



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Humor político audiovisual en Colombia: de los gloriosos años noventa en televisión a internet como alternativa

Maria Alejandra Medina Cartagena

Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario

Escuela de Ciencias Humanas

Programa de Periodismo y Opinión Pública

Bogotá, Colombia

2016

Humor político audiovisual en Colombia: de los gloriosos años noventa en televisión a internet como alternativa

Maria Alejandra Medina Cartagena

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Periodista

Director:

Oscar Antonio Caballero Rodríguez

Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario

Periodismo y Opinión Pública

Escuela de Ciencias Humanas

Bogotá, Colombia

2016

Jokes occur because society is structured in contradiction; there are no jokes in paradise or in the telos of the good society. (English, 1994, 9).

Resumen

El humor político alrededor del mundo ha sido un recurso para criticar el poder y la esfera política con la mordacidad que otros escenarios no permiten y con lenguajes que generan empatía con el público. En la capacidad de criticar a todos los poderes –y poderosos- por igual, sin condescendencias, recae la credibilidad de esa crítica, la cual se debe poder hacer sin censura en una sociedad pluralista y democrática. En Colombia, el humor político en televisión emergió y vivió su época dorada en la década de los noventa, hasta que su principal exponente, Jaime Garzón, fue asesinado. Este trabajo de grado buscó indagar por qué, a pesar de que nuevos productos de crítica política con humor surgieron en el país, hoy no hay ese tipo de oferta en la televisión abierta nacional. La respuesta a ese interrogante se pudo encontrar en múltiples factores, como un nuevo modelo económico en la industria de la televisión, un ambiente político polarizado y la ausencia o falta de promoción de talentos detrás de los libretos. Asimismo, en medio de esta coyuntura, se plantea que internet ha sido un vehículo para expresar, incluso de manera anónima, lo que miembros de la sociedad creen que anda mal con el poder y la política.

Palabras clave: Humor político, género de opinión, opinión pública, televisión, internet, producto audiovisual.

Abstract

Political humour around the world has been a tool to criticize political and power elites with the sharpness that other platforms do not allow. It is equipped, as well, with narrative resources that may enable stronger sympathy –expressed in laughter- with the audience than other journalism genres. Its credibility relies on its aptitude to equally criticize every power –and the powerful-, without complaisance. Moreover, in a democratic society, the criticism should exist without censorship. The golden age of political humour in Colombia took place in the nineties, until its biggest figure, Jaime Garzón, was murdered. This investigation aims to explore the reasons why, even though, after the crime, more T. V. shows of this type appeared on the screen, today Colombia has a null offer of political humour in national television. The possible answers may be found on new business models in the industry, polarization, and the scarcity or lack of promotion of screenwriters. In addition, internet has been a vehicle for the criticism towards the powers that find no room on the T. V. screen has been matter of interest in this investigation as well.

Keywords: Political humour, opinion journalism, public opinion, television, internet, audio-visual product

Contenido

	Pág.
Resumen	IV
Lista de figuras	VII
Lista de tablas	VIII
Introducción	1
1. Capítulo 1: Un vistazo al humor y el humor político desde la teoría: incongruencia, componente injurioso y generación de opinión	9
1.1 Placer de la incongruencia (1990 - 1993).....	9
1.2 Humor político y valores democráticos	12
1.3 Internet entra en la ecuación	16
2. Capítulo 2: Años noventa: un vistazo a la fundación del humor político en la televisión colombiana	18
2.1 Zoociedad (1990 - 1993).....	21
2.2 Los Reencauchados (1995 - 1998).....	29
2.3 ¡Quac! El noticero (1995 - 1997).....	38
2.4 Heriberto de la Calle y Garzón, el mediador incómodo (1997 – 1999)	48
2.5 El programa que siguió (1997 - 2000).....	52
3. Capítulo 3: El humor político en la televisión colombiana del siglo XXI: después de Garzón y un nuevo modelo económico	59
3.1 Nuevas reglas de juego para la televisión.....	59
3.2 La banda y la banda francotiradores (1999 - 2007).....	66
3.3 NP&, con los Reencauchados (2009 - 2013)	70
3.4 ¿Dónde está el humor político en televisión hoy?	78
4. Capítulo 4: Internet: alternativa para el humor político audiovisual	91
4.1 El pequeño tirano (2008-2012)	92
4.2 Un fenómeno que no fue aislado	99
4.3 Internet: nuevas narrativas y formas de financiación	104
5. Conclusiones	111
A. Anexo: parrillas de programación RCN y Caracol	122
Bibliografía	128

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1: <i>Not Necessarily the News</i> (fotograma).....	23
Figura 2: Elvia Lucía Dávila y Jaime Garzón, presentadores de <i>Zoociedad</i> (fotografía). 24	
Figura 3: Marioneta que presenta <i>Les guignols</i> , parodia del presentador Patrick Poivre D'Arvo (fotografía).....	31
Figura 4: Marionetas de <i>Los reencauchados</i> que parodiaban al expresidente Ernesto Samper (centro), Darío Arizmendi (primero de derecha a izquierda atrás) y Juan Gossaín (primero de derecha a izquierda adelante) (fotografía).....	35
Figura 5: Diego León Hoyos y Jaime Garzón interpretando a los presentadores de <i>¡Quac! El noticero</i> (fotograma).....	41
Figura 6: Jaime Garzón interpretando a Dioselina Tibaná (fotografía).	43
Figura 7: Garzón interpretando a Godofredo Cínico Caspa (fotografía).	44
Figura 8: Jaime Garzón interpretando a Heriberto de la Calle (fotografía).	48
Figura 9: <i>El siguiente programa</i> (fotograma).	55
Figura 10: Los presentadores e imitadores de <i>La banda francotiradores</i> (fotografía).....	68
Figura 11: Las marionetas de <i>NP& con los reencauchados</i> (fotografía).....	71
Figura 12: Presentador de <i>Juan Pérez dice</i> de Canal Capital (fotograma).	81
Figura 13: Vladdo presentando <i>NSN Noticias</i> (fotograma)	82
Figura 14: Gustavo Gómez presentando <i>Cero noticias</i> (fotograma)	83
Figura 15: Marcha contra las Farc, llevada a cabo el 4 de febrero de 2008 (fotografía). 95	
Figura 16: Marcha en contra del paramilitarismo, llevado a cabo el 6 de marzo de 2008 (fotografía).....	96
Figura 17: Capítulo sobre Agro Ingreso Seguro de <i>El pequeño tirano</i> (fotograma).....	97
Figura 18: Los presidentes Nicolás Maduro, Cristina Fernández, Evo Morales, Juan Manuel Santos y Enrique Peña Nieto, en <i>La isla presidencial</i> (fotografía).....	101

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1: Integración horizontal de empresas de medios.	62

Introducción

El 13 de agosto de 1999 para muchos el humor político murió en Colombia. Ese día fue asesinado el periodista y humorista Jaime Garzón, quien en los años noventa creó personajes de talentos tan críticos como inolvidables para el público como Godofredo Cínico Caspa, Dioselina Tibaná, Heriberto de la Calle, entre otros. Pero después del asesinato de Garzón el humor político siguió su marcha, puesto que en el país hubo más producciones de crítica política con humor durante esa misma década y los primeros años del siglo XXI. El punto de partida de esta investigación, sin embargo, fue precisamente ver cómo desde 2013 el género de humor político salió de la televisión abierta nacional, la de mayor audiencia. Encontrar los factores –económicos, políticos, sociales y culturales- que derivaron en esa situación fue el principal propósito de este trabajo de grado, sumado a abordar el papel que ha desempeñado internet para mantener vivo el humor político en el país ante su ausencia en las pantallas de televisión. En suma, lo que se presenta a continuación es una evaluación de los orígenes, desarrollo y estado actual del humor político en formato audiovisual, específicamente en televisión e internet. Una de las razones para que se haya escogido ese tipo de formato –y no por ejemplo la caricatura- es la importancia que, junto con la radio, tiene para democratizar la información en un país en el que en el área rural dispersa aún persiste un 11% de analfabetismo (Dane, 2015) y el nivel de lectura de periódicos y revistas es bajo en comparación con el consumo de televisión, pues en 2014 mientras el 94,5% de la población de 12 años y más vio televisión y el 69,9% escuchó radio, el 67,1% leyó periódicos y 52% consumió revistas (Dane, 2014).

La revisión e interpretación del material recogido con la metodología que se explica a continuación permitió llegar a varios argumentos. El principal de ellos es que en los noventa el humor político en Colombia prosperó debido no sólo a la existencia de talentos, como el de Jaime Garzón, sino a la diversidad de contenidos que era posible generar con el modelo de televisión por programadoras, conocido como mixto, el cual cambió a un modelo privado en 1998. De esto se desprende que en el siglo XXI, cuyo inicio coincidió con el asesinato de Garzón, la creación de humor político se haya tropezado varias veces, debido a que el nuevo modelo privado depende del rating: los ingresos para los canales se generan a partir de la cantidad de gente que los ve. El humor político, dado que la coyuntura es su materia prima, requiere de un conocimiento previo, de estar informado, para que sea inteligible, mientras que una telenovela o *reality show* probablemente no. Los entrevistados en esta investigación coinciden que ese tipo de productos derrotan en volumen de audiencia a la crítica política. Por lo tanto, financiarla no resulta rentable para los privados. Colombia además ha vivido durante la última década un proceso de polarización por cuenta de las formas de pensar con respecto a las políticas económicas y cómo resolver el conflicto armado. Algunos de los testimonios recogidos dan cuenta de que esa polarización hace muy difícil escribir y transmitir humor político, pues pone en riesgo porciones de la audiencia.

No obstante, allí surge otro de los planteamientos de este trabajo y es que la crítica política es más efectiva y no pierde credibilidad en la medida que pueda señalar los errores de todos los sectores por igual, sin preferencias o condescendencias. Pero más allá, el humor político puede hacer ese ejercicio en una sociedad con valores democráticos, en donde se respetan las libertades de opinión y expresión, en la que se dan espacios para ello y se fomentan los talentos de los creativos o libretistas. En este punto, el trabajo da cuenta de que en gran parte la producción de crítica política con humor en televisión estuvo influida por formatos internacionales. Se trata de fórmulas casi universales, como el concepto de un noticiero con noticias falsas, chistosas, que portan una crítica.

Esos formatos en clave de humor sumados a referentes culturales fueron parte del éxito que señalan los testimonios aquí recogidos. Finalmente, la fragilidad de la democracia informativa que varios de los entrevistados señalan, y de la que es sintomática la actual discusión sobre la necesidad de que aparezca un tercer canal privado, ha encontrado un bastión en internet: las redes sociales y los blogs han abierto las puertas a productos de humor político de impacto. Ese campo está aún por explorar.

Metodológicamente este trabajo de grado es de corte cualitativo y para su elaboración se emplearon tanto fuentes primarias como secundarias. En el primer caso éstas fueron necesarias dada la novedad del campo. Así se remitió a fuentes como la programación actual de los dos canales privados de la televisión nacional abierta, RCN y Caracol, para comprobar cómo la crítica política con humor no está en sus parrillas. Además, se consultaron estudios sobre el mercado de la televisión, para ver en cifras las transformaciones que sufrió la televisión como negocio luego del cambio de legislación en 1998, cuando se dio el paso del modelo de televisión mixto al privado. Para esbozar las coyunturas que vivió el país conforme el humor político se desarrollaba entre la década de los noventa y lo corrido del siglo XXI, se hace referencia a registros de prensa, mientras que medios de comunicación y bibliografía internacional también fueron consultados a la hora de abordar el humor político en el mundo, sobre todo aquel que inspiró producciones colombianas como *Los reencauchados*. Se llevaron a cabo entrevistas con los realizadores de programas colombianos de humor político de los años noventa y los 2000, para conocer sus motivaciones al momento de dar inicio a ese tipo de productos, los procesos de creación y finalmente el porqué de la salida del aire. Se trata de Eduardo Arias, quien acompañó a Jaime Garzón durante la realización de *Zoociedad*, el programa con el que se da inicio al recorrido por el humor político de los noventa en este trabajo. Asimismo, fue consultado Antonio Morales, libretista de *¡Quac! El noticero*, en donde Garzón se consagró como humorista político. Morales y

Garzón trabajarían después en una producción llamada *Lechuza*, en donde surgió el personaje que quizá más se conectó con el público, el lustrabotas Heriberto de la Calle. Morales recientemente continuó haciendo humor político en su columna de Godofredo Cínico Caspa, un personaje nacido en *¡Quac!* Figuran también en esta investigación Juana Uribe, directora de *Los Reencauchados* (1995), y Jorge Alfredo Vargas, quien años después, en 2009, recuperó el mismo formato y lo relanzó como el *Noticiero NP&, con los Reencauchados*. Fueron consultados, además, un crítico de televisión, Omar Rincón, y Rafael Noguera, el director de un programa que en los noventa se movió entre la crítica política y la burla a la sociedad y los medios de comunicación, llamado *El siguiente programa*. Finalmente, Santiago Rivas, uno de los creadores de *El pequeño tirano*, una serie web colombiana de humor político, fue entrevistado para hacer una aproximación al actual rol de internet en estos procesos.

En relación a la revisión de fuentes secundarias que vendrían a conformar el universo del estado del arte en que se sitúa este trabajo fue posible observar que es escasa la bibliografía consolidada y actualizada con respecto a la trayectoria del humor político en la televisión colombiana, y particularmente de su relación con los modelos económicos y la normativa nacional. Existen, sin embargo, textos y semblanzas de producciones y humoristas que desde que llegó la televisión a Colombia, en 1954, fueron nutriendo la programación con agudos apuntes sobre la realidad nacional. Uno de ellos es una pieza bibliográfica que fue muy relevante para este trabajo: *El genial impertinente* (Izquierdo, 2009), que cuenta el proceso que Jaime Garzón atravesó para convertirse en el humorista político más recordado del país, pero que además arroja elementos clave para reconstruir el panorama, sobre todo político y económico, del país durante la década de los noventa. Lo anterior es importante debido a que esas coyunturas son la materia prima de la crítica política con humor.

El trabajo de Garzón también ha sido abordado a través del perfil que hizo la periodista María Teresa Ronderos en su libro *5 en humor*, de 2007, en donde son

perfilados cinco grandes figuras del humor colombiano. Se trata de Ricardo Rendón; Lucas Caballero, Klim; Héctor Osuna; Jaime Garzón y Vladimir Flórez, conocido como Vladdo. Rendón, quien falleció en 1931, Osuna, quien hasta la actualidad publica en *El Espectador*, y Vladdo, quien ha hecho gran parte de su carrera en la revista *Semana*, tiene un programa de opinión en un canal de televisión por suscripción y actualmente es columnista de *El Tiempo*, constituyen tres de las figuras más representativas de la caricatura en Colombia en diferentes generaciones. Klim, por su parte, fue reconocido por su crítica política desde la columna escrita.

Sobre humor político en televisión se puede resaltar uno de los trabajos que han sido de gran apoyo para esta investigación: *La banda francotiradores, cuando la política es cosa de risa*, de María Juliana Plata, presentado también como trabajo de grado, en la Universidad Javeriana, en 2009. Sin embargo, el aporte del presente trabajo de grado es dar espacio a una reflexión más amplia y actual sobre por qué no se encuentra humor político en la televisión de mayor audiencia en Colombia, qué escenarios han abierto o están abriendo esa posibilidad y por qué es importante que así sea.

Es necesario también dar cuenta de la producción bibliográfica sobre humor político audiovisual en el mundo, debido sobre todo a que varios de los programas en Colombia estuvieron basados en formatos internacionales. Sobre *Les guignols de l'info*, uno de los programas más longevos globalmente y que inspiró *Los reencauchados* en Colombia, es posible encontrar vasta bibliografía, sobre todo en francés y desde disciplinas como la ciencia política e incluso los estudios de género. Están por ejemplo títulos como “Les guignols de l'info. Le “genre” de la satire” (Coulomb-Gully, 2012), en la revista *Réseaux*, de la Universidad de Toulouse, en el que la autora sostiene que, con voluntad o no, el programa reproduce una normativa en la que una enunciación cómica se realiza desde el punto de vista masculino y en la que la mujer, más que sujeto, es objeto de risa. En la *Revista francesa de ciencia política*, de Sciences Po, el autor de

“Les “Guignols de l’Info” et la socialisation politique des jeunes (à travers deux enquêtes iséroises)” (Tournier, 2005) expone que el programa tradicionalmente ha tenido éxito en el público joven –universitario- y se propone examinar, a través de un metodología de encuestas, qué tanta influencia tiene en sus decisiones políticas. Su conclusión es que el programa influye y es efectivo como herramienta de socialización política. Muy afín a la perspectiva que toma este trabajo está “No Strings Attached? Les Guignols de l’info and French Television” (Doyle, 2012). El artículo, que ha servido como referencia para esta investigación, da cuenta de cómo Canal +, el primer canal no estatal que se creó en Francia, fue construyendo una identidad de marca a partir de la propuesta crítica hecha con *Les guignols*. Sostiene que el programa ayudó a dar legitimidad a la televisión hecha desde el sector privado dentro del público, acostumbrado a consumir el contenido estatal. Esto se verá con más detalle en el segundo capítulo.

Sobre productos que no son abordados en detalle en este trabajo, pero que de todas formas se tienen como referencia, por ejemplo *The Daily Show*, en Estados Unidos, hay bibliografía también desde áreas como la ciencia política. “The Daily Show Effect. Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth” (Baumgartner y Morris, 2006) explora de forma similar al ejemplo expuesto anteriormente qué tan efectivo es el programa en el público joven. Desde la comunicación política, “The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Policital Journalism” (Baym, 2006) asegura que las fronteras entre la realidad y la ficción se vuelven cada vez más difíciles de identificar. Pese a que *The Daily Show* sigue el bien conocido formato (que también se abordará en este trabajo) de un noticiero de noticias falsas en clave de humor, es, para el autor, un experimento en la práctica periodística: usa sus géneros para vigorizar la crítica. Al igual que la presente investigación, resalta la importancia de lo anterior en una democracia deliberativa, lo cual se abordará con mayor profundidad en el primer capítulo. Así las cosas, es evidente cómo productos aún vigentes en la televisión internacional suscitan el debate académico. La bibliografía es vasta, más allá de lo aquí

expuesto. La motivación de este trabajo de grado parte de todo lo contrario: la ausencia del humor político en la televisión abierta nacional colombiana.

Dicho lo anterior, la presente investigación se inicia con un apartado teórico, pues es indispensable abordar los conceptos de humor, humor político, género periodístico de opinión, opinión pública, entre otros, para entender el porqué y el para qué de la crítica política en una sociedad democrática como la colombiana. A continuación, en el capítulo 2, se aborda el humor político durante la década de los noventa. Esta época es considerada como el periodo en que es fundado el humor abiertamente político en televisión nacional, diferenciado de la comedia que existe en Colombia desde la institución de programas emblemáticos como *Sábados felices*. Allí se abordan los formatos internacionales que inspiraron un producto como *Los Reencauchados*, el trabajo de Jaime Garzón en distintos programas como *Zoociedad* y *¡Quac! El noticero*, la irreverencia de *El siguiente programa*, y, por supuesto, las coyunturas nacionales en las que estos programas se hicieron relevantes para la historia de la televisión en el país. Posteriormente, terminada la década de los noventa, desapareció el antiguo modelo mixto de televisión por programadores, que existía desde que este servicio público fue instaurado en Colombia. Llega el modelo de televisión privada, que cambió el negocio de la industria, puesto que la pauta, la forma de programar, el rating, entre otros factores, se volvieron más importantes que nunca. El capítulo 3 aborda ese nuevo modelo económico y el producto de humor político que surgió casi simultáneamente: *La banda francotiradores*. Años más tarde nacieron el *Noticiero NP&* y otras propuestas de crítica política con humor en la televisión abierta pública y la televisión por suscripción. Finalmente, se da paso a la discusión sobre la aparición y sostenibilidad del humor político en internet en el capítulo 4. Estos cuatro apartados pretenden delinear el marco de factores que han derivado en que hoy no haya siquiera propuestas de humor político en la televisión nacional abierta y en que internet esté fungiendo como una suerte de

tubo de escape para señalar lo que ocurre –generalmente lo que anda mal- con la política y los medios de comunicación en el país.

1. Un vistazo al humor y el humor político desde la teoría: incongruencia, componente injurioso y generación de opinión

1.1 Placer de la incongruencia

El sentido del humor es aquello que se plasma en los chistes y la parodia. Lo que lo configura se ha abordado desde distintas teorías del humor, como la de la incongruencia o la del alivio. Sobre la primera, Arthur Schopenhauer, al hablar de lo mejor que en algunos casos resultan las operaciones humanas sin recurrir a la razón y de la coincidencia siempre imperfecta del conocimiento abstracto con la intuición, se refiere a la acción humana que deriva del humor: “La risa no tiene otra causa que la incongruencia repentinamente percibida entre un concepto y el objeto real que por él es pensado en algún respecto, y es solo expresión de tal incongruencia” (1992, 60). La risa es manifestación de un sentido del humor, y ese sentido es la incongruencia tejida con agudeza, pues “a sense of humor does include an implicit rationality, a standard of what is proper, consistent, coherent or sensible. The enjoyment of humor includes a kind of knowledge –a perception of some disparity”¹ (Schutz, 1977, 27). Lo que genera la risa es entonces consecuencia de la asociación inesperada de situaciones, palabras o personajes, una subversión del orden o de lo que se cree coherente².

¹ “El sentido del humor tiene una racionalidad implícita, un estándar de lo que es apropiado, consistente, coherente o sensible. El disfrute del humor incluye una clase de conocimiento, la percepción de alguna disparidad”.

² Un ejemplo sencillo para entender esta relación puede ser la escena de la película *La guerra del fuego* (1981) en la que se muestra la risa del ser humano de la prehistoria. Mientras que los sujetos están sentados descansando o afilando sus piedras, de la nada una piedra cae sobre la cabeza de uno de ellos. La hembra que está presente estalla en risas por lo incongruente de la situación.

Sigmund Freud lo ve desde el punto de vista del placer. El humor genera placer, un disfrute que implica la existencia de un espectador, que incluso puede ser uno mismo. El placer es la consecuencia de una liberación de tensión, de energía (Freud, 1950). Podría verse también como que no solo basta con el reconocimiento de la incongruencia para que un chiste se constituya como tal, sino que haya “disfrute de la incongruencia” (Popa y otros, 2011, 3). Es decir, el humor es humor en la medida en que no violenta ni haga daño al espectador. De lo contrario, lo que se estará generando no es risa, sino indignación o rabia. No obstante, hay otro tipo de humor que para existir requiere incomodar por lo menos a una fracción de los espectadores. Se trata del humor político.

El humor político “takes the form of jokes and witticisms, anecdotes, satires, dramatic comedy, cartoons, caricatures. And perhaps the most common form, political invective”³ (Schutz, 1977, 24). En ese sentido, si bien el humor político comparte su naturaleza en la incongruencia, no necesariamente se tiene que asociar con un tipo de disfrute (que genere risa) para que sea humor. Esto se debe a que el humor político es –o debería ser-, por definición, crítico respecto a alguien, las figuras del poder político, de todas, sin preferencias o condescendencias. Así, es inevitable que se hieran susceptibilidades. Lo anterior, sin embargo, no hace que el humor político deje de ser humor, sino que, por el contrario, se legitime como humor *político*. “In fact, the pervasiveness of the latter (political invective) may prove to be a particular significance for democratic politics”⁴ (Schutz, 1977, 24).

Para efectos de este trabajo de grado, en lo que se pretende hacer hincapié es que el nivel de mordacidad del humor político, los espacios que se le abran en los medios de comunicación, e incluso el nivel de autocensura que se ponga de

³ “Toma la forma de chistes y agudezas, anécdotas, sátiras, comedia dramática, dibujos animados y caricaturas. Y quizá la forma más común, invectiva política”.

⁴ “De hecho, la omnipresencia de esta última (invectiva política) podría probar ser un significado particular para las políticas democráticas”.

manifiesto, arrojan luces sobre el sistema político y económico y de gran cantidad de rasgos de la sociedad y la cultura en los que la crítica está inserta. Uno de los entrevistados que será clave a lo largo de este trabajo, Antonio Morales, libretista de *¡Quac! El noticero*, afirma que no hay crítica más poderosa que aquella que hace reír: “El humor es capaz de mover opinión con una fuerza gigantesca pero tranquilamente, nunca es brutal, sino un acumulado de identidades culturales para significar lo más terriblemente crítico que puede haber que es la carcajada” (comunicación personal, 13 de abril de 2016).

Desde el estudio de la sociedad posmoderna se ha planteado no sólo que el humor es definido por cada sociedad, que existe un “código humorístico”, en palabras de Gilles Lipovetsky, sino que en el mundo contemporáneo hay un profundo vínculo entre humor y las libertades individuales inscritas en los sistemas democráticos. El autor francés anota:

Hoy en día en que la tonalidad dominante de lo cómico se desplaza, el humor «digno» no cesa de valorizarse: las películas de guerra americanas, por ejemplo, se han hecho especialistas en el arte de poner en escena héroes oscuros cuyo humor frío es proporcional a los peligros que corren: después del código caballeresco del honor, el código humorístico como ethos democrático. Es imposible comprender la extensión de ese tipo de comportamiento sin relacionarlo con la ideología democrática, con el principio de autonomía individual moderna que ha permitido la valoración de las afirmaciones excéntricas voluntarias, de las actitudes no conformistas, distanciadas pero sin ostentación ni desafío, conforme a una sociedad de iguales. (Lipovetsky, 2000, 158).

Para el caso que nos ocupa, el humor político en medios audiovisuales en Colombia, a lo largo del trabajo se irán esbozando las situaciones que en palabras de los entrevistados iban moldeando una sociedad que se encauzaba hacia la modernidad en los años noventa, por ejemplo con la promulgación de la Constitución Política de 1991, al tiempo que se trataba de reforzar un sentido patrio, por ejemplo a través del fútbol. Un proceso en todo caso atravesado por

crudas realidades como la acción guerrillera y paramilitar. Se trata de una sociedad que, de acuerdo con Eduardo Arias, libretista de *Zoociedad*, se reía –y aún se ríe- con fórmulas a partir de los referentes culturales populares. A la hora del humor político a eso hay que sumarle figuras públicas ampliamente reconocibles.

Jaime Garzón o *Sábados felices* funcionan porque reflejan al país, las regiones, los tipos de persona: el “avisgado”, los “caídos del zarzo”, otros son sencillamente la parodia directa de personajes como hacía Jaime o hace *La luciérnaga*, esos personajes están en el universo de la información, un porcentaje apreciable de la población sabe quién es Andrés Pastrana y qué dijo la semana pasada, eso genera cierta empatía y la gente sabe de qué le hablan. El humor que llamo costumbrista o de situación es más sencillo porque parodia estereotipos de que los paisas son trabajadores, los huilenses perezosos, cómo hablan los vallunos, la gente se siente representada con esos clichés. El humor político funciona cuando la gente sabe de qué le hablan: Agro Ingreso Seguro, el Caguán, el proceso 8.000, casi toda la población ha oído hablar de eso, no sólo quienes han leído periódicos. Este es un país de escándalos. Hay una clave que permite esa conexión. Si uno coge un periódico de Argentina y ve la caricatura, así salga Kirchner, un personaje reconocido, tienen que explicarme el chiste (comunicación personal, 7 de abril de 2016).

A lo largo de la investigación se irán haciendo evidentes los componentes de identidad colombiana que introdujeron los realizadores de los programas que son objeto de estudio en este trabajo: personajes cotidianos, como la empleada doméstica o el vigilante; imitaciones de afamados periodistas y la cultura popular caricaturizada.

1.2 Humor político y valores democráticos

Poder hacer y comunicar humor político libremente, sin censura, en un contexto democrático, es dicente de la materialización y legitimidad de la autonomía individual (como dice Lipovetsky), de la libertad de expresión y opinión en un país. “Se espera que los medios pluralistas de comunicación masiva representen o reflejen las diferencias existentes en cultura, opinión y condiciones sociales de la

población en su totalidad” (McQuail, 1998, 217). Dicho esto, hay una expectativa respecto a los medios de comunicación para que desempeñen un papel como vitrina del humor político, enmarcado en un sistema democrático. Antonio Morales lo resume diciendo que “si no hay democracia real y política no la hay informativa” (comunicación personal, 13 de abril de 2016). Es central entonces para este trabajo de grado tener en cuenta conceptos como libertad de expresión y opinión pública por estar directamente relacionados con el sistema democrático en el que Colombia está inscrita, en este caso, tal y como se consigna en el artículo 20 de la Constitución Política de 1991⁵. Lo anterior, con el fin de sentar las bases para una reflexión según la cual la existencia de humor político diverso y crítico por definición, al que se le permitan espacios, aun con la conciencia de su naturaleza incisiva, es indispensable para una democracia.

De igual manera, es necesario tener en cuenta el papel de la opinión pública y, por ende, su definición para este trabajo, el cual pretende abordar el humor político como elemento estimulante de la opinión pública y como una forma de representar los sentires de distintos sectores (como ya se dijo, el humor político efectivo no tiene preferencias que lo hagan ser condescendiente con un actor u otro). Debido a la falta de consenso sobre una única definición para “opinión pública”, se recogen para este trabajo tres distintas nociones al respecto que en su conjunto arrojan luces sobre cómo ésta es concebida en este trabajo. Así, “tal vez la concepción más común de “opinión pública” hoy en día la equipare a una unión más o menos sencilla de opiniones individuales, o “lo que intentan medir los sondeos de opinión”” (P. Converse, 1987; Childs, 1939; Minar, 1960; citados por

⁵Artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura (1991, 13).

Price, 1994, 17). Puede ser asimismo “los conceptos sobre cuestiones de interés para la nación, expresados libre y públicamente por gente ajena al gobierno, que pretende tener derecho a que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura estatal” (Speier, 1950, 102, citado por Rivadeneira, 2002, 45). La opinión pública puede definirse también como una “distribución de opiniones individuales en el seno de una comunidad, que –en su conjunto- adopta una inclinación determinada, ante los mensajes recibidos de los medios de comunicación” (Valles, 2000, 297). De lo anterior se sigue, para este trabajo, que el humor político hecho desde los medios es generador de opinión pública, pues en sí mismo es un insumo para provocar opiniones individuales de terceros. Más aun, la crítica política con humor es hecha por *alguien*, y ese *alguien* lleva consigo unas ideas o unas posturas políticas, una intencionalidad, lo cual le da carácter a su producción. Por lo tanto, el humor político se vuelve también portador de una opinión individual, que con seguridad está inscrita en el “seno de una comunidad” y que, por ende, se convierte en “pública” –además de publicada- al ser susceptible de ubicarse dentro de un “conjunto”. Con lo anterior en mente y volviendo a Speier, el humor político, al expresar sus críticas, estaría reproduciendo e instando a la reflexión sobre los gobernantes y la esfera política. Como será expuesto a lo largo de este trabajo, su función es vista como educativa y constructiva, para una mejor democracia.

Se asume entonces que el humor político se hace desde una postura con respecto a una persona o situación en particular, lo cual es justamente lo que hace que se caractericen por ejemplo a las figuras políticas de una manera y no de otra. No hay que desestimar, sin embargo, y como quedará expuesto a lo largo de este trabajo, que si bien respecto a las personas y las situaciones particulares el humorista político adopta una postura, eso no debe reñir con su capacidad para medir a todos las figuras del poder con el mismo rasero. Su crítica, además, parte de la coyuntura, de los contextos y las noticias de la esfera política nacional. En ese sentido, el humor político encarna un género periodístico, el de opinión, en la medida que cumple con los parámetros de tener la finalidad de “expresar el punto

de vista de quien escribe, que interpreta y comenta la realidad, evalúa las circunstancias en las que se han producido los hechos, y expresa juicios sobre los motivos y sobre las consecuencias que pueden derivarse de ellas” (López y otros, 2009, 10).

Este trabajo de grado evalúa la presencia del humor político en medios audiovisuales en Colombia, desde la televisión de las últimas dos décadas hasta la llegada de ese tipo de crítica política a internet. Este periodo se justifica precisamente porque es el tiempo en el que se ha consolidado una tradición de crítica política con humor en medios audiovisuales, con la aparición del humor político en televisión y, años después, durante la década de los 2000, en internet. Por lo tanto el papel que se espera que tengan los medios de comunicación en la generación y difusión del humor político se entiende en este trabajo dentro de los linderos de la televisión e internet. Los testimonios recogidos aquí, más adelante, dan cuenta precisamente de que ese papel se configura a partir de las oportunidades que ofrecen o limitan las características y lógicas de cada uno de esos medios.

Anthony Giddens (2000, 91) habla del papel de los medios de comunicación en el proceso que él llama “democratizar la democracia”, y para devolver la confianza que se ha perdido en el Estado y las instituciones, “una desilusión generalizada con los procesos democráticos”. Agrega que:

No podemos dejar a los medios de comunicación por fuera de la ecuación, ya que tienen, particularmente la televisión, una doble relación con la democracia. Por un lado, como he destacado, la emergencia de una sociedad global de la información es una potente fuerza democratizadora. Por otro, la televisión y los otros medios tienden a destruir el propio espacio de diálogo que abren, a través de una trivialización y personalización inexorables de las cuestiones políticas (Giddens, 2000, 91).

1.3 Internet entra en la ecuación

Dicho eso, este trabajo plantea la hipótesis según la cual internet ha sido un tubo de escape para la crítica política con humor que no encuentra salida en la televisión nacional. Pero para proponer esa idea, hay que pasar primero por las percepciones que se tienen de esta red, como que es un espacio donde la divulgación de un hecho se puede volver masiva y llegar en segundos a todo el planeta, donde no hay límite de espacio para escribir (como en un formato impreso), donde hay cabida para millones de horas de productos audiovisuales al día, donde crear un blog con alta audiencia no requiere de una cuantiosa inversión como ocurre, por ejemplo, con una revista en papel. Estas características, como se expondrá, son señaladas por los entrevistados para este trabajo.

Desde la teoría, Saskia Sassen ha resaltado la suerte de democratización que la red ha significado para el acceso a la información: “Sus atributos particulares [de internet] han engendrado la noción de un poder distribuido: descentralización, apertura, posibilidad de expansión, sin jerarquías, sin centros, sin condiciones para el control autoritario o monopólico” (2008, 201). Estas nociones podrían llevar a pensar que con facilidad el humor político podría aparecer en la red. Como expresa Peter Burke, la red es terreno para mayores libertades, pues “el ciberespacio, a diferencia de la televisión, pero a semejanza de la lectura sin censura, no está vigilado por guardianes⁶, pero no puede escapar de asociaciones históricas” (2002, 360). Sin embargo, no hay que perder de vista lo que Saskia Sassen plantea, y son las dinámicas de poder propias de internet:

⁶ Lo dicho por Burke hay que matizarlo. Si bien un país como Colombia se rige por principios como la neutralidad de red (que a los contenidos que viajan por las telecomunicaciones no se les pueden imponer barreras o privilegiar uno sobre otro), en efecto se ha demostrado la existencia de interceptaciones ilegales y hackeos por parte incluso del mismo Estado.

El espacio electrónico ha surgido no solamente como un medio para transmitir información, sino como un nuevo teatro fundamental para la acumulación de capital. Esto es una manera de decir que el espacio electrónico está incorporado a las dinámicas básicas que organizan la sociedad y, particularmente, la economía (Sassen, 2008, 201).

Anotar lo anterior es importante para no perder de vista que si bien la red, como plantea este trabajo, ha sido en el contexto colombiano un espacio para desarrollar crítica política con humor, las limitaciones existen, ya sea por la necesidad que persiste en internet de ser económicamente sostenibles, con pauta, por ejemplo. De otro lado, si se piensa en internet como una vitrina para la difusión del humor político, sin los prerequisites que pueden existir en la televisión, será necesario también a lo largo de este trabajo tener en cuenta el proceso de construcción de popularidad de un producto en línea, y que, aun gozando de popularidad, el alcance de internet difiere del de la televisión, volviendo a Sassen, debido a las dinámicas que supone internet: quien tiene la infraestructura y los equipos tiene la conexión. Eso puede ser fundamental en el posible impacto que tenga un producto de humor político en ese medio.

Así las cosas, se obtiene que el humor político es humor en la medida que hace reír y es político en la medida que en su esencia también está la crítica que se pretende arrojar a quien detenta un poder (político, económico, moral, etc.). Tiene ese tipo de rasgos de alguna manera universales, pero su efectividad se construye a nivel local. Lo que hace reír en un país es diferente a otro debido a que los referentes culturales no son los mismos la mayoría de las veces.

Asimismo, es fundamental partir de que el humor político es importante para una sociedad, pues es dicente de la fortaleza de sus valores democráticos. Por su relevancia para generar debates y reflexiones, la crítica política también se puede hacer presente en internet, un medio cada vez más accesible e importante. Más aun se hará presente si no encuentra espacio en otros medios, como la televisión.

2. Años noventa: un vistazo a la fundación del humor político en la televisión colombiana

Al humor en televisión explícitamente político, reactivo ante el poder de la clase dirigente del país, se le ha puesto fecha de nacimiento en 1990, con la salida al aire de *Zoociedad*. Según Germán Izquierdo “con *Zoociedad* se funda el humor político en televisión” (2009, 70). Se trataba de la producción con la que se dio a conocer el humorista que es catalogado como el más grande de la crítica política con humor de la televisión nacional que alguna vez ha existido: Jaime Garzón.

En Colombia hubo antecedentes de crítica humorística en la televisión, con personajes como Salustiano Tapias, interpretado en la década de los setenta por Humberto Martínez Salcedo, considerado uno de los más grandes humoristas en la historia del país, tanto en radio como en televisión. Martínez encarnaba a un albañil que desde el punto de vista de la clase obrera hacía críticas a la situación social y política del país, con un estilo similar a como, en México, Chespirito y Cantinflas denunciaban la desigualdad social con sus interpretaciones. Con esto, fue más allá de la comedia de algún modo costumbrista que hasta el momento se había hecho en televisión con series como *Yo y tú* (1956-1976), para imprimir una crítica social combinada con la comedia. Los libretos de Martínez dieron inicio a *Sábados felices*, que es, junto con el *Minuto de Dios*, el programa más antiguo de la televisión colombiana⁷.

⁷ *Sábados felices*, transmitido los sábados en la noche por Caracol, es un programa humorístico, que lleva 43 años al aire y que se ha caracterizado por tener espacio para sketches con actores considerados leyendas de la comedia colombiana, así como secciones de cuentachistes con público en vivo. El *Minuto de Dios*, por su parte, llegó a la televisión en 1955, por obra del Padre Rafael García Herreros. Con una duración de un minuto, busca hacer reflexiones desde la fe católica. Actualmente se transmite por RCN y Caracol, antes del noticiero de las 7 p. m.

Es importante aclarar que *Sábados felices* no es un producto que sea objeto de análisis para este trabajo de grado. Esto se debe a que, si bien se puede partir de la base de que cualquier humor es político en la medida que puede expresar ideas que una sociedad tiene sobre raza, género, entre otras, *Sábados felices*, y en general toda la obra de Martínez, no representan exclusivamente humor político, como en efecto lo son los programas o productos audiovisuales que son analizados en este trabajo, que se encargaron de hacer una crítica dirigida, si se quiere, con nombres propios y críticas concretas. Al respecto, hay opiniones como la de Eduardo Arias, un libretista cuyo trabajo será fundamental para el objeto de estudio de este apartado. Según él:

Ahora la gente habla muy despectivamente de *Sábados felices*, pero ahí realmente hubo muchos intentos de hacer humor político: el mismo maestro Salustiano, pero él no representaba a nadie, representaba al pueblo colombiano y no atacaba a nadie en particular, con nombre y apellido, sino a los corruptos en general. (...) *Sábados felices* ha hecho humor político por el ladito (comunicación personal, 7 de abril de 2016).

En este capítulo se hará un recorrido histórico por los programas que se dedicaron exclusivamente a poner el humor político en las pantallas de televisión colombiana durante la década de los noventa: *Zoociedad*, *Los Reencauchados*, *¡Quac! El noticero*, Heriberto de la Calle y *El siguiente programa*⁸. En el recorrido será inevitable mencionar las coyunturas económicas, políticas y sociales a las que entretanto se enfrentaba Colombia, por ejemplo, la creciente violencia narcoterrorista de los carteles de la droga, su influencia sobre la política, el fortalecimiento de los paramilitares, la acción de la guerrilla, los manejos al sector energético nacional, la apertura económica, entre otros.

⁸ *El siguiente programa* no fue un producto puramente de humor político. Su crítica partía mayormente de la farándula y los medios de comunicación colombianos. Sin embargo, como se verá en lo dicho por su director, Rafael Noguera, por coyunturas como el nuevo mandato de Andrés Pastrana (1998-2002), fue inevitable empezar a hacer crítica política.

Cabe señalar que durante los años noventa, la televisión se seguía rigiendo por el modelo mixto de programadoras: el Estado era el dueño de la red y las programadoras generaban el contenido. A nivel nacional existían los canales A y Uno, sumado a Señal Colombia. Un canal podía tener más de un programador, como sucede hasta hoy con el Canal Uno, el cual, sin embargo, a partir de la ley del Plan de Desarrollo 2014-2018, está siendo estudiado para un eventual cambio de modelo. Durante la década de los noventa, algunas de las principales programadoras eran Cinevisión, Cenpro, TV13, Globo y Audiovisuales. Actualmente sobreviven las programadoras NTC, CM&, Jorge Barón, Colombiana de Televisión y RTI.

Asimismo, la década comenzó con la expedición de la ley del 15 de diciembre de 1990, a través de la cual se ampliaron los periodos de concesión a las programadoras hasta seis años para darles más estabilidad a las empresas (Banco de la República, 2015). Cinco años más tarde, se creó la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) para ejecutar todo lo relacionado con este servicio público y cuya creación estuvo contemplada en la Constitución de 1991. Desde el 2012 es la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), un cambio que se dio para escindir las funciones de la CNTV en la nueva autoridad, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) y la Agencia Nacional del Espectro (ANE).

En los noventa, precisamente por la variedad de programadoras y posibilidades de espacios para licitación, ya más estables, existía gran variedad de noticieros en comparación con la actualidad. Hoy están los espacios informativos de los canales privados RCN y Caracol, y otros de menor audiencia como los de la televisión abierta pública, como *Noticias Uno*, y privada, como *Citynoticias*, los de los canales regionales y los de canales de televisión por suscripción. Hace cerca de 20 años, existían noticieros en diferentes franjas horarias fijadas por las licitaciones, como el de Caracol y RCN (7:30 p. m.), *24 horas* (7 p. m.), *CM&* (9:30 p. m., en donde permanece hasta la actualidad), *QAP* (9:30 p. m.), *NTC*, *TV Hoy* y *AM PM* el fin de semana.

Al igual que esos noticieros, los programas de humor que a continuación se abordarán en este capítulo se inscriben en coyunturas políticas y culturales, que serán brevemente descritas a lo largo de este apartado. También, se enmarcan en condiciones económicas y de la industria de la televisión en Colombia que se mencionarán y cuyas transformaciones se desarrollarán con mayor profundidad en el capítulo 3. Esas transformaciones, resumidas como un cambio en el modelo de negocio, han hecho de la televisión una industria cuyos ingresos dependen principalmente de la atracción de pauta. De alguna forma, la pluralidad que se vio en los noventa, con diversos espacios informativos y programadoras, cambió y se redujo a dos grandes canales privados de cobertura nacional. La conveniencia de tener variedad de operadores y contenidos, para que el televidente tenga más de dónde escoger, ha despertado en Colombia desde hace unos años el debate acerca de si debería existir un tercer canal privado, como se verá en el tercer capítulo.

2.1 Zoociedad (1990 - 1993)

Germán Izquierdo cuenta en su libro *Garzón, el genial impertinente*, que *Zoociedad*, incubada en la programadora Cinevisión, fue uno de los efectos que tuvo la ley que en 1990 aprobó el Congreso de la República para fomentar la industria. Entre las medidas, estuvo ampliar las licencias de operación a las programadoras para que tuvieran más estabilidad. En ese momento, Cinevisión tuvo que escoger si seguía con su tradicional noticiero del mediodía o si le apostaba a un nuevo contenido de entretenimiento. Se fue por la segunda opción, y el contenido que vino a llenar el espacio fue una idea de Paula Arenas, hija del dueño de la programadora y quien hoy es asesora de contenidos de la Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC). Arenas acababa de llegar de estudiar cine y televisión en Estados Unidos, donde se familiarizó con el formato de *Not*

Necessarily the News de HBO (Izquierdo, 2009, 42), en el que se burlaban de figuras de la política nacional e internacional con sketches que seguían la lógica de noticias reales, como se muestra en la Figura 1, pero que eran falsas o eran noticias reales alteradas. Este programa estadounidense se estrenó en septiembre de 1983 y fue la adaptación de la versión británica, llamada *Not the Nine O'Clock News*, transmitida entre el 79 y el 82 por la BBC. Asimismo, fue uno de los primeros intentos de HBO por hacer producciones propias y, a pesar de que la televisión por cable aún no llegaba al 50% de penetración en Estados Unidos, fue muestra del valor agregado que podían tener las producciones en la televisión paga, sobre todo en comedia⁹ (Haggins y Lotz, 2009, 161). Es importante señalar que la idea original de *Not Necessarily the News* fue ofrecida a la cadena ABC, pero esta la rechazó porque no sabía cómo programarla (Buck, julio 16 de 1989). Esto es relevante debido a que, como se desarrollará más adelante, uno de los principales argumentos de los canales privados en Colombia para dudar a la hora de lanzar o mantener un programa de humor político al aire es la dificultad que representa ubicarlo en una parrilla¹⁰. *Not Necessarily the News* se transmitió hasta 1990, pero en 1993, HBO Downtown se aventuró a lanzar otro producto de humor político, al ver que era una fórmula que podía calar en el público: *Politically Incorrect*¹¹ (Jones, 2009, 173).

⁹ Este fenómeno podría ser incluso comparable con la revolución que hoy están significando servicios como Netflix: que tengan éxito producciones propias transmitidas a través de un nuevo tipo de plataforma, la cual también ofrece contenidos por los que los usuarios están dispuestos a pagar.

¹⁰ *Not Necessarily the News* se transmitía en horario nocturno. Durante sus siete años al aire tuvo cambios de programación, al ser transmitido los jueves a las 11 p. m., y luego los miércoles, a partir de 1989, con varias repeticiones incluso en la mañana, por HBO.

¹¹ Fue un *talk show* político transmitido hasta 2002, primero en el canal Comedy Central y luego en ABC. El anfitrión, Bill Maher, hacía una suerte de editorial e invitaba figuras públicas de la farándula o analistas políticos para hablar sobre noticias o hechos coyunturales. El nombre del programa es clara expresión de la incongruencia que se hace presente en el humor, así como en el factor de alguna manera injurioso que hace político el humor y del que habla Schutz.

Figura 1: *Not Necessarily the News* (fotograma). (MicroJow, 2013).



Con esa influencia a cuestas, entre quienes conformaron el equipo de la nueva apuesta de Cinevisión estuvo, como libretista, Rafael Chaparro Madiedo, autor de *Opio en las nubes*, Premio Nacional de Literatura de 1992 y un referente cultural para la generación de jóvenes de los noventa, al igual que el programa de televisión del que fue director, *La brújula mágica*¹². Chaparro murió en 1995 a causa de lupus.

Se sumó como director del proyecto Francisco Ortiz, quien para el momento trabajaba en una agencia de publicidad. Llegaron también como libretistas Karl Troller y Eduardo Arias. Este último, mientras trabajaba como periodista en el

¹² Era un programa que realizó Audiovisuales entre el 93 y el 97, protagonizado por Patricia Castañeda y emitido por Canal A. Tenía sketches humorísticos y diferentes personajes cuyos parlamentos estaban con frecuencia relacionados con la poesía y la literatura, por ejemplo, una de sus secciones se denominaba “Angelitos empantanados”, en clara alusión a la obra homónima de Andrés Caicedo. Otra de las secciones, en directa asociación temática con el formato en cuestión era “Bestialidades”, un falso noticiero con humor, presentado por una vaca y una flor.

periódico La Prensa, conoció a Garzón. Jaime no era parte de la redacción, pero solía pasar a visitar a una amiga periodista, lo que le permitió dejar al descubierto ante toda la redacción su sentido del humor, ocurrencia, espontaneidad y talento para imitar. Por eso, cuando los creadores del programa estaban buscando un rostro para *Zoociedad*, Arias recomendó sin vacilar a Jaime Garzón Forero.

Elvia Lucía Dávila, la compañera de Garzón en el set, fue cuota del propio Garzón (ver Figura 2), a quien los productores le dijeron que podía escoger quién conduciría con él el programa. Dice Izquierdo en su libro que uno de los factores decisivos en la elección de Dávila fue su apariencia: la belleza femenina era una de las mayores debilidades de Jaime Garzón. "Él tenía una [mujer] en mente desde tiempo atrás: inteligente, pelo rubio, ojos verdes, piernas de concurso, cara linda, sonrisa encantadora y una voz con un dejo ronco bastante seductor" (Izquierdo, 2009, 47). Garzón y Dávila se habían conocido mientras ella hacía un informe para las Naciones Unidas en el Centro de Estudios de Andrés Pastrana.

Figura 2: Elvia Lucía Dávila y Jaime Garzón, presentadores de *Zoociedad* (fotografía). (Cromos.com.co, 13 de agosto de 2014).



Cuenta Eduardo Arias que fue Francisco Ortiz quien finalmente le dio forma al programa. Nacieron Louis, el personaje de Garzón, y Pili Moreno, interpretada por Elvia Lucía, los presentadores que daban paso y luego comentaban notas que se ideaban John James Orozco, otro integrante del equipo, y ocasionalmente Chaparro, Arias, Troller o incluso Garzón. El programa tuvo un segmento en formato de noticiero que presentaba Jaime encarnando al periodista Émerson de Francisco (Arias, comunicación personal, 7 de abril de 2016).

El piloto, recoge Izquierdo, fue un fracaso, o por lo menos así lo sintieron los participantes de *Zoociedad* luego de notar la reacción de quienes lo vieron en Cinevisión. En el capítulo se introducía el programa con una charla acerca de nada en particular y luego Émerson hacía su aparición, todo ambientado en una improvisada escenografía. Pero como no había nada más que pasar en ese horario, la programadora decidió emitirlo en todo caso. El 31 de octubre de 1990 fue su primera emisión, en la Cadena 2, y quedó programado los miércoles a las 8:30 p. m. Para su sorpresa, el primer capítulo de *Zoociedad* fue bien recibido. Al otro día, cuando Garzón y Elvia salían de un concierto, varios de los asistentes los reconocieron con agrado y comentando el programa. “Tal vez en ese momento Garzón se dio cuenta del dominio de la televisión, de cuánto podrían influir sus comentarios en la sociedad, de cuán cerca podía estar del poder” (Izquierdo, 2009, 53).

Arias cuenta que había una fórmula para la realización del programa: segmentos en estudio de una sola toma que dan paso a breves notas. La clave estaba en que durante el tiempo en estudio se generaran conversaciones entre los presentadores para que a la larga facilitaran la edición. En un episodio en el que esto es evidente, Louis y Pili asisten a un baile, en donde saludan y murmuran sobre supuestos invitados que nunca aparecen en escena. Louis le comenta lo que piensa de la música que ha ambientado el evento social en el que están: “La primera canción es una radiografía del país: dice “Sírname un aguardiente de caña, de las cañas de mi tierra” ¿Cuáles cañas si el glifosato acabó con todo?

Además con la apertura [económica] esta vaina se volvió un San Andresito, eso traen y traen...” (TobisamaReloaded, 2013).

Zoociedad se burló de la clase política en la época en que el heredero ideológico del asesinado Luis Carlos Galán, César Gaviria, subió al poder; apenas cuando el movimiento 19 de abril, M-19, se había desmovilizado, como también lo hizo meses después la mayor parte del Ejército Popular de Liberación (EPL). El país estaba atestiguando los efectos de la Séptima Papeleta, el movimiento estudiantil que derivó en una Asamblea Constituyente y en una nueva Constitución Política para Colombia, la de 1991. El país parecía prometedor y viable luego de que la década de los ochenta había llenado las páginas de los diarios con noticias sobre narcotráfico, atentados, asesinatos y magnicidios, y a la sociedad colombiana, de un sentimiento generalizado de horror. Era un país que, a partir de su nueva carta política, hablaba de pluralismo, de reconocer la multiculturalidad y la libertad de culto, y que dotó a los ciudadanos de herramientas para hacer valer sus derechos. Sin embargo, lo que dio insumos a los creativos de *Zoociedad* fueron los contrastes de esa especie de modernidad. Era el mismo país en el que no había terminado la barbarie, continuaba la guerra entre el cartel de Cali y el de Medellín, y con ellos, los atentados, las bombas, la voladura de oleoductos y secuestros por parte de las guerrillas. Las Farc habían orquestado todo un plan con varios ejes para tomarse el poder (Verdad Abierta, 2013), y las autodefensas no hacían sino fortalecer su estructura para cometer las masacres atroces durante el final de los noventa y el principio de la década siguiente. A eso se sumaron los malos manejos que el Gobierno le dio al sector energético y que durante 1992, con el fenómeno de El Niño, resultaron en racionamientos de energía eléctrica que duraban hasta 18 horas diarias y también en la “Hora Gaviria”, el adelanto de 60 minutos en la hora oficial del país¹³. Esos espacios de oscuridad fueron a su vez insumo para la creación en la radio de uno de los

¹³La medida rigió a partir de mayo de 1992 hasta febrero de 1993.

programas icónicos del humor político del país, *La luciérnaga*, que aún subsiste y que en parte ha sido motivación para plantear esta investigación, pues llama la atención cómo un programa radial ha logrado mantenerse vigente a diferencia de las apuestas en televisión. Este componente se abordará con mayor profundidad en el capítulo 3.

La primera emisión de *La luciérnaga* fue el 2 de marzo de 1992, bajo la dirección de Hernán Peláez, quien estuvo en esa posición hasta diciembre de 2014, cuando renunció. El programa empezó como un producto de entretenimiento que por la coyuntura se pensó temporal. Pero debido a su gran éxito se ha mantenido hasta el día de hoy. Asimismo, se fue transformando en un espacio de denuncia y opinión por el que han pasado figuras como Juan Harvey Caicedo y Guillermo Díaz Salamanca (Loaiza, 28 de septiembre de 2014), quien posteriormente empezaría proyectos propios de humor político en radio, como se verá más adelante. Su libretista, Jairo Chaparro, ha participado en otros proyectos de humor político, como *Los Reencauchados*, producción que será abordada en un próximo apartado en este trabajo. Actualmente, *La luciérnaga* es dirigida por el periodista Gustavo Gómez y cuenta con la participación de personajes como 'Don Jediondo', un campesino boyacense de humor negro, interpretado por Pedro González e inspirado en él mismo. Entre otros, también participan la imitadora Alexandra Montoya y la periodista y columnista de El Espectador Claudia Morales. La crítica por lo general se hace desde la imitación de prácticamente cualquier figura política del país, como el presidente Juan Manuel Santos, el senador Antonio Navarro Wolff, entre muchos otros.

El comienzo de la década en la que surgió *La luciérnaga* también estuvo marcado por la participación de Colombia en el mundial de fútbol de 1990, en Italia, mientras que en la radio sonaban canciones como *Sopa de caracol*, de Banda Blanca, y en la televisión se transmitía la telenovela basada en el maestro del vallenato Rafael Escalona, *Escalona*, protagonizada por Carlos Vives. Era entonces la segunda vez que el país jugaba el torneo mundial de fútbol (la

primera fue Chile 1962), y llegó hasta los octavos de final. La nómina estuvo conformada por la selección que sigue siendo considerada la más emblemática de la historia de ese deporte en el país, en la que se encontraban Carlos 'El Pibe' Valderrama, René Higuita, Freddy Rincón y Leonel Álvarez. Fue prácticamente la misma que cuatro años después repitió la hazaña de clasificar a Estados Unidos 1994. El equipo, ahora con la participación de Faustino 'El Tino' Asprilla¹⁴, Iván René Valenciano, entre otros, sin embargo, no pasó de la primera fase, salió goleada por Rumania y con un autogol marcado durante el partido contra Estados Unidos. El autor de ese autogol fue Andrés Escobar, quien fue asesinado a la salida de un bar en Medellín el 2 de julio siguiente por Humberto Muñoz Castro, el chofer de los hermanos Gallón Henao, ligados con el paramilitarismo. Muñoz pagó cárcel hasta el 2005 y Santiago Gallón fue procesado por paramilitarismo (Laverde, 21 de junio de 2014). Los hermanos están hoy en libertad, pero fueron incluidos en la Lista Clinton en 2015 por sus vínculos con la organización criminal llamada la Oficina de Envigado (El Colombiano, 25 de junio, de 2015).

Ahora bien, sin olvidar lo que dice Gilles Lipovetsky, como se expuso en el capítulo anterior, acerca de que cada sociedad establece su código humorístico, ¿cómo es posible que un formato internacional tenga éxito en otro país, incluso en otro idioma, como ocurrió con *Zoociedad*? Eduardo Arias lo explica en términos de que hay formatos que son prácticamente universales y funcionan en clave de humor. *Zoociedad* era un programa basado en que:

Sale una imagen y uno se burla de eso, pero el formato que en últimas definió Francisco Ortiz es un formato de toda la vida, los presentadores que dan paso a unas notas o invitados (...). Eso ya está inventado, pasa muchas veces en la televisión, es una adaptación de formatos que ya llevan mucho tiempo en muchos países, o es poner en código de humor algo ya inventado, como Émerson, *Quac*, o el programa que tiene Vladdo. Los noticieros

¹⁴ 'El Tino', quien tiene un registro particular y acento valluno, ha estado rodeado de escándalos por su vida personal, sería retomado en imitaciones por programas como *La banda francotiradores* y *NP&, con los reencauchados*.

están inventados hace muchos años (comunicación personal, 7 de abril de 2016).

Zoociedad “fue un espejo de nuestra realidad, era el país al desnudo. Convertía en risible lo solemne, desnudaba la ignorancia de la clase política, se burlaba de la jerga de los presentadores de noticieros, denunciaba jocosamente los malos manejos de la economía y los desatinos de los personajes públicos, además de refrescarles la memoria a los colombianos” (Izquierdo, 2009, 70). Con 17 puntos de rating y tras tres años en el aire, *Zoociedad* se dejó de emitir a causa de la mezcla de falta de energía del equipo de trabajo y la iliquidez de la programadora Cinevisión.

2.2 Los Reencauchados (1995 – 1998)

Así como producciones estadounidenses sirvieron de inspiración para Paula Arenas a la hora de idear el nuevo programa de Cinevisión, un formato internacional, de gran éxito, fue la base de otro de los productos de humor político que llegaron a las pantallas colombianas durante los años noventa, *Los Reencauchados*. Se trata de *Les guignols de l'info*, probablemente uno de los proyectos de humor político que más han perdurado en el mundo, y por esa razón vale la pena detenerse a echarle un vistazo.

El programa surgió en Francia en 1988¹⁵. Estuvo basado a su vez en el programa británico *Spitting Image*, que se emitió de 1984 a 1996. Nació en el canal privado francés Canal +, creado en 1984 como la primera cadena televisiva no perteneciente al gobierno galo, parodiando el noticiero líder de ese país y a su presentador, Patrick Poivre D'Arvo, como se puede ver en la Figura 3, así como a

¹⁵Durante 2015, Canal + decidió dejar de transmitir por una temporada el programa que se emite de lunes a viernes a las 7:55 p. m., y que dura en promedio ocho minutos. Sin embargo, en noviembre anunció que el programa volvería al aire el 14 de diciembre del mismo año, a las 8:50 p. m.

figuras políticas, del mundo deportivo o del entretenimiento, todos representados y caricaturizados con marionetas de caucho. El programa se convirtió en “toda una institución en Francia” (Doyle, 2012, 39), tanto, que de hecho en las elecciones presidenciales de 2002, el 15% de los votantes reconocieron que *Les guignols* había influenciado su decisión al votar. En este punto llama la atención cómo esta producción y *Not Necessarily the News* propusieron en canales y productores de contenido privados formatos con gran influencia en sus respectivos países y que fueron replicados por otros como Colombia. El caso de *Les guignols*, teniendo en cuenta su vigencia hasta la actualidad, es dicente de cómo un producto de humor político funciona en un canal del sector privado, algo que será interesante retomar cuando más adelante en este trabajo se aborde el humor político hecho desde los canales privados y de televisión por suscripción en Colombia. Según Waddick Doyle, “Les Guignols remixed genre by combining real news stories that are mimicked as they break on the other networks”¹⁶ (2012, 45). Para el autor, *Les guignols* opera con la misma lógica y la misma presión de una sala de redacción, pues los temas que tratan son coyunturales, los insumos son los hechos que sucedieron el mismo día de la emisión. Por lo tanto puede incluso competir con las cadenas de noticias por la audiencia. “The show has the authority of both telling the news while denouncing the official version of it”¹⁷ (Doyle, 2012, 45).

¹⁶ Les Guignols mezclaron el género al combinar noticias reales que son imitadas al tiempo que son información de última hora en otros canales.

¹⁷ El programa tiene la autoridad tanto de contar las noticias como la de denunciar la versión oficial de estas.

Figura 3: Marioneta que presenta *Les guignols*, parodia del presentador Patrick Poivre D'Arvo (fotografía). (Europe1.fr, 2 de julio de 2015).



Hoy, las cifras dan cuenta de un descenso en la popularidad del programa entre la audiencia joven, mientras que su participación de audiencia en general, en lo corrido de los últimos cinco años, se mantiene, e incluso ha presentado leves aumentos¹⁸. Han surgido, sin embargo, dudas sobre hacia dónde va la producción, si “seguirá haciendo reír” (Lhoste, 2014). Como registró en 2014 la revista Slate, la audiencia y la influencia de *Les guignols* no es la de antes, pero sorprendentemente no porque haya perdido credibilidad, sino porque hay mucha oferta de humor político en Francia. Noël Mamere, alcalde de Bègles, en Burdeos, Francia, admitió en diálogo con la periodista Natalie Lhoste en la publicación Slate que *Les guignols* es “una necesidad, un programa de salubridad pública” (Lhoste, 20 de diciembre de 2014), aunque ya no lo ve tanto como antes, debido a la creciente oferta de canales de televisión. Eric Woerth, diputado del partido

¹⁸Mientras que las mediciones dan cuenta de que en octubre de 2009 la participación de audiencia de *Les guignols de l'info* en el público entre 15 y 49 años era de aproximadamente 8%, en el mismo periodo de 2014, la participación se redujo casi a la mitad, con un desempeño que osciló entre el 4% y 6% a lo largo del mes. En la medición de la participación de audiencia mayor a los cuatro años de edad, el show se mantuvo en una tasa cercana al 8% entre octubre de 2009 y 2014, lo que se traduce en casi dos millones de espectadores.

Unión por un Movimiento Popular de Francia¹⁹, dijo también a Slate: “A une époque, les politiques les craignaient, mais maintenant, il y a beaucoup d'émissions satiriques et humoristiques, leur influence a baissé”²⁰ (Lhoste, 20 de diciembre de 2014). Yves Le Rolland, productor del programa, al parecer consciente de los cambios a los que se enfrenta *Les guignols* después de tantos años, respondió a otra periodista de la revista Moustique:

Autre élément important, avec l'arrivée d'Internet, la donne de l'actu a changé. C'est la culture de l'instantanéité, à qu'ilâchera la meilleurevanne le premier. Mais on ne craint pas cesystème. Nous ne sommes pas là pour donner de l'info, mais pour la commenter²¹. (Frankinet, 23 de abril de 2013).

Pero antes del auge de internet que se ha consolidado desde finales de los años noventa y que ha supuesto retos para las industrias culturales y la legislación de los países, en Colombia la iniciativa influenciada por *Les guignols* llegó para poner el dedo en la llaga sobre los escándalos de corrupción que empañaban al poder Ejecutivo. El programa fue liderado por Juana Uribe, quien es hoy vicepresidenta del Canal Caracol. Cuenta Uribe que durante los años noventa, mientras vivía en Francia, el formato de *Les guignols* llamó su atención, sobre todo la forma como se hacía “en caliente”. Al regresar al país, quiso llevar ese formato a las pantallas colombianas y para lograrlo se contactó con los realizadores de *Les guignols de l'info* a través de la Embajada de Francia en Colombia. “Desde el punto de vista editorial, lo más interesante fue hablar con los escritores y ver cómo lo hacían en caliente y con algo que sucedía ese día. Ellos

¹⁹ El partido se conoce hoy como Les Républicains (Republicanos).

²⁰ “En una época, los políticos les temían, pero ahora hay muchos programas satíricos y humorísticos, su influencia ha disminuido”.

²¹ “Otro elemento importante, con la llegada de internet, es que dar las noticias ha cambiado. Es la cultura de la inmediatez, se trata de quién lanzará la mejor pulla primero. Pero no tememos a ese sistema. No estamos allí para dar la información, sino para comentarla”.

escribían, grababan y salían al aire” (comunicación personal, 18 de diciembre de 2014).

Los Reencauchados salió al aire en 1995 con la intención de cumplir con uno de los rasgos más importantes del humor político que sus artífices resaltan, como se verá a través de los testimonios recogidos para este trabajo, así por ejemplo Juana Uribe señala:

Una cosa superimportante que ellos me dijeron fue: “mire, el éxito de esto realmente es que uno dispare para todos lados, que aquí no se salve nadie, que todo mundo sienta que no hay nadie que sea inmune al humor de los muñecos²². No se puede sesgar porque si no se pierde toda la credibilidad” (comunicación personal, 18 de diciembre de 2014).

Para la producción del programa, que se emitía los miércoles en la noche por el Canal A, había que introducirse en la lógica de cómo transmitir una crítica política que pudiera ser aprehendida por el público. Como dice Schutz, el humor político requiere de un tipo de conocimiento (1977, 27), es necesario un contexto, conocer la coyuntura para detectar la incongruencia o el componente de humor en la crítica política. Omar Rincón, director de la maestría en Periodismo de la Universidad de los Andes de Bogotá y crítico de televisión, lo pone en los siguientes términos:

Para hacer humor político hay que estar bien informado. Hay que tener conciencia de país y de cultura para poder saber desde dónde se ríe uno. Más agudamente, el humor se vuelve mucho más inteligente cuando deja el chiste de burlarse de los demás (comunicación personal, 12 de diciembre de 2014).

Explica Juana Uribe, entonces, que el programa se inició en un momento en el que, a diferencia de hoy, la información no estaba al alcance de un clic, por redes

²² Marionetas de caucho.

sociales o portales web. Sólo había determinadas emisiones de los noticieros y, por lo tanto, las personas no siempre estaban al tanto de los hechos que servían de insumo para los chistes. El programa se estructuraba contando primero la noticia y luego, en efecto, haciendo las críticas con humor. El proyecto estuvo jalonado, como otros productos de humor político, por la programadora Cenpro. Al respecto Juana Uribe señala:

Cenpro era una compañía chiquita que no tenía nexos con ningún medio de comunicación que tuviera información entonces no teníamos vetos. Era un lugar desde donde se podía hacer [humor político] porque en general cuando un medio tiene otras cosas (canales de televisión, emisoras, periódicos) tiene menos autoridad para burlarse de otros periodistas (comunicación personal, 18 de diciembre de 2014).

A Uribe se unieron Nubia Barreto, reconocida libretista colombiana; Jairo Chaparro, libretista de *La luciérnaga* en Caracol Radio, y Mauricio Reina, economista, periodista y crítico de cine. Se valieron de un grupo de caricaturistas para la elaboración de las marionetas de caucho, que serían los protagonistas del programa. Para decidir quiénes serían caracterizados por *Los Reencauchados*, el grupo de creativos que se unió a la idea de Uribe pensaron en cuál era en ese momento el medio masivo de información y opinión que más calaba en los colombianos: la radio. “Tomamos los personajes de radio para poder contar la noticia y podernos burlar” (comunicación personal, 18 de diciembre de 2014). Las marionetas del programa representaban a los periodistas Juan Gossáin y Darío Arizmendi, como se puede ver la Figura 4.

Figura 4: Marionetas de *Los reencauchados* que parodiaban al expresidente Ernesto Samper (centro), Darío Arizmendi (primero de derecha a izquierda atrás) y Juan Gossain (primero de derecha a izquierda adelante) (fotografía). (Colarte.com)



Los creativos poco tendrían que rebuscar para encontrar la materia prima de sus críticas. *Los Reencauchados* nació mientras en Colombia estallaba uno de los peores escándalos políticos y judiciales de la historia del país: el proceso 8.000. La coyuntura se desató luego de que Andrés Pastrana, quien se enfrentó contra Ernesto Samper en las elecciones presidenciales para el periodo de 1994 a 1998²³, reveló unos casetes que contenían conversaciones entre el periodista Alberto Giraldo y los hermanos Rodríguez Orejuela, capos del Cartel de Cali, que evidenciaban un plan para que dineros del narcotráfico entraran a la campaña del candidato ganador, Samper. El sacudón sobre la opinión pública se dio a principios de 1995, cuando las investigaciones de la Fiscalía, con Alfonso

²³ Con esto, Andrés Pastrana encontraría un componente de peso para su política y la carrera por la presidencia, que consiguió posteriormente para el periodo 1998-2002.

Valdivieso a la cabeza, empezaron a arrojar decenas de nombres de involucrados en el escándalo. Así lo recogió El Espectador, tras 20 años de los hechos:

Hace dos décadas, por estos días de abril, estalló en Colombia el escándalo político judicial más sonado de los últimos tiempos: el proceso 8.000. “Cercos de la Fiscalía a narcopolítica”, fue el titular de primera página de El Espectador del 22 de abril de 1995, para resumir los anuncios del entonces fiscal Alfonso Valdivieso Sarmiento, que dio inicio a múltiples investigaciones penales contra senadores, representantes, funcionarios públicos o periodistas, por presuntos nexos o beneficios con el denominado Cartel de Cali (23 de abril, 2015).

El escándalo daba mucho de qué hablar, y el humor político no estuvo al margen de eso. “La materia prima era, sin duda, el presidente Samper, que, debo decir, aguantó todo el palo que le dimos y nunca recibimos ninguna presión porque era una cosa increíble” (Uribe, comunicación personal, 18 de diciembre de 2014). La ejecutiva recuerda que en aquella época había dos temas que eran prácticamente “intocables” porque le dolían mucho a la sociedad: el terror que generaba el narcotráfico, sobre todo por cuenta de los atentados del Cartel de Medellín, y los ataques de la guerrilla. “El tema político sí [lo tocaban], los narcocasetes, el proceso 8.000 fue la base de *Los Reencauchados*. Fuimos muy libres de hacerlo, nunca recibimos censura de pauta, llamadas de presidencia, nos metíamos prácticamente con todo. Nunca recibimos amenazas” (Uribe, comunicación personal, 18 de diciembre de 2014).

El programa no duró al aire más de tres años. Recuerda Juana Uribe que el fin de las emisiones coincidió con la llegada al mercado de los canales privados de televisión, Canal RCN y Canal Caracol en 1998. A partir del 10 de julio, entró en vigencia la licitación que se otorgó a esos canales para operar como privados, lo que puso punto final al modelo mixto que hasta entonces existía, en el que el Estado operaba la red y las programadoras se encargaban de generar contenido. El nuevo modelo volvió la televisión una industria en el país y puso a competir a RCN y Caracol no sólo entre ellos sino con la televisión por suscripción (El

Espectador, 9 de julio de 2008), que llegó al país en 1987 a través de la compañía TV Cable (Banco de la República, 2015).

El fin de *Los Reencauchados* coincidió con la crisis de los canales públicos. “Los canales privados empezaron a crecer. Era un programa costoso para el momento y no estaban acostumbrados a que un programa de opinión costara mucho, era difícil mantenerlo si no producía rating” (Uribe, comunicación personal, diciembre 18 de 2014). De hecho, Uribe se fue a trabajar al Canal RCN después de su paso por la adaptación de *Les guignols*. A la postre, terminado el programa, Paulo Laserna²⁴, periodista y politólogo colombiano, quien también había hecho parte de la producción presentando y haciendo entrevistas, compró los derechos de las marionetas, algo que sería clave para la resurrección de *Los Reencauchados* años después.

En 1995, el crítico de televisión Santiago Coronado publicó una columna en el diario El Tiempo en la que veía con malos ojos la mayoría de los intentos de comedia que se estaban llevando a cabo en el país, como *Tentaciones*²⁵ (1994-1998), con el actor Diego León Hoyos, quien luego se unió a Jaime Garzón en *¡Quac! El noticero*, ese mismo año. Coronado escribió:

Frente a semejante panorama tan oprobioso donde cada día asistimos al naufragio de un comediante que supone que el género es fácil y que la inteligencia se hizo para otros

²⁴ Paulo Laserna es recordado por los televidentes colombianos principalmente por conducir el programa *¿Quién quiere ser millonario?*, adaptación colombiana del formato inglés original *Who Wants to Be a Millionaire?* También es destacable que fue presidente del Canal Caracol durante 10 años, entre 2001 y 2011. Posteriormente, se llevó el formato de *¿Quién quiere ser millonario?* al Canal RCN.

²⁵ Serie de comedia que se transmitió por el Canal Uno. Fue una creación de Anita de Hoyos y contaba la historia de una familia de clase media bogotana, en cuya casa habitaban un ángel (Diego León Hoyos) y una diabla (interpretada en distintas etapas del programa por Isabella Santodomingo, Nórida Rodríguez y Rosemary Bohórquez). Estos dos últimos personajes vivían en una constante apuesta en la que si el matrimonio de los protagonistas, Camila y Rafael, fracasaba, el ángel perdería sus alas y se iría al infierno con la demonia. La banda sonora fue compuesta por Karl Troller.

menesteres, en la cartelera han ido apareciendo programas de humor político que ayudan a desarrollar una ironía y una sátira refrescante y necesaria.

Los precedentes más próximos son el inolvidable maestro Salustiano Tapias y *Zoociedad*. El primero provisto de un costumbrismo certero y burlón, despiadado con la corrupción y la politiquería. El segundo, con una mirada siempre lúcida y maravillosamente corrosiva de un país acantonado y solemne.

Quac, el noticero está llegando a un equilibrio interesante. La cocinera de Palacio y el celador del edificio Colombia son sin duda los dos personajes centrales de un humor que desmitifica y permite una lectura diferente de este país. Los reencauchados aún no encuentran su camino extraviado como está especialmente en la adecuación entre marionetas y libreto.

Mientras surgen los programas de humor político, hay que cantarle responsos qué desastre a la comedia televisiva nacional (11 de junio de 1995).

Al tiempo que *Los Reencauchados* según la crítica trataba de ‘cuajar’, el mismo Jaime Garzón de *Zoociedad* se había embarcado en una nueva producción que, al igual que el programa de Juana Uribe, tuvo mucho de qué hablar y mucho qué señalar a partir del escándalo del proceso 8.000 y Ernesto Samper en el poder.

2.3 ¡Quac! El noticero (1995-1997)

Años antes de que los titulares de prensa y la crítica política rebosaran de narcocasetes y las investigaciones abiertas por el fiscal Valdivieso, Jaime Garzón decidió integrarse a la política que pretendía direccionar la Colombia que trataba de salir a la superficie, casi ahogada por el narcotráfico de los carteles y las guerras entre ellos. Empezó haciéndolo en la campaña a la Alcaldía de Bogotá de Andrés Pastrana²⁶. Cuenta Germán Izquierdo que lo hacía con estrategias

²⁶Andrés Pastrana fue el primer alcalde de la capital elegido por voto popular en 1988. Mientras que la Constitución Política de 1991 permitió la elección de gobernadores por

ingeniosas de propaganda dentro de la Universidad Nacional, donde estudiaba Derecho y de donde, por demás, nunca se graduaría:

Sacaba del bolsillo unas tarjetas blancas, inmaculadas, sin nada escrito, una suerte de fichas bibliográficas, y las repartía diciendo: “Mire, vote por Pastrana. Este es el programa de gobierno”. Luego tomaba otra tarjeta y con un esfero le dibujaba un marco junto a los bordes: “Y este es el marco teórico”. De algo tuvieron que servir aquellas irreverentes estrategias de publicidad política. (Izquierdo, 2009, 28).

Pastrana ganó y designó a Garzón como alcalde menor de la localidad de Sumapaz. En ese cargo, Garzón construyó un centro de salud, la primera carretera de la zona y remodeló una escuela. Hacía constante presencia en la localidad, a pesar de lo retirado del lugar, y mantuvo buenas relaciones con los campesinos, las autoridades e incluso con los guerrilleros de las Farc que habitaban y transitaban por la zona. En una ocasión incluso se saltó todos los protocolos, como era usual en él, llamó a la empresa Carvajal imitando a Andrés Pastrana para pedirles que enviaran útiles escolares. En 1990, pocos días antes de terminar su administración, fue destituido por tardarse en abrir las mesas de votación de la localidad durante una jornada de elecciones²⁷. Justo después, se incorporó a Palacio. Se unió a los funcionarios de César Gaviria para traducir a lenguas indígenas la Constitución Política de Colombia de 1991. “De lunes a jueves cumplía con su horario y sus tareas en la casa de Nariño, y los viernes, en las grabaciones de *Zoociedad*, se dedicaba a darles palo al gobierno y sus

primera vez, los alcaldes pudieron ser elegidos por los ciudadanos desde el acto legislativo 01 del 9 de enero de 1986. Antes, los alcaldes eran elegidos por el gobernador de cada departamento, quien a su vez, hasta 1991, era designado por el presidente de la República.

²⁷ Garzón argumentó que la tardanza se debió a las grandes distancias que hay que recorrer de un punto a otro dentro de la localidad, con vías precarias. Para los funcionarios del Distrito la explicación no fue suficiente y por ello firmaron la destitución. Jaime Garzón demandó la decisión, pero el fallo a su favor se expidió ocho años después, con una indemnización monetaria.

ministros” (Izquierdo, 2009, 66). Esa era tal vez la particularidad de Garzón: conocía de cerca el poder –era amigo por ejemplo de figuras como Antonio Navarro Wolff, exmilitante de la guerrilla M-19 y hoy en día senador-, y era capaz de criticarlo con conocimiento de causa. “Estaba cerca del poder, pero nunca obsecuente”, decía su amiga Myriam Bautista (Izquierdo, 2009, 66). De hecho, según el autor de *El genial impertinente*, la buena relación que tuvo Jaime Garzón con Andrés Pastrana se echó a perder por la crítica que le hizo Garzón desde *¡Quac! El noticero* (Izquierdo, 2009, 105), el programa de televisión en el que éste se consagró como el humorista político que hoy recuerdan los colombianos.

¡Quac! El noticero fue una producción televisiva ideada por Garzón y Antonio Morales que podía verse como una parodia del noticiero contemporáneo QAP²⁸. Según Morales, la intención de hacer humor político fue mucho más clara y directa que en el caso de *Zoociedad* (comunicación personal, 13 de abril de 2016). También es interesante ver cómo prácticamente por primera vez el humor político nace como una idea propia, basada en la imitación pero no como adaptación de un formato internacional.

Los libretistas fueron Miguel Ángel Lozano y Antonio Morales, a quienes Garzón conoció luego de que dejó de trabajar en el Palacio de Nariño. Estuvo dirigido por Claudia Gómez, y, al lado de Jaime, el ‘noticero’ era presentado por María Leona Santo Domingo, interpretada por Diego León Hoyos, como se puede ver en la Figura 5.

²⁸ Fue un noticiero creado en 1991 por las periodistas María Elvira Samper, editora de la desaparecida revista Cambio, y María Isabel Rueda, columnista del diario El Tiempo y la emisora La W. Para 1992, el noticiero ya marcaba más de 40 puntos de rating, casi el doble que CM& (Semana, 18 de mayo de 1992). Además de Samper y Rueda, fueron socios de la producción Gabriel García Márquez, Enrique Santos, Julio Andrés Camacho y Benjamín Villegas. Se dejó de emitir en 1997, en pleno proceso 8.000, por cambios en la legislación para obtener licencias. Se emitía a las 9:30 p. m.

Al igual que como se pudo ver en el caso de *Les guignols* e incluso *Los reencauchados*, los creativos de *¡Quac!* aplicaban métodos periodísticos, pues la coyuntura es el insumo de la crítica:

Era un ejercicio periodístico al servicio del humor. La intención era hacer opinión política a través de un vehículo periodístico ficticio, pero periodismo. Los que no aparecíamos, Lozano y yo, hacíamos un trabajo similar al de un noticiero: acopio informativo, análisis de la información, fuentes, pero al servicio de unos libretos (comunicación personal, 13 de abril de 2016).

No está de más mencionar que Morales, quien tuvo filiaciones con la guerrilla del M-19, tenía ya experiencia en la dirección de noticieros, como el Noticiero de las 7, en los años ochenta y *AM PM*, este último ligado a las posturas políticas del M-19.

Figura 5: Diego León Hoyos y Jaime Garzón interpretando a los presentadores de *¡Quac! El noticero* (fotograma). (JaimeGarzonForero, 24 de agosto de 2009).



Quac salió al aire en febrero de 1995, cuando la tensión por el proceso 8.000 empezaba a subir, como explica María Teresa Ronderos en su libro *5 en humor*.

Quien había sido el tesorero de la campaña de Samper, el anticuario Santiago Medina, resolvió contar a la justicia todo lo que sabía. Al tiempo, la Fiscalía, que había recibido cajas y cajas de cheques decomisados por el Bloque de Búsqueda en allanamientos a las empresas de los Rodríguez Orejuela, llamó a la justicia a muchos congresistas, al contralor, al procurador y a

otras figuras políticas que habían recibido dineros calientes para sus campañas. Otros hablaron, aunque hubo un intento fallido de sabotear la confesión de Medina a la Fiscalía. Ésta dejó expuesto al ministro de Defensa, Fernando Botero, quien tuvo que renunciar y cayó preso en agosto. El embajador de Estados Unidos en Bogotá, Myles Frechette, desempeñó un papel protagónico en todo el 8.000, de opositor en la sombra al gobierno. (Ronderos, 2007, 330).

Quac se caracterizó por no estar basado sólo en las imitaciones que muchos aplaudieron de Jaime Garzón, sino que contenía segmentos en los que se gestaron personajes salidos de la cotidianeidad, como Dioselina Tibaná (ver Figura 6), la cocinera del Palacio de Nariño que comentaba con el televidente los chismes de la casa presidencial.

Dioselina, a veces con un delantal con la figura de un pato, otras con la de la Mona Lisa, o vestida para la ocasión, sale en su cocina, sencilla, contando todo lo que pasa en Palacio. Con su acento tolimense, a cada rato dice: “¡Ay, buen primor!”, y le secretea a la cámara como si se tratara de una comadre. Actúa cada historia, y con dos gestos se transforma en el presidente –el “dotor Gordito”, que se soba la barriga mientras habla- o en la señora “Jacuin”, que se pasea como una reina con sus brazos posados sobre sus anchas caderas. Cocina “arosso con leche”²⁹ para el día de la captura de Gilberto Rodríguez Orejuela, o “conejo a la Constitución”³⁰, que “se sirve sin verdura porque el dotor Samper dijo: “Ay, Dioselina, de hierba no me vuelvas a hablar, que eso me ha traído muchos problemas”, o alegrías de burro para el ministro de Educación, que es costeño. (Ronderos, 2007, 335).

²⁹ Haciendo alusión al general (r) Rosso José Serrano, quien dirigía la Policía Nacional en 1995, cuando se dio captura a los capos del Cartel de Cali, los hermanos Rodríguez Orejuela.

³⁰ “Hacer conejo” es una expresión popular en Colombia que se refiere a pasar por alto adrede las normas o acuerdos.

Figura 6: Jaime Garzón interpretando a Dioselina Tibaná (fotografía). (Semana.com 12 de agosto de 2009).



Garzón también encarnó, entre otros, a Godofredo Cínico Caspa, según Ronderos, el personaje en donde “mejor se encontraban libretistas y actor” (Ronderos, 2007, 339). Se trataba de un abogado cachaco³¹ mucho mayor que Garzón, quien, como se ve en la Figura 7, aparecía vestido de saco y corbatín, con anteojos, frente a una máquina de escribir, “sermoneando” y criticando lo que según sus preceptos ultraconservadores andaba mal con la sociedad, como que la mujer tuviera derecho a votar. Acérrimo seguidor del ahora expresidente y

³¹ Así suelen llamar las personas no bogotanas a cierto tipo de bogotanos, caracterizado por un marcado acento al hablar. Puede, sobre todo, connotar un tipo de bogotano educado, que entre los siglos XIX y XX vestía de traje y sombrero.

senador Álvaro Uribe, quien en ese momento era gobernador de Antioquia, Godofredo “decía abiertamente cómo piensan en realidad algunos dirigentes colombianos, clasistas, indolentes, amigos de la represión violenta de las ideas contrarias” (Ronderos, 2007, 339).

Figura 7: Garzón interpretando a Godofredo Cínico Caspa (fotografía). (Cromos.com.co, 13 de agosto de 2014).



En 1997, Godofredo salió al aire a defender las Cooperativas de Vigilancia en zonas rurales, llamadas Convivir, que surgieron mientras Uribe era gobernador de Antioquia. Uribe les dio a estas organizaciones la personería jurídica. Testimonios de exparamilitares, como Herbert Veloza, alias H. H., han dado cuenta de que las Convivir fueron una fachada para el accionar paramilitar en zonas como el Urabá. En 2012, Uribe salió como en otras ocasiones a defender que él no era promotor de las Convivir, argumentando que: “Las convivir yo nos las creé, las creó una ley de la República, las reglamentó el Gobierno Nacional y hubo en el país casi 700 convivir, en Antioquia 68” (Elespectador.com, 13 de abril de 2012). El decreto-ley 356 de 1994 que permitía la existencia de las Convivir fue declarado inconstitucional por la Corte Constitucional en 1997. Casi al tiempo, Godofredo decía en la televisión:

¡Qué orgullo patrio sentí al ver la revista esta semana que trae en la tapa al pacifista y cooperativo dignísimo gobernador de Antioquia, doctor Álvaro Uribe Vélez³²! Un hombre de mano firme y pulso armado, líder que impulsó con su aplomado cooperativismo pacíficas autodefensas, y él, iluminado en los soles de Farouk³³, ha dado en llamar Convivir. Acierta la revista Semana, en cabeza del dirigente vástago de César Gaviria, al proyectar sobre el escenario nacional a esta neolumera neoliberal de esta nueva época, caray. Es que a Álvaro le cabe el país en la cabeza, él vislumbra todo este gran país como una zona de orden público total³⁴, es decir como un solo Convivir, caray, donde la gente de bien por fin podamos disfrutar de la renta en paz, como debe ser. Y será él quien por fin (se altera alzando la voz y golpeando el escritorio) traiga a los redentores soldados norteamericanos, quienes humanizarán el conflicto³⁵ y harán de

³² Es importante añadir que Uribe hizo gran parte de su carrera política como senador y gobernador en el Partido Liberal. Su gobernación en Antioquia fue el prelude para la candidatura presidencial para el periodo 2002-2006, con el aval del partido Primero Colombia. Es hijo de un hacendado de Antioquia, Alberto Uribe, asesinado en una de sus propiedades al parecer por guerrilleros de las Farc en 1983.

³³ Hace referencia a Farouk Yanine, general del Ejército que ha sido señalado en testimonios de exparamilitares como el padre de las autodefensas del Magdalena Medio. En 2009, Yanine, vinculado a masacres como la de La Rochela en 1989, fue llamado a indagatoria por la Fiscalía, pero ese mismo año murió.

³⁴ Este fragmento, como otras imitaciones de Uribe que hizo Diego León Hoyos, han sido consideradas por opositores de Uribe como casi premonitorias. Cabe recordar que la política bandera del gobierno del hoy senador Uribe fue la Seguridad Democrática, según la cual en todo el territorio colombiano debía imperar la “autoridad democrática”, expresada, entre otras cosas, en la presencia permanente de las Fuerzas Militares y la Policía en todos los municipios para mantener el orden y combatir los grupos insurgentes. La política recibió el espaldarazo del gobierno de Estados Unidos. Una de las primeras acciones de Uribe como presidente, de hecho, fue declarar el Estado de Excepción para intervenir militarmente la Comuna 13 de Medellín, en lo que se conoce como Operación Orión, llevada a cabo en 2002, cuando hombres de la Fuerza Pública, en conjunto con paramilitares, irrumpieron en la comuna en medio de la población civil, entre el 16 y el 19 de octubre, con el argumento de neutralizar las acciones de milicias guerrilleras urbanas de las Farc y el Eln. En la actualidad, Álvaro Uribe es senador de la República, por el partido fundado por él y sus simpatizantes al final de su mandato presidencial, Centro Democrático.

³⁵ Otro hecho ocurrido durante el gobierno de Uribe podría ser visto como objeto de premoción de Godofredo Cínico Caspa: en 2009, casi al final de su mandato, el expresidente firmó un acuerdo militar con los Estados Unidos en el que este país podía hacer uso de bases militares en Colombia. El acuerdo generó gran controversia no solo en Colombia sino en la región y fue tumbado en 2010 por la Corte Constitucional.

Uribe Vélez el dictador³⁶ que este país necesita. Buenas noches.
(García Blanco, 2008).

En la sección del Quemando Central³⁷, Garzón también se burló y criticó el discurso de las Fuerzas Militares con lo que, entre otras cosas, sacaba a la luz insinuaciones sobre el trabajo “en llave” de las instituciones oficiales con las autodefensas.

Otro de los personajes memorables es Néstor Elí, el celador del edificio Colombia, en cuyo pent-house se entendía que vivía el presidente Ernesto Samper. Néstor Elí vivía enterado de los conflictos entre los inquilinos, por ejemplo el problema que se había formado porque los del cuarto piso, los que tenían un aviso, un *cartel*³⁸ en la puerta, habían enviado dinero al pent-house.

Garzón, según dice Izquierdo en su libro, quería que el noticiero se centrara en atacar a Samper. El autor recoge el siguiente testimonio de Morales: “Nosotros sosteníamos las tesis de que un programa de humor, para tener cierta eficiencia y eficacia en la audiencia, tenía que ser fundamentalmente democrático en el palo. Había que cascarle a todo el mundo” (Izquierdo, 2009, 87). Morales complementó la idea en una comunicación personal:

Lo que yo tenía en mente era darle palo a una macroestructura histórica de la condición humana que es el poder, el poder que daba papaya: el político, el militar, el económico, el eclesiástico. Le dábamos palo a todo el mundo y Jaime entendió que la salida era darle palo a todo el mundo” (13 de abril de 2016).

³⁶ La oposición del gobierno de Uribe, como el Movimiento Obrero Independiente y Revolucionario (Moir), en su momento expresó que la reforma constitucional que Uribe promovió para que en Colombia existiera la reelección era un peligro que podría transformarse en una dictadura (Ocampo, febrero de 2006).

³⁷ Nombre que parodia el Comando Central.

³⁸ Hace alusión a los carteles de la droga.

La importancia del programa de Garzón quizá fue darle gran popularidad en el país a un ejercicio que es propio del humor político: no sólo hacer reír, sino generar reflexión a partir de ello. “Quac dejó de ser solamente un programa de humor para convertirse en un generador de opinión” (Izquierdo, 2009, 97). Más importante aun puede ser que *Quac* haya mostrado una forma de hacer las cosas, de hacer crítica, y que más producciones de humor político, como se ha expuesto y se expondrá en este trabajo, hayan surgido en el país. “Con Quac se consolidó el humor político en la televisión, un género que estaba en pañales y del que había muy pocos antecedentes” (Semana, 1997). El peso de Garzón en el programa Germán Izquierdo lo resume diciendo: “En Quac, Garzón se convirtió en el humorista más influyente del país” (2009, 93).

Morales hace dos observaciones que son útiles para los planteamientos de este trabajo de grado. Por un lado, señala los procesos de apelación a las identidades que se llevaban a cabo en la escritura de *Quac* (recordemos a Lipovetsky). Por otro, muy en línea con la importancia que tiene el humor político en el fortalecimiento de la democracia, afirma que el programa tuvo funciones pedagógicas, pues en algún punto motivó a las personas a informarse para entender y poder reírse con *Quac*:

En *Quac* hubo procesos identitarios y en el acercamiento de la risa, que era lo que queríamos provocar junto con las preguntas, estaba el factor de identidad, pero lo clave también era la coyuntura. Ser un noticiero implicaba que la gente estuviera pendiente. Empezamos a ver gente que entendía el programa, que podía ser cifrado porque era para un público con cierto nivel intelectual. Había otra gente que no y otra a la que solo le interesaba la payasada porque la había, inclusive los niños se reían con los personajes. La gente empezó a leer prensa, ver noticieros, oír radio para poder entender de qué iba *Quac*. Empezaron a entender del proceso 8.000, del paramilitarismo. Logramos un nivel de pedagogía sin querer (comunicación personal, 13 de abril de 2016).

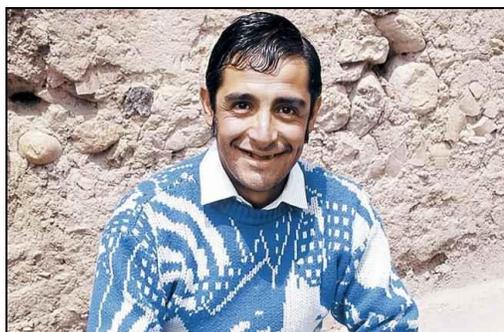
El rating del programa sobrepasó los 30 puntos en su emisión de las siete de la noche y salió del aire el 26 de abril de 1997. En definitiva, el argumento para

terminarlo fue el agotamiento físico del grupo de actores y libretistas. Tanto Claudia Gómez como Antonio Morales dijeron que es bueno salirse de la fiesta cuando está en lo mejor, la primera lo dijo en *Semana* (Semana, 1997) y el segundo, en la *Revista Número* (Izquierdo, 2009, 119) y de nuevo en una comunicación personal (13 de abril de 2016).

2.4 Heriberto de la Calle y Garzón, el mediador incómodo (1997 – 1999)

Los dientes desordenados eran casi una marca de Jaime Garzón, uno de sus rasgos más característicos. En 1997, casi al tiempo de dar inicio con Antonio Morales a un nuevo proyecto televisivo llamado *Lechuza*, Garzón decidió cambiar de dentadura. Un día bromeando con la caja de dientes para impresionar a Morales, se la quitó para mostrar cómo se transformaba su cara. A Morales le pareció increíble y entonces nació Heriberto de la Calle, un lustrabotas muelco, que vestía camisas de todos colores, con la piel tostada por el sol y el pelo tieso de tanto gel, como se ve en la Figura 8. Pero lo más característico es que Heriberto no tenía pelos en la lengua, decía todo lo que pensaba y como lo pensaba, sin el más mínimo ápice de lo políticamente correcto.

Figura 8: Jaime Garzón interpretando a Heriberto de la Calle (fotografía). (Cromos.com.co, 12 de agosto de 2014).



Lechuza duró un par de meses para Jaime, pero el personaje de Heriberto de la Calle encontró un espacio en el noticiero del reconocido periodista colombiano Yamid Amat, CM&³⁹. En esos segmentos, con franqueza y muchas veces con imprudencia, Heriberto entrevistaba figuras públicas del país, políticos, candidatos presidenciales, artistas, modelos, y hasta guerrilleros, les hablaba como pidiéndoles que fueran tan sinceros como él lo era con ellos. Pretendía, por ejemplo, que los políticos se bajaran de su discurso demagógico y dijeran la verdad. Al respecto, Germán Izquierdo relata:

Antonio Morales cuenta que cuando lo vio por primera vez al aire en CM&, “Heriberto dejó de hacer parte del mundo de la ficción y se volvió real”. Con el embolador, Garzón había traspasado una frontera. Sus personajes en *Zoociedad* y en *Quac* eran caricaturas de seres humanos con diálogos inventados; Heriberto, por su parte, anulaba al propio Garzón, tomaba posesión de su cuerpo y ahora era *él* quien actuaba en el plano de la realidad hablando con los políticos de los que antes se burlaba Garzón. De manera que Heriberto, no Garzón, tuvo frente a él a los personajes más renombrados de Colombia a finales de los años noventa, a quienes les sacaba los trapos al sol, a quienes dejaba sin palabras en el horario de mayor audiencia, a quienes hacía sonrojar con sus preguntas directas e indirectas, a quienes, sin vergüenza, les cantaba la verdad en la cara. (Izquierdo, 2009, 125).

Heriberto sólo tuvo dos años de vida, pero, en lo que duró, generó un gran impacto en la opinión pública, sobre todo porque en los temas de conversación del *lustrabotas* con frecuencia aparecía el proceso de paz que quiso llevar a cabo Andrés Pastrana cuando en 1998 subió a la presidencia de la República. Luego, la inmersión del humorista en el conflicto armado de Colombia se hizo más

³⁹ Garzón y Yamid Amat también trabajaron en Radionet, una iniciativa de Amat, quien en 1996 decidió crear una cadena radial de noticias 24 horas, en asocio con el Grupo Santo Domingo. Junto al también director de CM&, trabajaron periodistas como César Augusto Londoño y María Elvira Arango. Jaime Garzón, de hecho, iba en su camioneta hacia la emisora cuando fue asesinado por sicarios la mañana del 13 de agosto de 1999. Radionet salió del aire en el 2004.

profunda cuando Jaime Garzón empezó a servir de mediador para la liberación de secuestrados. Empezaron a circular versiones de que Garzón se lucraba con su labor. Explica Izquierdo en su libro:

En mayo de 1998, el general Jorge Enrique Mora Rangel⁴⁰, comandante de la Quinta División del Ejército, le solicitó al zar antisequestro de la época, Rubén Darío Ramírez, que investigara las labores de Garzón en la liberación de los secuestrados por parte de las Farc. El oficio de Mora dice en uno de sus apartes: “Considero que es importante esclarecer los hechos precisos en que el señor Garzón imparte instrucciones a uno de los integrantes de esa agrupación narcoterrorista sobre la entrega de los plagiados”. Ante eso, el 22 de mayo de 1998, Garzón le envió una carta al general Mora que finalizaba diciendo: “General, no busque enemigos entre los colombianos que arriesgamos la vida a diario por construir una patria digna, grande y en paz, como la que quiero yo y por la que lucha usted”. Un mes después de haber mandado la carta al zar antisequestro, el general Mora reconoció ante los medios que la labor de Garzón era meramente humanitaria. Garzón, sin embargo, había quedado intranquilo con la desconfianza que había generado entre los militares e intentó hablar con Mora justo cuando éste fue nombrado comandante del Ejército en 1999. Pero éste nunca lo atendió (Izquierdo, 2009, 148).

Al tiempo que Garzón cumplía su labor humanitaria por la que era investigado, a lo largo y ancho del territorio del país, los paramilitares perpetraban masacres prácticamente a diario, mientras que la guerrilla hacía crecer su negocio de narcotráfico y se fortalecía en la zona de distensión de San Vicente del Caguán, que se había acordado con el gobierno de Pastrana antes de empezar los diálogos de paz, y que por lo mismo resultó ser todo un fracaso, al igual que las negociaciones. El ambiente estaba más que tenso y todos los días los titulares de prensa se llenaban de noticias de secuestros, un panorama en el que, a la postre, la propuesta de la política de Seguridad Democrática de Álvaro Uribe Vélez sería bien recibida por los electores.

⁴⁰ En 2012, Mora fue escogido por el gobierno de Juan Manuel Santos como uno de los negociadores en la mesa de diálogo con la guerrilla de las Farc, en la Habana, Cuba.

En definitiva, la labor de Garzón fue cuestionada, mal vista, se le acusaba de ser aliado de la guerrilla, lo que sin duda no era del agrado de los paramilitares, las Fuerzas Militares y altos funcionarios. Y Garzón lo sabía. Por eso presentía su muerte, la que le provocaron los disparos de unos sicarios en motocicleta a las 5:45 de la mañana del 13 de agosto de 1999 en el barrio Quinta Paredes de Bogotá.

Según Antonio Morales, Jaime Garzón se entusiasmó cada vez más con el personaje que había creado y que trascendió *Lechuza*. Con eso, se rompió el blindaje que ofrece la ficción, a la que también se refirió Eduardo Arias al decir que el humorista “no hace daño”, en cambio el perseguido es el personaje real, como el periodista. En definitiva, Heriberto se volvió prácticamente real y por eso generó tanta recordación entre el público. “Dejó de ser un hombre de la ficción, para empezar a interpretar con personajes reales y él como personaje real porque quería ser presidente, congresista. (...) Le costó la vida, ni más ni menos. Se fue al páramo con las Farc, empezó a embarrarla, estaba loco con su vanidad, no le era suficiente su poder como actor y como personaje mediático” (comunicación personal, 13 de abril de 2016).

Hasta hoy ese crimen se encuentra sin resolver, el proceso ha estado lleno de inconsistencias en las versiones de los testigos. El coronel (r) Jorge Eliécer Plazas fue capturado en 2014 por el asesinato de Garzón y deberá responder por ello en un juicio. El 10 de marzo de ese año, un juzgado profirió sentencia con condena de 38 años de cárcel para el jefe paramilitar Carlos Castaño, a quien se ha dado por muerto desde 2004⁴¹, por ser coautor del asesinato. Asimismo, la

⁴¹ Confesiones de paramilitares han dado cuenta de que darle muerte a Castaño fue orden de su hermano, Vicente, quien está prófugo de la justicia. Las autoridades dieron con unos restos que, tras un estudio de laboratorio, se dijo eran los de Carlos Castaño. Para la Corte Suprema de Justicia las pruebas no son contundentes, y por eso se le ha condenado en ausencia. Los restos del otro hermano, Fidel Castaño, habrían sido

Fiscalía en mayo y octubre de 2015 expresó que existen pruebas suficientes para inferir que el exsubdirector del Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), José Miguel Narváez, participó en la planeación y ejecución del asesinato de Garzón. Según testimonios de exparamilitares, Narváez, quien al momento del asesinato era profesor de la Escuela Superior de Guerra, era muy cercano a Carlos Castaño y le decía que Garzón era guerrillero del EPL. Para el ente acusador, Narváez instigó el crimen y por eso ha pedido su condena. En contraste, la Procuraduría en diciembre de 2015 pidió la absolución de Narváez por considerar insuficientes las pruebas de los nexos entre el exsubdirector del DAS y Castaño. Ante la Jueza Séptima Especializada de Bogotá, el representante de la Procuraduría en el caso, Rubén Darío Escobar, manifestó “que los jefes paramilitares aseguraron que Carlos Castaño Gil había ordenado el crimen por solicitud de altos mandos militares quienes “estaban cansados” de la mediación que estaba adelantando Garzón Forero para la liberación de personas secuestradas por el ELN” (El Espectador, 1 de diciembre de 2015), pero que en los testimonios no había rastro de la supuesta participación de Narváez. Actualmente, hay iniciativas para que el crimen sea declarado de lesa humanidad.

2.5 El programa que siguió (1997 – 2000)

En el Colegio Hispanoamericano Conde Anzures de Bogotá, un sombrío e introvertido niño se hizo amigo del carismático “alumno de mostrar” (Silva, 2010). Se trataba de Santiago Moure, bogotano, y Carlos Vives, quien de Santa Marta llegó a la capital del país a los 12 años. El primero estudió actuación, y el segundo se convirtió en un reconocido cantante.

encontrados en 2013, aunque para la Fiscalía las dudas persisten, por lo que pidió a Medicina Legal hacer estudios más detallados.

A Vives, a principios de los años noventa, lo asaltaron las ganas de sacar adelante un programa de humor irreverente llamado *La Tele*, para el cual no dudó en llamar a Moure, quien siempre lo hacía reír con sus chistes. Para que formara parte del grupo, llamó también a Martín de Francisco, hermano de su exesposa, Margarita Rosa de Francisco. La química entre Martín y Santiago fue casi instantánea (Higuera, 2013).

La Tele se transmitió durante dos temporadas, una de 1993 a 1994, con la programadora de RCN, y la otra entre 1994 y 1995, con Caracol. En un primer intento, Carlos Vives era el presentador, pero luego Santiago y Martín se quedaron con el protagonismo. Esa fórmula fue la más exitosa, la más recordada hasta hoy.

El programa se empezó a realizar desde un set iluminado con luz mortecina y con un sofá desde el que De Francisco, vestido con una gabardina, y Moure, con un saco cuello tortuga, ambos con pelo largo y gafas oscuras, criticaban figuras de la vida pública nacional, la televisión colombiana y la farándula, y salían a hacer reportajes de situaciones cotidianas, como la labor en una lavandería o la de un recreacionista, en los que los entrevistados constantemente se quedaban sin palabras, saboteados por las preguntas incómodas de doble sentido de Martín y Santiago. Ellos mismos se referían al programa como una “porquería”, recomendaban a la audiencia no verlo, pues era “un programa de mediocres para mediocres”.

Cuenta Rafael Noguera, quien fue director del programa, que los espacios que tuvo *La Tele* en las pantallas fueron en parte posibles por la popularidad de Carlos Vives, quien para la época ya había lanzado su disco *Clásicos de la provincia* (1993), que lo llevó a los primeros lugares de la lista latina de Billboard. También había protagonizado la telenovela sobre la vida del compositor vallenato Rafael Escalona, tal vez su papel más recordado en la televisión, junto con el de

Gallito Ramírez, entre el 86 y 87, novela que protagonizó con Margarita Rosa de Francisco.

Carlos ya estaba saliendo de ser actor. Tenía eso sí un proyecto muy querido para él que era una historia como la del 'Pibe' Valderrama, de fútbol, que se llamaba *Pescadito*. Obviamente era lo que anhelaba tener Caracol o RCN, y entonces como contentillo dijeron: "Bueno, hagan *La Tele*", pero además porque realmente era un programa que no les costaba mucho, era una vez a la semana, media hora y listo. Fue como si dijeran: "démosle el dulce al niño", y cuando RCN fracasó con el dulce, cuando fracasó hacer *Pescadito* con RCN, entonces no les interesó más *La Tele*. Nos fuimos para Caracol más o menos con la misma expectativa, y cuando no se dio lo de *Pescadito* con Caracol, se acabó. (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de 2014).

El tubo de escape que encontraron fue hacer radio en la emisora Radioactiva, de la cadena Caracol Radio. Durante un poco menos de año y medio, tomó forma un producto similar a *La Tele*. Se llamó *El siguiente programa*.

En ese el problema ya no era que no funcionaba, sino que funcionaba demasiado. Por eso nos fue mal. Ahí empezamos a ser una amenaza para los que hacían en Radioactiva el programa de la mañana. Porque en principio la idea era que nosotros hacíamos una hora en la mañana, pero nos terminamos tomando las tres horas. Muy pendejos porque nos pagaban lo mismo por una hora, quisimos hacer una renegociación para que nos pagaran lo que estábamos haciendo. (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de 2014).

Antes de que acabara el programa de radio, el caricaturista Hernán Zajec abordó al equipo con la idea de hacer un piloto para televisión. "No tenía mucha idea de qué iba a ser el programa, eran como las aventuras de Martín y Santiago en muñequitos". Noguera reconoce que la animación (ver Figura 9) nunca fue el fuerte y que se notaba que unos capítulos eran mejores que otros. "Teníamos que encontrar el camino de qué era lo que íbamos a contar ahí. Entonces empezamos mamándole gallo a la farándula" (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de

2014). En 1997 se empezó a transmitir *El siguiente programa*, con la programadora Cenpro. Noguera agrega: “Paradójicamente, dentro de una programadora que era de la Iglesia Católica, encontramos más libertad que en ninguna otra parte”⁴². Produciendo *La Tele* con RCN, el Consejo Nacional de Televisión abrió incluso una investigación contra los realizadores, pues supuestamente la carrera deportiva de un joven se había arruinado a causa de una entrevista que le hizo Martín de Francisco. Otra investigación se abrió a partir de quejas que se hicieron en contra de RCN porque en *La Tele* se había emitido una grosería. Al respecto, el exdirector del programa explica: “Esas quejas pueden ser desde muy tontas hasta venir del hijo de alguien importante que conoce a alguien en el canal. El lobby negativo ayuda a que los programas digan “yo prefiero los lunes no tener todos esos comentarios de gente quejándose” y se tocan después intereses que pueden ser bien importantes de anunciantes y por eso creo que no perduran” (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de 2014).

Figura 9: *El siguiente programa* (fotograma). (El siguiente programa oficial, abril 13 de 2015)



⁴²Cenpro fue conformada por un grupo de sacerdotes jesuitas.

El programa animado se burlaba de la cultura colombiana, o “chibchombiana”⁴³, sus celebridades, periodistas y el mundo del espectáculo, de una forma muy similar a *Beavis and Butthead*, el programa estadounidense, animado también, en el que los protagonistas, unos jóvenes despreocupados, se burlan desde su sofá de segmentos televisivos. Asimismo, en Latinoamérica ese tipo de televisión irreverente había venido surgiendo con fuerza en los noventa con programas como *Videomatch* en Argentina, en el que se hacían cámaras escondidas y se presentaban *bloopers* de televisión.

Pero a *El siguiente programa* la política se le fue metiendo de a pocos. Era inevitable, según Noguera. Acababa de pasar el escándalo del proceso 8.000 y en 1998 Andrés Pastrana subía a la presidencia de la República. “Hacer caricatura política era una tentación bien grande, y creo que lo logramos sin perder la farándula, y a veces mezclándolas” (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de 2014).

El capítulo titulado “La devoradora de Bora Bora” (Conexión creativa, 2009), por ejemplo, fue un capítulo en el que el presidente ‘Patraña’⁴⁴ embarcaba en el “Narca que Noé” a un grupo de parejas de periodistas, locutores, políticos y presentadores de televisión, dos “de cada especie”, para salvarlos a ellos y otros “animales” del diluvio, y llevarlos a la “tierra prometida”, donde Chibchombia sería reconstruida. Pero en el camino naufragan, llegan a la isla de Bora Bora⁴⁵, en el Pacífico Sur. Al final, resulta que todo era un experimento de los Estados Unidos, que deja como conclusión que Chibchombia no se puede reconstruir sin

⁴³ Colombia en *El siguiente programa* se llamaba Chibchombia, lo que hacía alusión a la familia de lenguas chibcha a la que pertenecía la del pueblo muisca, habitante del altiplano cundiboyacense, entre otras. La alusión tiene implicaciones negativas en relación a la realidad indígena, algo habitual en el programa, en donde –por ejemplo– se emplea el nombre “guambiano” como un insulto.

⁴⁴ Hace referencia al presidente Andrés Pastrana.

⁴⁵ Bora Bora es una isla real, ubicada en el Pacífico Sur, en la Polinesia francesa.

conflictos, “lagartos”, ni corrupción. A los náufragos no les queda otra que volver a territorio colombiano.

En los capítulos se burlaron de la alcaldía de Enrique Peñalosa⁴⁶ en Bogotá y también de la conducta electoral de los colombianos, por ejemplo, cuando el grotesco Cerdo, un personaje obeso maleducado que existió desde los tiempos de *La Tele*, llega a la presidencia de la República. Llegaron a tener 27 puntos de rating. Señala Noguera: “Ahí ya empezamos con los canales privados” (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de 2014). Se refiere a la entrada en operación de Caracol y RCN como canales privados el 10 de julio de 1998, casi un año después de que se ganaran la licitación en audiencia pública para operar dos frecuencias que hasta entonces estaban en manos del Estado. Luego de ese cambio en las reglas de juego, que tuvo implicaciones para *El siguiente programa* y toda la televisión nacional -algunas de las cuales se abordarán en el siguiente capítulo-, a la producción le quedaron dos años de vida con Cenpro, que programaba para Canal Uno y Canal A, los cuales eran operados por la empresa estatal Inravisión. *El siguiente programa* salió del aire en el año 2000.

Así las cosas, la década de los noventa, si bien fue la época apenas de los primeros proyectos abiertamente de humor político en televisión, fue terreno fértil para la mayor variedad de formatos de este género que ha habido en las pantallas, en gran parte influenciados por producciones internacionales. *¡Quac! El noticero*, sin embargo, rompió con esa tendencia y consolidó a Jaime Garzón como la figura más recordada del humor político en el país. Su influencia se reflejó en el rol que asumió como mediador para liberación de secuestrados. Eso,

⁴⁶ Enrique Peñalosa fue alcalde de Bogotá entre 1998 y el 2000. De su gestión resaltan la construcción de las primeras fases del sistema de transporte público masivo Transmilenio, así como la construcción de alamedas, la disposición de bolardos para evitar el parqueo en zonas prohibidas, la renovación del sector deprimido conocido como El Cartucho (que luego resurgió en otro punto del centro de Bogotá, conocido como el Bronx), entre otras. Peñalosa fue elegido de nuevo como alcalde en 2015 y asumió el cargo a partir del 1° de enero de 2016.

en últimas, incomodó a paramilitares, quienes, con agencia de miembros del Estado, asesinaron a Garzón. Además de su trabajo, producciones animadas y caricaturizadas, como *El siguiente programa* y *Los Reencauchados*, se encargaron de criticar la esfera política y los medios de comunicación, en la medida que el modelo de televisión lo permitió. El cambio en la legislación colombiana, como se verá en el siguiente apartado, cambió las condiciones para hacer y sostener producciones televisivas al tiempo que en lo político la polarización se acrecentaba.

3. El humor político en la televisión colombiana del siglo XXI: después de Garzón y un nuevo modelo económico

En 1997 el negocio de la televisión en Colombia cambió para siempre. A través de una licitación, la otrora Comisión Nacional de Televisión⁴⁷ adjudicó los dos canales privados de televisión a RCN y Caracol, mientras que los espacios en Canal Uno y Canal A se les adjudicaron a 25 programadoras (El Tiempo, 11 de junio de 2004). En ese momento, aunque era previsible que las condiciones de la televisión como negocio cambiarían, las cifras hablaron por sí mismas unos años después. Este capítulo pretende exponer aspectos de la transformación que atravesó la televisión colombiana tras el cambio en el modelo económico. Luego, se echará un vistazo a los primeros intentos de humor político que surgieron en las pantallas en la nueva lógica de mercado, como *La banda francotiradores* y *NP& con los reencauchados*. Su posterior desaparición lleva a reflexionar sobre los factores que incidieron, entre los que resalta por supuesto la insostenibilidad financiera, producto de lógica del modelo privado, en el que prima el rating. Finalmente, se abordan programas que han aparecido en otro tipo de televisión, diferente de la privada, que encarnan fallas en los libretos y en la generación de empatía con el público, según los testimonios aquí recogidos.

3.1 Nuevas reglas de juego para la televisión

Hasta 1998, el modelo público de televisión tenía prácticamente el monopolio de las pantallas colombianas. La transmisión estaba a cargo de la empresa estatal

⁴⁷ Como se señaló hoy se denomina Autoridad Nacional de Televisión, ANTV.

Inravisión, y de la mayor parte del contenido se encargaba la también estatal Audiovisuales. La participación de la empresa privada era aislada (González et al., 2001, 14)⁴⁸. Pero cuando a la televisión abierta RCN y Caracol entraron en la ecuación, como canales privados, surgieron retos para la televisión pública.

Los canales privados operan el negocio con base en decisiones empresariales de canal, mientras los [canales] públicos se limitan a transmitir los espacios licitados por los concesionarios limitando la estrategia global y la capacidad de generar economías de escala y disminuciones en los costos. Es así, como en una secuencia lógica de decisión, un privado aventaja a un público ampliamente. (González et al, 2001, 16).

Para corte del año 2000, según el estudio publicado por la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, más del 60% de los \$535.000 millones que movía la industria de televisión al año se quedaron en manos de los concesionarios privados, que supieron cómo jugar en el nuevo modelo, incluso exportando sus producciones. Durante ese año, las pérdidas operacionales que sufrieron los concesionarios públicos de los canales operados por Inravisión sumaron cerca de \$12.000 millones, mientras que los canales privados, dos años después de su inversión de US\$95 millones, empezaban a ver utilidades por \$72.000 millones (González et al., 2001, 17).

Más flexibilidad y decisiones con enfoque corporativo en los canales privados por lo general permiten contar con presupuestos para mayores inversiones en los contenidos en comparación con el modelo público. Esos contenidos pueden, entonces, ser más atractivos para el público, lo que, en últimas, tiene un impacto en la audiencia que atrae más pauta publicitaria. A mayor rating, mayor precio por la pauta en los espacios de los canales.

⁴⁸ Estudio publicado por la entonces Comisión de Regulación de Telecomunicaciones (CRT), hoy Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC).

Lo anterior, ha repercutido de manera directa en las tarifas que hoy en día los diferentes canales públicos y privados cobran por sus espacios. Hoy en día los canales privados, por ejemplo, pueden cobrar hasta 6 veces más que los públicos por las franjas más demandadas por los anunciantes (González et al, 2001, 24).

Adicionalmente, reconoció el estudio de la CRT que el mercado permite que la dinámica sea así, pero que también tienen que ver los lazos y la integración de los grupos empresariales dueños de los canales privados⁴⁹ con empresas del sector real y financiero. Desde septiembre de 1998, los grupos económicos dueños de RCN y Caracol retiran su pauta de los canales públicos (El Tiempo, 2004). “Esta situación para los canales públicos se convierte en un círculo vicioso, donde la no percepción de ingresos por concepto de publicidad les impide generar contenido de calidad que genere rating y así sucesivamente” (González et al., 2001, 25).

Pero los desafíos no van hasta ahí. Los canales públicos no tienen el nivel de integración en lo que la CRT llama cadena de valor y otros negocios relacionados con medios de comunicación. Es decir, la empresa estatal por lo general se dedica a operar, mas no a producir contenido ni a estar integrado con negocios de otros medios de comunicación o de internet. Eso genera desventajas de distribución, integración y riqueza de contenido, así como ineficiencias en la prestación del servicio de televisión (González et al., 2001, 7). La CRT en 2001 veía cómo, tal como se ilustra en la Tabla 1, “el Tiempo y Bavaria se están integrando en la industria de la misma forma como las más grandes empresas como Televisa o AOL Time Warner. Inversión difícilmente podrá ser competitivo

⁴⁹ El Canal Caracol hace parte del Grupo Santo Domingo, que después de su venta de Bavaria a SABMiller hace parte de la junta directiva de esa multinacional. Sin embargo, en 2015 se concretó la venta de SABMiller a la cervecera AB Inbev. Las condiciones del negocio no han sido publicadas, así que aún no se sabe qué participación seguirá teniendo el grupo. El Canal RCN es de la Organización Ardila Lülle, dueña de la empresa productora de bebidas no alcohólicas, Postobón, entre otras empresas.

en un ambiente de este estilo” (González et al., 15). Inravisión fue disuelta en 2004.

Tabla 1. Integración horizontal de empresas de medios. (González et al, 2001, 15).

	El Tiempo	Bavaria / Caracol	OLCSA / RCN	Inravisión	Televisa	AOL Time Warner
Televisión Abierta Nacional		X	X	X	X	X
Televisión Abierta Regional / Local	X			X	X	X
Televisión por Suscripción	X	X			X	X
Impresos	X	X			X	X
Radio		X	X	X	X	X
Telecomunicaciones	X	X	X		X	X
Internet (Negocio)	X	X	X		X	X

El panorama se complejiza aun más desde la década de los noventa cuando al país llegó la señal por antenas parabólicas y se adjudicaron concesiones para prestar servicio de televisión por suscripción (González et al, 2001, 13). Eso, sin duda, mordió mercado de la televisión nacional. En el año 2000 había 577.000 abonados a la televisión por cable y 78.000 a televisión satelital (CRT, 2002, 18). El total de abonados a televisión por suscripción para noviembre de 2014 fue 4,8 millones (CRC, 2014, 8). Por participación de ingresos en el sector de las telecomunicaciones también ha sido notorio el auge de la televisión por suscripción, pues mientras que en el 2001 fue del 3,2%, en 2014 fue 8,3%.

Entre 2015 y 2016, una vez más, debido a los cambios que han supuesto la masificación de internet, de televisión por suscripción y la creación y masificación de servicios de *streaming* como Netflix, la Autoridad Nacional de Televisión ha tenido que adelantar estudios que determinen un nuevo modelo económico de la televisión abierta radiodifundida, es decir, qué tanta pauta hay en el mercado,

cómo se puede distribuir, y, a partir de eso, definir cómo se estructurará el Canal Uno⁵⁰ y si hay cabida para un tercer canal⁵¹ de televisión privada. Además, la ANTV contrató expertos internacionales para estructurar una nueva propuesta de política de televisión que precisamente introduzca en la ecuación los servicios de televisión por internet, y en general las nuevas formas de ver contenidos televisivos (El Espectador, 1 de julio de 2015).

En definitiva, la coyuntura del mercado tuvo impacto sobre los productores de contenido. *El siguiente programa*, por ejemplo, se dejó de emitir en el 2000, año en que Cenpro terminó operaciones⁵². De fondo, estaba la crisis de los canales públicos que no maniobraron para hacerse sostenibles luego de la aparición de RCN y Caracol. En septiembre de ese año, la empresa emitió un comunicado en el que decía que “luego de realizar un análisis juicioso y detenido de la situación por la que atraviesan los canales públicos, no era posible continuar desarrollando la propuesta innovadora y diferente que desde hacía varios años venía adelantando la programadora y que le permitieron cosechar 78 premios entre nacionales e internacionales” (El Tiempo, 2000).

Las condiciones para hacer humor político en televisión sin duda cambiaron con la llegada de los canales privados, porque la televisión, como un todo, cambió. El humor político de por sí había entrado en crisis luego del asesinato de Jaime

⁵⁰El Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 ordenó a la ANTV llevar a cabo esos estudios de mercado para determinar cómo se administrará la parrilla de programación del Canal Uno, si será uno o más concesionarios los que determinarán los contenidos del canal. Las concesiones actuales –CM&, Jorge Barón y NTC- están prorrogadas hasta 2017 y los estudios estarán listos, según la Autoridad, en 2016.

⁵¹La existencia de un tercer canal en Colombia ha sido un tema de debate incluso desde que fueron adjudicados los dos canales privados RCN y Caracol. En 2012, el Consejo de Estado anuló el proceso de adjudicación por falta de oferentes. En abril de 2014, el ente se volvió a pronunciar y ordenó que la ANTV cumpliera con una serie de requisitos antes de iniciar un nuevo proceso de licitación. El cumplimiento de esos requisitos fueron presentados por parte del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones al Tribunal Administrativo de Cundinamarca en 2015.

⁵² En 2009, se hizo el lanzamiento de *El siguiente programa* en DVD.

Garzón, y se agudizó con el nuevo modelo económico. *Los Reencauchados* terminaron casi al tiempo porque producirlo era muy costoso y no generaba rating, que era indispensable en el nuevo modelo económico. Juana Uribe señala al respecto que:

La llegada de los canales privados fue todo un aprendizaje en cuanto a la manera de programar. Las novelas seguían siendo muy fuertes y coincide con que tanto Caracol como RCN pertenecían a grupos económicos y tenían medios de comunicación, radio. Un programa como *Los Reencauchados* era más difícil de hacer porque tenía como eje burlarse de los medios (comunicación personal, 18 de diciembre de 2014).

Los integrantes de *El siguiente programa*, en el modelo privado, luego del fin de Cenpro, tuvieron conversaciones para continuar existiendo en las cadenas privadas, las cuales pusieron como condición no burlarse de la farándula ni de la política, de acuerdo con Rafael Noguera, quien señala que: “Los intereses políticos ya eran mucho más directos. Con las programadoras, había unos espacios que se cedían por licitación, entonces un canal podía tener siete u ocho programadoras produciendo. Dentro de esa variedad, podía haber una programadora con unos intereses y unos amigos y otra, con otros. Había diversidad de gente y de información” (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de 2014).

En un sentido similar, los dos creativos que trabajaron de la mano con Jaime Garzón advierten el giro prácticamente de 180 grados que dio la televisión. Para Eduardo Arias, a pesar de todos sus “defectos”, era el modelo “ideal”:

Era un esquema de televisión que permitía que un programa de humor político estuviera en un horario que le asignaba Inravisión que decía que daba un espacio a las 9 para que haga un programa de humor y opinión, porque la ley lo decía. Lo mismo que *Quac* y *Reencauchados*. Hoy un periodista de opinión no tiene ninguna posibilidad a menos que esté en Canal Capital, el institucional, Día TV o en el canal del Congreso. El nuevo modelo sacó cualquier posibilidad y no porque los canales no quieran

tener los programas sino porque no pueden, no hay por dónde, me han llamado, ha habido pilotos, quieren, pero se ponen a sumar, restar y dividir, y aunque hacer humor político no es tan caro como una telenovela o un noticiero, de todas maneras es costoso y si me enfrentan con una telenovela pues me joden, se acabó el programa (comunicación personal, 7 de abril de 2016).

Antonio Morales, quien había trabajado en RTI, que describe como una productora “liberal”, cuenta su experiencia luego del salto a la televisión privada. Entonces intentó en Caracol sacar adelante un programa de humor llamado *Papaya*⁵³:

Yo creía estar en un universo liberal, amplio, como RTI, pero Caracol ya no era eso, sino que era el grupo Santo Domingo. Solo hicimos tres episodios y lo frustraron (...). Los privados se han dado “pelas”⁵⁴ como [NP& con] *los reencauchados*, pero son “pelas” chimbos y falsos, no hay independencia ni capacidad crítica. Era una especie de *Sábados Felices* con marionetas, y lo digo porque trabajé ahí en el 2009. Duré tres meses, hasta que me dijeron “eso no es lo que hay que escribir” porque no había que darle tan duro al presidente. En Caracol y RCN había contundentes estructuras de censura previa y el humor con eso no funciona (comunicación personal, 13 de abril de 2016).

Morales, quien como se vio anteriormente asegura que Garzón fue sufriendo de fiebre de fama o poder, cree que Jaime, como lo conocía el público colombiano, tampoco hubiera sobrevivido al nuevo modelo de televisión privada, por los motivos expuestos.

En el antiguo modelo, también –como se señaló con antelación- hubo cabida para diversidad de noticieros. Durante la década de los noventa, convivieron los espacios informativos de RCN, Caracol, *24 horas*, *CM&*, *NTC*, *QAP*, *AM-PM*,

⁵³ En palabras de Antonio Morales, era un programa de “periodismo de intervención”, por ejemplo con entrevistas sorpresa y comentarios satíricos con respecto al entrevistado. Puede pensarse en un producto equiparable con *Videomatch* en Argentina.

⁵⁴ Apuestas o luchas por algo.

entre otros. La crisis tras la aparición de los canales privados también tocó a los noticieros. Entre los casos se cuenta el de *24 horas*, que desapareció en el 2000; *NTC Noticias* se convirtió en *Noticias Uno* en 2002 y el noticiero *Hora Cero* también acabó en 2003. Todos fueron desapareciendo, diluyéndose o fusionándose, hasta que en 2004, aparte de los noticieros de los canales privados, sólo quedaron *CM&* y *Noticias Uno*, en manos del periodista Yamid Amat y NTC, respectivamente.

No obstante, en el modelo privado se iniciaron proyectos de humor político, los cuales tuvieron que atender a las nuevas dinámicas del mercado y también a un público acostumbrado al contenido de análisis y crítica política con humor que por casi una década fue lo que caracterizó a Jaime Garzón. Entre estas nuevas propuestas se encuentran *La banda francotiradores*, de RCN, y el *Noticiero NP& con los Reencauchados*, de Caracol.

3. 2 La banda y La banda francotiradores (1999 – 2007)

Casi al tiempo del cambio del modelo de televisión, nacía *La banda francotiradores*, uno de los primeros proyectos de humor político del siglo XXI en Colombia, e inspirado en parte en el legado y vacío que dejó Jaime Garzón (Plata, 2009, 36). El programa, que se transmitía los sábados en la noche por el Canal RCN, coincidió con la llegada de Álvaro Uribe a la presidencia de la República, quien, con su política de Seguridad Democrática, buscaba acabar con los grupos insurgentes por la vía militar, luego del fracaso de los diálogos de paz entre el gobierno de Andrés Pastrana y la guerrilla de las Farc. Uribe, por lo tanto, se volvería uno de los ejes fundamentales para la crítica.

Por ejemplo, se parodia “El minuto de Dios” con “El minuto de Uribe”. Aunque la parodia sale con el nombre original, quien sale hablando es Uribe. Allí de plano hay que rechazar el significado

religioso que sugiere el nombre del programa, y entender que la sátira va encaminada a burlarse de la imagen mesiánica de Uribe, y no a burlarse del programa “Minuto de Dios” (Plata, 2009, 50).

La banda francotiradores era dirigida por Francisco Bohórquez, realizada por Carlos Dueñas, con la producción de Liliana Casas, libretos de Carlos Mario Gallego “Mico”⁵⁵ y César Augusto Betancur, y era presentada por el actor y humorista Santiago Rodríguez y el músico argentino César Escola, desde un set con un piano -interpretado por el mismo Escola-, de colores muy claros y con un formato que pretendía transmitir la sensación de que el programa se hacía de una manera casual y descomplicada. Desde el set, se daba paso a diferentes secciones de *La banda francotiradores* en las que se burlaban de la cultura popular, las celebridades, los grupos armados y, por supuesto, los políticos. Entre 1999 y el 2000, cuando el programa se llamaba *La banda* y estaba enfocado a adultos, con temáticas de contenido sexual, contó con la presentación también de Mary Méndez.

En 2001 se convierte en el programa de humor político *La banda francotiradores*. Entre los integrantes del grupo (ver Figura 10), estuvo el humorista e imitador Camilo Cifuentes, que hizo papeles como el del polémico cantante vallenato Diomedes Díaz y el igualmente controversial futbolista Faustino “El Tino” Asprilla. Probablemente su imitación de una figura de la esfera política más reconocida fue la del, en ese entonces, presidente de Venezuela, Hugo Chávez. También hizo parte del equipo de *La banda* la humorista e imitadora Luz Amparo Álvarez, quien encarnó uno de los personajes más recordados del programa y que estaba

⁵⁵ Carlos Mario Gallego es de las figuras más emblemáticas del humor y el humor político colombiano. Como “Mico” ha publicado caricaturas con contenido crítico en el diario El Espectador. Gallego ha interpretado por años a “Tola”, del dúo Tola y Maruja, un par de señoras chismosas, interpretadas por hombres, que andan debajo de un paraguas criticando la realidad nacional, quienes también tienen una columna de opinión en El Espectador y que han aparecido en espacios televisivos como *El Radar*, del Canal Caracol, y en presentaciones en vivo en teatro.

claramente basado en Dioselina Tibaná. Se trataba de Ester Tulia, la “segunda dama de la Nación”, quien era la empleada doméstica del Palacio de Nariño y que por teléfono, con una voz chillona, les cantaba las verdades a figuras como el expresidente Pastrana o a cualquiera que supuestamente estuviera al otro lado de la línea. Álvarez también interpretó, entre muchos otros personajes, a Dina Mirta, una guerrillera informante de las Farc, muy poco femenina, que ridiculizaba a esa insurgencia contando secretos y detalles de la vida cotidiana de sus compañeros de guerrilla, al tiempo que lanzaba críticas al gobierno, la sociedad colombiana, la clase política y los escándalos sobre nexos entre congresistas y paramilitares que empezaron a destaparse durante esa década.

Figura 10: Los presentadores e imitadores de *La banda francotiradores* (fotografía). (Colarte.com)



En el 2003, el programa había adquirido posicionamiento y era el único programa de humor político que había en el país. Los insumos eran casi en su totalidad los hechos de la actualidad del país (Semana, 30 de noviembre de 2003).

En opinión de Francisco Bohórquez, los colombianos poco leen los periódicos y columnas de opinión, y se informan más que todo de las noticias que sólo ofrecen un punto de vista sin opinión. “La

Banda” con un humor crítico ofrecía una opinión acerca de temas álgidos de la política o temas de farándula o deportes (Plata, 2009, 41).

El equipo de presentadores y humoristas tuvo varios cambios entre 2004 y 2007, año en que terminó. Los realizadores del programa han dicho que se volvió insostenible, pues los salarios que pedían los imitadores eran cada vez más altos, al igual que los costos de producción:

Tanto Liliana Casas, como Francisco Bohórquez y Carlos Dueñas, coinciden en que *La Banda* se terminó porque se volvió muy difícil sostenerla. Los honorarios de los imitadores se volvieron altísimos, y los costos de producción para hacer las caracterizaciones de una manera muy realista, se dispararon. Los tres también coinciden en que no hubo censura, al menos directa, aunque Carlos Dueñas oportunamente anota que “pasar un programa de humor político después de la media noche, cuando casi nadie lo ve, podría considerarse una censura implícita”⁵⁶. No en vano “Mico” describía el programa como “el único programa de los jueves transmitido el viernes” (Plata, 2009, 44).

Una vez terminada *La banda francotiradores*, el canal de la competencia, Caracol, se tomaría cerca de dos años para salir al aire con su propuesta de humor político en televisión, *NP& con los Reencauchados*, justo antes de la transición entre el gobierno de Álvaro Uribe (2002-2010) y el de Juan Manuel Santos (2010-2014, y luego, 2014-2018). Entretanto, durante el 2008 estallaron varios de los escándalos que envolvieron al gobierno de Álvaro Uribe, como el de Agro Ingreso Seguro⁵⁷ y los mal llamados falsos positivos⁵⁸. Ningún programa de humor

⁵⁶ *La banda francotiradores* comenzó siendo transmitida los sábados en la noche, y luego pasó a la franja de las 11 de la noche de RCN, llamada el G11, y su transmisión era los jueves. Como señala Dueñas, el programa se fue moviendo a horarios más tarde.

⁵⁷ En 2008, la Revista Cambio dio cuenta de las irregularidades que se habían presentado en la asignación de subsidios para el desarrollo rural. En vez de campesinos pobres, quienes salieron beneficiados fueron empresarios y terratenientes. En el capítulo 5 se ahondará en este tema.

político en televisión abierta estuvo ahí para registrarlo y analizarlo. Como se verá más adelante, internet fue el frente para hacer ese tipo de crítica.

3.3 Np&, con los Reencauchados (2009 – 2013)

Casi 20 años tuvieron que pasar para que las marionetas que por primera vez puso Juana Uribe en las pantallas de la televisión colombiana volvieran a salir al aire. Esta vez la idea fue de Jorge Alfredo Vargas, reconocido presentador de noticias, primero en el Canal RCN y, luego, en Caracol.

Desde el inicio, los realizadores fueron conscientes de que el programa era costoso, pues se necesitaban tres personas para manejar cada marioneta, que eran alquiladas a Paulo Laserna, quien, luego de la salida del aire de *Los Reencauchados* en los años noventa, se quedó con las figuras de caucho. Además, el proceso de realización era dispendioso. El equipo de creativos se reunía los lunes en un consejo de redacción, donde arrojaban ideas de lo que se iba a hacer durante los días siguientes. En el transcurso de la semana, los libretistas estructuraban las notas que se grababan durante el jueves y el viernes: primero las pistas de audio y luego el ensamblaje con el video.

El programa salió al aire en noviembre de 2009, previo a la temporada de elecciones presidenciales para el periodo 2010-2014, en la que los principales contendores fueron Juan Manuel Santos y Antanas Mockus. Las marionetas de la primera versión de *Los Reencauchados* volvieron a aparecer y otras nuevas

⁵⁸ Las ejecuciones extrajudiciales durante el gobierno de Uribe se hicieron visibles con el escándalo que se desató tras la desaparición de jóvenes en el municipio de Soacha que luego aparecieron reportados como guerrilleros muertos en combate. Sin embargo, en la lista se encontraban jóvenes desempleados, incluso niños y personas con discapacidad mental. Varios miembros de la cúpula militar han sido condenados por esos hechos que no pueden observarse ni comprenderse por fuera de la política de Estado del momento.

fueron introducidas. Por casi tres años, el programa se iniciaba con un consejo de redacción ficticio entre las marionetas que encarnaban a los periodistas del Noticiero NP&⁵⁹, entre ellos, Diario Narizmendi, que parodiaba a Darío Arizmendi; Amik, que parodiaba a Yamid Amat; Jaime Gayly, el ‘reencauchado’ del periodista peruano Jaime Bayly; Juan Tossaín, la marioneta de Juan Gossaín⁶⁰, entre otros. El presentador era el personaje Severo Copete, como se puede ver en la Figura 11. En las últimas temporadas del programa, la emisión se iniciaba directamente dando paso al estudio de noticias, desde donde Severo Copete presentaba las notas.

Figura 11: Las marionetas de *NP&* con los *reencauchados* (fotografía). (Semana.com, 19 de abril de 2013).



Durante casi cuatro años, NP& se burló de la coyuntura política y, al igual que otros productos de humor político en el país, también parodiaba personajes de la

⁵⁹Satirización del nombre del noticiero de Yamid Amat, CM&.

⁶⁰ Si bien atreverse a sacar al aire un programa con las mismas marionetas de hace casi 20 años en alguna medida puede ser diciente de la vigencia de personajes como Darío Arizmendi y la importancia de la radio para la opinión pública. Santiago Rivas, presentador de *Los puros criollos*, de Señal Colombia, apunta a ese factor como uno de los elementos que quizá fueron en detrimento de la empatía de la producción con el público. Dice: “Los personajes no son empáticos, se quedaron además en los mismos personajes que tenían hace diez años, ‘El Tino’ ya no está tan en boga, no vale tanto la pena tenerlo ahí, si tienen esa máscara pues hacen otra, de James [Rodríguez] por ejemplo. Se quedan en la voz de Arizmendi, pero nadie se burla de su lambonería, a Carlos Antonio [Vélez] le dicen ‘Dios Antonio’, pero no pasa mucho ahí si no se están respetando las reglas más básicas del humor” (Rivas, comunicación personal, 4 de febrero de 2015),

farándula y deportistas. Entre las marionetas más recordadas estará sin duda la del presidente 'Juan Ma', es decir, Juan Manuel Santos, quien ganó las elecciones en 2010. El programa empezó también a registrar con humor cómo se iba tejiendo la acérrima oposición entre Santos y Álvaro Uribe –'Furibe' en el Noticiero NP&-, de quien Santos fue ministro de Defensa. Santos, de acuerdo con analistas y periodistas, llegó al poder precisamente al ser elegido por la expectativa de la gente según la cual Santos daría continuidad a la política de seguridad democrática de Uribe ante la imposibilidad de éste último por perpetuarse directamente en el poder. Sin embargo, apenas llegó a la presidencia, promulgó la Ley de Víctimas y Restitución de Tierras y dio inicio a unos diálogos de paz con la guerrilla de las Farc, para los que se escogió como sede La Habana, Cuba.

De la misma forma, el programa tomó como insumo para los contenidos la normalización de las relaciones diplomáticas entre Colombia y el gobierno de Venezuela, aquellas que durante el gobierno de Uribe se vieron resquebrajadas debido a que el expresidente colombiano señalaba al primer mandatario del país vecino, en ese entonces Hugo Chávez, de refugiar y apoyar guerrilleros en y desde su país. En NP& decían que 'Brochávez' y 'Juanma' eran los "mejores amiguis", mientras que 'Furibe' no dejaba de lanzar críticas contra el nuevo gobierno colombiano.

Estaba también la ya casi infaltable empleada doméstica al estilo Dioselina Tibaná, la línea de continuidad y la omnipresencia de Garzón es evidente. En este caso, su nombre era Ignora, un personaje que pervive en el nuevo programa de humor político radial que emprendió Jorge Alfredo Vargas en la emisora Blu Radio⁶¹, la cual pertenece al mismo grupo de medios del Canal Caracol.

⁶¹ Emisora radial que pertenece al mismo grupo de medios que Caracol Televisión y El Espectador, propiedad del grupo Santo Domingo. Salió al aire en 2012.

El nombre era porque parecería ser ignorante una señora del servicio, pero tiene las preguntas más inteligentes de la vida. En Voz Populi cumple esa labor. Ella no tiene pelos en la lengua para hacer las preguntas que todo el mundo hace cuando va en el bus para la casa y nadie se atreve a decir. Eso es. Y con humor. Ella siempre tiene un tinto, y en vez de decir “cosa” dice “joda”. Eso engancha a la persona, la ironía que maneja. (Vargas, comunicación personal, 2 de diciembre de 2014).

En el 2012, el Noticiero NP& ganó el premio India Catalina como mejor programa de humor. “Pero ese mismo año ganamos como mejor programa de opinión. Le ganamos en humor a *Sábados Felices*, pero les ganamos en opinión a Hollman Morris y *Hablando claro con la prensa*” (Vargas, comunicación personal, 2 de diciembre de 2014). Sin embargo, el año siguiente empezaron a correr rumores de que *NP& con Los Reencauchados* saldría del aire. Las oídas de pasillo se confirmaron en mayo de 2013. El último capítulo se emitió el 5 de ese mes.

Al respecto de la salida del aire del programa, el periodista Gustavo Gómez opinó: “Aunque un canal privado tiene el poder de decidir su parrilla, es una lástima que programas como ese se acaben” (Semana.com, 19 de abril de 2013). Y enseguida añadió: “Mientras no se trate de censura o maltrato a la libertad de expresión, todo está bien. Me parece muy triste porque es el único programa de humor político que quedaba en televisión. Me puse ‘furibe’ con la noticia” (Semana.com, 19 de abril de 2013).

La misma Revista Semana en un artículo insinuó que el fin del programa se debió a que éste se volvió “incómodo” para ciertos intereses. Dago García, vicepresidente de producción de Caracol, dijo que NP& había salido del aire porque había “cumplido su ciclo” y porque es un producto que es pertinente sólo cuando hay “coyuntura política”. Pero cuando salió de las pantallas, Colombia estaba en pleno inicio de temporada de elecciones. Dago García entonces replicó que el país estaba “poco reflexivo” (Semana.com, 19 de abril de 2013). La respuesta podría resultar paradójica en el marco de lo expuesto a lo largo de este

trabajo, y es que precisamente una de las razones de ser del humor político es fungir como generador de opinión.

Jorge Alfredo Vargas asegura que para justificar el fin de un programa de humor político lo más natural es pensar que se volvió incómodo para alguien.

Obviamente tiene que ser incómodo para cierta gente porque si no... Daniel Samper [Ospina] dice que no puede salir a ninguna parte porque todo el mundo lo mira mal. Claro que tiene que incomodar, y ojalá bastante a los poderosos. De eso se trata (comunicación personal, 2 de diciembre de 2014).

De acuerdo con la revista *En directo*, de la Universidad de la Sabana, NP& salió del aire, en parte, porque en la franja nocturna de los domingos empezaron a tener más éxito los especiales con el resumen de la semana del *reality show La Voz* y la novela *Escobar, el patrón del mal*. Pero también porque, como consecuencia de eso, menor audiencia resultó en menor presupuesto, hasta que el proyecto se volvió insostenible financieramente (Páez, 2013, 4).

Se propuso, entonces, como dijo Dago García, que el programa se hiciera por temporadas, en ciertas coyunturas, algo que fracasó, según Vargas, porque era muy costoso encontrar y contratar, cada vez, al equipo de producción, titiriteros, imitadores, que en total eran cerca de 12 personas. Además, en cuanto a espacios de programación “está todo ocupado con novelas y *realities*, y esto no es una fundación. Pero yo lo mantendría, eso le hace falta a este país” (Vargas, comunicación personal, 2 de diciembre de 2014).

Jorge Alfredo Vargas dio inicio a una nueva propuesta de humor político, esta vez en radio, el ya mencionado programa *Voz Populi*, en la emisora Blu Radio, de 4 a 7 p. m. Las emisiones empezaron en 2012, y recogieron parte del talento humorístico que había trabajado en otras producciones de humor como Camilo Cifuentes y el grupo Salpicón, que también había hecho trovas en *Sábados felices*. A la mesa de trabajo se sumaron analistas políticos como Álvaro Forero

Tascón, que aportan un contraste de opinión sin humor. El programa se emite en la misma franja horaria del tradicional programa *La luciérnaga* de Caracol Radio⁶² y el *Tren de la tarde* de RCN Radio⁶³, los cuales tienen un formato similar de opinión con humor, imitaciones y espacios informativos. Como ya se expuso, *La luciérnaga* es un programa de gran trayectoria, que surgió tras los racionamientos energéticos durante el gobierno de César Gaviria y de allí parte de la justificación de su nombre. *El tren de la tarde*, por su parte, surgió en el 2012, conducido por el reconocido presentador de televisión Jorge Mario Valencia, conocido como Jota Mario, y dirigido por Guillermo Díaz Salamanca (Kienyke.com, 8 de octubre de 2012). Díaz Salamanca, por demás, había trabajado en *La luciérnaga*, pero luego de empezar a trabajar para la cadena RCN (propiedad del mismo grupo de medios que canal RCN) dio inicio a *El cocuyo*, un programar similar –como su mismo nombre lo evidencia- a *La luciérnaga* y cuyo espacio luego fue remplazado con *El tren de la tarde*.

Pero, ¿por qué el intento de humor político de Caracol Televisión revivió y hoy, al parecer, prospera en radio, cuando además hay productos similares y ya constituidos en otras emisoras? Cabe señalar que el fenómeno no es aislado, pues algo similar ya había pasado con *La Tele*. Cuando Martín de Francisco y Santiago Moure se quedaron sin el espacio en la televisión, saltaron a la radio, y, como dijo Rafael Noguera, el problema allí fue que tuvieron “demasiado” éxito. Para Noguera, precisamente, la razón para que *La luciérnaga* se haya mantenido al aire durante tanto tiempo, incluso con los cambios corporativos en la emisora, es que Hernán Peláez, su director hasta el 23 de diciembre de 2014, “ha

⁶² Es importante tener claro que a pesar de que la emisora tiene un nombre similar al de Caracol Televisión, no hace parte de ese mismo grupo de medios. Caracol Radio pertenece al español Grupo Prisa.

⁶³ La *Luciérnaga* y *Voz Pópuli* van de 4 a 7 p. m., mientras que el *Tren de la tarde* tiene horario de 2 a 6 p. m.

protegido siempre a su equipo”⁶⁴, sin dejarse afectar por factores o presiones externas (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de 2014).

De acuerdo con Juana Uribe, ambos medios no son comparables. El humor político en radio, según ella, es más viable que en televisión, pues no requiere de “tanta” inversión en escenografía, vestuario y producción en general, inversión que debe ver retornos en las cifras de rating, algo que, según los realizadores, dejó de percibir NP&.

Sin embargo, para el crítico Ómar Rincón, llenar los espacios de radio de la tarde con humor puede tener un efecto contraproducente, hacer que se pierda el sentido de una real crítica en aras de producir contenido para la programación: “La radio se volvió toda de comedia, todos los programas son de cuentachistes y chistes malísimos. Eso mató cualquier posibilidad y es un grave error” (comunicación personal, 12 de diciembre de 2014). Sin embargo, algo que, según Rincón, la televisión debería tomar como ejemplo de la radio es lo que han conseguido en gran parte los libretos de Jairo Chaparro, escritor en *La luciérnaga*. “Los personajes están encarnados, que es, de nuevo lo que hacía Jaime Garzón, encarnar la psicología de un personaje”⁶⁵ (Rincón, comunicación personal, 12 de diciembre de 2014). En un sentido similar opina Santiago Rivas, presentador de *Los puros criollos*, un programa documental del canal público Señal Colombia que recoge y visibiliza expresiones de la cultura popular, y quien, como se expondrá más adelante, tuvo un paso por el humor político audiovisual del país. Rivas asegura que la destreza del humorista para conectarse con el público y generar empatía es lo vital en el éxito de un producto como *La luciérnaga*.

⁶⁴ La entrevista se realizó antes de que Hernán Peláez renunciara al programa.

⁶⁵ Es de recordar que *La luciérnaga* salió al aire antes de que la figura de Jaime Garzón como humorista estuviera consolidada. De lo dicho por el entrevistado se puede interpretar que tanto Jaime Garzón como *La luciérnaga* tienen la virtud de construir una narrativa empática con el público, mas no que *La luciérnaga* se haya inspirado en el trabajo de Jaime Garzón.

La luciérnaga no es la cúspide del humor, no es la gente más aguda, ni más inteligente como humoristas políticos, pero son humoristas políticos y lo hacen bien, son divertidos, son chistosos, afables, y un chorro de gente los oye. Peláez fue *Trending Topic* (en Twitter) tres días seguidos, dio una entrevista a [la emisora] La W y volvió a ser *Trending Topic*, o sea la gente sí consume humor político, es mentira que no. (Rivas, comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

Refiriéndose en particular al Noticiero NP&, Rivas también tiene reparos, no sólo en cuanto a la narrativa, sino a la esencia misma de la crítica que la producción decía hacer.

Los personajes no son empáticos, se quedaron además en los mismos personajes que tenían hace diez años. 'El Tino' ya no está tan en boga, no vale tanto la pena tenerlo ahí, si tienen esa máscara pues hacen otra, de James [Rodríguez]; se quedan en la voz de Arizmendi, pero nadie se burla de su lambonería; a Carlos Antonio [Vélez]⁶⁶ le dicen Dios Antonio pero no pasa mucho ahí. No se están respetando las reglas más básicas del humor, respetar un ritmo de fraseo...

Ómar Rincón lo resume de la siguiente manera: "NP& era la imitación de los políticos pero no con el discurso de los políticos, es el discurso que hace burla de lo que los políticos dicen pero que no produce un pensamiento, una reflexión fuera de eso" (comunicación personal, 12 de diciembre de 2014).

⁶⁶ Narrador de fútbol y periodista deportivo que en el país ha recibido muchas críticas por su supuesta prepotencia.

3.4 ¿Dónde está el humor político en televisión hoy?

La ausencia del humor político en la televisión abierta privada se puede ver como una consecuencia de una supuesta escasez de talentos –o por lo menos de su fomento-, de estructuras narrativas empáticas, de opiniones polarizadas que entorpecen la realización de una crítica política que propenda por la imparcialidad y de la dificultad en la programación dentro de la parrilla que ha resultado del cambio en el modelo de negocio de la televisión desde finales de la década de los noventa. Como se ha dicho con anterioridad, la motivación de este trabajo para estudiar en qué espacios audiovisuales está hoy el humor político en Colombia parte de notar la ausencia de esos espacios en los dos principales canales en audiencia de la televisión abierta, Caracol y RCN. Lo anterior es relevante debido a que es el tipo de televisión más visto y más accesible, precisamente por su carácter “abierto”, de cobertura nacional. Ser los canales más televisados los pone en una posición dominante y crítica como portadores y emisores de información y, por tanto, como generadores de opinión. La noción de la influencia sobre los ciudadanos que puede tener la televisión en Colombia la pueden forjar hechos como que, junto con la radio, es el único medio al que pueden acceder los 11 de cada 100 colombianos mayores de 15 años que en el campo rural colombiano disperso no saben leer ni escribir (Dane, 2015). También hay cifras que afirman que mientras que a 2014 sólo el 52% de los colombianos tenían acceso a internet (Banco Mundial, 2015), el 92% tenía acceso a la televisión (El Espectador, 1º de julio de 2015). Además, en el universo de la televisión, la de tipo abierto representa más de la mitad de la audiencia en comparación con un *share* de la televisión cerrada que ha oscilado en los últimos cinco años entre el 40 y 49% (ANTV, 2014). En la televisión abierta, Caracol y RCN se han hecho a los primeros lugares en audiencia: 86,9% y 91,3%, respectivamente. Le siguen los canales regionales en el tercer puesto con 48,3% entre todos. Por eso, la posición dominante de Caracol y RCN, son críticos los contenidos que a través de

esos canales se transmitan, pues su responsabilidad como generadores de opinión es indudable. No tener contenidos de crítica política con humor es, entonces, un vacío sobre el que hay que reflexionar.

Pero, ¿por qué humor político? ¿Acaso los espacios de opinión de otro tipo no son suficientes o efectivos para generar reflexión, opinión y debate? Para responder los interrogantes, se podría empezar por señalar que, al momento de realizar este trabajo de grado, la investigación llevó rápidamente a concluir que en la parrilla de programación (ver Anexo 1) de los dos principales canales de televisión abierta hay escasos programas de opinión. Existen algunos de reportajes periodísticos de más largo aliento que aquellos que se pueden presentar en los noticieros, tales como *Séptimo día*⁶⁷ y *Los informantes*⁶⁸, en Caracol, y *Cuatro caminos*⁶⁹, en el canal RCN. Pero del género de debate sólo se puede encontrar de forma itinerante *Efecto Naím*⁷⁰, en el Canal RCN, producción que, de hecho, es original de NTN24, el canal internacional de RCN. Asimismo, en RCN se puede encontrar *La noche*, en el que con panelistas invitados se discuten temas coyunturales. En el canal Caracol la oferta de programas de opinión o debate es nula. La escasez de productos de ese tipo en la televisión abierta colombiana es una situación que podría motivar una investigación completa, por lo que este trabajo se ocupará sólo de la ausencia de crítica con humor.

⁶⁷ Programa dirigido por el periodista Manuel Teodoro, transmitido los domingos en la noche y en el que se presentan reportajes o entregas de reportajes de una hora.

⁶⁸ Programa de una hora en el que se presentan tres historias construidas a partir de entrevistas. Se transmite el domingo en la noche, antes de *Séptimo Día* y después del noticiero de las 7 p. m. Es dirigido por la periodista María Elvira Arango.

⁶⁹ Programa en el que se presentan cuatro historias con diferentes formatos: entrevista, periodismo investigativo, de inmersión o documental. Los periodistas son Silvia Corzo, Felipe Arias, Mauricio Vélez y Diana Salinas y el director, Diego Fajardo. Se transmite los domingos en la noche, después del programa *Descárate sin evadir*.

⁷⁰ Programa de análisis, debate y entrevistas, conducido y dirigido por Moisés Naím, economista y escritor venezolano. Es columnista también del diario El País de España. Se transmite los domingos a las 8 p. m. por NTN24 y también se ha transmitido a través del Canal RCN, pero no hace parte de la parrilla permanente de éste.

En cuanto a la importancia del humor político, como se expuso en el primer capítulo de este trabajo, se puede decir que es un género de opinión que abre las puertas a una crítica incisiva y, como han dicho los entrevistados, con elementos que aluden a referentes culturales que permiten otro tipo de empatía con el público. “Es una verdadera y profunda crítica, más que, a veces una columna de opinión que se puede quedar corta en lo que pueden decir. Engancha mucho más fácil al televidente y lo identifica cuando se crean personajes como Ignora”, dice Jorge Alfredo Vargas (comunicación personal, 2 de diciembre de 2014).

En otros espacios de televisión en los últimos años se han visto proyectos de humor político, como *Cero noticias*, de Canal Uno, conducido por Gustavo Gómez⁷¹; *NSN Noticias*⁷², del canal Día TV, conducido por el caricaturista Vladdo, y *Juan Pérez dice*, de Canal Capital⁷³. Los tres canales corresponden a modelos económicos distintos entre sí. Canal Uno pertenece a la televisión abierta de cobertura nacional, pero a diferencia de RCN y Caracol, el operador es público, es decir, el dueño de su frecuencia es el Estado. Día TV es un canal exclusivo del operador privado de televisión por suscripción Claro, mientras que Canal Capital es de la televisión abierta regional, con operador público. Eso es de resaltar pues, como han dicho los entrevistados, el factor económico en la supervivencia del humor político en televisión no es un asunto menor. Jorge Alfredo Vargas señala la diferencia entre un canal público y uno privado en la disposición del presupuesto: “Canal Capital tiene garantizado un presupuesto, se hace y ya. Ellos tienen la posibilidad de hacerlo porque tienen el contrato para hacerlo”

⁷¹ El programa salió al aire y también terminó en el 2014. Se transmitía los domingos a las 8:30 p. m.

⁷² El programa de Vladdo aún se transmite los lunes a las 9 p. m. a través de televisión por suscripción.

⁷³ Juan Pérez Dice era un programa dirigido por Raúl García. Se transmitía los domingos en la noche. Su contenido iba conforme a la línea editorial en apoyo a la alcaldía de Gustavo Petro que asumió Canal Capital durante la dirección de Hollman Morris. Al igual que *NSN Noticias* o *¡Quac!*, éste tiene un formato en el que imita un noticiero televisado, en el que se da paso a sketches o reportes.

(comunicación personal, 2 de diciembre de 2014). Sin embargo, *Juan Pérez dice* (ver Figura 12) duró poco, y en 2015 ya no salió al aire. La producción fue dejada a un lado con la llegada del nuevo jefe del canal, Lisandro Duque, en reemplazo de Hollman Morris, quien se retiró para lanzarse a la política.

Figura 12: Presentador de *Juan Pérez dice* de Canal Capital (fotograma). (Juan Pérez, 4 de marzo de 2014)



El programa de Vladdo (ver Figura 13), reconocido caricaturista que ha hecho carrera en la Revista Semana, -y más recientemente como columnista del diario El Tiempo- se transmite aún los lunes a las 9 p. m. en el canal Día TV, que si bien es canal de capital privado como RCN y Caracol, es de la televisión por suscripción y además no es el *core* del negocio de Claro (empresa de telecomunicaciones dueña del canal): la supervivencia de esa compañía de telecomunicaciones no depende del rating de las transmisiones de su canal, como en efecto sucede con los canales privados de televisión abierta.

Figura 13: Vladdo presentando *NSN Noticias* (fotograma). Presidencia de la República. (7 de agosto de 2012).



Por su parte, Canal Uno, que detenta el 15,8% de audiencia en el universo de la televisión abierta, solía transmitir *Cero noticias*, de Gustavo Gómez (ver Figura 14), quien posteriormente pasaría a dirigir *La luciérnaga* en Caracol Radio, tras la renuncia de Hernán Peláez. Sobre el programa de televisión de Gómez, el columnista de *Las 2 Orillas* Mauricio Díaz escribió:

Tampoco podemos olvidar que 2014 ha sido un año difícil para el humor, acaba de morir Chespirito, le dieron un premio por sus tweet-columnas a Daniel Samper Jr. y salió al aire *Cero Noticias*, un esperpento que parece hecho en Powerpoint, en tiempos de Youtube o Vine. Es justo reconocer que Gustavo es culpable solo de *Cero Noticias*, ¿podrá sentarse un día a ver un capítulo y decidir liberar a los televidentes de sus homilias con gestos de los domingos en la noche? (Díaz, 2014).

En entrevista con el diario *El Tiempo*, el periodista Yhonatan Loaiza le preguntó a Gómez sobre las críticas que recibió su participación en *Cero noticias*, a lo que Gómez respondió:

La gente tiene todo el derecho a criticar, dentro y fuera de redes sociales. ¡Faltaba más, este es un país libre! Ahora, sí debo reconocer que Cero Noticias fue un esfuerzo sostenido en parte por un tipo que, como yo, se entiende poco con las cámaras. Pero sé entenderme perfectamente con las críticas educadas y serias de la gente. Ya lo verán en las tardes de La Luciérnaga, que les pertenece a los colombianos (El Tiempo, enero de 2015).

Figura 14: Gustavo Gómez presentando *Cero noticias* (fotograma). (Cero Noticias, 4 de enero de 2015).



Cero noticias era de la programadora NTC, que continuó operando luego del cambio de modelo de televisión en 1998, y la misma del noticiero *Noticias Uno*, que fue también uno de los informativos que sobrevivió a la transformación, con el eslogan de ser “la red independiente”. Para Rafael Noguera, la apuesta por un producto de humor político es algo plausible dentro de la idiosincrasia misma de NTC, que precisamente se muestra como de línea editorial independiente.

Sé lo que ha pasado con la programadora de Noticias Uno, que ha tenido una posición independiente desde todo el gobierno de Uribe y con Santos también y están acostumbrados. Los líos que les vienen por Noticias Cero (sic) al lado de los líos que se vienen por Noticias Uno... recibirán una llamadita por el programa de humor, pero están dispuestos a darse la pela por las denuncias y

las investigaciones que sacan en Noticias. (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de 2014).

En este caso, *Cero noticias* sufre de lo que Gómez reconoce y los entrevistados en este trabajo señalan: una falta de empatía. La empatía se logra con la mezcla de varios factores, como los libretos. “Toca recuperar el género de humor en el sentido de que es un género de libreto, de historias, es de inteligencia. Colombia tiene buenos intérpretes, pero lo que le falta son libretistas, faltan mentes pensantes que lo puedan hacer” (Rincón, comunicación personal, 12 de diciembre de 2014). Al respecto Santiago Rivas opina que:

Tenemos un montón de gente que se cree chistosísima, porque están empezando a jugar los egos en una vaina donde no debería haber egos, y en la medida en que no hay egos lo de Jaime Garzón era más interesante porque la ficción es un espejo de la realidad, es más fácil explicarle a la gente con simulacros que con ejemplos específicos (comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

Mientras que Jaime Garzón encarnaba personajes y hacía las críticas detrás de un personaje hábilmente caracterizado, nunca hablando como Jaime Garzón, los programas de Vladdo y Gómez se caracterizan porque son ellos, a nombre propio, quienes se sientan detrás de un escritorio a opinar con ironía y sarcasmo. Para Rivas, en esa dinámica está el error de la empatía con el público. Ambos programas tienen un formato de noticiero de “desinformación”, una idea que recuerda la intención de *¡Quac! El noticero*. Pero también, en el caso del de Gómez, incorporaba clips de fiascos en discursos o intervenciones políticas, congresistas corchados, entre otros.

Durante la campaña presidencial de 2014, en su programa, Gómez criticó la forma como los candidatos presidenciales estaban haciendo campaña a partir de los deficientes resultados de los estudiantes colombianos que realizaron las

pruebas Pisa⁷⁴: “To-con-san, To-dos Con-tra San-tos”, dice Gómez mientras sostiene una regla en la mano, como si estuviera aleccionando a niños de colegio y haciendo referencia a la crítica que los candidatos Óscar Iván Zuluaga y Martha Lucía Ramírez hacían a la política educativa del presidente candidato, Juan Manuel Santos (Cero noticias, 4 de enero de 2015). El episodio continúa: “Oscar Iván y Martha Lucía tiran piedra como esa gente que se hace pasar por estudiante en las universidades públicas y que no lo es. Pero olvidan que fue su maestro Uribe –levanta el dedo, nuevamente como si estuviera aleccionando- el que maleducó a estos niños... A los estudiantes, por supuesto”. El tipo de humor de Gómez, sentado detrás de un escritorio, impartiendo sus ironías y opiniones es para Ómar Rincón una de las cosas que fallan en su narrativa:

El de Gustavo Gómez, igual que el de Vladdo, es el programa del chistoso. Vladdo comienza a hablar pensando que él es muy chistoso, como Vladdo, es un stand up comedy. ¡No! Hagan televisión, busquen los personajes, que es lo que hace *La luciérnaga* bien, los personajes están encarnados, otra vez como lo hacía Garzón. Es encarnar la psicología de un personaje. Tu opinión actúela o cuénteme una historia, eso es lo que fracasa en televisión, que se ha vuelto muy mediocre porque no ha entendido que la dramaturgia de la televisión es de personaje. Parten del principio de que son muy chistosos. Los grandes humoristas no se creen chistosos. Un gran humorista no se ríe. Termina el chiste y se queda callado. Don Jediondo se ríe antes de comenzar el chiste, en mitad del chiste y cuando termina, y eso no tiene nada de chistoso. Lo que hay que grabar son personajes en los que tú creas el humor, eso no existe (Rincón, comunicación personal, 12 de diciembre de 2014).

⁷⁴ En abril de 2014, se informó que los candidatos a la presidencia estaban haciendo campaña a partir de los pésimos resultados de los estudiantes colombianos en las pruebas Pisa (Elespectador.com, 2 de abril de 2014). Este examen son las pruebas que realizan los países del llamado ‘club de las buenas prácticas’, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), a sus estudiantes en etapa escolar. Colombia quedó en último lugar, entre 44 países (Semana, 1 de abril de 2014).

Otro factor que, como de alguna manera quedó esbozado en el capítulo anterior, para los entrevistados incide en el éxito de un programa de humor político en televisión es la forma como se programa dentro de la parrilla. La buena o mala ubicación en una franja horaria, de acuerdo con Juana Uribe, es vital para conseguir el rating deseado o fracasar en el intento:

[Un nuevo programa] habría que programarlo bien. Uno a las 8 p. m. tiene que ser posible que lo vea desde un niño hasta la abuela, desde la Costa hasta Casanare. Tiene que gustarle a un rango muy amplio de personas. Pero no son todos los casos. Un maravilloso caso de éxito y de riesgo ha sido *Los informantes*. Tiene un formato que es de tres historias que son fáciles... no precisamente *light*, y que ha funcionado porque está bien contado, bien narrado y porque se le invirtió para hacerlo. Si proporcionalmente se hace con un programa de humor político, se lograría. Y lo otro es quién lo dirija, que no tenga agenda propia porque el país está muy polarizado. Hoy difícilmente se encuentra a alguien que no sea uribista o antiuribista y que tenga la capacidad de darle palo a ambos lados. (Uribe, comunicación personal, 18 de diciembre de 2014).

Sin embargo, según Eduardo Arias, “la misma agenda la tienen los canales, no los libretistas” (comunicación personal, 7 de abril de 2016). Que el humor se acabó con el asesinato de Jaime Garzón, además, para él no es algo cierto, y se refiere a Internet, un tema que nos ocupará en el próximo capítulo:

Uno ve en internet cosas como Parodiario con *El pequeño tirano*. Humor es lo que hay, ese personaje tan excepcional como Jaime Garzón de pronto no es tan fácil de conseguir pero Santiago Rivas, por ejemplo, si le dieran la oportunidad podría llegar a hacer cosas, tiene todas las dotes histriónicas y mucho que decir, y en Twitter uno todo el tiempo ve chistes, y no solo vienen de los llamados “influenciadores” (comunicación personal, 7 de abril de 2016).

Santiago Rivas, por su parte, no cree que el reto de la programación en función de la audiencia sea tan relevante: “Un programa de humor político no necesariamente es de nicho, si uno hace humor político ‘chambón’ y malo, pues la gente no lo va a ver porque es aburrido, cuando la gente encuentra puntos de

empatía, calidez, puntos de admiración, aspiración de idealismo, reconocimiento, carisma, cualquier cosa, la gente lo ve” (comunicación personal, 4 de febrero de 2015) . Según él, la carencia de ese tipo de productos radica en que “no tenemos una televisión gobernada por los escritores, sino una televisión de actores, de farándula” (comunicación personal, 4 d febrero de 2015). En medio, también se ha fortalecido una visión de la televisión como principalmente publicitaria:

Tenemos sólo algunos escritores famosos: Bernardo Romero Pereiro, Jorge Alí Triana, Julio Jiménez, Dago García, Fernando Gaitán, Gustavo Bolívar, y dos más, mientras que en Estados Unidos son equipos enteros que no dejan que se les caiga la escritura, si la gente le pusiera atención a la escritura de drama y comedia a la vez, podría haber productos que se están cayendo a pedazos, de cartón, pero serían interesantes de ver. Pero estamos pensando como publicistas, porque la televisión es publicidad y sólo le interesa el humor cuando vende. (Rivas, comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

Ahora bien, vale la pena detenerse en el elemento de polarización al que hacía referencia Juana Uribe previamente. Como ha quedado expuesto, uno de los factores clave en el éxito de una crítica política efectiva, que genere reflexión, y quizá constructiva es “darle palo” a todo el mundo, para así generar credibilidad, al no caer en favoritismos. De nuevo, el programa de Gustavo Gómez aparece como ejemplo. Según Rafael Noguera, “al principio desgraciadamente Gustavo estaba inmerso en una pelea con el petrismo, entonces la gente identificó que era un programa contra (Gustavo) Petro⁷⁵. Entonces, si alguien critica a Uribe es un programa mamerto. Hemos sufrido esa polarización: si dices una cosa eres paramilitar y si dices otra eres guerrillero” (comunicación personal, 8 de mayo de 2014). Santiago Rivas, por su parte, opina que:

El ambiente de polarización es muy difícil de sobrellevar. Meterse en política es perder en números brutos 50% de la televidencia, y aun así ellos [los canales privados] son muy de hacer

⁷⁵ Alcalde mayor de Bogotá en el período 2011-2015.

propaganda. Los canales privados en este país son medios absurdos y descarados de propaganda. Eso de la independencia siempre va a ser muy complicado porque los grandes pautantes son aliados del gobierno, porque son gobiernos que apoyan a la empresa privada. Por cuenta de las Farc, y por otras cosas, somos un país completamente rechazado, entonces la inversión privada es lo que recibe los verdaderos beneficios del gobierno, y por lo tanto no se van a poner a pelear con el gobierno que les da la mano. Duramos tanto tiempo en encontrar una figura que hiciera lo mismo que hizo Jaime Garzón, porque intentos sí ha habido, pero los canales simplemente los sacaron de su parrilla. Fue falta de oferta pero ellos mismos dejaron de generar la demanda y dejaron de ver que había un gran sector de la población que estaba pidiendo humor político. Sí da miedo la muerte de Jaime Garzón, pero además la cantidad de plata de pauta que llega o se va para callar simplemente lo hace un muy mal negocio, y la televisión no está siendo manejada por gente que sepa de televisión sino de negocios. Nuestros canales hacen parte de grandes conglomerados económicos, Bavaria tiene a Caracol y El Espectador y RCN es de Ardila Lülle, que ni siquiera deja hablar del peligro potencial que significa el exceso de gaseosa para los niños. Entonces la censura viene por todos esos lados y va a estar ahí siempre (comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

Sin embargo, el presentador de *Los puros criollos*, Santiago Rivas, con un grupo de creativos, encontró hace algunos años una oportunidad en esa misma polarización: “Los políticos son efímeros, lo que es permanente, transversal, es la polarización y *El pequeño tirano*⁷⁶ era una serie de humor sobre la polarización, eso nos permite burlarnos de todo el mundo, esa independencia se reafirmó” (comunicación personal, 4 de febrero de 2015). En el próximo capítulo se abordará la aparición del humor político en internet, con productos como *El pequeño tirano*, el que es quizá en Colombia el mayor exponente de una serie audiovisual de ese tipo en la red. Como se verá, en internet ha habido amplio espacio para el surgimiento de propuestas escritas o gráficas que hacen crítica

⁷⁶Serie web animada de origen colombiano, creada en el 2008. Se ahondará en ella en el próximo capítulo.

política con humor, que han tenido gran difusión, incluso más que productos audiovisuales, los cuales son el interés de este trabajo de grado.

En suma, se puede decir que el fin de los noventa y principios de los 2000 trajeron consigo un cambio en el modelo económico de la televisión que puso la pauta publicitaria en el eje principal de la sostenibilidad de los nuevos canales privados en la televisión abierta de cobertura nacional. Precisamente por su gran alcance, RCN y Caracol atrajeron gran parte de los pautaantes y la inversión, y se llevaron una porción de los ingresos que los otros canales, como Canal Uno, percibían. De manera que el humor político, que en general necesita de grandes inversiones – por lo menos más que en radio-, se convirtió en una alternativa difícil de desarrollar y mantener. En RCN y Caracol existieron productos como *La banda francotiradores* y *NP& con los Reencauchados*, que llegaron a su fin con una justificación en común: los costos de producción. Según los realizadores de *La banda francotiradores*, los honorarios de los actores y libretistas se elevaron hasta que el presupuesto no los pudo pagar. En el caso de *NP&*, la razón fue la dificultad de programar. De acuerdo con Jorge Alfredo Vargas, el género de humor político es de nicho, y por tanto es complejo encontrar un lugar adecuado en la parrilla de programación, teniendo en cuenta, además, que los altos costos de producción no se ven en los retornos del rating. Sin embargo, la popularidad en redes sociales de programas radiales y propios de internet podría controvertir esa afirmación.

Decir que es difícil ubicar un programa de humor político en la parrilla se puede interpretar como que los realizadores de televisión justifican la falta de esos contenidos en parte en la carencia de interés por parte del público. Sobre eso, Santiago Rivas analiza:

Que eso sea verdad no quiere decir que siempre lo haya sido. El hecho de que ahora los *realities* y que la televisión sean una mierda, que sólo hay la historia de narcos y malos ejemplos de vida, no quiere decir que eso tenga que ser verdad siempre. Cuando los canales ofrecen algo la gente lo ve, y ve televisión

nacional. La generación que sólo ve televisión extranjera todavía está muy lejos, ni tampoco es lo ideal, lo ideal sería hacer una televisión *mainstream* bien hecha, que fuera chistosa, ácida, cáustica y que trata en lo posible de no ensalzar modelos negativos de comportamiento. Pero independientemente del imperativo moral, creo que empezaron a hacer televisión mala, les empezó a funcionar y la gente sigue consumiendo lo que le dan (Rivas, comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

A partir de lo expuesto es preciso recoger en este momento que entre los principales factores que han incidido en que actualmente en los dos canales privados de televisión abierta no haya productos de humor político está, de entrada, el cambio de modelo de negocio que gestó dichos canales. La dependencia en el rating, a la larga frustró las apuestas como *La banda francotiradores* y *NP&*. En otros canales, diferentes de la televisión privada, el humor político no ha tenido tanto impacto, empezando por la participación en la atracción de audiencia que de por sí tienen, que es menor o bastante menor en comparación con la de los privados. Se suman la falencia en la escritura, en los libretos, en la narrativa, en la crítica efectiva para la generación de reflexión y opinión, en la empatía con el público y, en general, la ausencia de talentos -o de su fomento- que al tiempo sean capaces de superar la polarización.

4. Internet: alternativa para el humor político audiovisual

La teoría ha resaltado el poder democratizador que internet ha tenido en relación con el acceso a la información. Como se señaló en el primer capítulo de este trabajo, la red ha generado una noción de que el poder está descentralizado y tiene una mayor posibilidad de expansión (Sassen, 2008, 201). Principios como la neutralidad de red pretenden precisamente garantizar la transparencia de la información que circula por medios como internet y son defendidos en pro de la libertad de pensamiento y expresión así como de la participación democrática. Estas percepciones de una aparente mayor libertad pueden llevar a pensar que en la actualidad con mayor facilidad el humor político puede florecer en internet que en otros medios.

Sin embargo, internet tiene limitaciones. A pesar de que el debate de la gobernanza de internet por lo general ha apuntado a empoderar al usuario, lo cierto es que asuntos como la propiedad de la infraestructura de entrada suponen que alguien efectivamente tiene algún grado de control sobre internet.

Si de un blog o un medio de comunicación se trata, existe la posibilidad de que su contenido se vuelva viral o popular, y que en ese sentido su sostenibilidad o vigencia esté garantizada. Pero de todas formas la generación de un contenido cada vez de mayor calidad requerirá recursos. Los medios y productos en la red, si bien han acudido a novedosas formas de conseguir dinero, como la financiación colectiva, han adoptado características de los modelos tradicionales de la industria editorial, como cobrar por suscripciones, o de la publicidad, como cobrar por la pauta y eventualmente pautar también o pagar por su posicionamiento en los motores de búsqueda. Este capítulo pretende hacer un acercamiento a las expresiones de humor político que han aparecido en internet y cuyo origen es Colombia, centrándose en el caso más emblemático: *El pequeño*

tirano, además de otros que han surgido en la región y que puedan dar luces sobre este fenómeno, su origen y desarrollo, ya que por las características del medio hay ocasiones en las que las propias nociones de frontera nacional son difusas. A partir de los casos propuestos se busca detectar las facilidades o libertades que encontraron para existir en la red, pero también qué limitaciones enfrentaron. En definitiva, se puede decir que el humor político en internet, tanto audiovisual como escrito -si bien este último no es objeto central de este análisis- ha tenido acogida en el público y ha sido una forma de existir ante la dificultad de acceder a los medios masivos de comunicación por diversas razones culturales, o que responden a dinámicas del mercado o incluso a causa de trabas a la libertad de expresión, como es el caso de Venezuela.

4.1 El pequeño tirano (2008 – 2012)

En este apartado se abordará la historia e impacto del que tal vez fue el proyecto audiovisual de humor político en internet más sólido en Colombia: *El pequeño tirano*.

La segunda temporada de esta serie web animada de humor político, colombiana, y creada en 2008, comienza con el episodio titulado “Memorias del subsidio: por Fercho Dostoyeche”⁷⁷. El parlamento inicial lo dice un pequeño hombre, de escaso pelo y anteojos, mientras camina a lo largo de una plantación de palma africana.

El programa Agro Ingreso Seguro es el sistema más diáfano, transparente y puro para disminuir la desigualdad en el campo. ¡Qué orgullo patrio siento al ver este programa funcionando! Pero

⁷⁷El nombre del episodio hace alusión a la obra de Fiódor Dostoyevski *Memorias del subsuelo*, publicada en 1821.

mejor, oigamos qué piensan los campesinos de Colombia.
(Piensaenlentejas, octubre 23 de 2009).

Al ver y oír este fragmento, se manifiesta cómo en la crítica política se usa la fórmula de invocar el orgullo patrio de forma irónica, tal como lo hacía Jaime Garzón con un personaje como Godofredo Cínico Caspa. Esto, quizá, es particularmente posible en Colombia, en donde tradicionalmente ha gobernado la derecha, la izquierda ha sido perseguida, e incluso exterminada, y donde algunos de los más grandes escándalos están relacionados con la corrupción estatal y el robo de “cuello blanco”, como en el caso de Agro Ingreso Seguro.

Al parlamento responde un hombre gordo, con marcado acento costeño, sombrero de caña flecha, diente y cadena de oro y camisa a medio abotonar:

Anda, ven te cuento, compadrito, que sí, Agro Ingreso Seguro ha sido una bendición, bacano, chévere, pa' todos nosotros (sic) los humildes y trabajadores latifundista (sic). Gracias a él nuestros cultivos de palma crecen orgullosos sobre el fértil abono de la pa (sic). Nuestras fincas se parcelan en cinco o seis partes pa' recibir cinco o seis susidios (sic) nuevo (sic). Nuestros hijos se levantan muchacha (sic) que son reina (sic), que traen su propio susidio (sic) pa' perpetuar nuestros apellidos y mejorar la raza, marica. Con cada susidio (sic) empleamos a 10 ó 12 pobres, y a los que nos queden sin *empleá* los usamos como abono pues pa' que no se diga que aquí se desperdicia nada, y al final parte del dinero lo donamos generoso a la campaña de reelección, pa' ahorrarle (sic) a nuestros compatriotas el trabajo de pensá(sic) por qué (sic) va (sic) a votar, marica, muñeca e burro (echa tiros al aire).

El pequeño hombre vuelve a aparecer:

¡Claro! Gracias a Agro Ingreso Seguro y las mentes superiores que lo crearon, hoy queda demostrado de una buena vez que subsidiar al millonario es ayudar al desplazadooooo. Así que la próxima vez que te cobren retención en la fuente, cuatro por mil, IVA o cualquier impuesto, piensa en los honestos agroindustriales que necesitan hidratar sus bolsillos, en la silicona que sus hijas reclaman y en el horrendo futuro que nos esperaría si les damos

tierra (sic) y subsidios a los campesinos, y sobre todo piensa que tus impuestos se destinan a la causa más noble de la historia republicana: ¡La reelección!

Finalmente, el hombre obeso cierra el capítulo gritando y echando tiros al aire:

Muñeca e burro (Ininteligible) ¡Mándeme matar un caviar, hijueputa!

La animación hacía referencia a uno de los peores escándalos que se desataron durante el gobierno de Álvaro Uribe Vélez, el de Agro Ingreso Seguro, un programa de subsidios que tenía como propósito contribuir al desarrollo rural, pero cuyos recursos, por corrupción, terminaron en manos de grandes terratenientes de la Costa Caribe colombiana y otras regiones. Incluso una exreina nacional de la belleza, Valerie Domínguez, resultó involucrada⁷⁸, y el ministro de Agricultura de la época, Andrés Felipe Arias, fue condenado a 17 años de prisión por la Corte Suprema de Justicia, aunque en la actualidad se encuentra prófugo de la justicia y solicitando asilo en Estados Unidos.

La idea de la serie surgió en el contexto de las marchas de 2008, año en el que ocurrieron las mayores movilizaciones civiles de las últimas décadas en el país, la del 4 de febrero y la del 6 de marzo. La primera fue una multitudinaria marcha convocada a través de Facebook bajo el nombre “Un millón de voces contra las Farc”, mientras que la segunda se había promovido como un “Homenaje nacional a las víctimas del paramilitarismo, la parapolítica y los crímenes de Estado”. La primera, como su nombre lo indica, buscaba protestar contra los crímenes de la guerrilla de las Farc, cuyo fin por la vía armada estaba contemplada en la política de Seguridad Democrática del presidente del momento, Álvaro Uribe. Fue

⁷⁸La exreina y ahora actriz resultó absuelta de los delitos de peculado por apropiación y falsedad en documento privado, pues el Tribunal Superior de Bogotá ratificó que la conducta –beneficiarse indebidamente de dineros provenientes del Estado- de Domínguez se debió al desconocimiento y que no actuó con dolo.

organizada por el ingeniero civil Óscar Morales⁷⁹, con una convocatoria a través de Facebook (ver Figura 15). Fue apoyada por el gobierno de Uribe, por el Estado, la Iglesia Católica, y contó con amplio cubrimiento mediático. La segunda movilización, por su parte, no contó con el mismo apoyo ni cubrimiento noticioso⁸⁰, y tenía como objetivo protestar en contra de ese gobierno, el Estado, sus crímenes y los paramilitares, en cuyas acciones criminales, se denuncia hasta el día de hoy, el expresidente Uribe habría estado involucrado⁸¹ (ver Figura 16). En ese contexto, se empezó a cocinar lo que inspiraría la creación de *El pequeño tirano*.

Figura 15: Marcha contra las Farc, llevada a cabo el 4 de febrero de 2008 (fotografía). (Gómez Polo, 2011).



⁷⁹Después de la multitudinaria convocatoria, Óscar Morales se convirtió en conferencista internacional por el “fenómeno” que fue la iniciativa por redes sociales. Dio una charla ante directivos de Facebook y trabajó en el gobierno de George Bush en programas de apoyo a disidentes. Actualmente trabaja como consultor en Colombia.

⁸⁰Durante la realización de este trabajo de grado, se llevó a cabo la búsqueda de fotografías tanto de la marcha del 4 de febrero como del 6 de marzo. De la primera el registro existente es vasto: en diarios como *El Tiempo* y *El Espectador*, y en revistas como *Semana*. De la del 6 de marzo los registros que existen están en su mayoría contenidos en blogs y contenidos independientes.

⁸¹ Actualmente, la Fiscalía se encuentra impulsando una investigación contra el hoy senador Álvaro Uribe a causa de su posible responsabilidad por omisión en los hechos conocidos como la masacre de El Aro. La Corte Suprema de Justicia también dictó que deberá investigársele por la Operación Orión.

Figura 16: Marcha en contra del paramilitarismo, llevada a cabo el 6 de marzo de 2008 (fotografía). (Torres, 2008).



Pero antes de que existiera la serie animada, el proyecto de humor a través de videos en internet de los futuros realizadores de *El pequeño tirano*, Simón Wilches y Clara Sofía Arrieta, se llamaba Parodiario. Allí, además de hacer crítica y burla de la política, se reían de la cultura, la farándula y los comunicadores colombianos. Por su lado, Santiago Rocha, comunicador social de la Universidad Javeriana, a quien se le ocurrió la idea de *El pequeño tirano*, estaba encontrando inspiración en las posiciones polarizadas de las marchas de 2008, una que políticamente podría considerarse abiertamente de derecha y la otra, de izquierda. Así creó a los dos personajes de la serie: uno ultraconservador (ver Figura 15) y el otro, ultra socialista.

Figura 17: Capítulo sobre Agro Ingreso Seguro de *El pequeño tirano* (fotograma). (Piensaenlentejas, 23 de octubre de 2009).



El animador Simón Wilches hizo real la idea visualmente. “El humor se volvió superpolíticamente correcto” (Rocha en Revista Soho, 2010). “En el medio audiovisual hace falta algo que se dirija a los problemas con nombre propio, con humor. *El pequeño tirano*, más que una referencia inmediata a algo que pasó, es algo que venimos acumulando y queremos contar” (Wilches en Revista Soho, 2010). Para la segunda temporada, se unió Santiago Rivas.

Ahí somos todos amigos. La dinámica de escritura del guion era muy chévere. Nos veíamos un día a la semana y nos íbamos a comer comida chatarra, nos sentábamos a hablar mierda en algún centro comercial, restaurante, o casa de alguien. Cada uno tenía como su bagaje de las noticias que salían, y de ahí sacábamos las historias, y con eso sacábamos una línea básica, escribíamos un medio libreto, que Rocha lo terminaba de pulir, lo convertía en una línea de tiempo y de diálogos, hacía un *storyboard*. Grabábamos las voces, previa revisión, veíamos el libreto y sacábamos esa vaina. A mí me interesó mucho lograr ese equilibrio, había un momento en que estábamos muy entrenados en discutir las ideas y era muy chévere. (...) Todos somos de izquierda, o más bien, yo soy bien zurdo, Rocha también. Simón y [Diego] López son más tranquilos en eso. La única forma que teníamos de compaginar nuestras visiones y no discutir por idioteces era hacer uno [un programa] sobre la polarización, y en eso Rocha la tenía muy clara. Lo importante era buscar mostrar cómo de un lado y de otro son unos incompetentes y que más incompetente es uno que los sube ahí [al poder]. (Rivas, comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

De acuerdo con Rivas, el programa empezó a tener mayor popularidad luego de que los periodistas de Caracol Radio Gustavo Gómez y César Augusto Londoño conocieron la serie y empezaron a hablar de ella al aire. En 2009, cuando corría ya la segunda temporada, el diario El Tiempo registró de la siguiente manera la popularidad que alcanzaba la serie web por cuenta del episodio de Agro Ingreso Seguro:

Al finalizar la semana pasada, tras un mes en la Red, aquel capítulo de El pequeño tirano ya frisaba las 80.000 visitas y demostraba que había logrado convertirse en eso que en la jerga de Internet llaman un 'video viral'. Como suele ocurrir, una vez adentro la gente comenzó a ver capítulos anteriores o quedó enganchada con esta propuesta del grupo Parodiarío. Al fin y al cabo, desde los tiempos de Godofredo Cínico Caspa, célebre ultraconservador personaje de Jaime Garzón, el humor político colombiano no parecía tornarse tan negro (El Tiempo, 2009).

En ese mismo artículo, Rocha explicó a El Tiempo la naturaleza de los personajes de *El pequeño tirano*, bajos de estatura y poco pelo: “es pequeño y cabezón porque es un niño, y es un niño porque a los niños se les perdonan todas las barbaridades que dicen y porque políticamente en Colombia estamos en plena infancia” (El Tiempo, 2009).

Además de que sus videos empezaron a figurar en la página web de la Revista Semana, *El pequeño tirano* sacó versión en DVD y los realizadores recibieron una invitación por parte del director del programa *Contravía* y exdirector de Canal Capital, Hollman Morris⁸², para que la serie apareciera en televisión.

Estaba bueno que fuera en internet y siempre defendimos que fuera en internet porque además la gente en televisión es bien imbécil. Tienden a decir vainas como: “nos encanta El Pequeño Tirano, nos encantaría que trabajaran con nosotros, pero no necesariamente con El Pequeño Tirano, puede ser otra cosa,

⁸²Durante la realización de este trabajo de grado, Hollman Morris fue elegido como concejal de Bogotá en las elecciones regionales del 25 de octubre de 2015.

pero sí está como chévere con ese tono”. Yo entiendo, pero no entiendo, ¿qué tiene de malo que sea El Pequeño Tirano? ¿Les da miedo? Era raro, pero por otro lado el primero que nos contactó para hacer televisión fue Hollman Morris, hicimos tres videos para Morris, creo que se emitieron solo dos (Rivas, comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

Luego, recibieron una llamada del canal Cablenoticias. Nunca se concretó nada ni recibieron llamadas de “un canal convencional”, en palabras de Rivas, quien concluye que: “Siempre defendimos estar en internet pero tampoco nunca nadie nos propuso tener *El pequeño tirano* tal cual en televisión” (comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

En últimas, de una manera similar a como describió Rafael Noguera el final de *El siguiente programa* con respecto a Radioactiva, lo que dio por terminado a *El pequeño tirano* en 2012 fue el “éxito”.

En esas a Simón le salió una beca para irse a Estados Unidos a estudiar animación, y entonces se fue. A López le dieron trabajo en proyectos especiales en Señal Institucional, y también era trabajo de tiempo completo. A mí me salió *Los puros criollos*, y no había tiempo de nada. Rocha estaba lleno de trabajo, porque él tiene una oficina de publicidad. Eso fue lo que nos jodió, era un proyecto muy bonito (Rivas, comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

4. 2 Un fenómeno que no fue aislado

Internet fue la alternativa para los realizadores de *El pequeño tirano*, de una forma parecida a lo que ocurrió en otros lados del continente, como en México, con la aparición de Cinismoilustrado.com, o en Venezuela, con el surgimiento de *La isla presidencial*. El primero es un blog con casi 100.000 seguidores en Tumblr y 1,4 millones en Facebook. Su contenido es una fusión entre el diseño gráfico y la crítica política, social y cultural a través del diseño de posters con mensajes y

reflexiones. Fue creado en 2009 por Eduardo Salles, quien en 2014 lanzó el libro *Cinismo ilustrado*, en el que recoge una selección del contenido del blog. Quizá este contenido sea una de las expresiones del humor divertido e irónico que se puede hacer en internet, a las cuales se refiere Marcos Mundstock, del grupo de humor argentino Les Luthiers, reconocido como uno de los más vigentes en el escenario, pues fue fundado en 1967. De acuerdo con Mundstock, la televisión ha “abaratado” el humor, y en consecuencia la web se ha vuelto un medio poderoso (EFE, 2015).

La isla presidencial, por su parte, es un producto audiovisual de humor político al igual que *El pequeño tirano*. Pero mientras que en Colombia la falta de espacio para la crítica política con humor ha respondido en gran parte a la falta de interés y de soluciones por parte de los canales privados, e incluso públicos, así como a la escasez de libretistas propositivos, entre otros factores, en el país vecino de Venezuela la misma situación se ha dado por un bloqueo prácticamente abierto a los contenidos, por parte del Gobierno.

En medio de fuertes debates en países como Venezuela, Ecuador y Argentina por cuenta de legislaciones vistas por sus críticos como una amenaza para la libertad de prensa, o por lo menos para la participación de capitales privados en los medios de comunicación, en Venezuela surgió en 2010 *La isla presidencial* con el propósito de hacer mofa y criticar a los dirigentes políticos de América Latina. La trama consiste en que, luego de un naufragio, los presidentes de Colombia, Brasil, Bolivia, Argentina, Venezuela, entre otros de América Latina, llegan a una isla desierta, en donde cada uno tiene a flor de piel sus defectos o características basadas en elementos de la realidad, pero exagerados, como el supuesto alcoholismo del presidente Luiz Inácio Lula da Silva o la supuesta adicción de José Mujica a la marihuana, inspirada en la legalización de ésta en Uruguay (ver Figura 16).

Figura 18: Los presidentes Nicolás Maduro, Cristina Fernández, Evo Morales, Juan Manuel Santos y Enrique Peña Nieto, en *La isla presidencial* (fotografía). (Elpais.com.uy, 16 de agosto de 2013).



Los creadores de esta serie son Oswaldo Graziani y Juan Andrés Ravell. Este último, cabe resaltar, es hijo del periodista venezolano de oposición Alberto Federico Ravell. La serie lleva cuatro temporadas en las que, según el programa *Los informantes*, de Caracol, cada episodio cuesta \$120 millones, con guiones que se han ido ajustando a los cambios de presidente de cada país. La voz detrás de los personajes es del humorista Emilio Lovera, quien también ha hecho pública la supuesta persecución que existe contra él y su trabajo por parte del Estado venezolano. Lovera también trabajó en el programa de humor Radio Rochela, de Radio Caracas Televisión (RCTV), el canal de televisión de oposición, que por decisión del –en ese entonces- presidente Hugo Chávez dejó de estar al aire en 2007. Según dijo a la periodista Diana Valderrama, de *Los informantes*, Lovera durante sus shows en vivo hoy en día es constantemente multado arbitrariamente porque “la orden” no es vigilarlo sino multarlo (Los Informantes, 2015). En esa misma entrevista aseguró que:

Cuando un presidente es imitado por un comediante debe aprovecharlo porque el comediante lo está imitando para humanizarlo. Un presidente está encumbrado, elevado, en una zona de confort muy encima del pueblo. Cuando un humorista lo imita, lo baja al nivel del pueblo (Los Informantes, 2015).

La isla presidencial pertenece a la productora de periodismo satírico El chigüire bipolar, que también ha sido reconocida por sus noticias falsas publicadas en una página de internet que simula un medio de comunicación tradicional. Al igual que *La isla*, hace sátira de la realidad nacional venezolana. Ese mismo concepto en Colombia fue adoptado por el portal Actualidad Panamericana, que, en voz de los entrevistados para este trabajo, es el producto de humor político vigente más influyente, o por lo menos visible, a nivel nacional. Pese a que Actualidad Panamericana no se ajusta al criterio de productos audiovisuales de humor político que adopta este trabajo de grado, es importante no dejar de mencionarlo precisamente porque es, actualmente, el contenido de crítica política con humor más visible que hay en el país. No se sabe muy bien quiénes están detrás de los contenidos de la página, pues las pocas entrevistas que han concedido las dan bajo el nombre de “AP”, de Actualidad Panamericana, que también se puede relacionar con una sátira al nombre de la agencia de noticias Associated Press (AP). Los medios de comunicación y las reacciones del público que se pueden apreciar en redes sociales coinciden en que la clave del éxito de Actualidad Panamericana es usar las fórmulas del periodismo tradicional para dar noticias – falsas- que se burlan de la realidad nacional. Esto es, titulares llamativos, citas dentro del texto que simulan ser realmente la voz de alguien, el uso de imágenes –fotomontajes-, estructuras de texto muy similares a las de los medios de comunicación escritos en internet, entre otros. De hecho, el parecido con portales web de noticias “reales” en más de una ocasión ha hecho creer a periodistas y figuras públicas que los hechos allí referenciados son reales, pese a que son casi siempre absurdos. Por ejemplo, el periodista de Blu Radio Néstor Morales salió al aire opinando sobre que supuestamente la Unión Europea pediría a los colombianos que dejen de pedir las cosas regaladas en los comercios, una noticia falsa que hacía sátira de la costumbre colombiana de decir “me regala” en vez de “me vende”. Vale la pena resaltar cómo una vez más la fórmula de seguir las lógicas de un informativo “real”, en lo que *¡Quac!* fue pionero, es retomada, con clara intención de burlarse de los mismos medios de comunicación.

El hecho de que ellos [Actualidad Panamericana] hagan humor burlándose de los medios me parece una movida de humor político muy interesante. Eso habla mucho de cómo somos y de cómo son los periodistas, porque cayeron Néstor Morales, Caracol Radio, 'Pachito' [Francisco] Santos. Me parece que un gran proyecto de humor político aprovecha las virtudes y los defectos del formato, es decir, formatos rápidos que comunican instantáneamente, y el molde del formato del periódico. La gente cree que de ahí viene la credibilidad, y eso revela la mediocridad tan loca que se vive en los medios de comunicación, que la gente ni siquiera revisa las fuentes. Esos 'manes' [Actualidad Panamericana] aprovechan eso, replican los modelos de escritura, para ponerlos de frente a cosas que podrían ser perfectamente plausibles y que al tiempo son ridículas. Los medios los odian y eso es un síntoma de la mezquindad de la gente, la culpa no es de Actualidad Panamericana, sino "tuya" por mediocre, porque revisar fuentes es tu primera obligación (Rivas, comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

En Colombia, la Agencia Pinocho (también con siglas AP), había desde hace años imitado las lógicas de los medios de comunicación para hacer noticias de hechos que normalmente no serían noticia, como por ejemplo, que una madre cruzó un campo de fútbol para llevarle la lonchera a su hijo. La Agencia Pinocho, sin embargo, no ha alcanzado la popularidad que, incluso con menos tiempo de existencia, ha logrado Actualidad Panamericana, lo que probablemente corresponde con que el contenido de crítica política es un aliciente y factor de interés para los lectores.

En México, el equivalente es El Deforma, mientras que en España también existe El Mundo Today. Ambos portales generan contenido de noticias ficticias de lo que no sería noticia, al tiempo que han sacado provecho de coyunturas políticas, generalmente vergonzosas, por ejemplo, en México, la fuga del capo del cartel de Sinaloa, Joaquín 'El chapo' Guzmán, quien fue recapturado en enero de 2016.

En definitiva, los blogs, así como las herramientas que ofrecen las redes sociales, como la generación de etiquetas (hashtags), tendencias y memes, se perfilan

como insumos inacabables para la generación de contenido de crítica política con humor.

4.3 Internet: nuevas narrativas y formas de financiación

Para Rafael Noguera, cuyo proyecto, *El siguiente programa*, también hizo mofa de los medios de comunicación y la farándula, “la cosa va por ahí”, al referirse a internet como el lugar que puede darle continuidad al humor político en el país. Sin embargo, así como la falta de empatía con el público o de una narrativa adecuada en televisión pueden ser factores que han llevado a la poca acogida de proyectos ya mencionados, el humor político en la web puede responder, de acuerdo con el crítico Omar Rincón, a lógicas que en internet son distintas.

Una de las claves de internet es el humor. Si no lo tienes fracasas en Youtube. Que la estética sea irreverente, que cuentes historias antitelevisivas, con lenguaje atrevido, que tenga juventud, con saber pop y que de alguna forma se burla del mundo adulto. Esas características son las de cualquier programa de humor, Youtube es un canal de humor técnicamente. En Colombia, El Pequeño Tirano, en México, El pulso de la República... (...) Garzón para hablarle a la gente le hablaba desde un embolador y una empleada del servicio. A esta generación no le puedo hablar desde ahí. Te puedo hablar desde la referencia de Justin Bieber, de las referencias que tiene la cultura pop. Hoy si hiciéramos Jaime Garzón, lo que tendría que interpretar sería a una Fanny Lu porque son los referentes que tienes para poder narrar e internet permitió eso. Es la gran ventana que tenemos. Sigue siendo un humor que tiene un solo punto de vista. Actualidad Panamericana es más interesante: cuando tengo el mundo y me le burlo desde su lógica. Si estoy en internet no puedo tener la referencia de Dioselina. Si estoy en televisión abierta me toca estar en esa. Cuando los [programas] de internet se pasan a televisión fracasan porque los referentes son distintos. El humor necesita referentes culturales para poder funcionar. (Rincón, comunicación personal, 12 de diciembre de 2014).

Lo dicho por Rincón es cierto en la medida que se han dado fenómenos como los *youtubers*, jóvenes adolescentes que desarrollan videoblogs sobre temas cotidianos, como el amor, el colegio, la relación con los papás, entre otros, que incluso se pueden monetizar, pues Youtube les paga después de determinado número y tiempo de visualizaciones. Sin embargo, no está de más señalar que a las redes sociales no sólo acceden las nuevas generaciones y que esos canales han permitido también rescatar referentes culturales. Pese a que una retrospectiva de Jaime Garzón fue editada en formato DVD hace algunos años, y publicada por RTI, Caracol y CM&, lo cierto es que los personajes de Garzón han vuelto a circular a través de las redes sociales, en videos y memes. Probablemente, jóvenes que en los noventa no lo alcanzaron a ver al aire han podido acercarse a la figura que fue el humorista y periodista a través de internet. Lo mismo podría decirse de *El siguiente programa*, que de hecho tiene un canal propio en Youtube, y cuyo material ha cobrado vigencia y fue usado durante la campaña a la Alcaldía de Bogotá en 2015, cuando ciudadanos del común emplearon fragmentos de capítulos de la serie para hacer campaña en contra del candidato -posteriormente alcalde de la capital del país para el periodo entre 2016 y 2019- Enrique Peñalosa. En *El siguiente programa*, Peñalosa era llamado 'Pañalosa' y en un episodio, específicamente, Martín y Santiago se burlaban del esnobismo del alcalde. 'Pañalosa' les decía a los habitantes de Ciudad Bolívar, una de las localidades más grandes, más pobres y con mayores índices de violencia de Bogotá:

¿Pero ustedes cómo pueden vivir así, hola? Esto es antiestético. Por eso es que ustedes son tan violentos, porque en el posgrado que hice en Georgetown se ve claramente que un entorno triste fomenta tristeza en la comunidad, que a la larga genera actitudes agresivas en la gente. Mire, si usted pinta estos tugurios de colores diversos y vivos, le da alegría a la vida y de esa manera cambia el entorno, no solo de los habitantes del sur sino del sufrido habitante del norte que tiene que pasar por acá para ir a jugar golf a Peñalosa o Anapoima. (Hadaf Dasfaa, 6 de mayo de 2015).

Para Eduardo Arias la recirculación en internet de contenidos de hace dos décadas tiene impacto por ejemplo en la generación que tiene vagos recuerdos de la época y que puede aún entablar empatía con los contenidos:

De pronto para alguien que en este momento tenga 25 años, que se acuerda de algo, pero que no pudo ver a Jaime en *Zoociedad*, así como pasa con los grupos musicales, esa recirculación ayuda a mantener los mitos, suponiendo que Garzón fue un mito, aunque él fue una realidad. Pasa con Andrés Caicedo, que lo conocían tres personas en su momento, y hoy uno va a un evento y se llena de jóvenes, no están sólo Luis Ospina y Sandro Romero y sus amigos. Las reediciones ayudan a que sigan vigentes. Y funciona también porque los chistes de Jaime Garzón, cambiando un par de nombres, todavía funcionan (comunicación personal, 7 de abril de 2016).

Antonio Morales, por su parte, apunta al alcance que pueden tener productos como Actualidad Panamericana, que no se introducen en lo audiovisual, formato que, como se ha visto a lo largo del trabajo, tiene una capacidad particularmente fuerte de llegar al público:

Ese esquema tiene un límite, no pueden crecer a no ser que den un brinco y decidan hacer lo que nosotros hacíamos que son puestas en escena. La prueba es que de todas formas tienen muy pocos seguidores, más seguidores tengo yo⁸³. Tiene un tope y sigue siendo de culto. Les falta el ingrediente de la puesta en escena, de la interpretación en otros formatos. Para hacer eso, que sería lo ideal, habría que hacerlo en televisión o en video así sea por internet. No será de masas, no tendrá impacto sobre las masas como lo tendría un producto de televisión (comunicación personal, 13 de abril de 2016).

Ahora bien, como se señaló en el caso de los *youtubers*, otro de los factores que la red está apenas empezando a explorar son las formas de financiación. Es decir, el aspecto económico, que ha sido señalado como uno de los elementos que han truncado el desarrollo o continuidad de productos en televisión, tampoco es ajeno a la web. Si bien internet ha abierto oportunidades en muchos sectores

⁸³ A 23 de abril de 2016, Antonio Morales contaba con 104.000 seguidores en Twitter y Actualidad Panamericana con 89.100 seguidores.

de la economía al permitir, por ejemplo, que un producto audiovisual se pueda transmitir sin necesidad de pertenecer a un canal que ha invertido cuantiosas sumas de dinero en frecuencias en el espectro radioeléctrico, o que aparezcan modelos de negocio como Uber y Airbnb -que no tienen la necesidad de invertir en activos-, elementos como el talento humano y la realización siguen siendo indispensables, y, por tanto, parte de los costos en los que hay que incurrir. En internet también es necesaria una fuente de financiación. “Hay series web de bastante éxito ahora. *Susana y Elvira* por ejemplo tenía una financiación bien interesante. Pero por ahora no se han inventado un método para recuperar la inversión” (Noguera, comunicación personal, 8 de mayo de 2014). El director de *El siguiente programa* se refiere a la serie web *Susana y Elvira*, que sentó un precedente en la producción audiovisual web. El producto comenzó como un blog en el que las dos creadoras, Marcela Peláez, ‘Elvira’, y María Fernanda Moreno, ‘Susana’, hablaban de la vida cotidiana, de mujeres de “carne y hueso”, de citas amorosas, sexualidad, desengaños, entre otros temas. El blog tuvo tanto éxito que las mentes detrás de Susana y Elvira escribieron dos libros y lanzaron la serie web que duró tres temporadas y que ha sido incluso pivote para pauta con marcas como la de champú Sedal. Moreno y Peláez afirman: “Hemos sido las primeras en muchas cosas: las primeras en convertir un blog en una serie web, las primeras en darle la vuelta completa al transmedia con blog, serie web y libro” (Semana, 4 de julio de 2015).

De acuerdo con Marcela Peláez, una de las mayores libertades para hacer la serie fue justamente el presupuesto:

Para muchos esto les parecerá extraño, dado que muchos paparazzi cobran fortunas por subir a la web fotos de alguna Scarlett o Angelina. La verdad es que montar este proyecto como lo hicimos, obteniendo una enorme calidad en un brevísimo tiempo, solo era posible si lo hacíamos para la web -cualquier otro medio de lanzamiento habría requerido fondos que simplemente no existían. Susana y Elvira y Mimosa (la productora) queríamos hacer esto solos para untarnos las manos hasta los codos, y esa untada no podía costar demasiado. Pero trabajar con poco dinero

nos permitió vivir el cliché más sabroso de todos los clichés del artista independiente: hicimos lo que quisimos sin deberle nada a nadie (Rodríguez, 10 de julio de 2012).

Aunque han aparecido formas de financiación como el crowdfunding⁸⁴ a través de plataformas web, lo cierto puede ser que en internet los modelos para reunir fondos siguen siendo incipientes, muchas veces una extensión de la lógica televisiva, o fórmulas aún por descubrir. Al respecto, Santiago Rivas apunta:

Internet es el espacio donde uno tiene el poder de hablar. El problema es que no hay plata a menos que te le metas a publicidad, si tú eres inteligente y sabes hacer las vainas bien, es posible que consigas patrocinios que no te exijan cosas, el problema es que la mayoría de los contenidos que están hechos en internet están hechos con base en la posibilidad de financiarse con publicidad porque no existe otra forma, lo único que queda es buscar proyectos completamente desinteresados, que no viva de eso, o buscar fuentes de financiación que no tengan nada que ver con empresas, con venta de productos, sino buscar que sean entidades culturales, Semana, por ejemplo, que tiene un gran músculo financiero por todo lo que hacen aparte de la revista Semana, como la revista de Avianca, Cocina Semana. Es posible que sean ellos los que impulsen eso. De El Tiempo lo dudo, porque ahí está [Luis Carlos] Sarmiento. (Rivas, comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

En este punto, es indudable que internet se está convirtiendo en una plataforma a la que los generadores de contenido no pueden ignorar. Colombia durante el último cuatrienio completó las nueve millones de conexiones a internet, y la meta para 2018, de acuerdo con el Plan Vive Digital del Mintic, son 27 millones de conexiones. Por demás, a finales de 2014, la participación de mercado de los teléfonos inteligentes en las ventas totales de teléfonos móviles escaló hasta el 74,4%, versus el 25,6% del otro tipo de móviles (CRC, junio de 2015). Asimismo, de acuerdo con cifras de la Junta Nacional de Televisión, en el total de audiencia

⁸⁴ Financiación colectiva diferente a las donaciones tradicionales.

que accede a contenidos cerrados en Colombia, específicamente Netflix, ya se ha hecho a un 9% de la torta, en comparación con un 37% de Claro, 18% de Une, 17% de Directv, 7% de Telefónica, 6% de la televisión comunitaria y 6% de otros operadores (E. Orozco⁸⁵, comunicación personal, 27 de octubre de 2015). El panorama es precisamente lo que la ANTV ha denominado como los retos que enfrenta la regulación de la televisión en Colombia. Debido a que en el país servicios como Netflix, Whatsapp o Spotify son considerados como servicios de información, y no de telecomunicaciones, no es competencia del Estado regularlos ni gravarlos. La nueva política pública que la ANTV está construyendo para proponer al Legislativo, y que estaría lista en algún momento de 2016, apunta precisamente a cambiar las “reglas de juego” para los concesionarios y adjudicatarios en el sector de la televisión, reformando los aportes que hacen al Fondo para el Desarrollo de la Televisión, flexibilizando las licencias, entre otras medidas. El objetivo es hacer sostenibles económicamente a los jugadores más tradicionales de la industria frente a la aparición de empresas por medios tecnológicos, que sin tributación ni inversión en infraestructura a nivel nacional, sin duda, representan una cada vez más fuerte competencia. Así lo cree también Jorge Alfredo Vargas, quien ha hecho su carrera en el modelo tradicional de la televisión.

Internet es una alternativa [para el humor político] y las grandes series también se están dando por ahí, las que salen por Netflix, por ejemplo, la gente las está comprando. Puede que en el canal de televisión abierta no quepa todo eso, puede ser [contenido] muy especializado, pero sí es necesario hacerlo, el país lo necesita (Vargas, comunicación personal, 2 de diciembre de 2014).

⁸⁵ Ernesto Orozco, miembro de la Junta Nacional de Televisión en 2015, en representación de los departamentos.

En suma, internet es un medio aún por explorar. Si bien ha adoptado atributos de las industrias tradicionales, también está dotado de nuevas facilidades que permiten por ejemplo que una empresa surja sin invertir siquiera un peso en bienes muebles o inmuebles. La “viralidad” que puede suceder en la red puede jugar a favor o en contra: por un lado, permite que un contenido se difunda rápidamente y que luego esa popularidad sea explotada incluso monetariamente, pero al tiempo es un factor que puede volver los contenidos efímeros y susceptibles de ser reemplazados por contenidos más frescos y llamativos. La discusión está lejos de concluir. Quizá la normativa que las autoridades, particularmente la CRC y la ANTV, están preparando (en 2016) para los mercados audiovisuales, y que aún está en etapa preliminar, dará luces sobre cuál será el rumbo de la televisión y los contenidos que andan sobre la red, con implicaciones, por supuesto, para la posibilidad de seguir haciendo humor político en internet y, quizá, en las pantallas tradicionales.

5. Conclusiones

Este trabajo de grado surgió con el fin de responder a la inquietud de por qué no existen en la actualidad programas de humor político en la televisión abierta nacional. Lo anterior se verificó en una exhaustiva revisión de la parrilla de programación de los canales privados, que son los de mayor audiencia en el país. Responder a esta inquietud tomó relevancia no sólo al encontrar en la elaboración del estado del arte que la bibliografía al respecto es escasa, sino por la relación que existe entre poder hacer un humor político crítico, sin censura, y una sociedad democrática y pluralista. Lo anterior se debe a que llevar a cabo una crítica política, que permite diferentes niveles y formas de mordacidad, es diciente de una sociedad que respeta la libertad de expresión y opinión. Asimismo, el humor político entendido como un género periodístico de opinión es una herramienta poco desestimable para la generación de debate y reflexión dentro de la misma sociedad, lo cual fortalece la democracia.

Responder el interrogante inicial del porqué de la ausencia del humor político en las pantallas también brotó al observar cómo incluso después de que su máximo exponente, Jaime Garzón, fue asesinado, continuaron algunos productos televisivos de este género, pero no perduraron. ¿Por qué? Más aun, fue importante responder si el humor político en formato audiovisual desapareció por completo. Es relevante señalar que para este trabajo de grado se decidió abordar la presencia de productos audiovisuales no sólo por la necesidad de delimitar el campo de estudio, sino porque es el tipo de producto al que puede acceder población que incluso no sabe leer ni escribir y que por demás es el más consumido, según las encuestas de consumo cultural. Las respuestas que se lograron en este trabajo para esos interrogantes dan cuenta de que se trata de una multiplicidad de factores: económicos, políticos, sociales y culturales, lo cual es necesario contextualizar y desarrollar de la siguiente manera.

La televisión colombiana en los años noventa acogió formatos internacionales de humor político que resultaron en adaptaciones como *Zoociedad*, en el que el país conoció la brillantez de Jaime Garzón. Estuvo también poco después *Los Reencauchados*, que sería el precursor del último producto de humor político que hubo en el país en la televisión nacional abierta y privada, el *Noticiero NP& con Los Reencauchados* (2009-2013). Esos cerca de 20 años estuvieron atravesados por factores como el conflicto armado colombiano que se vive desde hace más de cinco décadas, protagonizado principalmente por el Estado, las guerrillas, los carteles del narcotráfico y los paramilitares. Los intereses de este último grupo, presuntamente, derivaron en el asesinato de Jaime Garzón, quien fungió en sus últimos años de vida como mediador para la liberación de secuestrados por parte de la guerrilla. En el panorama también estuvo el narcotráfico, fortalecido por los carteles de Medellín, de Cali y el Norte del Valle. Su relación con la clase política, especialmente la llegada de dinero ilegal a la campaña presidencial de Ernesto Samper, sería uno de los principales insumos para la crítica de Garzón y *Los Reencauchados*.

El cambio de gobierno de Ernesto Samper a Andrés Pastrana y los diálogos de paz con las Farc impulsados por este último durante su administración fueron material que inspiraron la crítica de Heriberto de la Calle y, con un formato y contenidos diametralmente diferentes, de *El siguiente programa*, que también aprovechó coyunturas como la transformación de Bogotá durante la primera alcaldía de Enrique Peñalosa (1998-2000). El fracaso del proceso de paz y la llegada de Álvaro Uribe al poder (consecuencia quizá de ese mismo fracaso) nutrieron el contenido de *La banda francotiradores*, al tiempo que la industria de la televisión se adaptaba a las transformaciones que supuso el cambio de legislación en 1998, cuando nacieron los canales privados. Luego, en 2009, vendría el segundo aire de *Los reencauchados* en NP&, cuyo final se ha justificado en las dificultades presupuestales y de programación, consecuencia precisamente de las nuevas lógicas económicas que trajo consigo el modelo privado de televisión.

El principio del humor político en televisión en Colombia fue el resultado no sólo de una fuerte filiación de la audiencia nacional con la comedia, expresada en la popularidad de un programa como *Sábados felices*, sino de un proceso que simultáneamente se vivía en radio, con la aparición de *La luciérnaga*. El surgimiento de la crítica política con humor en la televisión quizá también fue posible por la influencia del fenómeno que también pasaba en otras partes del mundo, como Estados Unidos y Francia, de donde se trajeron los formatos de *Zoociedad* y *Los Reencauchados*. Pero en Colombia los programas que nacieron en las pantallas fueron nutridos por coyunturas políticas propias e imposibles de ignorar: la influencia del narcotráfico en la política, la creciente corrupción, las maneras en que el fracaso y los escándalos de un mandatario derivaban en el triunfo del siguiente. También hubo coyunturas económicas: los malos manejos en el sector energético y los consecuentes racionamientos fueron la situación propicia para el nacimiento de *La luciérnaga*.

Los noventa, con su variedad de programadoras y de espacios informativos, estuvieron llenos de factores que la hicieron una década fértil para el humor político. Muchos de esos programas fueron una suerte de importaciones de formatos extranjeros, pero al mismo tiempo familiares, como un noticiero, pero puesto en clave de humor y crítica.

Pero, precisamente, el punto decisivo para la desaparición del humor político en la televisión abierta nacional fue el cambio de un modelo de programadoras a un modelo de canales privados, en el que el rating está directamente relacionado a la atracción de pauta, lo que hace sostenible financieramente o no a un canal. Atraer audiencias, entonces, se vuelve vital. Juana Uribe, directora de *Los Reencauchados*, reconoce que su programa fue cancelado debido a que la programadora no estaba acostumbrada a que un producto de humor político costara mucho y era difícil mantenerlo si no producía rating. Por esa razón, los realizadores de televisión señalan la capacidad de programar un producto de humor político en la parrilla como algo esencial, pero difícil. En ese sentido, es

interesante ver cómo el programa que inspiró *Los Reencauchados*, *Les guignols de l'Info*, se mantiene vigente en Francia en un canal del sector privado. Más aun, su supervivencia en el aire se ha puesto en entredicho no porque la fórmula de humor político en ese país no haya funcionado, sino todo lo contrario: hay tanta oferta de humor político en los medios que sobrevivir puede ser un reto. Encontrar las razones por las cuales permanecen ese programa y otros en Estados Unidos, como *Saturday Night Live* (que sobre todo en época de elecciones arroja crítica política) y *The Daily Show*, llama a un análisis comparativo más profundo. Hacer un examen minucioso de los modelos económicos de la televisión en otros países, las transformaciones que han experimentado y los tipos de conglomerados económicos a los que pertenecen los canales, puede en un futuro dar continuidad a la materia que trata este trabajo y arrojar conclusiones que generen reflexión sobre la situación en Colombia.

Dicho lo anterior, podría surgir la pregunta de si la posibilidad de éxito para un programa de humor político recae en la audiencia. ¿No hay humor político porque la gente no lo ve? Lo primero que se puede decir es que sobre el público efectivamente recae la responsabilidad de informarse para que el humor político funcione, pues su materia prima es la coyuntura: si la gente no sabe de qué político o figura pública le están hablando y sobre qué hecho real se está haciendo la crítica con humor es probable que no se genere risa ni una reflexión. Pero, por otro lado, son los medios de comunicación los encargados de llevar esa información. Que la consuma el público podría depender de qué tan rigurosamente y qué tan interesante se presenta esa información.

Si bien el humor político requiere de unos datos y conocimientos previos la popularidad de los programas de Jaime Garzón y de *La luciérnaga* no permite decir que esos contenidos necesariamente sean de nicho, es decir, que sólo los consuma un grupo muy específico de personas. El talento de Garzón demostró que una de las claves para el éxito del humor político es la destreza narrativa y la empatía con el público. La responsabilidad de un buen producto recae sobre sus

escritores. Así las cosas, la falta o poca notoriedad de talentos para los libretos, según se expuso en este trabajo, es otro de los factores que se aducen para la falta de humor político en televisión.

Del lado del contexto político colombiano, desde el 2010, año en que hubo cambio de Gobierno, el panorama se ha caracterizado en gran parte por la oposición que el expresidente y actual senador Álvaro Uribe ha hecho a la administración de su sucesor, Juan Manuel Santos. Asimismo, el criticismo por parte de la derecha se ensanchó a causa de 12 años de gobierno de la izquierda en Bogotá –que terminaron en 2016-, en los que ha habido escándalos de coimas en procesos de contratación que involucraron al exalcalde Samuel Moreno y crisis en el manejo de las basuras durante la administración del más reciente exalcalde, Gustavo Petro, entre otras cosas. Asimismo, sobre personajes como el procurador general, Alejandro Ordóñez, han recaído críticas por su talante polarizador y su radical conservatismo. Ordóñez durante sus primeros años como procurador, de hecho, le dio un golpe a la izquierda inhabilitando de la función pública a una de sus mayores líderes, Piedad Córdoba, por sus supuestos vínculos con las Farc, lo cual ha sido visto por los simpatizantes de la izquierda como una simple persecución política. Este panorama ha repercutido en la opinión pública, que ha estado muchas veces dividida y polarizada. En esas condiciones, quizá, hacer una crítica objetiva, incluso con humor, puede ser un reto, y cabe la inquietud de si esa misma radicalización ha llevado a los canales privados a no proponer humor político: ¿criticar un “bando” se llevaría la audiencia y la pauta del otro? Gustavo Gómez, director del extinto programa de humor político *Cero noticias*, que se transmitió en 2014 por el Canal Uno, fue por ejemplo uno de los grandes críticos de Petro, lo que se hacía muy evidente en sus transmisiones. Al respecto, Rafael Noguera, director de *El siguiente programa*, opinó: “Al principio desgraciadamente Gustavo Gómez estaba inmerso en una pelea con el petrismo, entonces la gente identificó que era un programa contra Petro. Pero entonces si uno a Uribe es un programa mamerto. Hemos

sufrido esa polarización que hay: si dices una cosa eres paramilitar y si dices otra eres guerrillero” (comunicación personal, 8 de mayo de 2014).

Es preciso también hacer un balance de la situación del humor político en la televisión e internet en los últimos gobiernos. Los noventa, pese a los golpes que recibió la sociedad colombiana por cuenta del narcotráfico y el fortalecimiento de las guerrillas y el paramilitarismo, lograron erigir una crítica política robusta y cambiante, que fue consecuencia también de un modelo de programación que permitía variedad y el talento de figuras como Jaime Garzón. El gobierno de Álvaro Uribe (2002-2006) es insumo para la crítica desde la *Banda francotiradores*, que se disuelve en 2007, con su salida del aire. En el segundo periodo de Uribe (2006-2010) se empieza a cocinar con mayor intensidad la polarización de la que dan cuenta los testimonios de este trabajo de grado, por factores como los escándalos de corrupción que empiezan a destaparse, como las interceptaciones ilegales y las ejecuciones extrajudiciales. Entonces se da el periodo en el que, por cuenta de la polarización, surge *El pequeño tirano* en internet para burlarse tanto de la izquierda como de la derecha, esta última fuerte simpatizante del gobierno Uribe. En 2009 surge *NP&*, que sobrevive al cambio de gobierno entre Uribe y Santos, hasta que sale del aire en 2013, principalmente por las presiones económicas, la dificultad de programar y por ende la atracción de pauta. Al tiempo en la televisión cerrada y en la regional abierta (Canal Capital) surgen programas con menor notoriedad que aquellos que existieron en la televisión abierta nacional y privada. Ahí vale la pena señalar que eso quizá fue consecuencia no sólo de que Canal Uno, Día TV o Canal Capital tengan menor audiencia que Caracol o RCN, sino también de que son programas, por lo menos los extintos de Gustavo Gómez y *Juan Pérez dice*, con una clara y radical postura partidista. Es decir, les faltó “darle palo” a todo el mundo.

En medio, puede surgir una preocupación por la libertad de expresión y opinión. Sin duda, en el humor político la libertad de expresión no sólo es un principio básico sino que puede ser una de sus máximas manifestaciones. En las

entrevistas y testimonios recogidos en la bibliografía para este trabajo de grado, los realizadores de humor político en RCN y Caracol afirmaron que nunca hubo censura. Antonio Morales, sin embargo, afirma todo lo contrario. Habla incluso de estructuras preestablecidas de censura. Juana Uribe, de *Los Reencauchados*, por su parte, reconoce que hubo autocensura en la época del narcotráfico, que tomaba represalias contra cualquier iniciativa u opinión que le fuera inconveniente a la empresa criminal (comunicación personal, 18 de diciembre). Lo relacionado a la acción de la guerrilla también era muy “doloroso”, en sus palabras, así que ese tema tampoco pasaba la frontera hacia el humor. Pero, en general, no admiten abiertamente un sesgo procedente, por ejemplo, de los intereses de pauta. Sin embargo, el ambiente de polarización seguirá generando suspicacias en torno a una posible autocensura o censura directa.

Ahora, bien, como se dijo, este trabajo de grado ha querido en parte responder a la pregunta de qué factores han conllevado al fin del humor político en la televisión abierta privada y de cobertura nacional, pero al mismo tiempo señalar el surgimiento de este género en internet y a esta red como un campo de múltiples posibilidades para la generación y difusión de contenidos que la televisión parece no permitir. La mayor expresión del humor político en un producto audiovisual en Colombia a través de internet ha sido *El pequeño tirano*, un programa que precisamente aprovechó el ambiente de polarización para construir su crítica. Como se explicó, la serie web surgió en medio de la radicalización de 2008, cuando el uribismo promovió la marcha más multitudinaria que se ha hecho en contra del terrorismo en Colombia, mientras que las víctimas de los paramilitares y la izquierda promovieron otra movilización semanas después. Los protagonistas de *El pequeño tirano* son justamente dos gemelos: uno de ultra derecha y el otro, de ultra izquierda.

Las posibilidades que ofrece internet aún están por descubrir, teniendo en cuenta sus bajos costos de producción –o por lo menos más bajos que en televisión, pues es posible una menor inversión en activos porque por ejemplo no hay que

pagar por el espectro radioeléctrico para transmitir un contenido-. Hasta ahora, el potencial que tiene esa red para ser escenario de contenidos virales la convierte en terreno fértil para una crítica política de largo alcance, en donde los videos, las redes sociales y lo memes se perfilan como un abanico de alternativas que llama a futuros estudios.

Del lado de la televisión, cabe preguntarse si, con tantos factores en medio que dificultan la producción, es imposible que el humor político vuelva. En un eventual escenario de posconflicto es probable que la polarización siga existiendo a causa de la inamovilidad de opinión de los detractores de ese proceso, lo cual, de nuevo, podría ser incluso un insumo para la crítica de parte y parte. En cuanto a los factores económicos y culturales, según los entrevistados, la clave está en saber programar, pero también en un poco de buena voluntad.

Para que un proyecto de humor político fuera exitoso, habría que empezar pensando en el contenido, y que éste sea apropiado para su medio. Por lo tanto, la agudeza de los libretos es esencial. “Toca recuperar el género de humor en el sentido de que es un género de libreto, de historias, es de inteligencia. Colombia tiene buenos intérpretes, pero lo que le falta son libretistas, faltan mentes pensantes que lo puedan hacer” (Rincón, comunicación personal, 12 de diciembre de 2014).

El contenido, asimismo, como se ha insistido a lo largo de este trabajo, debería mantener la independencia, y “darle palo a todo el mundo”. Esa podría ser incluso la receta para que, como dicen los realizadores, la audiencia no “cobre” con rating una línea editorial. Si en algún punto todos los sectores son expuestos y criticados por sus faltas, entonces todos los sectores de opinión encontrarían puntos de afinidad.

Para Antonio Morales, el humor político volverá a las pantallas colombianas de forma masiva y con impacto el día que haya “democracia informativa”. Se refiere a la dificultad de hacer ese tipo de programas en un panorama dominado por los

canales de los grandes grupos económicos del país, Grupo Santo Domingo y Ardila Lülle. De por medio, según él, también hay presiones políticas, y, como pasó con Jaime Garzón, asesinado, o como el mismo Morales, exiliado, la crítica puede llegar a tener consecuencias indeseables para la seguridad y tranquilidad de los humoristas y periodistas. “No hay programas críticos. Vladdo hace parte del poder mediático. Actualidad Panamericana no. Me les quito el sombrero” (comunicación personal, 13 de abril de 2016). De ahí también se podría desprender la efectividad que tiene Actualidad Panamericana: del anonimato.

En cuanto a la ubicación dentro de la parrilla, la apuesta podría ser, de nuevo, por los horarios de la noche, como se ha visto en otros programas –tanto exitosos como efímeros- en Colombia y el mundo. “Tendría que arriesgarse el canal o la industria para hacer eso [humor político]. Creo que le faltan esos espacios a la televisión, siempre he peleado por eso con mis amigos, Dago [García], Fernando Gaitán. Ahora, los grandes *talk shows* y *late shows*, los programas de opinión, son tarde, eso sí es cierto. Y estos programas tienen un perfil de opinión que los hace selectivos” (Vargas, comunicación personal, 2 de diciembre de 2014).

¿Las condiciones para que esto suceda están dadas? Juana Uribe opina: “hoy con las redes sociales y los medios que hay, una noticia es más universal, más rápida. Los personajes son conocidos más rápido que antes. Es que si nos tocaba hablar de un senador [en *Los Reencauchados*] tocaba mostrarlo, que dijo tal cosa y luego reírnos” (comunicación personal, 18 de diciembre de 2014). Para ella, vicepresidenta del Canal Caracol, hacen falta “sin duda recursos, mucho talento y alguien sin agenda, y sin agenda para destruir. El humor político se hace para construir, no para acabar con nadie. El objetivo es construir educación política, aunque no se le debe notar” (comunicación personal, 18 de diciembre de 2014).

En un escenario un poco más pesimista, no sólo en el sentido de que las telenovelas y los *reality shows* han acaparado audiencias, sino en un sentido

político, el humor político puede “usarse” según la conveniencia. Santiago Rivas cree que: “a nadie le conviene tener un programa de humor político, porque refina el debate, da armas y se burla de la gente que está en el poder, y a nadie le gusta eso porque entre las cosas que han pasado la burla está malentendida como una forma de anulación de la otra persona, a la burla se le tiene miedo en la medida en que es un vehículo para acabar con el poder de una u otra persona” (comunicación personal, 4 de febrero de 2015).

Rafael Noguera concibe el regreso del humor político a la televisión privada en una dirección similar: “lo tendrá en el momento en que sea necesario tenerlo, tendrá un programa de humor político cuando convenga tenerlo, cuando tenga un gobierno encima que haya que criticar. Lo que pasa es que en el sistema de programación de Colombia, los dos canales privados normalmente todos han sido gobiernistas, y es muy difícil porque la crítica siempre debe hacerse contra el poder y es donde más efectiva y da risa” (comunicación personal, 8 de mayo de 2014).

Pero una fórmula efectiva para la generación de reflexiones, de opinión, y por ende de fortalecimiento de la democracia, como se ha visto en países como Estados Unidos y Francia, es que el humor político esté al aire siempre, no sólo por temporadas o época de elecciones. Sin duda, es un insumo para alimentar el debate y la reflexión. Tenerlo en una coyuntura de un gobierno inconveniente quizá iría en favor de un interés privado o particular. Como afirmaba Schutz, el éxito de la crítica política está en su omnipresencia (1977, 24).

Por lo mismo, el hecho de que el humor político esté incursionando con nuevos formatos y lenguajes en internet no le quita importancia a que el género esté también en la televisión. Como se expuso, en Colombia aún no hay cobertura o acceso total a internet. La televisión, especialmente la abierta, tiene un mayor alcance, además teniendo en cuenta una proporción de 12% de población que en el área rural dispersa es oral, es decir, que no podría acceder a la prensa escrita. Por el momento, la penetración de la crítica política con humor en la red es un

fenómeno que parece estarse desarrollando y llama a futuros análisis. Pero la difusión del humor político en todos los medios, contando con su continuidad en la radio, con seguridad generaría debate, reflexión, o al menos opiniones, y hasta empleo. Esto, sin duda, sería un componente interesante en una coyuntura de camino al posconflicto como la que atraviesa Colombia hoy.

A. Anexo: parrillas de programación de RCN y Caracol

Programación de Caracol del 24 al 30 de agosto de 2015

		AGOSTO					
		LUNES 24	MARTES 25	MIÉRCOLES 26	JUEVES 27	VIERNES 28	
04:00							04:00
04:15	SIMPSON IX	SIMPSON IX	04:15				
04:30	23,24	25,1	2,3	4,5	6,7		04:30
04:45							04:45
05:00	LA FINCA DE HOY		05:00				
05:15							05:15
05:30	DÍA A DÍA I		05:30				
05:45	NOTICIAS 5:45 CARACOL		05:45				
06:00	CC	CC	CC	CC	CC		06:00
06:15							06:15
06:30							06:30
06:45							06:45
07:00							07:00
07:15							07:15
07:30							07:30
07:45							07:45
08:00							08:00
08:15							08:15
08:30	DÍA A DÍA II		08:30				
08:45	CC	CC	CC	CC	CC		08:45
09:00							09:00
09:15							09:15
09:30							09:30
09:45							09:45
10:00							10:00
10:15							10:15
10:30	LA TORMENTA		10:30				
10:45							10:45
11:00							11:00
11:15							11:15
11:30	VICTORIA	VICTORIA	VICTORIA	VICTORIA	VICTORIA		11:30
11:45							11:45
12:00							12:00
12:15							12:15
12:30	NOTICIAS 12:30 CARACOL		12:30				
12:45	CC	CC	CC	CC	CC		12:45
13:00							13:00
13:15							13:15
13:30							13:30
13:45							13:45
14:00							14:00
14:15							14:15
14:30							14:30
14:45							14:45
15:00	EZEL	EZEL	EZEL	EZEL	EZEL		15:00
15:15	CC	CC	CC	CC	CC		15:15
15:30							15:30
15:45							15:45
16:00							16:00
16:15							16:15
16:30							16:30
16:45							16:45

17:00	MUJERES AL LIMITE	MUJERES AL LIMITE	MUJERES AL LIMITE	MUJERES AL LIMITE	MUJERES AL LIMITE	17:00
17:15		CC		CC		17:15
17:30						17:30
17:45						17:45
18:00	TU VOZ ESTEREO	TU VOZ ESTEREO	TU VOZ ESTEREO	TU VOZ ESTEREO	TU VOZ ESTEREO	18:00
18:15	CC		CC		CC	18:15
18:30						18:30
18:45						18:45
19:00	NOTICIAS 19:00 CARACOL	NOTICIAS 19:00 CARACOL	NOTICIAS 19:00 CARACOL	NOTICIAS 19:00 CARACOL	NOTICIAS 19:00 CARACOL	19:00
19:15	CC	CC	CC	CC	CC	19:15
19:30						19:30
19:45						19:45
20:00	DESAFIO INDIA	DESAFIO INDIA	DESAFIO INDIA	DESAFIO INDIA	DESAFIO INDIA	20:00
20:15	LA REENCARNACION	LA REENCARNACION	LA REENCARNACION	LA REENCARNACION	LA REENCARNACION	20:15
20:30						20:30
20:45						20:45
21:00	LAURA	LAURA	LAURA	LAURA	LAURA	21:00
21:15	LA SANTA COLOMBIANA	LA SANTA COLOMBIANA	LA SANTA COLOMBIANA	LA SANTA COLOMBIANA	LA SANTA COLOMBIANA	21:15
21:30	CC	CC	CC	CC	CC	21:30
21:45						21:45
22:00	DULCE AMOR	DULCE AMOR	DULCE AMOR	DULCE AMOR	DULCE AMOR	22:00
22:15						22:15
22:30						22:30
22:45						22:45
23:00	EL SEÑOR DE LOS CIELOS II	SEÑOR DE LOS CIELOS	SEÑOR DE LOS CIELOS	SEÑOR DE LOS CIELOS	EL SEÑOR DE LOS CIELOS I	23:00
23:15	CC	CC	CC	CC	CC	23:15
23:30	ULTIMA EDICION	ULTIMA EDICION	ULTIMA EDICION	ULTIMA EDICION	ULTIMA EDICION	23:30
23:45	CC	CC	CC	CC	CC	23:45
00:00	SOGNARE	MAXI CLIMBER	BLACK ROCK	BODY CRUNCH	PURO CINE	00:00
00:15					MY BIG FAT GREEK	00:15
00:30	PURO CINE	PURO CINE	PURO CINE	PURO CINE	WEDDING	00:30
00:45	MILK	GREEN ZONE	ROBIN HOOD	MMY: QUEST FOR THE LOST		00:45
01:00				SCROLLS		01:00
01:15						01:15
01:30						01:30
01:45					PURO CINE	01:45
02:00					R.L. STINE PRESENTS	02:00
02:15					THE HAUNTING HOURS	02:15
02:30	KNIGHT RIDER ('08) # 01 (2008/09)	RIDER ('08) # 01 (2008/09)	KNIGHT RIDER ('08) # 01 (2008/09)	RIDER ('08) # 01 (2008/09)		02:30
02:45	9,1	11,12	13,14	15,16		02:45
03:00						03:00
03:15					KNIGHT RIDER ('08) # 01 (2008/09)	03:15
03:30					17	03:30
03:45						03:45
04:00						04:00

Programación de RCN del 24 al 30 de agosto de 2015

PARRILLA DE PROGRAMACION								
AGOSTO 24 AL 30 DE 2015								
	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES		SABADO	DOMINGO
06:00						06:00	MUNDO DEL CAMPO	
06:10						06:10	TU PLANETA BICHOS	TU PLANETA BICHOS
06:20						06:20		
06:30						06:30		
06:40						06:40		
06:50						06:50		
07:00						07:00	TU TELE	TU PLANETA BICHOS
07:10	NOTICIAS RCN	07:10						
07:20						07:20		
07:30						07:30		
07:40						07:40		
07:50						07:50		
08:00						08:00		
08:10						08:10		
08:20						08:20		
08:30						08:30	TU PLANETA BICHOS	
08:40	ESTILO RCN	08:40						
08:50						08:50		
09:00						09:00	CAMINATA DE LA SOLIDARIDAD	
09:10						09:10		
09:20	MUY BUENOS DIAS	09:20						
09:30						09:30		
09:40						09:40		
09:50						09:50		
10:00						10:00		
10:10						10:10		
10:20						10:20		
10:30						10:30		
10:40	PROFESION HOGAR	10:40						
10:50						10:50		
11:00						11:00		
11:10						11:10		
11:20						11:20		
11:30						11:30		
11:40	A MANO LIMPIA	11:40						
11:50						11:50		
12:00						12:00		
12:10						12:10		
12:20						12:20		
12:30						12:30	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN
12:40			NOTICIAS RCN			12:40		
12:50						12:50		
13:00						13:00		
13:10						13:10		
13:20						13:20		
13:30	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN		NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN	13:30		
13:40						13:40		

13:50						13:50		
14:00			CHAMPIONS LEAGUE 2015 CSKA MOSCU VS SPORTING CP			14:00		
14:10						14:10		EN EXCLUSIVA
14:20					14:20			
14:30					14:30			
14:40					14:40			
14:50					14:50			
15:00						15:00	EN EXCLUSIVA	
15:10	AMOR SINCERO	AMOR SINCERO		AMOR SINCERO	AMOR SINCERO	15:10		
15:20						15:20		
15:30						15:30		
15:40			AMOR SINCERO			15:40		NUESTRA SEMANA
15:50						15:50		NUESTRA TELE
16:00						16:00	NUESTRA SEMANA	
16:10						16:10	NUESTRA TELE	
16:20	LO QUE LA VIDA ME ROBO	LO QUE LA VIDA ME ROBO	LO QUE LA VIDA ME ROBO	LO QUE LA VIDA ME ROBO	LO QUE LA VIDA ME ROBO	16:20		
16:30						16:30		VAMOS AL ESTADIO
16:40						16:40		
16:50						16:50		
17:00						17:00		
17:10	ORAZON INDOMABLE	ORAZON INDOMABLE	CORAZON INDOMABLE	CORAZON INDOMABLE	CORAZON INDOMABLE	17:10		LIGA AGUILA II
17:20						17:20		ONCE CALDAS
17:30						17:30		VS
17:40						17:40	NUESTRO CINE	IND. SANTAFE
17:50						17:50	OBJETIVO SALVAJE	
18:00						18:00		
18:10						18:10		
18:20	COMO DICE EL DICHO	COMO DICE EL DICHO	LA ROSA DE GUADALUPE	COMO DICE EL DICHO	LA ROSA DE GUADALUPE	18:20		
18:30						18:30		
18:40						18:40		
18:50						18:50		
19:00						19:00		
19:10	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN	19:10	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN
19:20						19:20		
19:30						19:30		
19:40						19:40		
19:50						19:50	QUIEN QUIERE SER MILLONARIO TEMPORADA II	
20:00	ALOCUCION PRESIDENCIAL					20:00		
20:10	MASTER CHEF JUNIOR	MASTER CHEF JUNIOR	MASTER CHEF JUNIOR	MASTER CHEF JUNIOR	MASTER CHEF JUNIOR	20:10		ESCAPE PERFECTO
20:20						20:20		
20:30						20:30		
20:40						20:40		
20:50						20:50		
21:00						21:00	GANA CON GANAS	
21:10			DIOMEDES EL CACIQUE	DIOMEDES EL CACIQUE	DIOMEDES EL CACIQUE	21:10		DESCARATE SIN EVADIR
21:20	MEDES EL CACIQUE	MEDES EL CACIQUE	LA JUNTA	LA JUNTA	LA JUNTA	21:20		
21:30	LA JUNTA	LA JUNTA				21:30		
21:40		LADY	LADY	LADY	LADY	21:40		
21:50		LA VENDEDORA DE ROSAS	LA VENDEDORA DE ROSAS	LA VENDEDORA DE ROSAS	LA VENDEDORA DE ROSAS	21:50		
22:00	LA VENDEDORA DE ROSAS					22:00		

22:10	LADY					22:10		
22:20	VENDEDORA DE ROSAS					22:20		
22:30						22:30		4 CAMINOS
22:40						22:40		
22:50						22:50		
23:00						23:00		
23:10	LAS SANTISIMAS LANZAMIENTO	23:10		CONTINUUM				
23:20						23:20		
23:30						23:30	LA PREPAGO	
23:40	NOTICIAS RCN	23:40						
23:50						23:50		
00:00						00:00		
00:10	EFFECTO NAIN	LA NOCHE	LA NOCHE	LA NOCHE	LA NOCHE	00:10		CONTACTO ASTRAL
00:20						00:20		
00:30						00:30		
00:40	AMA LA ACADEMIA					00:40		
00:50						00:50		
01:00						01:00		
01:10		AMA LA ACADEMIA	AMA LA ACADEMIA	CONTACTO ASTRAL	CONTACTO ASTRAL	01:10		ASI ES LA VIDA
01:20	MUNDOS OPUESTOS					01:20		
01:30						01:30		
01:40						01:40	CONTACTO ASTRAL	
01:50	MUCHACHA ITALIANA	MUNDOS OPUESTOS	MUNDOS OPUESTOS			01:50		
02:00	VIENE A CASARSE			MUNDOS OPUESTOS	MUNDOS OPUESTOS	02:00		
02:10						02:10		
02:20		MUCHACHA ITALIANA	MUCHACHA ITALIANA			02:20		
02:30		VIENE A CASARSE	VIENE A CASARSE			02:30		
02:40				MUCHACHA ITALIANA	MUCHACHA ITALIANA	02:40		
02:50				VIENE A CASARSE	VIENE A CASARSE	02:50	ASI ES LA VIDA	
03:00						03:00		
03:10						03:10		
03:20						03:20		
03:30						03:30		
03:40						03:40		
03:50						03:50		
04:00	SIN RETORNO	SIN RETORNO	SIN RETORNO	SIN RETORNO		04:00		
04:10				FIN		04:10		
04:20						04:20		
04:30						04:30		
04:40						04:40		
04:50	MUNDO DEL CAMPO	MUNDO DEL CAMPO	EL MUNDO DEL CAMPO	EL MUNDO DEL CAMPO		04:50		EL MUNDO DEL CAMPO
05:00						05:00		
05:10					CHESPIRITO	05:10		
05:20						05:20		
05:30						05:30	OKI DOKI	
05:40	MUY BUENOS DIAS	MUY BUENOS DIAS	MUY BUENOS DIAS	MUY BUENOS DIAS	MUNDO DEL CAMPO	05:40		MUY BUENOS DIAS
05:50	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN	NOTICIAS RCN		05:50		NOTICIAS RCN
06:00						06:00		

Bibliografía

- Arias, E. (2014). Cuando Jaime Garzón se presentó en Zoociedad. Recuperado de <http://www.enorbita.tv/zoociedad>
- Autoridad Nacional de Televisión. (2014). Informe Estadístico Servicio Público de Televisión (pp. 38). Colombia: Autoridad Nacional de Televisión.
- Banco Mundial. (2015). Usuarios de Internet (por cada 100 personas). Recuperado de <http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2>
- Banco de la República. Historia de la televisión en Colombia. Línea de tiempo. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia-de-la-television-en-colombia/linea-de-tiempo>
- Baumgartner, J. & Morris, J. (2006) The Daily Show Effect Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth. *American Politics Research*. (pp. 341-367). Estados Unidos: SAGE Publications.
- Baym, G. (2006) The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication* (pp. 259-276). Estados Unidos: Taylor & Francis.
- Buck, J. (1989). Not Necessarily the News. Recuperado de <https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/tv/1989/07/16/not-necessarily-the-news/ada2ad86-0058-41b4-a576-34f1b8db1335/>
- Burke, P., & Briggs, A. (2002). *De Gutenberg a internet*. España: Santillana.
- Cero Noticias. (4 de enero de 2015). Mala educación Cero Noticias 04012015. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GOdrUy9ATUk>
- Colarte.com. (2015a). La banda francotiradores. Recuperado de <http://www.colarte.com/colarte/conspintores.asp?idartista=15050&pagact=1&dirpa=http%3A%241col%24%241col%24www.colarte.com%241col%24V aritv3751.jpg&tipo=1&carpeta=Musicales&idfoto=205479>
- Colarte.com. (2015b). Los reencauchados. Recuperado de <http://www.colarte.com/colarte/titulo.asp?idtitulo=1889>

- Comisión de Regulación de Comunicaciones (2014). Informe de Monitoreo Resolución 4444 de 2014. Recuperado de https://www.crcom.gov.co/uploads/images/files/Informe_Monitoreo_CPM_Abril_2015_VF4.pdf
- Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. (2002). El sector de las telecomunicaciones en Colombia 1998-2001. Recuperado de https://www.crcom.gov.co/uploads/images/files/Anexo_Estadistico.pdf
- Conexión creativa. (2009). La devoradora de Bora Bora. *El siguiente programa*. Colombia: Conexión Creativa.
- Constitución Política de Colombia*. (1991). Medellín, Colombia: Biblioteca Jurídica Diké.
- Coronado, S. (1995a). La decadencia de la comedia. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-342545>
- Coronado, S. (1995b). Los alcances de la risa. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-424199>
- Coulomb-Gully, M. (2012). Les Guignols de l'info. Le "genre" de la satire. *Réseaux*. (pp. 189-216). Francia: Universidad de Toulouse.
- Cromos.com.co. (12 de agosto de 2014). Heriberto de la Calle, el lustrabotas más querido por los colombianos. Recuperado de <http://www.cromos.com.co/actualidad/heriberto-de-la-calle-el-lustrabotas-mas-querido-por-los-colombianos-15117>
- Cromos.com.co. (13 de agosto de 2014). Godofredo Cínico Caspa, el satírico político. Recuperado de <http://www.cromos.com.co/godofredo-cinico-caspa-el-satirico-politico-15127>
- Cromos.com.co. (2014). Emerson de Francisco, el intrépido presentador de Zoociedad. Recuperado de <http://www.cromos.com.co/emerson-de-francisco-el-intrepido-presentador-de-zoociedad-15129>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2014). Encuesta de consumo cultural 2014. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultlral/bole_ecc_2014.pdf

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2015). Avance de resultados Censo Nacional Agropecuario (pp. 45). Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- Doyle, W. (2013). No Strings Attached? Les Guignols de l'info and French Television News Parody and Political Satire Across the Globe (pp. 39-50). Estados Unidos: Taylor & Francis.
- Díaz, M. (2014). En 2015 llega la Luciérnaga de Gustavo Gómez. Recuperado de <http://www.las2orillas.co/en-2015-llega-la-luciernaga-de-gustavo-gomez/>
- EFE. (2015). Les Luthiers: "La televisión ha abaratado el humor". Recuperado de <http://www.efe.com/efe/america/cultura/les-luthiers-la-television-ha-abaratado-el-humor/20000009-2730349>
- Elespectador.com. (2012). Uribe asegura que no creó las Convivir. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/politica/uribe-asegura-no-creo-convivir-articulo-338100>
- Elespectador.com. (2014). Candidatos hacen campaña con resultados de prueba Pisa. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/politica/candidatos-hacen-campana-resultados-de-prueba-pisa-articulo-484399>
- Elpais.com.uy. (16 de agosto de 2013). Maduro y su "pajarito" desembarcan en la "Isla presidencial". Recuperado de <http://www.elpais.com.uy/vida-actual/maduro-pajarito-desembarcan-isla-presidencial.html>
- El Colombiano. (2015). Los hermanos Gallón y alias "Natilla" fueron incluidos en la Lista Clinton. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/los-hermanos-gallon-y-alias-natilla-fueron-incluidos-en-la-lista-clinton-AJ2193389>
- El Espectador. (1 de julio de 2015). A mitad de 2016 se sabrá suerte del tercer canal. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/economia/mitad-de-2016-se-sabra-suerte-del-tercer-canal-articulo-569513>
- El Espectador. (2008). Una década de televisión privada. *El Espectador*.

Recuperado de <http://www.elespectador.com/impreso/tema-del-dia/articuloimpreso-una-decada-de-television-privada>

El Espectador. (2015a). El proceso 8.000, a 20 años del escándalo mayor.

Recuperado de <http://www.elespectador.com/especiales/el-proceso-8000-20-anos-del-escandalo-mayor-articulo-556513>

El Espectador. (2015b). Procuraduría pide absolver a ex subdirector del DAS por crimen de Jaime Garzón. Recuperado de

<http://www.elespectador.com/noticias/judicial/procuraduria-pide-absolver-ex-subdirector-del-das-crime-articulo-602706>

El siguiente programa oficial. (Abril 13 de 2015). El Siguiente Programa 3x08 El Éxodo Parte 2. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=unkc10wXzdc>

11547

El Tiempo. (1996). Una mujer en tiempos difíciles. Recuperado de

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-630120>

El Tiempo. (2000). Cenpro no va más.

El Tiempo. (2004). 50 años de la televisión. Recuperado de

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1528964>

El Tiempo. (2009). El reencauche de la sátira. Recuperado de

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/CMS-6723248>

El Tiempo. (2015). No comulgo con el periodismo de Gardeazábal: Gustavo

Gómez. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/entretenimiento/musica-y-libros/gustavo-gomez-habla-de-su-nueva-etapa-en-la-luciernaga/15082400>

Europe1.fr. (2 de julio de 2015). Guignols : Hanouna veut les faire "venir sur D8".

Recuperado de <http://www.europe1.fr/medias-tele/les-guignols-de-linfo-quils-viennent-sur-d8-propose-cyril-hanouna-1363496>

Frankinet, M. (2013). Les Guignols en font-ils trop? Recuperado de

<http://www.moustique.be/5701/les-guignols-en-font-ils-trop>

Freud, S. (1950). Humour. Recuperado de

- <https://www.scribd.com/doc/34515345/Sigmund-Freud-Humor-1927>
- García Blanco, J. S. (Agosto 7 de 2008). Godofredo cinico caspa (jaime garzon) hablando sobre uribe. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=pgnpj8LIUe0>
- Garzón, J. (Agosto 24 de 2009). Quac Presentación Certificación Imposible. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=zNFL0M6T5Mk>
- Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado*. España: Santillana.
- González Briones, E., López Cubino, R., & López Sobrino, B. (2009). *El artículo y la columna*. España: Publicaciones Mediascopio.
- González, S., Santamaría, C., & Riobó, A. (2001). Análisis general de la cadena de valor y la situación actual de la industria de televisión en Colombia. Recuperado de <https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/AnalisisTV.PDF>
- Gómez Polo, G. (2011). Marcha contra los violentos y la libertad de secuestrados este 6 de diciembre. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/local/marcha-contra-los-violentos-y-la-libertad-de-secuestrados-este-6-de-diciembre-55733>
- Hadaf Dasfaa. (Mayo 6 de 2015). Peñaloza. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=sk9WvqWmJjw>
- Haggins, B., & Lotz, A. (2009). At Home on the Cutting Edge. *The Essential HBO Reader* (pp. 151-171). Kentucky, Estados Unidos: The University Press of Kentucky.
- Higuera, R. D. (2013). Muertos de la risa con Martín de Francisco y Santiago Moure. Recuperado de <http://www.revistadonjuan.com/historias/muertos-de-la-risa-con-martin-de-francisco-y-santiago-moure+articulo+13154685>
- Izquierdo, G. (2009). *Jaime Garzón. El genial impertinente*. Bogotá: Planeta.
- Jones, J. (2009). Comedy Talk Shows. *The Essential HBO Reader* (pp. 172-182). Kentucky, Estados Unidos: The University Press of Kentucky.
- Kienyke.com. (2012). Jota Mario ahora en la radio. Recuperado de

- <http://www.kienyke.com/confidencias/jota-mario-ahora-en-la-radio/>
- Laverde, J. D. (2014). El estremecedor relato del fiscal del caso de Andrés Escobar. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/judicial/el-estremecedor-relato-del-fiscal-del-caso-de-andres-es-articulo-499808>
- Lhoste, N. (2014). Les Guignols sont encore en vie. Mais pour combien de temps? Recuperado de <http://www.slate.fr/story/95377/guignols-de-linfo>
- Lipovetsky, G. (2000). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- Loaiza, Y. (2014). Equipo de 'La Luciérnaga' dice adiós a su 'DT'. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/entretenimiento/musica-y-libros/hernan-pelaez-sale-de-la-luciernaga-/14603496>
- Los informantes. (2015). Emilio Lovera, el incómodo comediante del gobierno de Venezuela. Recuperado de <http://losinformantes.noticiascaracol.com/emilio-lovera-el-inc%C3%B3modo-comediante-del-gobierno-1628-historia>
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios*. Argentina: Amorrortu editores S. A.
- MicroJow. (Marzo 19 de 2013). HBO: Not Necessarily the news (Spring, 1984). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=UBcMCbGx6ug>
- Oamg.co. (2015). Oscar Morales Guevara: trayectoria. Recuperado de <http://www.oamg.co/trayectoria>
- Ocampo, J. F. (2006). Las reelecciones presidenciales en Colombia: entre el fracaso y la dictadura. Recuperado de <http://www.moir.org.co/LAS-REELECCIONES-PRESIDENCIALES-EN>
- Parodiario. (2009). Memorias del subsidio. *El pequeño tirano*. Colombia.
- Piensaenlentejas. (23 de octubre de 2009). Pequeño Tirano Capitulo 1 temporada 2 AGRO INGRESO SEGURO. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=BEYsYX0mumU>
- Plata Sánchez, M. J. (2009). *La Banda Francotiradores: cuando la política es cosa de risa*. Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Popa, D. E., & Tsakona, V. (2011). *Studies in Political Humour*. Estados Unidos: John Benjamins B.V.

- Presidencia de la República. (7 de agosto de 2012). Entrevista del Presidente Juan Manuel Santos en NSN Noticias, de Vladdo. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Eydbujw3TW4>
- Price, V. (1994). *Opinión pública: esfera pública y comunicación*. España: Paidós.
- Páez, M. (2013). No hay reencauche que aguante. *En directo*, Universidad de la Sabana, p. 24.
- Pérez, J. (4 de marzo de 2014). JUAN PÉREZ DICE TEMPORADA 3 - CAPÍTULO 3. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=YjqY6vvlmFw>
- Rivadeneira, R. (2002). *La opinión pública*. México: Editorial Trillas.
- Rodríguez, A. (10 de julio de 2012). Susana y Elvira: el blog que se convirtió en serie. Recuperado de <http://pulsosocial.com/2012/07/10/susana-y-elvira-el-blog-que-se-convirtio-en-serie/>
- Ronderos, M. T. (2007). Un Garzón terrible. *5 en humor* (pp. 293-360). Colombia: Aguilar.
- Sassen, S. (2008). *Los espectros de la globalización*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Schonpenhauer, A. (1992). *El mundo como voluntad y representación*. México: Porrúa.
- Schutz, C. (1977). *Political humor: from Aristophanes to Sam Ervin*. Estados Unidos: Associated University Presses.
- Semana. (1992). Las Marías. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/articulo/las-marias/17435-3>
- Semana. (2003). Ríase el programa. Recuperado de <http://www.semana.com/gente/articulo/riase-programa/62215-3>
- Semana. (2014). Colombia, en el último lugar de las pruebas de educación. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/articulo/colombia-en-el-ultimo-lugar-de-las-pruebas-pisa/382250-3>
- Semana. (2015). Al tablero con las verdaderas Susana y Elvira. Recuperado de <http://www.semana.com/educacion/articulo/al-tablero-con-las-verdaderas->

susana-elvira/433464-3

Semana.com. (19 de abril de 2013). ¿El 'Noticiero NP&' se volvió incómodo para los políticos? Recuperado de [http://www.semana.com/vida-](http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/el-noticiero-np-volvio-incomodo-para-politicos/340515-3)

[moderna/articulo/el-noticiero-np-volvio-incomodo-para-politicos/340515-3](http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/el-noticiero-np-volvio-incomodo-para-politicos/340515-3)

Semana.com. (2009). Vea momentos especiales en la vida de Jaime Garzón.

Recuperado de <http://www.semana.com/multimedia/galeria/vea-momentos-especiales-vida-jaime-garzon/137904-3>

Semana.com. (2013a). El último capítulo del 'Noticiero NP&'. Recuperado de

<http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/el-noticiero-np-volvio-incomodo-para-politicos/340515-3>

Semana.com. (2013b). Fin de emisión. Recuperado de

<http://www.semana.com/gente/articulo/fin-de-emision/32321-3>

Silva Romero, R. (2010). Un juicio al El siguiente programa muchos años

después. Recuperado de <http://www.soho.com.co/zona-cronica/articulo/un-juicio-el-siguiente-programa-muchos-anos-despues/21649>

Soho. (2010). ENTREVISTA CON LOS CREADORES DE EL PEQUEÑO

TIRANO. Recuperado de <http://www.soho.com.co/web/articulo/entrevista-con-los-creadores-de-el-pequeno-tirano/>

TobisamaReloaded (Febrero 6 de 2013). Jaime Garzón – Zoociedad 1 de 2.

Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=y1LVpJQrZ8s>

Torres, C. (2008). Marcha 6 de marzo. Recuperado de <http://bit.ly/1RFOjes>

Tournier, V. (2005). Les « Guignols de l'Info » et la socialisation politique des

jeunes (à travers deux enquêtes iséroises). *Revue française de science politique* (pp. 691-724). Francia: Presses de Sciences Po.

Valles, J. (2000). *Ciencia Política: Una introducción*. Barcelona: Ariel Editorial S.

A.

Verdadabierta.com. (2013). Así planearon las Farc tomarse el país en los años

90. Recuperado de <http://www.verdadabierta.com/imputaciones/4923-asi-planearon-las-farc-tomarse-el-pais-en-los-anos-90>