorta* los temas de la agenda pública) obra para demostrar que el problema de la imagen y la negociación de ésta no es el resultado de un *reconocimiento* o un problema de la *representación* de la mujer.

70 mujeres encuestadas en 1994<sup>21</sup> por la fundación *Cine Mujer* y la *Red Latinoamericana De Educación Popular*, coincidían en que “más que con personajes, la mayoría dijeron identificarse con el manejo de situaciones que hacen algunos actores. A través de ellos logran reflejar sueños inalcanzados y represiones “ y ven en las mujeres de la televisión el intento de “revindicar, con su actuación o explícitamente, los intereses de las mujeres” (Alvear, 1994, pg 38). La imagen y la belleza, no eran un asunto de preocupación de política pública, al menos de la dimensión de los problemas sociales a los cuales debía someterse la mujer en esta década, sin embargo a nivel mediático se le otorgaba una importancia relevante ¿Por qué entonces estos humoristas invertían gran parte de su espacio en la representación y ridiculización de mujeres si los problemas eran otros ajenos a la imagen y belleza?

Porque la ironía en estos programas de humor trabajaba sobre aquello visible que oscurecía y dominaba los temas de la opinión pública: la exageración gestual, corporal y ridícula de caracterizaciones de personajes como Inti de la Hoz o la ridiculización de las múltiples presentadoras reinas en el *Siguiente programa*, atacaban la doble imagen y la *formalización de la mujer* en este mundo de opinión popular. Es prudente recordar que una expresión irónica suele elaborarse a partir de elementos de aquel vasto mundo de la opinión pública que sean reconocibles para el televidente y el lector, y apelen a su *complicidad* para criticar estos mismos, en otras palabras, si para los ironistas la

---

<sup>21</sup> Es prudente mencionar, que la muestra de 70 mujeres de barrios populares no se puede considerar, por problemas cuantitativos y de método, como una muestra fehaciente y porcentual de la totalidad de las mujeres colombianas en el momento en que se realizó la encuesta, sin embargo, el valor de esta, son los testimonios de las mujeres entrevistadas. Estas encuestas se realizaron en un taller donde participaron 70 mujeres integrantes de organizaciones populares con sede en Bogotá, La Calera y Fusagasuga.

importancia que mediáticamente se le otorgaba al tema de la “belleza de la mujer” era excesivo, se requería entonces satirizar esta misma imagen.

Por eso en este caso, es la idealización de la belleza la que se convierte en un elemento cultural susceptible de ser utilizada como recurso (para vender productos, subir rating, desvalorar las virtudes políticas de una mujer entre otros ejemplos), pero sólo en la medida que esta *idealización* acapare el espacio de la opinión pública e impidiera que emergieran otro tipo de representaciones o construcciones relevantes a la imagen de la mujer, o inclusive desplace disuasiones sociales igual o más importante, porque “resulta difícil disociar vida, cuerpo y salud femeninas. Entre estas realidades existe una relación sustancial tal, que se confunden en una sola dinámica” (Londoño, 1995, pg 411).

Tal vez la mujer colombiana no se sentía reconocida en las *vedettes*, pero el uso de esta imagen como recurso tenía consecuencias directas sobre la realidad de estas mujeres colombianas: por ejemplo, en año de 1994 alrededor de 15 mil colombianos llegaban “hasta un quirófano en aras de la vanidad”. Ocho de cada 10 pacientes eran mujeres. Y aunque la gran mayoría de ellas sabía que el procedimiento tenía “una cuota de dolor, esto no les impedía someter su cuerpo a cortes, rebanamientos, remiendos, inyecciones, hinchazones” pero “el dolor pasa y la barriga también”, argumentaba un paciente que dejó en el quirófano “los molletes y los bananos” (Sem, 3 de enero, 1994, [En línea]), la década de los noventa era una “era donde la mujer deseaba sentirse y verse bella, una buena figura dice más que mil palabras y es por eso que su preocupación empieza desde su cabello hasta la punta de los dedos de sus pies y así poder proyectar la imagen que tanto desea” (Sem, 19 de septiembre, 1994, [En línea]), “Todo entra por los ojos. No son pocas las personas que han optado por la esclavitud corporal y le dedican a ella tiempo, esfuerzo y dinero” (Sem, 19 de septiembre, 1994, [En línea])

Ahora bien, la mirada política a los problemas de las mujeres eran relegados a la agenda de las primeras damas. “Pese al reconocimiento expreso del avance jurídico formal de Colombia en la promulgación de los derechos iguales de la mujer, sin embargo tal igualdad es más formal que real [...] la mujer ha debido asumir en forma conflictiva su



nueva situación sin que ello, como lo indican los estudios, se haya tomado una clara conciencia de su posición como sujeto social con propuestas particulares”<sup>22</sup> (Muñoz de Gaviria, A. 1991, pp 20). Estos problemas seguían asociándose a la discriminación laboral, la maternidad y la violencia intrafamiliar; con excepción de ciertas menciones en la prensa, artículos y videos, gran parte de la presencia temática de la mujer en los medios y la televisión seguía refiriéndose al asunto de la belleza y la imagen.

Esta fascinación por la imagen de la mujer encontraba su mejor ejemplo en el Reinado Nacional de Belleza; un espacio donde se confundían la intención de la celebración y el reconocimiento, y se convertía en un lugar donde los indefinidos valores de *belleza colombiana* se formalizaban. Unos valores que en muchas ocasiones respondían a la forma como los colombianos imaginaban una idealización de la Mujer Colombiana para ser presentada en el exterior. Se agradecía a las reinas por el “esfuerzo” cuyo cometido era “hacer figurar a Colombia”. Inclusive se le otorgaba a las reinas responsabilidades ajenas a sus posibilidades, tales como “cambiarle la imagen al país en el exterior” y que con ello “contribuya a cambiar la realidad que no es otra cosa que la verdad. Quién sabe [...]a lo mejor le da una manita al Fiscal” (Cr, No 4033, 1995, pg 12). “Como embajadora de Colombia pienso trabajar por la paz, pienso trabajar por la educación [...] y por los niños pobres” (Silvia Fernanda Ortiz citada en *noticiero QAP*, 1997, [En línea]).

La ironía de las expresiones humorísticas se debía mover entonces por diversos senderos: Ironías que apelaban directamente a las contradicciones provenientes de esta *dobles imagen*: a los absurdos elementos que se le atribuían a estas mujeres, o por el contrario abogaban deliberadamente a estereotipos peyorativos recurrentes, como el caso de las mujeres tontas. Las ironías dependían no sólo de lo literal, sino también de la voz que gesticulaba los argumentos (como el caso del personaje de ultra derecha y clasista Godofredo Cínico Caspa)

---

<sup>22</sup> Por ejemplo, en un artículo en El Tiempo (1997) se mencionaba que “mientras un hombre gana 100 pesos, una mujer gana 75 pesos con 60 centavos y en el informal la proporción es 100 frente a 61,30. [...] La mujer, por las cualidades inherentes a su condición, está muy bien en cargos de responsabilidad y cumplimiento, como en la banca, aquellos en los que tiene participación, más no en los de decisión” (Elt, 8 de marzo, 1997, [en línea])

*María Leona Santo Domingo* -Desde luego el equipo de nuestro noticiero estuvo acompañando a nuestra reina Tatiana (Tatiana Castro) En este evento de Miss Universo.

Garzón – Efectivamente María Leona tenemos la crónica, detalle a detalle, **silicona a silicona**, punto a punto, con cada una de las candidatas y este es el informe que desde allá presentan nuestro equipo humano desplazado hasta este curioso lugar del mundo (Namibia). **Además este hecho simpático decide la paz, la guerra, la economía, en fin, en últimas, decide la nueva raza humana.** (*Noticiero Quac*, 1995, videocasete)

Godofredo Cínico Caspa: ¡Oh Canutillo, oh lentejuela, oh Doña Tera! ¿Qué sería de este país sin ese remanso de paz que es el reinado? ¡No hay derecho a que esa nueva generación provocadora y escéptica venga a poner en tela de juicio a las niñas que van a Cartagena, ah carajo! [...] ¡Que vivan la silicona y el bisturí! [...] ¡Viva el macramé! ¡Abajo la inteligencia! (Morales, 2006, pg 56)

La belleza, a pesar de no tener un estándar y valores fijos, sí comprometía a la gran mayoría de las candidatas en la transformación de su cuerpo, un cambio que requería de una inversión significativa de recursos y tiempo; “por el sólo hecho de tener el título de candidata departamental las tarifas de consulta y cirugía se multiplicaron como los panes [...]Por eso, cuando cada candidata hizo cuentas, la calculadora arrojó el resultado final de 50 millones de pesos en promedio.” (Sem, 11 de diciembre, 1995, [en Línea]). En otra ocasión, “fue difícil para un grupo de empresarios vallecaucanos tomar la determinación de desistir en su intento de hacerse cargo de la elección y patrocinio de la Señorita Valle al Reinado Nacional de la Belleza en Cartagena. Ellos querían hacerlo, pero la inversión era muy costosa. No tanto por el viaje, los trajes, la promoción y demás, sino por los costos de las cirugías que había que hacerle a las candidatas. Y eso que Valle es Valle” (Elt, 12 de julio, 1998, [En línea]).

Además, para 1992, “El Reinado Nacional de la Belleza, en cuanto a costos, no tiene corona. Todo se paga. Durante estas dos semanas, Cartagena mueve **como mínimo 4.000 millones de pesos**. La cifra se compone de docenas de actividades: desfiles, bailes, banquetes, transmisión de televisión, alojamiento, transporte y alimentación, sesiones de fotografía y maquillaje. Todo ello genera ingresos adicionales por confección de trajes,

fabricación de carrozas, montaje de escenarios, empleos temporales y horas extras” (Elt, 15 de noviembre, 1992, [En línea])

Así mismo uno de los principales puntos o blancos preferentes de los humoristas, era la ingenua y desconcertante falta de relación entre *representación regional e imagen de la mujer*. La imagen de India Catalina, la candidata que presentaba al departamento de “Putumarzo” en el *Siguiente programa* (Primera temporada, capítulo 3), era para Moure y de Francisco “el reflejo de absolutamente todo el departamento de Putumarzo (Putumayo)”: “La señorita miss putumarzo es una fiera oiga, vemos a la reina con un peinado engargolado, con cachumbos en el sector izquierdo y con diminutas chaquiras que van bordadas en hilo de tafetán en el sector derecho. Cuenta con un rostro defenestrado y una dentadura cataclísmica, desorbitada y completamente dispareja”,



India Catalina, Candidata representante del departamento de Putumarzo  
El Siguiente Programa, Temporada 1, 1998, episodio: *Reinadocracia, que desgracia*. [En línea]

Porque el reinado “no representa el sentir popular”, porque “nunca se ha elegido a una india, y a una negra, y a una pobre, cuando este es un país de indios, de negros, y de pobres indios y de pobres negros” (el *Siguiente programa*, 1998, [En línea]). La reina de Colombia tiene y debe ser una digna representante del cruce de continentes del crisol de razas que es nuestra Colombia [...] la máxima representante de la belleza nativa debe ser ‘multicultural, pluriétnica y biodiversa’ (*Cambalache en Cambio* 16, No 128, 1995, pg 74)

Para los humoristas entonces, no sólo estaba en juego la interpretación irreal de la imagen de la mujer colombiana, también se encontraba en peligro aquellos fenómenos que tendían a ser ensombrecidos a causa de la atención mediática y económica que recibían acontecimientos como el reinado. La ironía, entonces, debía servir como herramienta que permitiera hacer alusión a aquellos hechos y valores invisibilizados:

*Godofredo Cínico Caspa:* Mientras la más pura belleza desfila en Cartagena como símbolo de la nacionalidad, vuelven los terroristas de siempre a petardear el magno evento. Ahora les ha dado por el pueblo ¡Demagogos! El problema es de imagen y para eso están las misses. ¡Que carajo importa que esos morenos de las barriadas de Cartagena no tengan servicios! Si no los tienen ¡es por perezosos, por drogadictos!. ¡Que diablos importa que el costo de vida en la Heroica este por las nubes! Que el pueblo pesque y coma, que el mar es de todos, menos en las islas del Rosario, desde luego, donde no se puede dejar entrar a la gleba [...] El país de la gente de bien no puede estar pendiente de detallitos pendejos cuando está de por medio nuestra imagen internacional” (Morales, 2006, pp 57)

“Pero en Cartagena, en noviembre, hay otra historia, otras reinas, otras cortes. Son las rumbas del pueblo, las casetas de madera y lata donde vive otra majestad [...] las fiestas del pueblo cartagenero, esos once de noviembre que han sido relegados y desplazados por el reinado de ellas, pero que aún, tímidamente, se expresan en los barrios populares y en las francachelas callejeras” (Morales, 1994, pp 104), “Antes del 9 de noviembre, reinado y fiesta no son la misma cosa. El primero se vive en Bocagrande y El Laguito y se desarrolla fundamentalmente en torno a la televisión. La segunda se realiza en las casetas de los barrios, con sus propias candidatas y elección de la reina popular.” (Sem, 11 de Diciembre, 1989). Sin embargo, para algunos, en el transcurso de la década de los noventa, los dos eventos en principio diferentes, se podían confundir “Por fin el reinado salió de los clubes sociales [...] fue un encuentro íntimo, de miradas lúdicas, pero suficientes para entender que las fiestas de noviembre habían empezado para el pueblo” (Sem, 14 de noviembre, No 863, 1998, pg 200)



Candidata al Concurso nacional de Belleza; desfile de carrozas (Sem, 14 de noviembre, No 863, 1998, pg 200). No era extraño que en los desfiles del reinado nacional de Belleza, utilizaran objetos, símbolos y elementos que se solían relacionar con la “cultura nacional” como el caso de la bandera, los tejidos o el sombrero volteado. En las dos imágenes se muestra el vestido utilizado por la reina Silvia Fernanda Ortiz en el desfile de carrozas y en la presentación de Miss Universo, vestido que pretendían apelar a esta conciencia de “valor colombiano”, por medio de la abstracción de los tres elementos anteriormente mencionados.

“Así son los pueblos; se inventan acontecimientos mágicos, mujeres equiparables a la divinidad para olvidar su historia” (Morales, 1994, 106). Los humoristas encontraban en la imagen de la mujer una contradicción que comprendía no sólo a la mujer como tal, sino también un conjunto de valores relacionados a ciertos aspectos culturales, económicos y sociales. Las reinas se convertían en estas imágenes objetificadas, no sólo por la belleza idealizada, sino también por la fuerte carga negativa que arrastraba este imaginario:

Somos reinas, llevamos alegría a nuestra tierra (a los niños) [...] no tenemos nada en nuestras cabezas, manipuladas por los medios y la prensa (trabajamos por los niños y los ancianos) [...] aguantamos vejaciones y ofensas, porque solo somos unas lindas reinas [...] es el precio que se paga por llegar a presentar noticieros, magazín, o lo que sea [...] y salir en comerciales de toallas higiénicas. (*El siguiente programa*, episodio 4, Primera temporada, [En línea]).

La belleza era entonces un valor y criterio que definía aquello que se debía entender por mujer colombiana, un valor definido por ciertas necesidades mediáticas y económicas, tales como la estética en la televisión, la sostenibilidad de un evento que atraía recursos económicos como el reinado nacional, el auge de la cirugía cosmética entre otros. Sin embargo, inadvertidamente afectaba también múltiples regiones de la vida o realidad de los colombianos: la accesibilidad a la política por parte de las mujeres, la definición de la agenda pública relativa a los problemas de la feminidad, las celebraciones tradicionales como las fiestas de noviembre en Cartagena, que siendo un evento popular, poco a poco se convierte en un recurso cultural asociado al Reinado Nacional, inclusive la misma calidad de la información transmitida en los noticieros se ponía en tela de juicio por el problema de la belleza, en fin, en el transcurso de la década, la imagen mujer en sí se transformó en este extraño recurso al cual se le echaba mano constantemente en la opinión pública, objeto que no escapó a la atención de los ironistas, quienes interpretaron estos procesos y los tradujeron en expresiones irónicas.

### 3. El valor cultural de la doble moral y la vanidad

#### 3.1 La ironía de sí mismo

La ironía, como fuente subestimada para interpretar la historia puede resultar ser una huella del pasado tramposa, porque su alta dosis de carácter subjetivo no sólo significa para el lector del pasado, en tener cuidado en realizar afirmaciones generales sobre una época o sociedad, a partir de opiniones personales y parcializadas, es también engañosa porque suele olvidarse que las expresiones irónicas encuentran su origen en intenciones “éticas”. En otras palabras, las expresiones irónicas no sólo son utilizadas como herramientas para denunciar actores con el propósito de producir humor (objeto que las hace útil para interpretar bajo qué polos de poder se están moviendo los valores de los elementos culturales), también son un canal utilizado para declarar una inconformidad ante cierto fenómeno que tiende a ser “aceptado” en la sociedad y ante los ojos del ironista es un fenómeno inadmisibles (y como veremos, también del lector). “La ironía emerge de la tensión (si no el conflicto) entre ‘axiomas sociales’<sup>23</sup> y ‘actitudes’ en el proceso de la interacción social [...] Esta tensión produce problemas metodológicos para cualquier ciencia social. El reto consiste en ‘capturar’ la dinámica de la negociación de lo público y lo privado” (Fernandez, 2001, pg 11).

¿Qué cambia entonces con lo que se ha observado hasta el momento? En el capítulo anterior, gran parte de las dudas y preguntas giraban en torno a cómo una ironía permitía comprender cierto elemento u objeto cultural (la imagen de un escritor, la noción de belleza, las expectativas económicas, entre otros) al que se le atribuía socialmente un cierto valor y era utilizado para alimentar estrategias de diferente índole, como la venta de un libro, la promoción de un concurso de belleza, fomentar la imagen positiva de un político, el intento de elevar ratings en la televisión, entre otros. Pero la ironía también puede ayudar a interpretar la manera **cómo, ciertos comportamientos sociales son naturalizados como elementos culturales propios de un grupo social, es decir,**

---

<sup>23</sup> El concepto en el texto original en inglés es “platitudes”, el cual traduce como perogrulladas, lugares comunes, chabacanerías. A falta de una mejor traducción se ha decidido que el concepto de “axiomas sociales” ejemplifica la intención original del autor.

**fenómenos como la hipocresía, la corrupción, intolerancia, entre otros, son considerados como parte inherente de una herencia cultural, y la ironía en este caso se utiliza para revelar esta contradicción.**

Pero en este caso la *víctima* de la burla ya no es un político, una persona célebre o la metonimia de algún poder; ahora la ironía toma la forma de lo que el antropólogo Lawrence Taylor ha llamado “Ironía de sí mismo” (Self-Irony) (Taylor, 2001,) “la que se necesita [...] para verse a sí mismo tal como es” (Arias, octubre 14, 1996, pg 74). “La ironía de sí mismo” es aquella que el ironista utiliza cuando se burla y hace explícita alguna característica negativa acerca de si mismo, o del grupo social al que pertenece (y de manera consciente se caracteriza como parte de este).

En el capítulo “estamos en la olla podrida” de *El Siguiete Programa* (cuarto capítulo de la segunda temporada), los personajes animados de Martín de Francisco y Santiago Moure se embarcan en la tarea de desenmascarar a los funcionarios responsables de los desfalcos de las obras públicas del puente Emiliani<sup>24</sup> y la Represa del Guavio, esta última considerada como una de las “obras públicas que más escándalo ha generado en el país, por el retraso en su terminación y los enormes sobrecostos que tuvo “ (Sem, 23 de junio, 1997, [En línea]); los protagonistas, a pesar de que “la corrupción es tan chibchombiana como el agua de panela o el atraco callejero” se encuentran dispuestos a revelar los nombres de los políticos corruptos. Al final del capítulo, de manera trágica, renuncian a la misión, porque los personajes llegan a la conclusión que en Colombia todos tienen “rabo de paja”, “todos tienen su guardado” incluyéndolos a ellos.

El uso de palabras como *chibchombia* (de la cual se hablará más adelante) y referencias frecuentes a una aparente idiosincrasia colombiana como el “agua panela”, son componentes que permiten construir una “ironía de sí mismo”, apelando a *lugares*

---

<sup>24</sup> Este es un caso de referencia cultural y posible ironía ambigua. Es decir, el Puente Emiliani hace referencia a Raimundo Emiliani Román, político conocido en Colombia por oficializar el traslado de varios días festivos a los lunes. Probablemente esta referencia critica a la “cultura festiva” de los colombianos que tanto censuran en *El Siguiete Programa*; sin embargo, es una ironía que apela una referencia no tan conocida y expuesta en la opinión pública de la época, lo cual la hace diferente a las ironías que se han interpretado a lo largo del texto.



*comunes* del lector y su *complicidad*, pero acá, en el trabajo de interpretación nuevamente se debe tener precaución con las conclusiones que se pueden extraer. Taylor, estudiando el humor de los irlandeses, argumenta que este tipo de ironía emerge de la necesidad de la “autodefinición”, de la continua negociación y construcción de la *identidad nacional*, especialmente cuando existe una constante tensión con un “Otro”<sup>25</sup>. Sin desconocer que en el caso irlandés pueda suceder de esta manera, comparto la afirmación de Renato Rosaldo cuando este advertía que las “preguntas sobre la cultura parecen tocar algún nervio, ya que rápidamente se convierten en cuestiones angustiosas de identidad” (Rosaldo, 1989, pp 11). “La ironía de sí mismo” por tratarse de una expresión con una función ética que ataca puntos neurálgicos de los comportamientos colectivos, puede llevar al lector de la historia a hacerse preguntas acerca de la identidad nacional y profundizar en abstracciones que realmente no se encuentran en las fuentes.

Para los ironistas, cuando solían burlarse de la sociedad en general o de sí mismos, en una “época de zozobra, de búsquedas hasta ahora inútiles de ‘la identidad nacional’ y de proyectos de ‘un nuevo país’” (Arias, Diciembre 1994-Enero 1994, pg 10), lo que se encontraba en juego no era la *identidad nacional* como tal; lo que se pretendía señalarle al lector eran comportamientos inaceptables, que para ellos de una u otra forma determinaban varias circunstancias de la vida real. La forma como se desarrollaba la política en Colombia, el trato entre individuos, la vida en espacios públicos como el transporte de las ciudades, en fin, un conjunto de escenarios que habían sido permeados por acciones que poco a poco se habían valorado, naturalizado y se creían parte de una especie de *esencia cultural colombiana*; molesta, pero ante los ojos de la opinión pública inherente a la misma sociedad: “verdaderamente desadaptada, la que extravió su norte ético desde hace ya mucho rato y nunca lo ha podido recuperar, es la nación” (Elt, 6 de julio, 1994, [En línea]). Por ello, como un agente de discordia, aquel humor político de los noventa se enfrentaba a esta misma idealización (o anti-idealización) de la cultura y ponía en tela de juicio estas mismas creencias.

---

<sup>25</sup> El autor argumenta que la sociedad irlandesa, históricamente, se ha caracterizado por encontrarse en constante conflicto con otras sociedades en un contexto de “imposición cultural”, como el caso de los ingleses o los norte americanos, escenario en el cual el humor ha servido a los irlandeses como herramienta para definir su propia identidad y la luchas emergentes de estas imposiciones.

En uno de los capítulos de *Zoociedad* emitidos alrededor de 1991 (*Zoociedad*, 1991, videocasete) Jaime Garzón y su copresentadora Elvia Lucia Dávila emulaban encontrarse en una fiesta importante, a lo cual Garzón decía “Uno no entiende por qué viene a estas fiestas, siempre que uno llega a esta fiestas, primero no se puede hablar, segundo está lleno de gente ..**el club de los lambones**, el club de los que.. yo no entiendo” [inmediatamente los dos actores comienzan a gesticular una sonrisa falsa y exagerada], luego seguía comentando “por ejemplo ese tipo que esta parado allá, si lo has visto ese que esta parado allá, me cae requeté mal y además es de un ridículo!!! [En el momento que pronuncia *ridículo*, la música termina y hacen entender al televidente que otros invitados oyen lo que Garzón acaba de decir], Elvia Lucia y Garzón, dirigiéndose a la persona de quien estaban hablando mal [nunca muestran otras personas más que a los dos presentadores] dicen en voz amable “que sorpresa encontrarte aquí, encantados”. La ironía no hace mención a ningún tipo de acontecimiento importante o relevante para la opinión pública, en ésta se burlan de un comportamiento social, la hipocresía. Sin embargo, los ironistas están tratando de desenmascarar valores culturales que alimentan considerablemente fenómenos y situaciones sociales que son considerados importantes en el momento.

Estas creencias, comportamientos, acciones e imágenes no se criticaban de manera aleatoria, ante los ojos de los ironistas estas no se despleaban como un gran catalogo de vicios indisociables entre ellos, no, todas las “ironías de sí mismo” se encontraban amarradas, a un fenómeno u objeto especial: **la doble moral y el problema del elogio a la imagen**. A simple vista, en una lectura rápida de las fuentes pertenecientes a la opinión pública del momento, esta característica o preocupación de la época pasaría de largo porque su enunciación no se hace de manera explícita y probablemente se obviaría fácilmente. Sin embargo, su presencia, siempre constante, se encuentra de manera subyacente e implícita; en otras palabras, una de las ventajas de la codificación de fuentes es precisamente hallar elementos que se reiteran (tanto en las expresiones irónicas como en las fuentes de opinión pública), son constantes y de manera cualitativa significan algo importante en la coyuntura histórica estudiada. Apelando a las palabras de Colmenares,

“una observación atenta descubre en la elección de incidentes [por ejemplo los hechos u acontecimientos que los ironistas utilizaban para tratar el tema] como un orificio o la punta de un telón que se levanta para observar lo que se esconde a los ojos de los espectadores, bambalinas y tramoyas” (Colmenares, 1984, pg 6).

No resulta fácil etiquetar a estas “bambalinas y tramoyas”, porque el **problema de la doble moral y el elogio la imagen**, no son precisamente *prácticas, imaginarios colectivos, apéndices de una identidad o representaciones sociales*, son, a falta de mejores definiciones, un conjunto de elementos y objetos culturales que se han valorado de tal manera que ostentan el privilegio de condicionar otros aspectos de la cultura o la vida social, tales como la forma como definimos las regiones, razas, clases y etnias existentes en el país o incluso la misma noción de idiosincrasia. “Colombia es el país del sancocho y los pollos de Kokoriko [escribía en ese entonces Álvaro Perea para un artículo de la revista *Cambio*]... Colombia es el país que más se preocupa por su imagen, pero es el que tiene peor imagen [...] en definitiva, es el país de los extremos y de la esquizofrenia, pero nunca de los puntos medios. Sin embargo, esta retórica que repite una y otra vez que Colombia es un país de contrastes, de una u otra manera se ha dicho siempre” (Perea, 1996, pg 24). Por ejemplo en una columna de opinión, Eduardo Arias argumentaba la importancia del humor de Martín de Francisco y Santiago Moure para los medios colombianos:

“de frente la doble moral de una sociedad acostumbrada a persignarse con una mano y disparar con la otra [...] una doble moral perversa que, a nombre de las buenas costumbres conduce al abismo a la sociedad [...] No es fácil aceptarlo. Estamos acostumbrados al elogio de la imagen por encima de todas las cosas. **A parecer y no a ser**. A las fachadas modelo que esconden toda clase de perversiones y miserias. Familias modelo en visita que de puertas para adentro son un verdadero infierno. No resulta fácil que a las seis de la mañana una voz enguayabada les diga a sus hijos ‘levántense , vagos. A trabajar, país de corruptos’. Un país acostumbrado a que le repitan que el pueblo colombiano es emprendedor, echado pa'lante, luchador, que ama la paz por encima de todas las cosas” (Arias, octubre 14, 1996, pg 74)

Y este es el lugar donde las fuentes irónicas ofrecen una virtud especial, porque permiten *anclar* de una u otra manera, los ojos sobre preocupaciones que tenía un grupo social en

cierta época, inquietudes que escapan a otro tipo de fuentes, el humor de la década era “un espacio en el cual la risa y la no comprensión de lo dicho permite que sea interpretado de varias maneras. Entonces no agrede [...] si uno dice la verdad y hace reír es más suave, entra más suave” (Garzón citado en Arias, septiembre 2014, pg 27), Por medio de la complicidad que necesita una ironía para funcionar, los ironistas manifiestan al lector o al televidente, tensiones que existían dentro de la cotidianidad colombiana. Unos problemas o actos en los que posiblemente incurrieran los mismos televidentes.

### 3.2 “La idiosincrasia colombiana” o el catálogo de vanidades

“Había una vez un país con un premio Nobel, costas sobre dos océanos, tres cordilleras, cuatro grandes grupos económicos, cinco carteles y seis frentes guerrilleros por cada 100 kilómetros cuadrados de territorio patrio. Era un país realmente maravilloso, **famoso en el mundo entero porque sus 33 millones de habitantes** -mal contados en sucesivos censos de población que resultaban un fraude-- **eran emprendedores, madrugadores y devotos del Divino Niño Jesús de Praga.**” (*Cambalache*, Cam, No 92, 1995, pg 74)

De esta manera comenzaba el artículo de *Cambalache*, repitiendo la retórica advertida por Perea, aquella que dicta que al país (o su cultura) se le suele describir en términos de contrastes y extremos; un lugar nada extraño de la narrativa de la opinión pública de aquella época, porque había que resaltar el “incansable espíritu de trabajo” (Sem, abril 22, 1991, [En línea]) que caracterizaba a los colombianos. Era importante ver que atributos como la ecología se habían convertido “en parte de la retórica nacional y una de las categorías de la idiosincrasia del país” (Elt, 17 de Noviembre, 1990, [en línea]), era tarea de los medios mostrar “al mundo como [empresarios como Ardila Lule] eran ejemplo de lo que es un colombiano emprendedor” (Sem, 31 de agosto, 1992, [en línea]), o en cambio cómo “la muerte, a pesar del trágico concepto que encierra, mantiene una relación estrecha con la inconcebiblemente festiva idiosincrasia colombiana” (Sem, 5 de mayo, 1995, [En línea]) o cómo la fe y la devoción (en este caso por el culto al Divino Niño en el barrio 20 de julio) de los colombianos “no sólo mueve montañas. También multitudes, artesanos, vendedores, políticos, analistas, desempleados, y buenas sumas de

dinero” (Sem, 11 de diciembre, 1990, [En línea]). Era una narrativa que inclusive mediaba la calidad de los productos mediáticos en términos de su descripción de la realidad cultural del país: “Pero no se puede negar que gran parte del éxito de Café tiene que ver con el carisma de Margarita Rosa de Francisco. [...] Cuando ella tuvo el libreto en las manos, se fue a la zona cafetera a estudiar el comportamiento y la idiosincrasia de la mujer paisa.” (Sem, 5 de mayo 1994, [En línea]) , “Con una visión integral de la idiosincrasia nacional, [...] este director paisa [Sergio Cabrera y su película la estrategia del caracol] compuso una cinta que es perfecta” (Sem, enero 24, 1994, [En línea])

La idiosincrasia (otra de esas engañosas categorías difíciles de atajar) es uno de esos lugares comunes del lenguaje que utilizamos la gran mayoría para describir las virtudes o vicios de lo que creemos son características o elementos culturales que compartimos con otros<sup>26</sup>, un fenómeno nada extraño, porque “en términos discursivos, la sociedad aparece fragmentada en un sistema de categorías que signan y circunscriben la existencia de determinados agentes. De esta manera, en el espacio social se establecen las fronteras y los límites de los diferentes agentes a partir de categorías que denotan su existencia y su posición frente los otros” (Restrepo, 1997, pg 295). Pero los ironistas se alimentaban de este constante lenguaje para denunciar esta doble moral que se revelaba continuamente en las descripciones que se hacían de Colombia y sus habitantes. Recordamos nuevamente que el éxito de una ironía yace en la capacidad que tiene el ironista de apelar al asentimiento del receptor<sup>27</sup>, es decir, que aquel que oye o lee comprende y es consciente de dónde se encuentra la contradicción (esté o no de acuerdo con el argumento); y los ironistas sólo aprovechaban un sentimiento de disgusto generalizado que se tenía respecto a lo que se entendía por idiosincrasia colombiana, molestia que se traducía de diferentes formas en las páginas o pantallas de la televisión.

---

<sup>26</sup> Por ejemplo, Clifford Geertz, define implícitamente el *carácter idiosincrático* de un grupo social como aquello que la colectividad utiliza de manera simbólica para comportarse de acuerdo a lo que creen ha sido su experiencia presente y pasada. (Geertz, 1993, pg 122)

<sup>27</sup> Existe la posibilidad que una ironía sea considerada como ironía ambigua, cuando la pretensión del autor no es necesariamente apelar a la complicidad del lector o televidente, sino simplemente añadir una contradicción sin importar el efecto en su lectura (Scoggin, 2001, pg 146). Para el caso de este estudio este tipo de ironías, si ya bien pueden señalar ciertos elementos culturales interesantes, no es una fuente histórica que permite enriquecer de manera rigurosa la interpretación del pasado.

Por ejemplo, la revista *Semama*, fue un perfecto conducto de la “ironía de sí mismo” porque utilizaba la parodia de una revista bastante celebre (Semana), y usaba las secciones que regularmente elogiaban acciones, imágenes o personajes (como la sección social, economía y negocios y cultura) e invertía el orden de las virtudes que se describían de manera humorística. En la sección parodiada “economía y negocios”, en el artículo titulado “las 20 empresas más grandes de Colombia”, los ironistas introducían el texto de la siguiente manera:

Contrariamente a lo que se pensaba, la política de apertura y las medidas macroeconómicas dictadas por el gobierno han sido de gran alcance y contenido social. Prueba de ello es este análisis, nunca antes realizado, en el cual se demuestra que las empresas más rentables del país son aquellas en las cuales la comunidad y los sectores informales de la economía y el rebusque tienen control mayoritario o total del paquete accionario. Como muchas de estas empresas están por fuera de las estadísticas oficiales y, en muchos casos, ni siquiera llevan una contabilidad que permita hacer un seguimiento de su crecimiento, muy rara vez aparecen en los ratings de las revistas ortodoxas. En este informe se muestra cuál es la única verdad del sector empresarial colombiano. (Arias y Troller, 1993, pg 40)

Para mediados de la década de los noventa el problema acerca del empleo y la economía (alimentado por las expectativas de las nuevas medidas políticas del gobierno Gaviria tales como la Apertura) investía de nuevos valores a temas comunes de la cotidianidad, como a los espacios y el lenguaje. Era en definitiva un problema que cruzaba las fronteras de lo que la sociedad creía era un asunto moral, lugares como la plaza de Bolívar comenzaban a caracterizarse porque “Por allí ha desfilado la historia política, económica y del "rebusque" nacional, a lo largo y ancho de sus 10.000 metros cuadrados y de sus 30 generaciones de ciudadanos.” (Sem, 5 de noviembre, 1990 [En línea]). Las ciudades se llenaban de “Artistas del rebusque” (Elt, 19 de junio, 2000, [En línea]) o, por el contrario, la ausencia de desempleados era también cuestión de análisis: “Pero que no se vean pobres en los restaurantes del norte de Bogotá, que ni siquiera figuren en las alegres estadísticas del Ministro de Hacienda, que ya no salgan ni en foto en los periódicos cuando los arrastran las inundaciones en Tumaco o los masacran los sicarios en Córdoba, no quiere decir que no haya pobres en Colombia, sino simplemente que ya no se habla de ellos” (Sem, 2 de marzo, 1992, [En línea]). Inclusive los reproches no se daban a la espera porque “definitivamente en esta ciudad [Bogotá] el que quiere trabajar, trabaja” (Elt, 11 de mayo, 1995, [En línea]). En resumidas cuentas el tema se había convertido en

lugar común, en él convergían diferentes miradas de una misma realidad, elemento aprovechado por los ironistas, para sacar a la luz elementos de aquella doble moral y elogio de la imagen ya mencionados:



Otra de las secciones de *Semama* era “Sociedad”, la cual hacía burla de una usual sección de *Semana*, titulada de la misma manera, en la que presentaba fotos de celebridades, empresarios importantes, personas de clase alta, artistas, entre otros; personas que solían acudir a eventos sociales exclusivos. De manera paródica y para contrastar dos realidades sociales extremas, los ironistas parodiaron la sección ubicando como gran “evento social” “en medio de gritos y lamentos propios de estos simpáticos despelotes arraigados en nuestra nacionalidad” el desplazamiento de 50 familias que ocupaban predios invadidos. Esta ironía se puede considerar como un ejemplo de las dos ironías que se han analizado, porque ataca a personas y políticos específicos (Gustavo de Greiff, Carlos Gustavo Arrieta, el Ministro de Defensa), a la vez que se puede considerar como una “Ironía de si mismo”, porque ataca una frecuente costumbre de la opinión pública de presentar imágenes que representan realidades embellecidas, mientras que otras realidades, como la pobreza, son difíciles de encontrar en la prensa de la época, al menos en términos visuales; por ello, en la parodia las fotos aparecen policías y desplazados como estos “personajes del evento”

Dos de sus empresas ficticias parodiadas en el artículo “SOBORCOL (Empresa Colombiana de Sobornos) y MORDIDATT (Empresa Consolidada de Mordidas Intra y Datt), “importantísimas compañías” en las cuales “sus empleados [policías], a cambio de un soborno o cuota de tránsito rápido, dejan pasar los camiones sin revisar planillas ni equipos de seguridad” operan en “semáforos, contravías, cruces prohibidos y demás lugares de las grandes ciudades donde es posible instalar rentables bases de operaciones” eran muestra de cómo funcionaba esta “ironía de sí mismo”. El absurdo para cualquier lector era fácil de detectar, una práctica indebida y reprochable moralmente; sin embargo lo suficientemente común en la cotidianidad para ser reconocida con facilidad: “en todos los estratos sociales hoy es común el uso de una práctica, empleada por generaciones que tiene que ver con el soborno a todos los niveles” (Sem, 24 de octubre, 1994, [En línea]). Claro, la principal víctima de la ironía es la policía, no hay duda de ello, pero los ironistas en el artículo también apelan al contexto general de lo que en la opinión pública llamaba *la cultura de la ilegalidad*, una crítica reprochable a todos los protagonistas y participantes.

A pesar de que en constantes ocasiones se acostumbrara señalar como protagonistas de esta “cultura de la ilegalidad” a diferentes actores tales como los “insignes choferes de bus [...] todos unos guaches” (Cam, Oct 29, 1996, No 175, pg 4) o “policías [de tránsito] corruptos, inmorales e ineficientes” (Elt, 17 de noviembre, 1995, [en línea]), “lunares que con su actuar no contribuyen en nada a la seguridad del Estado” (Elt, 4 de diciembre, 2000, [En línea]) se percibía en la opinión pública como un problema (la corrupción, los sobornos y la doble moral) generalizado. Precisamente porque estas conductas reprochables, en muchas ocasiones, eran asumidas como valores positivos: “En nuestro país al que no hace trampa se le califica de majadero, a ello nos habituamos, a que el respetó de las normas o las personas sea considerado nuestra debilidad. Y acostumbrados como estábamos a ver esos comportamientos como graciosos productos de nuestra idiosincrasia y nuestro folclor” (Cam, Nov 9, 1996, No 177, pg 6) otros en cambio se preguntaban “¿se idealizó la corrupción, mal entendió el significado de la palabra Viveza y la incorporó al diccionario de rapidez y agilidad para esquilmar los semejantes sin dejar huella? Acaso nuestra idiosincrasia latina es tan solo y por desgracia ese instinto y



malicia indígena que nos induce a ponerle zancadillas a la ley, a lograr el imperio del desorden y a olvidarnos de los demás para pensar tan solo en nosotros mismos?” (Elt, 24 de julio, 1996, [En línea]). En palabras sencillas, “la ironía de sí mismo”, en el caso de *Semama*, se encontraba en la misma forma en que se enunciaba la parodia: un elogio a lo ilegal o indebido.

“Ser colombiano [argumentaba Jaime Garzón] para nosotros significa tener una astucia terrible y casi siempre mal usada” (Jaime Garzón, citado Arias, Septiembre 2014, pg 29), opinión que en las diferentes ironías del humor de la época se trataba de exponer y denunciar como estas conductas eran aceptadas a pesar de ser reprochadas, por ejemplo en *El Siguiete Programa*, en el capítulo titulado *Caconia* cuando los protagonistas animados debían caracterizar que era Chibchombia (Colombia) y su relación con el robo, estos la describían de la siguiente manera:

**Santiago:** Chibchombia caverna de sanguijuelas, de insectos, de zancudos chupasangre

**Martín:** Imperio del latrocinio, principado de la expoliación.

**Santiago:** en este país robamos todos, existe una cultura del hurto que ha sido ocupada por las clases que menos necesitan robar.

**Martín:** la oportunidad hace al ladrón, pero para otros la falta de oportunidades hace también al ladrón. Por último roba todo el que puede con o si necesidad porque llevamos en el alma ese sentido de carencia, la intuición de que todo nos va hacer falta algún día, hace que necesitemos recolectar cosas inmediatamente

**Santiago:** Y además lo justificamos porque sentimos que igual nos están robando, por eso después de pagar los tiquetes aéreos más caros del mundo nos sentimos con derecho a robarnos los salvavidas

**Martín:** Pagamos impuestos y no los vemos invertidos en las ciudades por eso sentimos derecho de llevarnos un teléfono publico

**Santiago:** y si no nos lo podemos llevar, lo dañamos, porque lo que no podemos tener, por lo menos que no sea de *nadies* mas

**Martín:** se roban los limpiabrisas, se roban los espejos, se roban las farolas, las llantas, los rines, los tornillos, las tuercas, las arandelas

**Santiago:** se roban los departamentos, se roban a los municipios, se roban las ideas, se roban las canciones, solo falta que se roben las palabras. Hasta mañana maldita Chibchombia.

Así los ironistas, no sólo describen cómo funcionaba la *cultura del robo* en Colombia, sino que pretenden denunciar las conductas que permiten que esta llamada *cultura* exista. Por ejemplo, en este tipo de ironía los ironistas hacen parte de lo criticado (“robamos

todos”, “justificamos”), y así mismo involucran al televidente. Pero lo que se critica es precisamente en el momento que el irrespeto de unas normas básicas diseñadas para un grupo, son violadas por motivaciones personales (“por lo menos que no sea de *nadies* más”) y considerados de manera errónea como un agregado cultural; porque en Colombia “están los del sueño individualista, al que la nación ha llegado a punta de cultivar valores como el del rebusque y la inmediatez” (Cam, 1996, No, 162, pg 28),

En palabras de la época, puesta en boga en Bogotá en la alcaldía de Mockus<sup>28</sup>, se vivía una cultura del cinismo y no del civismo: El cínico no sólo relativiza costumbres y creencias. También, según la oportunidad y la conveniencia, es capaz de desconocer sus obligaciones y de destruir, sin mayor reparo, relaciones [...] A su manera, el cínico puede reclamar que desatiende una serie de principios y de reglas generales porque es un práctico” (Cam, oct 28, 1996, No 175, pg 43)

### 3.3 Chibchombia

El concepto de *Chibchombia*, uno de los elementos más representativos del lenguaje del *Siguiente Programa*, recogía una preocupación, enmarcada también en una “ironía de sí mismo”, de un escenario diferente; la manera como valoramos culturalmente las mismas descripciones de lo que es *Colombia* o ser *Colombiano* en momentos que debemos comparar o contraponer estas descripciones con países, protagonistas o hechos relevantes con lo extranjero, en otras palabras, ya sea por idealización, imaginación, anhelos o profundas razones históricas, la opinión pública de la época utilizaba, de manera implícita, gran espacio de sus paginas y pantallas en tratar de definir los valores de lo “nuestro”, “lo autóctono” “lo colombiano” cuando se debían (o suponían) presentar imágenes hacia el

---

<sup>28</sup> “El programa de gobierno de Mockus para 1995-97 comienza con la siguiente frase: El principio todos ponen -que hace posible el todos toman - determina una opción en materia de fines y una opción en materia de medios. En materia de fines, lleva a privilegiar el patrimonio común y la distribución social de los beneficios logrados mediante la vida económica y cultural de la ciudad. En materia de medios, lleva a privilegiar los que estimulan la participación, la responsabilidad compartida, la opción de cooperación y la exigencia de que se aporte según la especialidad y la capacidad. Las instituciones estatales y quienes nos comprometemos a trabajar en ellas por voluntad popular nos debemos a la búsqueda del bien común .Cómo fomentar la cultura ciudadana -Fortalecer el sentido de pertenencia a la ciudad y el reconocimiento de los valores ciudadanos.” (Elt, 3 de Enero, 1995, [En línea])

exterior. Era un complejo dialogo de contradictorias idealizaciones, pero tan presente y sustancial que se convirtió en uno de los componentes mas reiterativos de las expresiones de estos ironistas.



En el capítulo Martín de Francisco y Santiago Moure se ven en la obligación de defender el uso público de la palabra Chibchombia, la cual había sido robada y luego registrada por una par de “empresarios yuppies”. En el juzgado, Martín se “disfraza de Chibcha” (imagen izquierda), porque desde pequeño, cuando visitó la laguna de Guatavita con su familia, se obsesionó con la cultura indígena y su historia, lo cual “lo llevó a bautizar al país como Chibchombia”. Pero a pesar de los argumentos expuestos por Santiago, el juez, quien argumenta que “este es el país de los vivos y los vivos viven de los bobos” dicta la medida en contra de los dos personajes yuppies. Acto seguido, los personajes promulgan que de ahora en adelante usaran la palabra Caconia para referirse al país, palabra que utilizan del poeta bogotano Hernando Martínez Rueda y comienzan a recitar el famoso poema del autor. El capítulo finaliza cuando Martín recita el fragmento (Imagen derecha): “Mas no vive el caconio de los dones que brinda natura, sino de robar limpiabrisas o cualquier otro objeto de manufactura” mientras en el fondo se observan unos ladrones robando objetos de un carro<sup>29</sup>.

“La verdad, es que no tengo nada en contra de los chibchas [escribía una lectora del periódico *El Tiempo*], al contrario me siento orgullosa de nuestras culturas indígenas. Pero mi queja va encaminada al aspecto que le han dado las personas a este término [...] el término Chibchombia, si mal no recuerdo fue creado por dos personajes de la televisión que se han encargado de hacernos creer que este país no tiene solución y de allí la utilización del termino Chibchombia como sinónimo de subdesarrollo.” (Elt, 22 de marzo,

---

<sup>29</sup> “Hernando Martínez Rueda, más conocido como Martinón, nació en Bogotá en 1907, estudió medicina en la Universidad Nacional y se afilió desde joven al Partido Conservador. Llegó a ser suplente de Laureano Gómez en el Senado pero su paso por el Congreso fue más que suficiente para desencantarlo de los políticos. Pero no de la política, pues aprovechó su talento literario y su muy cachaco sentido del humor para escribir toda suerte de poemas, en los que pintaba de cuerpo entero no sólo a los dirigentes sino también al país en general y a la gente común y corriente que montaba en bus y marcaba tarjeta en las oficinas.” (Sem, 4 de Marzo, 2000, [En línea])

1999, [En línea]) De manera inadvertida, inclusive irónica, la lectora legitimó y deslegitimó el mismo sentido irónico de la palabra *chibchombia*; no encontró en ella la contradicción deliberada enunciada por los ironistas, pero explicó el sentido de la ironía: en palabras sencillas, la palabra designaba la acostumbrada forma de los colombianos de utilizar sinónimos relacionados al mundo indígena o “propio” como algo atrasado, “subdesarrollado” indecoroso: “Nos da vergüenza ser lo que somos: indios mezcladitos. Tengo la prueba reina: en Colombia insultamos diciendo lo que somos, lo que quiere decir que no nos queremos nada, que nos avergonzamos de serlo. Cuando queremos humillar a alguien le decimos: indio arrastrado!, india cochina y zarrapastrosa! Esto es más grave que la ya devaluada y folclórica mentada de madre” (Elt, 19 de octubre, 1999 [En línea])

El *noticiero Quac*, a través de sus personajes ficticios como Dioselina Tibaná o Néstor Eli (personaje que representaba a un portero de un edificio), solía personificar de forma irónica y exagerada varias de estas creencias o idealizaciones que se tenían como *virtudes colombianas*, pero aquel personaje que llevaba a entender mejor la “ironía de sí mismo” era Godofredo Cínico Caspa, el personaje de extrema derecha que ponía en evidencia varias de aquellas creencias conservadoras, de doble moral, que seguían existiendo en la cotidianidad e *idiosincrasia* colombiana:

Con toda razón, los herederos de la escuela keynesiana han decidido no certificar a Colombia. ¡Los Estados Unidos, garantes del equilibrio global, están en todo su derecho de impedir el desarrollo de este país de gamines y sinvergüenzas! ¡Un paisito como éste, exportador de florecitas, mustias, bananos de pasos, café amargo y petróleo crudo, carajo! [...] ¡Carajo, que nos extraditen, que nos descertifiquen, que nos bloqueen, que nos invadan! Eso es lo que quiere la gente de bien ¡pertener a una nación y no a una finca mal tenida, sin beneficiadero! Como dice el gobernador Frechette [en ese entonces embajador de Estados Unidos en Colombia]: ¡en surcos de dólares, el bien germina ya! (*Noticiero Quac*, 1996, videocasete)

La ironía es compleja en sí misma, porque reúne varios elementos acerca de la manera como solía describirse al colombiano (ejemplo de ello es apelar a las exportaciones como una de las cualidades que se utilizaba para describir virtudes nacionales), la crítica ataca, en principio, a la creencia de la inferioridad de la cultura e historia colombiana frente a la experiencia europea o norteamericana: “Soy Godofredo Cínico Caspa [se expresaba el personaje en otra ocasión], sobrino putativo del Tío Sam. De plácemes estamos los

americanos de bien con la acertada descertificación que vino del norte. Ya era hora de que alguien le pusiera el tatequieto a la pendejada esa que empezó el dictador Simón Bolívar” (Morales, 2006, pg 61).

El acontecimiento que criticaban o del cual se alimentaban los ironistas era la descertificación de Colombia en manos de Estados Unidos<sup>30</sup>, pero el tema yacía en una preocupación de los valores culturales que atañía otros acontecimientos y procesos, y que se caracterizada por un profundo sentido de vergüenza pública: “Cuando uno hace algo que se sale de los códigos que se manejan acá en Francia, entonces se dice que se hizo la colombianada”(Elt, 29 de junio, 1998, [En línea]), otro columnista de la revista semana argumentaba que “se toman lo de la descertificación a lo trágico. Y sí, es trágico. Pero solamente porque se lo toman a lo trágico. Pues la tragedia del imperialismo no está en la arrogancia de los imperialistas, sino en la abyección de los colonizados: de los cipayos”. Otro columnista en el periódico El Tiempo en cambio se protestaba porque “Últimamente vienen sucediendo en nuestra patria tales hechos, que, sumados a otros similares y anteriores, serían intolerables en cualquier país, no digo del primer mundo, pero ni del tercer ni del quinto” (Elt , 3 de diciembre, 1995, [En línea]).

En *Zoociedad*, (*Zoociedad*, 1991, videocasete), en el cual los dos presentadores se encuentran en una fiesta, comienza a sonar de fondo el bambuco “Soy colombiano”. Inmediatamente Jaime Garzón dice: “Música folclórica, eso sí que me gusta, Ay! Bailemos!” y su compañera, de manera incomoda le responde que no cree que ese sea el momento para bailar ese tipo de música, a pesar de ello, Garzón comienza a bailar con ella mientras le relata como la canción le hace recordar a su familia, pero pocos segundos después Elvia Lucia le señala que los demás invitados están observándolos. La ironía

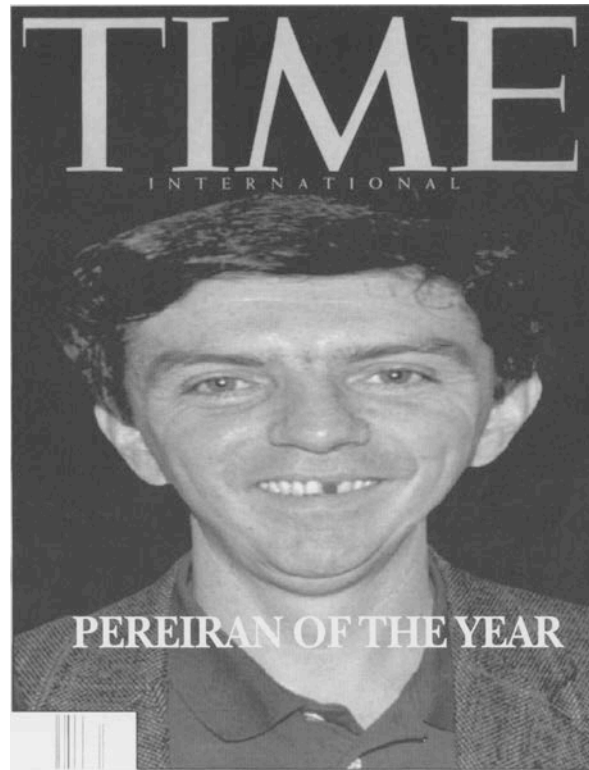
---

<sup>30</sup> “A pesar del cumplimiento entusiasta del gobierno Samper con las exigencias de la política antinarcóticos estadounidense, Colombia fue descertificada en marzo de 1996, aunque al final no se aplicaron sanciones económicas. En ese momento, Michael Skol, Subsecretario de Estado para Asuntos Latinoamericanos hasta 1996 consideró que "la situación ameritaba sanción una por interés nacional", dado que el agresivo mensaje enviado por E.U. podía de hecho resultar contraproducente.” (Tickner, 2000, en línea). Eduardo Arias en cambio, en la columna que escribía para Cambio 16, argumentaba que “Colombia, con el cartel de “narcodemocracia” colgado del pecho, implora el certificado de buena conducta que otorga un país que, por palabra, obra u omisión, ha permitido que la Tierra entera sea hoy un narcoplaneta” (Cambio 16, Feb 20, 1995, No 86, pg 3)

expone la forma como ciertos elementos culturales, en este caso la música, asociados a la idiosincrasia colombiana, que tienen la capacidad de activar recuerdos, experiencias, simpatías, entre otros fenómenos, son desvalorados en escenarios públicos por tratarse de objetos que tienen orígenes colombianos. En este caso, la ironía revela la forma como en ciertos espacios y contextos públicos está mal visto bailar música folclórica y no otro tipo de música más comercial o foránea.

### 3.4 El elogio de si mismo para otros

¿Cómo entender y aprovechar estas fuentes o “ironías de sí mismo”? Expresiones caricaturescas como la de Godofredo, conceptos tales como *Chibchombia* o la mofa de los comportamientos sociales, eran una forma de señalar el sentido de vergüenza que emergía continuamente en la opinión pública cuando de retratar a Colombia frente a otros países se trataba; por ejemplo era “vergonzoso, penoso y humillante” ver al país posicionarse en el “primer puesto en asuntos que perturban [violencia y terrorismo como índices globales] esa paz que tanto anhelamos” (Sem, 21 de abril, 1997, No 781, pg 7) Sin embargo, a diferencia de las ironías analizadas en el capítulo anterior, las cuales señalaban inequívocamente poderes o actores particulares, las “ironías de sí mismo” sacaban a relucir las contradicciones de un proceso dinámico, es decir, las diferentes maneras (opiniones, imágenes, lenguaje, analogías) que se utilizaban para relatar al colombiano nunca eran una sola, los valores cambiaban constantemente y por ende, así como existía una creencia de *inferioridad*, también se acostumbraba en la opinión pública, a proyectar y elogiar continuas imágenes de las virtudes colombianas (sin importar que estas fueran coherentes o no con la realidad cultural del país).



**El gobierno no tenía que mover un dedo** para manejar su imagen dentro del país: de eso se encargaban sus amigos los periodistas. En cambio, en el exterior la situación era a otro precio. Fue por esa razón que la firma norteamericana Sawyer and Miller, con presupuesto de la Nación, impulsó una multimillonaria campaña publicitaria en medios masivos de comunicación norteamericanos, con resultados poco menos que risibles.

Fuente: Arias y Troller, 1994, pg 121

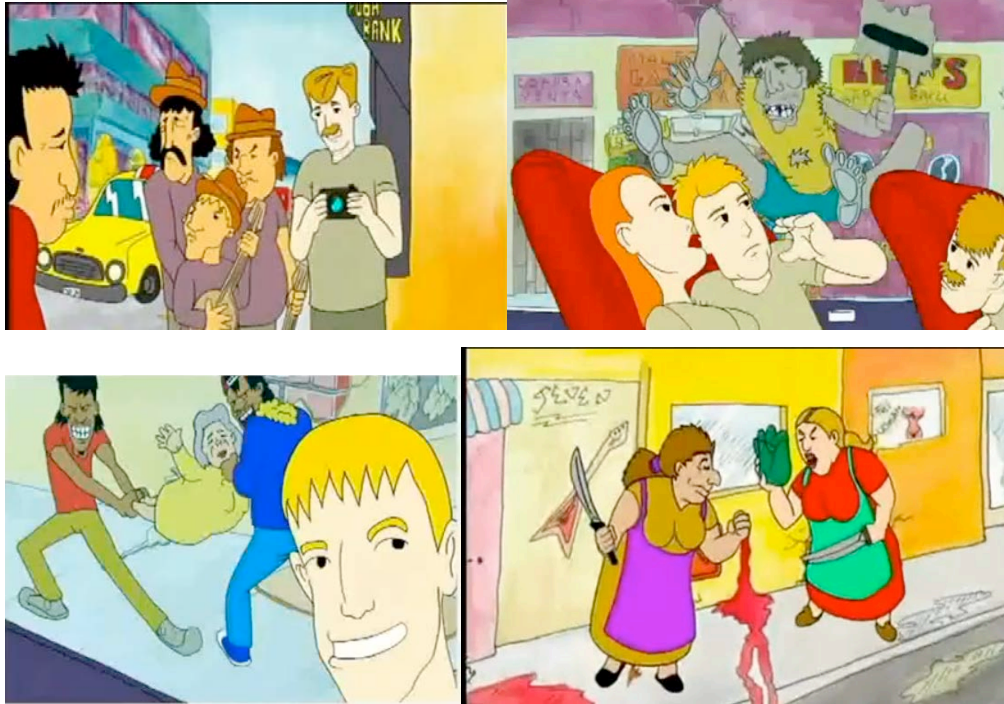
En el libro titulado *Ciertamente*, escrito y diseñado por Karl Troller y Eduardo Arias, el cual, de manera humorística describe los cuatro años de gobierno de César Gaviria, se burlaba de la relación del entonces presidente y los asesores de imagen, también objeto de constantes críticas en los editoriales de opinión del momento (imagen superior); “César Gaviria aprovecha la popularidad, haciendo caso de un viejo proverbio de Alfonso López, contra Belisario Betancur, según el cual el prestigio es para gastarlo [...]Una visita de Ana Milena a las comunas nor-orientales sirve para pasar el jarabe de las tarifas de energía... Los asesores de imagen, tan castigados por Carlos Lemos, se llevan los laureles” (Elt, 15 de septiembre, 1990, [en línea]), “agrava la situación cada vez que su gobierno, abusando de los medios de comunicación del Estado, y de los dineros del contribuyente, baña a la sociedad en una ducha de publicidades que no dejan espacio para la contradicción.” (Elt, 1

de Diciembre, 1990, [En línea]). Pero lo importante que se debe señalar de la imagen y epígrafe es la manera como se pretende proyectar imágenes en el exterior de un país, especialmente si Colombia, sólo en 1991 “invirtió cerca de un millón de dólares con Sawyer & Miller” para que esta compañía gestionara una visión positiva del país en Estados Unidos.

La ironía de *Ciertamente* no es una “ironía de sí mismo”, porque claramente se están burlando de César Gaviria y permite interpretar de cierta forma que el presidente comprendía la misma imagen de Colombia como un recurso al cual se le podía echar mano. Pero nos servimos de esta huella para comenzar a comprender el valor que le otorgaban los colombianos a la imagen del país (o la idealización de éste) y su cultura en el exterior. Otro ejemplo de una “ironía de sí mismo”, que pone en tela de juicio la valoración de la realidad colombiana para proyectarla hacia fuera, la trae el capítulo *Iguazolandia* de *El Siguiete Programa* (Capítulo 19, segunda temporada):

En este capítulo, criticando ciertas medidas del alcalde Peñalosa, los protagonistas argumentan que “se preparan [los gobernantes] en las universidades de Dinamarca para venir a gobernar a Cundinamarca, es un error tratar de arreglar nuestros folclóricos problemas tercermundistas con planes y proyectos del primer mundo [...] en vez de maquillar nuestros problemas debemos aprender a vivir con ellos”. por ello los dos protagonistas deciden proponer al alcalde la creación de un parque temático, donde se exponen los vicios y problemas de la ciudad para ofrecerlo como un espacio turístico al extranjero: “Toda una ciudad diseñada para atacarlo, señor sueco, señor suizo, señor finlandés, ¿esta aburrido de la perfecta vida del primer mundo? Péguese la arrimadita a *Iguazolandia* (Bogotá).





En el capítulo *Iguazolandia*, los dos personajes, asumiendo el rol de guía turísticos para los extranjeros, exponen a los visitantes escenas bogotanas para mostrarles las vicisitudes del tercer mundo (turismo negro). Por ejemplo, en la primera imagen, el extranjero es víctima del *paseo millonario* (un tipo de robo frecuente en Colombia), en la segunda imagen los extranjeros son sorprendidos por un limpiador de vidrios que frecuenta los semáforos de la ciudad, en la tercera imagen un turista europeo se toma una foto en el momento que están robando a una señora y finalmente la última imagen son testigos de una pelea entre empleadas del servicio. Acá la “ironía de sí mismo” funciona exagerando los defectos de una ciudad, defectos que nunca se presentarían a personas extranjeras con el fin de caracterizar la cultura colombiana, una manera de exponer la doble moral cuando se pretende proyectar imágenes del país hacia el exterior.

La intención de mostrar cualidades se traducía de diferentes maneras en la opinión pública, especialmente cuando se debía contrarrestar la imagen negativa que emergía del fenómeno de la violencia. De esta manera, varios acontecimientos y temas eran susceptibles de convertirse en canales para exponer este tipo de valoración, porque lo que “esperaban todos en el país” era saber cuándo se iba a dejar de “utilizar esos dones en actos violentos” y “seguir demostrando a la comunidad internacional que los colombianos podemos con cualquier reto que se nos imponga” (Sem, Nov 23, 1998, No 864, pg 7). Asuntos de política interior eran inmediatamente relacionados con la percepción de Colombia en el exterior, donde asuntos como “tumbar presidentes, desestabilizar instituciones, mancillar reputaciones” eran actos mostraban a la “comunidad internacional un panorama de torpe comportamiento nacional” (Cro, 1995, No 4045, 7 agosto, pg 5).

Así mismo, los lectores colombianos que vivían en países extranjeros estaban “siempre muy pendientes de la ‘imagen exterior y’ les dolía que esa imagen fuera tan “negativa” y trataban, “día a día de pelear esa “frontera exterior” (Sem, 1996, No 731, Mayo 7-14, pg 13).

Inclusive artistas como Carlos Vives causaban “agradecimiento” en los colombianos por “demostrar con su música [...] que nuestra patria es poseedora de grandes valores” (Ele, 1995, No 824, , 31 agosto, pg 22), las telenovelas por su parte, “entraban por la puerta grande” a la televisión de Estados Unidos, porque “querer es poder”. Dicho en otras palabras, en el juego de la imagen no se escatimaba ningún objeto o recurso ya que el valor cultural de la imagen del colombiano fuera del país no era solo un asunto de agenda política sino también un tema de preocupación de la cotidianidad de las personas.

Para los ironistas este problema, que afectaba seriamente diversos aspectos de la realidad pública, provenía de la doble moral que se había naturalizado y aceptado; era un conjunto de creencias y comportamientos que se les valoraba de manera significativa y afectaba considerablemente el desarrollo mismo de su historia y experiencia. “Ojalá [argumentaba Arias] fuera una doble moral pendeja. Porque en realidad, es una doble moral muy peligrosa” (Arias, octubre 14, 1996, pg 74), una doble moral que describía y comparaba al colombiano con el “volcán Galeras de Pasto: ruge y clama de tal suerte que parece que fuera a ablandar el cielo y la tierra; pero luego, le echan un baldado de agua, se apaga y calla, imagen perfecta del colombiano [...] le dan pan y circo, vale decir, algún campeonato de fútbol o ciclismo, un reinado de belleza, un concierto rock, o promesas, que es lo que abunda, y se olvida por completo de su indignación, junto con la pobreza, sus huecos y la conculcación de todos sus derechos constitucionales. (Elt, 3 de diciembre, 1995, [En línea])

### **3.5 Los estereotipos: una vieja forma ver un nuevo lenguaje**

La paz, una de las agendas políticas más importantes de la década, “ese camino que pasa necesariamente por el descubrimiento de sí mismo para ser autentico” era, para Gaviria a

principios de los noventa, un punto que necesitaba de la “Colombianidad, lo que nos ha ayudado a salir adelante aún durante las peores crisis [...] esa es nuestra cultura. Se trata de aquello que nos afirma cuando perdemos la confianza [...] para ello se requiere la más completa libertad. Se requiere un reconocimiento –como lo ha hecho la actual Constitución- del carácter pluriétnico y pluricultural del país.” (Gaviria, 1992, pg 352).

Las palabras “multicultural”, “pluriétnica” al igual que “pluricultural” y “biodiversidad” comenzarían a adquirir poco a poco mayor importancia en el lenguaje público de la época, especialmente otorgándole a viejas imágenes culturales, como los estereotipos, una aparente visibilidad y bandera política antes negada: era necesario, por ejemplo, “el desarrollo de un trabajo conjunto entre los científicos y los artistas para rescatar elementos de los sistemas culturales de las comunidades indígenas Paeces y Puinaves, en su relación con la sociedad pluricultural y pluriétnica de la que forman parte” (Elt, 2 de octubre, 1992, [En línea]), “la sociedad ha sido enriquecida con el acervo de las culturas indígenas que han contribuido a moldear una sociedad plurirracial, multicultural y plurilingüística, cuyo patrimonio autóctono hoy exaltamos como elemento fundamental de nuestra identidad. La política colombiana en materia de reconocimiento de la autonomía de los pueblos indígenas, ha superado etapas de discriminación, paternalismo o indiferencia. La Constitución de 1991 ha sentado las bases reales para alcanzar una plena participación indígena en la vida política, social y económica del país” (Sanin, N, citada en Elt, 17 de junio, 1993, [En línea])

Para los ironistas, el asunto del nuevo léxico proveniente del Estado, era un elemento del cual se podía desplegar varios elementos a criticar, porque el país se había acostumbrado a entenderse así mismo por medio de categorías y valoraciones culturales que no cambiaban necesariamente a nivel social y cultural con la promulgación de una nueva constitución: “Otro de los grandes problemas del multiculturalismo en Colombia, que ya mencionaba de pasada, tiene que ver con la creciente reducción de lo político a lo jurídico. Es sorprendente cuantos esfuerzos de las intervenciones y luchas del

multiculturalismo en el país se mueven en el registro de la legislación, de los decretos, del derecho. Una hipertrofia jurídica” (Restrepo, 2012, pg 217). Por ello la “ironía de sí mismo” en este caso revela la manera como entendemos nuestras diferencias a partir de prejuicios que se han valorado culturalmente en el transcurso del tiempo: imágenes que intentan definir categorías regionales, étnicas, raciales y de clase.

En otro artículo de *Cambalache*, publicado el 6 de febrero de 1995 titulado *Café: los verdaderos finales*, Arias y Troller aprovechan el éxito de la telenovela *Café*, que se encontraba en vísperas de acabar, para burlarse de las miradas de los estereotipos regionales que se percibían en la época: proponiendo hipotéticamente un final diseñado para cada región. En el final costeño, por ejemplo, Iván (protagonista de la serie) es “elegido senador por la circunscripción electoral del Atlántico, compra el Junior de Barranquilla y lanza su candidatura para presidente de la República Independiente de la Costa [...] Lucrecia (antagonista de la serie) reemplaza a doña Tera (en ese entonces era la organizadora del Reinado Nacional de Belleza), organiza un «playazo chambacunero»” (Cambio, No 87,1995, pg 74).

La burla tiene dos sentidos, el primero de ellos, una referencia no palpable a primera vista, es la analogía que se hace con el popular político de la costa Fuad Char, quien en ese entonces era dueño del equipo de fútbol de Barranquilla. Pero la ironía tiene otro sentido y es asociar imágenes de lo que se cree es la idiosincrasia costeña: una región donde la política se alimenta del populismo y un lugar donde su gente es reconocida por su espíritu festivo, un lugar en tiempo de fiestas que “los rajatablas, guacharacos, corronchos y aguacataos (sin ambiente para fiestas) saldrán del reino [...] Sólo se permitirán los gozones que tengan ánimo, hígado y esqueleto dispuestos para goza” (Elt, 16 de enero, 1993, [En línea]) “Pero detrás de esa imagen errónea de mamagallista , despreocupado de las obligaciones cotidianas de la vida, amigo inseparable del trago y la parranda, está el verdadero costeño: un hombre con un cúmulo de valores culturales que no se dan en otros conglomerados humanos.” (Elt, 30 de mayo, 1995,[En línea])

En el artículo de *Cambalache* también expresaban con otras regiones ese juego de contradicciones, tales como el final diseñado para el Valle, en el que “Gaviota es hija de un ingenioso industrial del Valle de las nuevas generaciones que, amenazado por la justicia, debe huir del país. [...] Miguel se vuelve empresario de espectáculos y apoderado de la Orquesta La Rebaja.” (Cambio, No 87, 1995, pg 75). Las dos referencias, *ingenioso industrial del Valle* y la *Orquesta la Rebaja*<sup>31</sup>, hacen alusión directa al problema del narcotráfico de la región, el cual, para aquellos que no hacían parte de esta zona, se había convertido en parte de su idiosincrasia, en otras palabras, los prejuicios culturales y la valoración de estos habían comenzando a añadir la experiencia del narcotráfico a la imagen que se tenía del Valle, una región que buscaba por objetivo “combatir la mala imagen generada por el narcotráfico, disminuir la delincuencia, atacar la pobreza en el Pacífico” (Elt, 18 de octubre, 1994, [En línea]) y ciudades como Cali que “detrás de esta nube negra de informaciones acerca del narcotráfico sigue en pie una ciudad pujante. Una ciudad donde el progreso económico limpio salta a la vista. Pero, sobre todo, una ciudad que muestra orgullosa a su sector de industriales y empresarios” (Sem, 26 de septiembre, 1994, [en línea])

Es evidente que en este caso la “ironía de sí mismo” no es tan explícita, considerándola como una fuente para interpretar la historia, como lo son aquellas que denuncian la doble moral de las conductas, sin embargo, si es útil, para comprender lo que Eduardo Restrepo llama *esas categorías que utilizamos para diferenciarnos*. Estas ironías permiten interpretar que tipo de valores culturales, presentes y utilizados en la opinión pública, alimentan estereotipos regionales. El papel de las ironías es exacerbar estos valores (a manera de hipérbole) que no necesariamente son características que representan una

---

<sup>31</sup> La Rebaja fue una de las empresas [farmacéutica] No es empresa farmacéutica, sino cadena de droguerías o farmacias... más reconocidas de los jefes del cartel de Cali. De hecho, en la peor etapa de la guerra contra el cartel de Medellín, varios de sus locales fueron dinamitados por orden de Pablo Escobar. En 1990, ya con varias autoridades encima, los capos cedieron sus acciones en La Rebaja a hijos, hermanos y sobrinos. Y en 1996, ya con los Rodríguez Orejuela presos, la familia decidió venderla a la que la Fiscalía considera “una cooperativa estratégicamente conformada”, que supuestamente pagó 35 mil 231 millones de pesos.” (Elt, 4 de septiembre de 2013, [En línea])

comunidad o un grupo social, pero si perpetúan cierta percepción que se tiene al respecto de ellos.

Otro ejemplo es *Bribón*, la parodia del político bogotano corrupto (en el capítulo gobernante del departamento de Putumazo) del *Siguiente Programa* (Primera temporada, tercer capítulo), quien se refería a los habitantes de la región como: “Gente muérgana, gente perezosa, esto si nunca va salir a adelante, jamás, jamás! [...] además estos nativos no necesitan carreteras: no tienen con qué comer, van a tener carro. [risas]. Hola! Y esa cantidad de aborígenes, que hartera que hacen acá – [le responde el asistente] ellos viven acá, es que el resguardo de ellos fue expropiado para hacer el aeropuerto- escójame un par para llevármelos, que los medios vean que en esta comitiva hay representatividad de todas las fuerzas vivas del departamento”

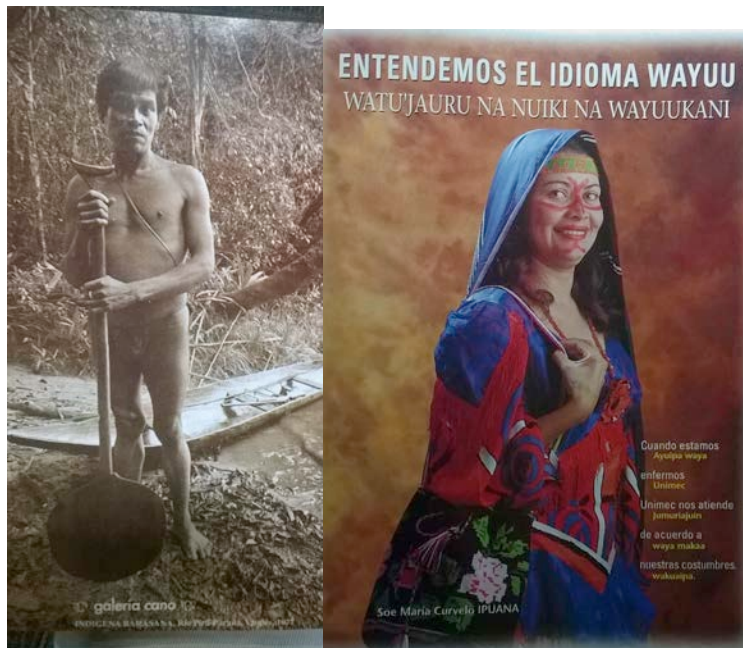


Imágenes de los indígenas representados en el capítulo del *Siguiente Programa* titulado Reinadocracia: qué desgracia parte 1 (Capítulo número 3, primera temporada, 1999, [En línea]), exagerando deliberadamente aspectos físicos y culturales atribuidos a los indígenas (de todas las regiones), la ironía pretende señalar lo absurdo de estas imágenes que se realizan de las etnias indígenas: poblaciones desnudas, disfrazadas, desnutridas, con el mismo corte de pelo, con narices grandes y usualmente pasivas o sumisas.

“En Colombia todo el mundo reclama [...] los únicos que casi nunca han reclamado son los indígenas –a excepción de Quintín Lame – y eso que llevan cinco siglos de olvido” (Cam, 1996, No 159, s.p.). Es ese olvido del cual se alimenta la “ironía de sí mismo”, es decir, para el televidente probablemente era evidente que se trataba de una caricatura exagerada o inexistente de los indígenas; sin embargo, a pesar de que siempre fueron

parte de la nación, el desconocimiento acerca de estas etnias en muchas ocasiones imposibilitaba tener una referencia real de ellas; en la opinión pública sólo era posible acercarse a una descripción a partir de la carta de lo exótico, como en el caso de la novela Guajira, que su mejor cualidad, para los críticos era “la carta exótica y vital de una cultura como la wayuu” (Sem, 1996, No 732, pg 124)

La burla de los ironistas a términos como *pluriétnico* y *multicultural* se debía en gran parte a los cambios que se pretendían generar con la nueva carta política del 91, en otras palabras, luego de 1991 se concedieron nuevos derechos y posibilidades jurídicas a poblaciones y etnias a las cuales se les había negado esta realidad política anteriormente. Pero el cambio no se tradujo en la manera de valorar a los indígenas o poblaciones raciales a partir de una cualidades reales, en el mejor de los casos los imaginarios culturales existentes siguieron siendo los mismos y en el peor de los casos, este nuevo encuentro con lo exótico genero dinámicas, como las comerciales, antes nunca vistas:



La imagen de la izquierda, una publicidad de la joyería *Galería Cano* (Sem, No 586, Agosto 3, pg 89) y la imagen de la derecha, una publicidad de la *E.P.S. UNIMEC* (Cro, 1995, No 4045, 7 agosto, pg 51), son muestra de una costumbre que adquirió la publicidad en Colombia luego de la constitución de 1991. En las dos imágenes aparecen indígenas (Barasana y Wayuu), apelando en principio a la “multiculturalidad”, sin embargo, lo que se resalta en la imagen es la mirada exotizante que se tiene de ciertas etnias o comunidades en las ciudades u otras regiones del país.

“Cómo cambian los tiempos: antes de la Constitución del 91 cada antropólogo tenía cien indígenas; ahora cada indígena tiene cien antropólogos” dictaba un epígrafe en la revista Cromos (Cro, Junio 5, 1995, No 4036, pg 20); era esa la realidad que se ironizaba, porque en papel la Constitución “es sin duda un texto pomposo. Cualquier extranjero que lo lea encontrará que nuestra Constitución es popular, democrática y participativa: la maravilla hecha derechos (Garzon en, Cam, Nov 2, 1998, pg 12), pero en el caso de los indígenas o la manera como nos miramos entre regiones, el papel no tiene injerencia en la manera como nos valoramos culturalmente, la constitución de 1991 vino, pero el colombiano siguió siendo el mismo.



## 4. Conclusiones

### 4.1. La contingencia de las fuentes irónicas

En historia, todo comienza con el gesto de poner aparte, de reunir, de convertir en “documentos” algunos objetos repartidos de otro modo. Esta nueva repartición cultural es el primer trabajo. En realidad consiste en producir los documentos por el hecho de re-copiar, transcribir o fotografiar dichos objetos **cambiando a la vez su lugar y su condición**. El gesto consiste en “aislar” un cuerpo, como se hace en física, y en “desnaturalizar” las cosas para convertirlas en piezas que llenan las lagunas de un conjunto establecido a priori. [...] El material es creado por acciones concertadas que lo distinguen en el universo del uso, que lo buscan también fuera de las fronteras del uso y que lo destinan a un nuevo empleo coherente. Es la huella de actos que modifican un orden recibido y una visión social. Esta ruptura, introductoria de signos abiertos a tratamientos específicos, no es solamente ni en primer lugar **el efecto de una “mirada”**; **se necesita además una operación técnica.**” (De Certeau, 1993, pg 86)

Una de las riquezas del quehacer histórico es el privilegio de extraer una huella del pasado, de su *lugar de origen* e interrogarla para saciar nuestra curiosidad; ésto a su vez es un acto que permite responder ciertas dudas que surgen de nuestro presente. En nuestro caso, analizar y hacerle preguntas a *Dioselina Tibaná*, a la revista *Semama*, a las simpáticas y extrovertidas situaciones que atravesaban Martín de Francisco y Santiago Moure en el *Siguiente Programa* (entre muchos otros), nos ayuda a descubrir un rico mundo cultural en el cual una multiplicidad de elementos se valoraban y se utilizaban continuamente. Como lo advierte Michel de Certeau, sólo es posible hacer esta *abstracción* por medio de una operación técnica, de una metodología y un ejercicio crítico de lectura e interpretación. Pero en este devenir, en el cual recolectamos vestigios, los examinamos, los relacionamos, los decantamos, los de-construimos y los volvemos a reconstruir, olvidamos la misma contingencia histórica de éstos. Claro, el historiador por asuntos metodológicos se encuentra obligado a *desnaturalizar* estos objetos, pero las fuentes en sí mismas son huellas de su propia historia.

Dicho en otras palabras, el humor y las expresiones irónicas de estos ironistas en la década de los noventa fueron muy bien recibidas por colombianos, inclusive es posible

considerarlas como una importante coyuntura en la historia de los medios de comunicación colombianos (González, 2010, [en línea]). Sin embargo, el desarrollo de éstas mismas en el transcurso del tiempo se puede calificar como amargo a causa de los sucesos que llevaron a estos programas de televisión y textos de prensa a su abrupta desaparición. Ya a principios 1995, Rafael Chaparro había muerto de lupus, dejando para muchos un vacío en el ámbito de la literatura y la prensa del país (Elt, abril 19, 1995, [En línea]); aquel personaje que “aprovechaba el mundo [para] organizarlo a su manera, atar cabos que sólo el sabía atar y convertir todo eso en un delirio casi infinito de sus libretos, sus crónicas y reportajes, sus novelas” (Arias, 1995, pg 3) había significado una gran pérdida para estos ironistas (Izquierdo, 2009, pg 59).

También a pesar del éxito que tuvo este humor político en la década, son tres factores o fenómenos principales los que permiten explicar el desvanecimiento de estas expresiones: Las transformaciones que sufrió la manera de producir televisión en Colombia a partir de la constitución de 1991, el efecto que tuvo la popularidad del presidente Álvaro Uribe (electo en el año 2002) en los medios de comunicación y finalmente la muerte de Jaime Garzón (y el trauma que este acontecimiento supuso para la opinión pública). En cuanto al primer elemento, una de las iniciativas de la Constitución de 1991, fue el de promover y fomentar un ambiente de mayor competitividad y participación de los entes privados, en el cual el Estado respetaba y no intervenía en los procesos de producción mediáticos, sin embargo como lo argumenta Daniel Guillermo Valencia:

En el marco de la liberación del sector de las telecomunicaciones, el servicio de televisión en Colombia pasó a ser regulado por la Comisión Nacional de Televisión, entidad creada en 1995 como un organismo de derecho público. Esta entidad, a partir de 1998, introdujo las transformaciones de la televisión pública y privada, mediante un proceso que desde sus inicios, ha sido objeto de cuestionamientos, porque contradice el argumento de democratización con el cual el constituyente de 1991 creó la CNTV. (Valencia, 2012, pg 121)

“En la constitución de 1991, se establece que todo colombiano tiene derecho a fundar medios de comunicación, lo que se considera un saludo a la bandera, pues para ello necesita 80 millones de dólares” (Londoño y Ramírez, 2004, pg 157) argumentaba Jorge Londoño. Es decir, para 1998, eran muy pocos los sectores privados que ostentaban el

tipo de patrimonio económico necesario para iniciar una empresa de esta envergadura, por ello, a pesar que en el momento existían más de 30 programadoras con historial de trabajo en la televisión, la CNTV, adjudicó la licitación de los dos canales privados a Caracol TV (perteneciente al grupo económico Santo Domingo) y RCN TV (propiedad de la Organización Ardila Lülle).

Estos dos canales pagaron en su momento 95 millones de dólares por la concesión. (Sem, Julio 17, 1999, [En línea]) Esto significó un cambio profundo en la manera de concebir los ratings, la publicidad y la misma producción de la televisión; un proceso al cual no estaban acostumbradas las programadoras del país, (Ele, No 989, 29 de octubre, pg 23). Programas de televisión como *Zoociedad*, *Quac*, y *el Siguiete Programa* habían nacido bajo una dinámica propia de las programadoras y no de los canales privados, y sus características no se acoplaban a las nuevas necesidades comerciales. Por ejemplo, hemos observado que estos programas dependían de las velocidades y ritmos de la opinión pública, y esto suponía a veces ratings fluctuantes.

Ahora bien, Beatriz González argumentaba que a “pocos días de posesionado el presidente Álvaro Uribe, los humoristas se dieron cuenta de las dificultades de lograr su caricatura perfecta. ‘Un cambio de gobierno no es el momento para afilar el humor y el escepticismo’ afirmó el caricaturista Jairo Barragan (González, 2010, pg 204). La incertidumbre expresada por el caricaturista no era para menos, la popularidad del presidente Uribe, durante su periodo de gobierno solía fluctuar, según las encuestas, entre el 75% y 85% de favorabilidad (Sem, Julio 30, 2005 [En línea]), una cifra no sólo exorbitante para la opinión pública del país, sino también reflejaba la dificultad de expresar opiniones o críticas irónicas, ya que apelar a la complicidad del lector era inútil, porque criticar negativamente al popular político era contraproducente.

Dicho de otra manera, las revistas, los periódicos y las diferentes producciones mediáticas no se arriesgaban a criticar negativamente al electo presidente porque podía

significar una baja en ventas o de ratings<sup>32</sup> (López de la Roche, 2009). Además de ello, en esta presidencia, las relaciones de la prensa, los entes privados y el gobierno solían ser difíciles; prueba de ello fue el cierre de la revista *Cambio* en el año 2010. María Elvira Samper, ex directora de la revista argumentaba que el cierre de la revista se debía a “ingredientes políticos [porque sabía] de buena fuente, que había miembros de la junta a quienes les parecía que no era conveniente tanto periodismo de denuncia” (El espectador, febrero 6, 2010, [en línea])



El caricaturista Osuna dibujaba en el 2008, la representación de la popularidad del presidente Álvaro Uribe: Este había promovido un cambio constitucional en su primer periodo con la intención de permitir la reelección inmediata, por ello, el dibujante mostraba a Uribe relajado en una silla, con la banda presidencial ya en su hombro y pronunciándose de manera pretenciosa. En frente de este se encontraban otras figuras políticas del momento que lo miraban de manera desalentadora, tales como Rafael Pardo, Lucho Garzón, Antanas Mockus, Juan Manuel Santos, Cesar Gaviria (entre otros). Fuente: (Sem, s.f. [En línea])

Pero el acontecimiento que significó un mayor trauma en la manera como se realizaba o se expresaba humor político en los medios colombianos fue sin lugar a dudas el asesinato

---

<sup>32</sup> Existen claras excepciones a esta situación, por ejemplo como las caricaturas de Vladdo en la Revista Semana, sin embargo se puede observar que el tono explícito de las críticas cambió considerablemente en esta época presidencial. Para ver más acerca del tema: Vargas, J (2013) *Entre trazos e ironías: el gobierno de Álvaro Uribe en la caricatura política de Vladdo*, Tesis de Grado, Universidad Del Valle, Programa de Sociología.

de Jaime Garzón, perpetuado el 13 de agosto de 1999. A mediados de 1997, Garzón comenzó a utilizar su figura pública para gestar y mediar, con la guerrilla de las FARC, liberaciones de secuestrados y negociaciones de paz, “pero así como el papel de gestor de liberaciones lo llenó de amigos y de familias agradecidas, esas actividades también le granjearon enemigos en un país donde la desinformación es una más de las armas de la guerra “(Cam, agosto 16, 1999, pg 21). Luego de recibir amenazas, Garzón, en la semana de 7 de agosto de 1999 decidió comunicarse con el entonces líder de las *Autodefensas Armadas de Colombia* Carlos Castaño, quien se creía era el responsable de las intimidaciones que el ironista recibía, éste le prometió una cita para ese mismo sábado, sin embargo el humorista, de manera sarcástica comentaba a sus amigos que “es que yo tengo vida hasta el sábado. El sábado ya no existo” (Sem, agosto 23, (s.n.) 1999, pg 30). El viernes 13 de agosto, Garzón, cuando se dirigía a los estudios de *Radionet*, fue asesinado.

El hecho llevó a que varias personas se pronunciaran en el escenario de la opinión pública lamentando la muerte del humorista: “La muerte de Garzón estremeció al país. [...] lo último que podía pasar era que se mansalveara de manera tan criminal a un hombre que valiéndose del humor y del sarcasmo supo interpretar al pueblo, burlándose de los más encopetados, criticando con agudeza a los gobernantes y a los políticos, denunciando la corrupción, desenmascarando la impostura” (Serpa, 1999, pg 28) “Un dolor que prefiere la indignación a los encomios. No ha fallecido, lo han matado. Nos lo han quitado de en medio, en completa vitalidad” (Madrugal, 1999, pg 54) “Ya te habrás dado cuenta, Jaime, que no hay ningún interés aquí en dejarte descansar en paz [...] Asistimos por primera vez a un luto verdaderamente colectivo y ese es un milagro tuyo –el primero- en un país que no le ha dado un sentido nacional a sus tragedias y de ahí parte su propia tragedia [...] Con vos nos mataron a todos” (Rincón, 1999, pg 39)

Posteriormente varios programas de televisión, como la *Banda los francotiradores*, trataron de seguir produciendo humor político con el fin de contradecir a quienes manifestaban que este tipo de comedia había muerto con Jaime Garzón. (Sem, 30 de noviembre, 2003, [en línea]), y varios humoristas como Luz Amparo Álvarez, Camilo

Cifuentes y Santiago Rodríguez se dieron a conocer por la calidad de sus imitaciones y actuaciones. Sin embargo, a causa de la irregularidad en los cambios de horario, estos programas usualmente duraban poco al aire, y como lo argumentaba Santiago Rodríguez, “Más que el humor político, que sufrió una crisis con la muerte de Garzón, lo que hacemos es humor de actualidad” (Rodríguez, citado en Sánchez, 2004). Era un humor que apelaba y dependía del ritmo oscilante propio de las velocidades de la opinión pública, y no tenía la oportunidad de aferrarse y construirse bajo los lugares comunes de la cultura del televidente colombiano.

Jaime Garzón se había convertido en la cara principal del humor político que emergió en la década, como una metonimia de este fenómeno su imagen se había convertido en un símbolo en sí misma. Antonio Morales por ejemplo, afirmaba que “La muerte de Garzón les hizo ver a los colombianos que por primera vez el conflicto armado había tocado algo sagrado y tabú: la risa” (Morales citado en Izquierdo, 2009, pg 159) Desde ese entonces, el humor en los medios ya no se practicaba con entera comodidad, y poco a poco, tanto en la prensa como en la televisión, la crítica irónica de esta naturaleza se desvaneció.



El asesinato de Garzón sigue sin esclarecerse, como lo argumenta el periodista Jaime Izquierdo, la investigación del asesinato “esta plagada de incongruencias, de declaraciones mentirosas, de falsos testigos [...] durante el proceso han sido asesinadas varias personas que están relacionadas con la investigación” (Izquierdo, 2009, pg 167), inclusive Antonio Caballero, pocos días después de la muerte del humorista, escribió en una columna de opinión “por eso mataron a Garzón: porque en Colombia se sabe de antemano que nunca aparecerán los culpables, incapaces de encontrarse a sí mismos” (Caballero, 1999, pg 107). Las dos caricaturas son del dibujante *Leo*, en las cuales están representadas la falta de claridad en el asesinato del humoristas a partir de la caracterización y metáfora de dos de los personajes más celebres de Garzón; Heriberto de la Calle (Leo, 2014, disponible en <http://www.semana.com/caricaturas/articulo/jaime-garzon-15-anos-sin-justicia/398951-3>) y Dioselina Tibaná (Leo, 2013, disponible en <http://2.bp.blogspot.com/-8TkDkBY7N0Q/UgpSuYsZ-9I/AAAAAAAAAFTs/okWEZrJMto4/s1600/Efem%C3%A9rides+Jaime+Garz%C3%B3n14.jpg>.)

#### 4.2 Virtudes y límites de la interpretación de las expresiones irónicas

Realizar una lectura del *lugar de producción* y contingencia histórica de las fuentes es importante para la misma metodología del análisis. No sólo porque es un paso básico para contextualizar las huellas que se pretendan interpretar, sino también para comprender las virtudes y límites de los métodos que se realicen. Como se argumentaba en el primer capítulo, tanto el humor como las expresiones irónicas no se pueden

comprender como fenómenos transculturales y ahistóricos. La pregunta entonces se puede formular de la siguiente manera: ¿para qué proponer métodos, si éstos nunca se podrán utilizar de manera universal? Para responder es prudente recordar que el quehacer histórico es un conjunto de prácticas que no buscan sumar premisas y verdades, en cambio pretenden formular interpretaciones del pasado que puedan ser útiles para las necesidades que se tengan en el presente. Por esta razón uno de los objetivos de este texto es poner a prueba los mismos límites de la metodología utilizada para leer expresiones irónicas como fuentes históricas: no con la intención de elogiarla o deslegitimarla, sino porque el ejercicio de auto-crítica debe servir para alimentar otras lecturas que se hagan del pasado.

Al comenzar la investigación y suponer que era posible leer las expresiones irónicas como fuentes históricas, se presentaron varios retos, tales como: ¿de qué forma se podía aprovechar la naturaleza subjetiva de estas mismas para interpretar un escenario de opiniones colectivas como la opinión pública? Porque en la historia del humor colombiano suele asociarse toda expresión humorística sólo a una militancia política partidista y no a un acto ético o social de otras características. Otra pregunta era ¿cómo evitar caer en prejuicios conceptuales que determinaran el mismo desarrollo de la investigación?, por ejemplo, al analizar fuentes para responder si procesos como la valoración cultural responden a fenómenos como la *representación*, *identidad*, *imaginario* y *reconocimiento* (entre muchos otros), existe la posibilidad que se opaque el mismo testimonio de las huellas en aras a alimentar discusiones conceptuales.

La *codificación* de las mismas fuentes permitió esclarecer varias de estas dudas, por ejemplo, asuntos como la valoración cultural que se hacía de la imagen de la mujer y la obra de Gabriel García Márquez; y la manera como estos valores se utilizaban para alimentar estrategias económicas, sociales y políticas, fueron temas (o *categorías*) que emergieron de la misma lectura de las expresiones, y posteriormente sospechas que fueron confirmadas al ser cotejadas con el entrecruce de otras fuentes como los artículos de revistas. Inclusive lo sorprendente no fue encontrar cómo estas ironías eran comentarios acerca de las relaciones de poder que existían en el momento entre polos



políticos o económicos de las sociedad, una de las gratas sorpresas fue encontrar la fuerte crítica cultural que los ironistas hacían de la propia sociedad colombiana (*ironía de sí mismo*); de sus conductas, idiosincrasia y creencias, y cómo estas expresiones denunciaban unos valores culturales naturalizados. Es así, porque precisamente la codificación permite acercarse o aproximarse a la lógica con las que se producían las ironías.

Otra ventaja de la *codificación* como metodología para leer de fuentes irónicas fue la de hallar la virtud de estas últimas como un índice o un ancla para identificar asuntos culturales que se suponen importantes para cierto grupo social en determinado momento. Como se advirtió desde un principio, estas fuentes se encontraban condicionadas a la fugacidad y espontaneidad propias de una opinión pública mediática. Las expresiones que se elaboraban, de manera explícita, siempre criticaban algún acontecimiento que era importante esa semana, día o mes, pero que seguramente dejaría de serlo en poco tiempo; sin embargo, la codificación permite descubrir una base implícita más coherente en el conjunto total de expresiones. Es decir, aquella crítica que se hacía de los valores culturales siempre se encontraban presentes en la ironías y trascendían al acontecimiento mediático que había captado la atención de la opinión pública.

Finalmente la lectura de las ironías también permite comprender procesos que se consideran políticos o económicos bajo una luz cultural. Por ejemplo, al interpretar las expresiones de estos ironistas se puede observar los efectos de la constitución de 1991 en el escenario de la opinión pública; cómo las pretensiones jurídicas o constitucionales de los políticos no se traducían de la manera esperada sobre los valores culturales de la sociedad, cómo los conceptos de plurietnia o multicultural eran utilizados abiertamente por campañas comerciales o realizadores de televisión pero no permeaban las creencias o ideales de la misma gente acerca de las etnias indígenas o estereotipos regionales.

Ahora bien acercarse a las ironías como fuentes para interpretar la historia también puede significar cierto riesgo, especialmente porque es fácil caer en las generalizaciones y en la tentación de utilizar métodos que no tengan en cuenta el mismo contexto y lugar en el

que se producen las ironías. Por ejemplo, si se quisiera utilizar la metodología para codificar las ironías de los textos literarios costumbristas del siglo XIX en Santafé de Bogotá y tratar de interpretar las valoraciones culturales que se estén haciendo en el momento de ciertos símbolos, habría que tener cuidado si realmente es una preocupación de la sociedad santafereña o estas expresiones escritas en los pasajes costumbristas parten sólo de una inquietud de una clase élite o intelectual, ya que la masificación de prensa y escritos era considerablemente diferente. Es decir, la manera de interrogar a estas fuentes irónicas tendría que cambiar de acuerdo al contexto histórico en que se produjeron.

Inclusive el mismo medio en el que se elabora la expresión irónica es una limitante para interpretar la misma. Las críticas que se analizaron pertenecían a una dinámica de la opinión pública propia de los medios de comunicación de la década de 1990; eso no quiere decir que las críticas que hacían los ironistas de los valores culturales, se puedan extrapolar a todos los ámbitos de la vida social de los colombianos del momento. Es decir, estas fuentes no pueden ser consideradas como un reflejo inmediato de lo que sucedía en la totalidad de la experiencia humana colombiana. Tal vez los colombianos utilizaban otras formas de criticar ciertos comportamientos o valores culturales en diferentes espacios sociales como las plazas públicas, los cafés, las discotecas, y a su vez éstos dependían de las regiones, clases sociales, etnias, (entre muchos otros ejemplos) a los cuales pertenecían los colombianos. Sólo pueden ser consideradas como un comentario del escenario mismo de la opinión pública.

#### **4.3 *Los Puros Criollos* o la lectura irónica de la cultura presente**

La historia es una disciplina de gran utilidad para las preguntas que se hacen del presente, porque ofrece una interpretación de un proceso, y evidencia cambios y vacíos en el acontecer social en el tiempo, sin embargo, también es una operación a veces ingrata, porque los historiadores emitimos juicios acerca de protagonistas y hechos, cuando de antemano sabemos cuál es el final que le depara a estos últimos. Y al hacerlo terminamos obviando la relación de esos juicios con el presente en el que vivimos.

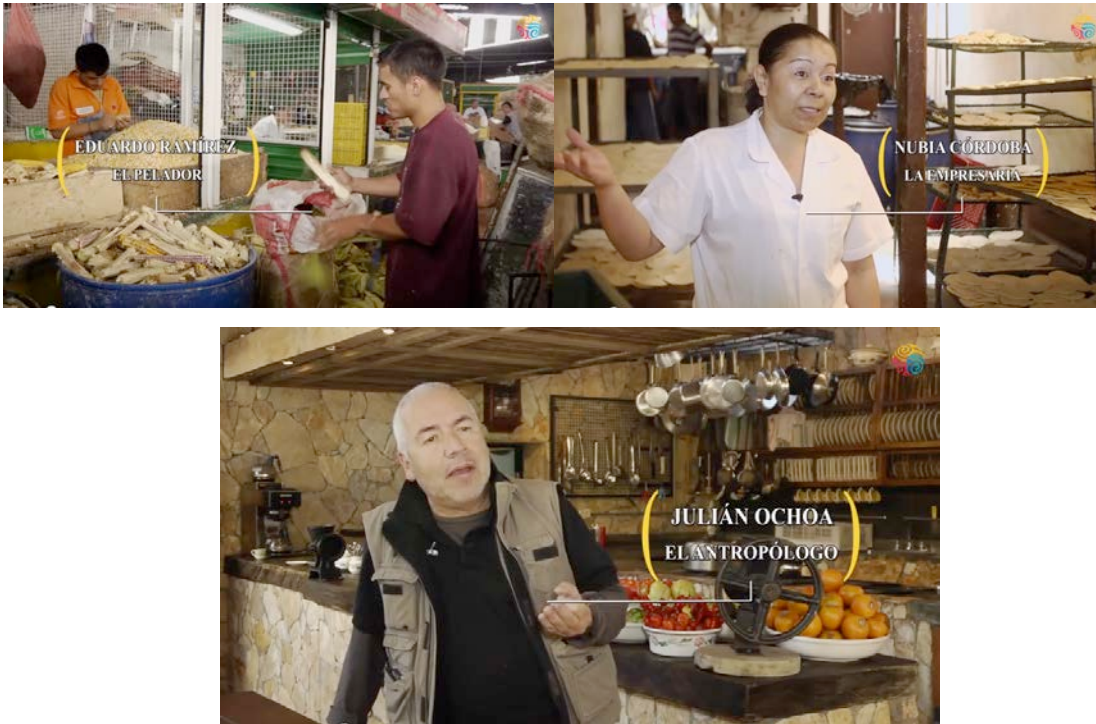
¿El devenir de la opinión pública, el contexto político en Colombia y la transformación de los medios de comunicación desplazó completamente toda expresión de humor política que utilizaba la lectura de la cultura como base para elaborar críticas? ¿Existen espacios en los medios de comunicación colombianos, que de manera crítica, analicen aquellos fenómenos como el patrimonio y la valoración cultural?

En el año 2009, en las pantallas de las televisiones colombianas en el canal de *Señal Colombia*, aparecía un hombre joven con barba, caminando en el centro de Bogotá y dirigiéndose a los televidentes decía: “Saludos buenas gentes, mi nombre es Santiago Rivas y esto es los *Puros Criollos*” (*Los puros criollos*, 2009, [En línea]) Esta era la presentación de un piloto para la televisión, cuya intención era analizar un símbolo cultural, que ante los ojos de su director Néstor Oliveros, cargaba con un gran peso en la idiosincrasia colombiana: El divino Niño del 20 de Julio. “El divino niño [continuaba diciendo el presentador] es el santo que más devotos tiene nuestro país y es uno de los símbolos con los que más nos identificamos, por eso los quiero invitar a este apasionante recorrido por las aventuras, las desventuras, los milagros y los tropiezos que ha tenido este sagrado infante” (*Los puros criollos*, 2009, [En línea]).

En el capítulo, por medio de entrevistas a científicos sociales, devotos del santo, personas en la calle, entre otros, y descubriendo relatos e hitos, analizan y exponen la importancia cultural que tiene el Divino Niño para la idiosincrasia colombiana. El piloto rápidamente se convirtió en un exitoso serial del canal institucional con tres temporadas en su haber. Objetos culturales como los tamales, los Renault 4, las arepas, el sancocho y el almanaque Bristol son leídos e interpretados de manera entretenida, y en especial de forma irónica; porque pone al descubierto el modo que continuamente se valoran y se naturalizan elementos y símbolos culturales del entorno colombiano.

Utilizando los lugares comunes de las técnicas visuales y de edición que la gente suele observar en documentales y programas culturales, los realizadores del programa frecuentan revertir estas herramientas de producción para darle relevancia a los testimonios de la gente: “El protagonismo, no obstante, se lo roban los testimonios de las

personas involucradas en cada actividad, se trate de elaborar tejidos, organizar reinados o fabricar arepas. Durante la etapa de grabación de los 30 episodios de la segunda temporada, el equipo de producción contó con la participación franca de la gente: Esa profunda honestidad de las personas hace que el público no se ría de ellos sino con ellos” (Rivas, citado en Revista Virtual Cromos, s.f. [En línea]).



En el capítulo número 20 de la segunda temporada de los *Puros Criollos*, los realizadores analizan el trasfondo cultural de la arepa. Para ello recogen testimonios de personas como peladores de granos, empresarios y antropólogos. Sin embargo, la jerarquía de la calidad de los expertos, a diferencia de otras producciones documentales, no es discriminada a partir del nivel social o de educación de los entrevistados. Para el programa, todo testimonio tiene el mismo valor, por eso a nivel visual se puede ver que tanto las palabras de “Julián Ochoa –El antropólogo” y las de “Nubia Córdoba –La empresaria” son representadas y valoradas de igual forma. Es una forma sutil e irónica de revertir un lenguaje audiovisual. Fuente (*Los puros criollos*, 2013, [en línea])

Para Santiago Rivas el objetivo de los *Puros Criollos* es mostrar “cosas que nos convoquen, que no estén dentro de lo oficial [...] es un programa que hace un análisis crítico, es un programa cultural, es una serie documental, es un programa de entretenimiento” (La escena canal, 2013, [En línea]). Por ello, la mirada irónica del programa depende en gran parte, no sólo de manera como se utilizan los lugares fáciles de reconocer de los medios audiovisuales (encuadres, lenguaje, edición), sino también de

la manera como se mira a sí misma la cultura colombiana: “Lo que nosotros entendemos por criolladas, son esas cosas simpáticas que nos representan, que uno dice “Ahí estamos pintados”. Uno a veces dice colombiana y suena terrible [...] colombianada es todo: desde decorar con la carpetica de croché, dar credenciales, y todo ese tipo de cosas, hasta , mmm no se, subir las pensiones para los congresistas” (En las Mañanas con Uno, 2014, [En línea]).

¿Por qué concluir con una rápida referencia de un programa que no tiene relación aparente con las fuentes irónicas analizadas? El humor de los ironistas en la década de los noventa era una respuesta a las necesidades de las coyunturas históricas del momento; la violencia que se vivía, la emergencia de una nueva constitución política, la transformación de las tecnologías y los mercados, el fin del bipartidismo, en fin, las expresiones irónicas eran un acto dialéctico que hablaban de y hacia una multiplicidad de fenómenos culturales que vivían los colombianos en el momento. Por ejemplo, muchos aseguran que personas como Garzón o Arias utilizaban el humor “como herramienta de conciliación. Y desde ahí estaba, poco a poco, construyendo un proyecto político.” (Sem, Agosto 8, 2008 [En línea])

Estas expresiones eran el resultado de una discusión que de pronto no terminó, sino sencillamente fue temporalmente interrumpida. No digo con ello, que los *Puros Criollos* u otras nuevas producciones sean una evolución del humor colombiano. Evidentemente los problemas sociales y la manera como la sociedad valora culturalmente su realidad ha cambiado y seguirá modificándose, inclusive la misma naturaleza de las ironías transforma considerablemente. Pero tal vez, nuevas producciones como los *Puros criollos* sean una consecuencia de unos interrogantes que los colombianos no hemos resuelto en cuanto a la manera como culturalmente nos entendemos dentro de espacios como la opinión pública. Por ejemplo ¿Cómo estamos valorando aquellos elementos de nuestra cultura? ¿De qué manera alimentamos o descartamos estos valores? ¿Para qué se utilizan estos valores?, Lo único seguro es que las respuestas no sólo dependerán de las preguntas que hagamos, sino también de la manera como las hagamos.

## 5. Bibliografía

### 5.1 Libros y artículos citados

Acevedo, D (1998) “La Caricatura Como Instrumento de La Lucha Política.” en *Credencial Historia*, No 97, Disponible en <http://www.banrepcultural.org/node/74197>

Acevedo, D (2009) *Política y Caudillos Colombianos En La Caricatura Editorial, 1920-1950*. Medellín, La Carreta Política.

Alvear, P (1994) *Las mujeres y la comunicación : perfil aproximado de la situación en Colombia*, Bogotá, Fundación Cine Mujer

Arciniegas, G (1975). *El Zancudo: La Caricatura Política En Colombia (Siglo XIX)*. Bogotá, Arco

Arias E, Troller K (1993) *Revista Semama*, Bogotá, Intermedio Editores

Arias, E (Ago./Oct. 1993) “El nuevo País de Gaviria” en *Relecturas*, Vol. 8 No. 16, pg 4-5.

Arias, E (Diciembre 1994 – Enero 1994) “De ídolos, idólatras y fariseos” en *Numero*, No 5, Pg 10-11

Arias, E (Mayo 1 -1995) “Rafael Chaparro” en *Cambio 16*, No 98, pg 3

Arias, E (octubre 14, 1996), “La tele y la doble moral” en *Cambio 16*, No 174, pg 74

Arias, E (Septiembre 2014) “El día que Colombia perdió el humor” en *Revista Bocas*, No, 34, pg 22-29

Arias, E. Troller, K (1994) *Ciertamente: memorias no autorizadas del revolcón*, Bogotá, Intermedio Editores

Bortolotto, C (Mar-2007)“From Objects To Processes: Unesco's 'Intangible Cultural' Heritage” en *Journal of Museum Ethnography*, No. 19, pg. 21-33

Bremmer, H Roodenburg, N (1997) *A cultural history of humour: from antiquity to the present day*, Cambridge, Polity Press.

Burke, K (1945) *A Grammar Of Motives*, New York, Prentice-Hall.

Caballero, A (Agosto 23 – 1999) “Ellos mismos” en *Semana*, (s.n.), pg 107

Chaparro, R (2009) *Zoológicos urbanos : historias mutantes de Rafael Chaparro Madiedo*, Medellín, Editorial Universidad de Antioquia

Colmenares, G (1984) *Ricardo Rendón una fuente para la historia de la opinión pública*, Bogotá, Intergráficas

- De Certeau, M (1003), *La escritura de la historia*, Mexico, Universidad Iberoamericana Departamento de Historia
- Elias, N (1998) *La civilización de los padres y otros ensayos*, Bogotá, Grupo Editorial Norma
- Elias, N (2008) *The collected works of Norbert Elias Vol 15*, Dublin, University College Dublin Press
- Escobar, A (2001) *Política cultural & cultura política una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos*, Bogotá, Taurus
- Fernandez, J (1986) *Persuasions and performances : the play of tropes in culture*, Bloomington, Indiana University Press
- Fernandez, J (1991) *Beyond metaphor: the theory of tropes in anthropology*, Stanford, Stanford University Press
- Fernandez, J (2001) *Irony in action : anthropology, practice, and the moral imagination*, Chicago : University of Chicago Press
- Florez, Franz (2007) “¿Un Paso Hacia La Modernidad?. Caricaturas Del Poder y El Poder de La Caricatura.” En Torrejano, R (Editor), *Cuatro Ensayos Sobre Historia Social y Política De Colombia En El Siglo XX*, Bogotá, Ed. Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Freire, J (2006) “Escribiendo la historia cultural de la televisión en Brasil: aspectos teóricos y metodológicos” en *Signo y Pensamiento*, Vol 25, No 48, pg 23-36
- Gaviria, C (1992) *Gobierno: discursos*, Bogotá, Presidencia de la República, Secretaría de Prensa
- Geertz, C (1993) *The Interpretation of Cultures*, London, Fontana Press
- González, B (2008) “Visiones Paródicas: Risas, Demonios, Jocosidades y Caricaturas.” En *Revista de Estudios Sociales*, No 30, pg 72–79.
- Gonzalez, B (2010) “El verbo y la gráfica crítica” en *La caricatura en Colombia a partir de la independencia*, Disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/la-caricatura-en-colombia/texto04.html>
- Guerra, P (2014) “Adolfo samper y sus personajes” en *Entre Viñetas la historieta colombiana en prensa*, Disponible en <http://www.bibliotecanacional.gov.co/comic/adolfo-samper-y-sus-personajes>
- Gutiérrez, M (1995) “Mujeres y vinculación laboral en Colombia” en Velásquez, M (Editora), *Las mujeres en la historia de Colombia*, Bogotá, Grupo Editorial Norma, pg 301-318
- Handler, R. (Jul –Sep., 1984) “Tradition, Genuine or Spurious” en *The Journal of American Folklore*, Vol. 97, No. 385, pg 273-290.
- Hernandez, G (20 de diciembre, 1993) “¿De qué nos reímos los colombianos?” en *Cambio 16*, No 28, pg 34-44

- Herzfeld, M (2001) "Irony and Power: Toward a Politics of Mockery" en *Irony in action : anthropology, practice, and the moral imagination*, Chicago : University of Chicago Press, pg 84-102
- Izquierdo, G (2009) *Jaime Garzón, El genial Impertinente*, Bogotá, Editorial Planeta
- Lleras, C (2005) *Arte Política y Crítica: Politización de La Mirada Estética: Colombia, 1940-1952*. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.
- Londoño, A (1995) "Las mujeres y la salud" en Velásquez, M (Editora), *Las mujeres en la historia de Colombia*, Bogotá, Grupo Editorial Norma, pg 403-420
- Londoño, J. Ramirez, R (2004) "Conversatorio sobre television" en *Escuela de cine y television*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia
- López de la Roche, F (2009) *Conflicto, Hegemonía Y Nacionalismo Tutelado En Colombia 2002-2008: Entre La Comunicación Gubernamental Y La Ficción Noticiosa De Televisión*, Tesis de Doctorado, Universidad de Pittsburgh, Programa de Filosofía.
- Madrigal, L (Agosto 23 -1999) "Entre las sombras" en *Cambio 16*, (s.n.) pg 54
- Manzini, L (Jun-2011) "El Significado Cultural Del Patrimonio" en *Estudios del Patrimonio Cultural*, No 6, pg 27-42
- Martin-Barbero, J (1980), "Retos A La Investigación De Comunicación En América Latina" en *Humánitas. Portal temático en humanidades*. Disponible en: [http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/barbero\\_martin\\_retos\\_a\\_la\\_investigacion\\_en\\_la\\_comunicacion\\_en\\_a.l..pdf](http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/barbero_martin_retos_a_la_investigacion_en_la_comunicacion_en_a.l..pdf).
- Ministerio de Cultura (2003) *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, Bogotá, Ministerio de Cultura
- Morales, A (1994) *Expediente censurado*, Bogotá, Planeta.
- Morales, A (2006) *Edificio Colombia, Antología de los libretos del programa de televisión Quac, el noticiero 1995-1997*, Bogotá, Revista Numero Ediciones.
- Muñoz de Gaviria, A (1991) *La mujer prioridad colombiana / Foro sobre la política integral para la mujer colombiana ; Consejería para la Juventud, la Mujer y la Familia*, Bogotá, Presidencia de la República
- Pedraza, Z (1999) *En cuerpo y alma : visiones de progreso y de la felicidad*, Bogotá, Uniandes, Departamento de Antropología
- Pérez, Amada. Hering, (2012) *Historia cultural desde Colombia categorías y debates*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana
- Restrepo, E (1997) "Afroclombianos, antropología y proyecto de modernidad en Colombia" en *Antropología en la modernidad: Identidades, etnicidades y movimientos sociales en Colombia*, Bogota, Instituto Colombiano de Antropología, pp 279 -319
- Restrepo, E (2012) *Intervenciones en teoría cultural*, Popayán, Editorial Universidad del Cauca



- Rincon, H (Agosto 23 -1999) “Carta” en *Cambio 16*, (s.n.) pg 39
- Rincón, O (2008), *La Nación de los Medios*, Bogotá, Universidad de los Andes.
- Robayo, A (2001) *La Crítica a Los Valores Hegemónicos En El Arte Colombiano*. Bogotá, Ediciones Uniandes.
- Rodriguez, N () “Campitos, el comediante trashumante” en *Directo Bogotá*, No 31, Pg 16-21
- Rorty, R (1991) *Contingencia, Ironía y Solidaridad*, Barcelona, Paidós.
- Rosaldo, R (1989) *Cultura y verdad nueva propuesta de análisis social*, México, D.F, Grijalbo
- Saavedra, F (2013) *Dioselina Tibaná y la cocina de la ironía política*, Cali, Pontificia Universidad Javeriana
- Scoggin, M (2001) “Wine in the writing, truth in the rhetoric: Three levels of Irony in a Chinese Essay Genre” en *Irony in action : anthropology, practice, and the moral imagination*, Chicago : University of Chicago Press, pg 145-171
- Serpa, H ( Agosto 23 - 1999) “Cantando espero la muerte...” en *Cambio 16*, (s.n.), pg 28.
- Strauss, A, Corbin, J (2002) *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*, Medellín, Editorial Universidad de Antioquia.
- Taylor, L (2001), “ ‘Paddy;s Pig’: Irony and Self-Irony in Irish Culture” en *Irony in action : anthropology, practice, and the moral imagination*, Chicago : University of Chicago Press, pg 172-187
- Tickner, A (Mayo - Diciembre de 2000) “Tensiones y consecuencias indeseables de la política exterior estadounidense en Colombia” en *Colombia Internacional*, Revista No 49 – 50, disponible en <http://colombiainternacional.uniandes.edu.co/indexar.php?c=Revista+No+49+-+50>
- Turner, V (1982) *From ritual to theatre, the human seriousness of play*, New York, Performing Arts Journal Publications
- Valencia, D (2012) “Limites y frustraciones de la gobernanza” en *Comunicación y medios en las Américas: entre la gobernanza y la gobernabilidad*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, pg 119-136
- Vargas, J (2013) *Entre trazos e ironías: el gobierno de Álvaro Uribe en la caricatura política de Vladdo*, Tesis de Grado, Universidad Del Valle, Programa de Sociología.
- Villarreal, N (1995) “Mujeres y espacios políticos” en Velásquez, M (Editora), *Las mujeres en la historia de Colombia*, Bogotá, Grupo Editorial Norma, pg 319-347
- Villaveces, Juanita (2011) *Caricatura Económica En Colombia 1880-2008 La Economía Con Algo de Humor*. Bogotá, Editorial Universidad del Rosario.
- White, H (2005) *Metahistoria*, México, Fondo de Cultura Económica.

White, H. (2003) *El texto histórico como artefacto literario*. Barcelona, Ediciones Paidós.

Yepes, R (Junio – 2011) “Arte Moderno y Gobierno En Colombia.” en *Cuadernos De Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, Vol 6, No 1. Pg 9–33.

Yudice, G (2002) *El recurso de la cultura usos de la cultura en la era global*, Barcelona, Gedisa.

## 5.2 Prensa citada

### **Revista Cambio 16, números citados:**

Febrero 20, 1995, **No 86**. Octubre 30, 1995, **No 125**. Julio 16, 1996, **No, 162**. Julio 1, 1996, **No 159**. Agosto 5, 1996, **No 164**. Septiembre 28, 1996, **No 167**. Octubre 28, 1996, **No 175**. Noviembre 9, 1996, **No 177**. Noviembre 2, 1998, **No 280**. Agosto 16, 1999 **No 318**.

### **Revista Cromos, números citados y paginas virtuales citadas:**

Abril, 1995, **No 4033**. Junio, 1995, **No 4036**. Agosto, 1995, **No 4045**. Julio, 1995, **No 4039**.

Cro, (s.f) *Puros criollos, postales para abandonar el arribismo*, disponible en <http://www.cromos.com.co/personajes/actualidad/articulo-145001-puros-criollos-postales-abandonar-el-arribismo>

### **Periódico El Tiempo, fechas citadas<sup>33</sup>:**

2 de agosto, 1990. 10 de septiembre, 1990. 15 de septiembre, 1990. 17 de Noviembre, 199. 01 de Diciembre, 1990.

21 de agosto, 1992. 2 de octubre, 1992. 15 de noviembre, 1992

16 de enero, 1993. 17 de junio, 1993

6 de julio, 1994. 23 de julio, 1994. 18 de octubre, 1994

3 de Enero, 1995. 19 de febrero, 1995, abril 19, 1995. 11 de mayo, 1995. 30 de mayo, 1995. 17 de noviembre, 1995. 3 de diciembre, 1995. 3 de diciembre, 1995.

5 de Mayo, 1996. 24 de julio, 1996. Octubre 27, 1996.

8 de marzo, 1997

27 de Marzo, 1998. 29 de junio, 1998. 12 de julio, 1998.

22 de marzo, 1999. 19 de octubre, 1999.

19 de junio, 2000. 4 de diciembre, 2000

20 de diciembre de 2007

4 de septiembre de 2013

### **Revista Elenco, números citados:**

**No 581**, 1991. **No 588**, 1991. **No 589**, 1991. **No 614**, 1991. **No 692**, 1993. **No 700**, 1993. **No 707**, 1993. **No 820**, 1995. **No 824**, 1995. **No 992**, 1998. **No 989**, 1998. **No 997**, 1998.

### **Revista Semana, números citados y paginas virtuales citadas<sup>34</sup>:**

---

<sup>33</sup> Todas las citas de el Periódico el Tiempo fueron extraídas del archivo virtual del mismo: <http://www.eltiempo.com/archivo/buscar?q=>

<sup>34</sup> Todas las citas virtuales extraídas de la Revista Semana, provienen del archive digital de la misma revista: <http://www.semana.com/Buscador>

**Numeros Fuentes físicas:** Mayo, 1996, **No 731**. Mayo, 1996, **No 732**. Julio, 1998, **No 847**. Agosto, 1996, **No 746**. 21 de abril, 1997, **No 781** Noviembre, 1998, **No 863**. Noviembre, 1998, **No 864**. Agosto, (s.n.), 1999.

**Fechas fuentes virtuales:** 25 de Agosto, 1989. 11 de Noviembre, 1989. 10 de agosto, 1990. 5 de noviembre, 1990. 11 de diciembre, 1990. Abril 22, 1991. 2 de marzo, 1992. 31 de agosto, 1992. 2 de Noviembre, 1992. 7 de Junio, 1993. 14 de junio, 1993. 3 de enero, 1994. enero 24, 1994. 14 de febrero, 1994. 21 de Marzo, 1994. 5 de mayo 1994. 22 de agosto, 1994. 24 de octubre, 1994. 23 de Septiembre, 1994. 19 de septiembre, 1994. 26 de septiembre, 1994. 3 de Noviembre, 1994. 5 de mayo, 1995. 11 de diciembre, 1995. 10 de Mayo, 1996. 22 de mayo, 1996. Agosto 23, 1996. 28 de noviembre, 1996. 28 de noviembre, 1996. 23 de junio, 1997. Julio 17, 1999. 4 de Marzo, 2000. 30 de noviembre, 2003. Agosto 8, 2008

#### **Otras fuentes de prensa citadas:**

El espectador, febrero 6, 2010, Disponible en <http://www.elespectador.com/impreso/cuadernilloa/entrevista-de-cecilia-orozco/articuloimpreso186229-cierre-de-revista-cambio-gol>

### **5.3 Videos referenciados**

En las Mañanas con Uno, “Santiago Rivas nos presentó la nueva temporada de Los Puros Criollos” video de Youtube, 2014, subido al portal el 6 de agosto de 2014. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=KJuOG3R1qWU>

La escena canal, “Entrevista a Santiago Rivas” video de YouTube, 2013, subido al portal el 20 de marzo de 2013, Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=0dzhceCXsJM>

Los puros criollos, “El divino niño” video de YouTube, 2009, subido al portal el 24 de diciembre, 2012. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=2qtkUTpKSI4>

Los puros criollos, “La arepa” video de YouTube, 2012, subido al portal el 24 de diciembre, 20102, disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=l82AaPslj5s>

Noticiero QAP (1997) “Reinado nacional de belleza” Video de YouTube, de *noticiero QAP*, subido por remoto05, April 24 de 2011, disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=KcOTJEYO6Ws>

### **5.4 Fuentes primarias citadas**

#### **Videos y grabaciones de televisión:**

*Noticiero Quac*, (1995-1997; Bogotá, R.T.I., 2001), Video Casete

*Noticiero Quac* (1995 -1997, Bogotá, R.T.I., 1999) Video Casete

*Lo mejor de Jaime Garzón* (1991-1998, Bogotá, FMI, 2008) DVD

*Zoociedad* (1991-1993, Bogotá, Cinevision, (s.a.)) Video Casete

*El Siguiete Programa*, “Reinadocracia: Qué Desgracia Parte 1, Primera temporada, Capitulo 3” video de YouTube, 1998, subido al portal el 10 de Diciembre de 2013, disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=Zq73PdcSKb8>

*El Siguiete Programa*, “Reinadocracia: Qué Desgracia Parte 2, Primera temporada, Capitulo 4” video de YouTube, 1998, subido al portal el 10 de Diciembre de 2013, disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=ROtNtW2hrHI>

*El Siguiete Programa*, “Iguazomanía – Parte 1, Primera temporada, Capitulo 6” video de YouTube, 1998, subido al portal el 10 de Diciembre de 2013, disponible en [http://www.youtube.com/watch?v=pN\\_t7rsmUAs](http://www.youtube.com/watch?v=pN_t7rsmUAs)

*El Siguiete Programa*, “Iguazomanía – Parte 2, Primera temporada, Capitulo 7” video de YouTube, 1998, subido al portal el 10 de Diciembre de 2013, disponible en [http://www.youtube.com/watch?v=c25W51Koq\\_M](http://www.youtube.com/watch?v=c25W51Koq_M)

*El Siguiete Programa*, “Por Que Somos Así, Primera temporada, Capitulo 11” video de YouTube, 1998, subido al portal el 10 de Diciembre de 2013, disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=VsmeWPJ1MYM>

*El Siguiete Programa*, “Iguazolandia – Parte 1, Segunda temporada, Capitulo 19” video de YouTube, 1998, subido al portal el 10 de Diciembre de 2013, disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=UYsck65zdJo>

*El Siguiete Programa*, “Iguazolandia – Parte 2, Segunda temporada, Capitulo 20” video de YouTube, 1998, subido al portal el 10 de Diciembre de 2013, disponible en [http://www.youtube.com/watch?v=\\_S1j1r2NmFU](http://www.youtube.com/watch?v=_S1j1r2NmFU)

*El Siguiete Programa*, “Iguazolandia – Parte 3, Segunda temporada, Capitulo 21” video de YouTube, 1998, subido al portal el 10 de Diciembre de 2013, disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=Hle1OfsJE-c>

### **Artículos de revista, libros y guiones**

**Cambalache** (13 mayo, 1996) *Revista Cambio 16* No 152, pg 72-73

**Cambalache** (20 de Noviembre, 1995) en *Revista Cambio 16*, No 128, pg 74

**Cambalache** (13 de marzo, 1995) *Revista Cambio 16*, No 92, pg 74

**Cambalache** (6 de febrero, 1995) *Revista Cambio 16*, No 87, pg 74

**Cambalache** (5 de diciembre, 1994) *Revista Cambio 16*, No 75, pg 89-90

**Cambalache** (6 de Noviembre, 1995) *Revista Cambio 16*, No 126, pg 74-75

Chaparro, R (2009) *Zoológicos urbanos : historias mutantes de Rafael Chaparro Madiedo*, Medellín, Editorial Universidad de Antioquia.

Arias, E. Troller, K (1994) *Ciertamente: memorias no autorizadas del revolcón*, Bogotá, Intermedio Editores

Arias E, Troller K (1993) *Revista Semama*, Bogotá, Intermedio Editores

Morales, A (2006) *Edificio Colombia, Antología de los libretos del programa de televisión Quac, el noticiero 1995-1997*, Bogotá, Revista Numero Ediciones.