

# TRABAJO DE GRADO



Universidad del  
**Rosario**

*Voz Populi Te Ve:*

**El estudio de caso de un programa de infoentretenimiento en Colombia**

**Autores**

Leonardo Pulido & John Mira

*Estudiantes de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del  
Rosario*

**Directora**

Fátima Martínez

*Profesora principal de carrera de Periodismo y Opinión Pública de la  
Universidad del Rosario*

**21 de octubre de 2019**

*“Es en los chistes y en el humor donde, acaso, la lengua más se tuerce y retuerce, se moldea y amolda, se acomoda a la voluble y escurridiza realidad, e intenta iluminar las mil caras del pensamiento y sentimiento humanos: crítica, guasa, broma, burla, ironía, agudeza, sarcasmo, parodia, mofa, escarnio...”*

Joaquín Serrano, Profesor de la Universidad de León

## ÍNDICE

<b>Resumen</b>	6
<b>Introducción</b>	7
<b>1. Una aproximación a la relación entre humor político y el periodismo</b>	8
1.1. Humor político en la televisión colombiana	8
1.2. Humor político en otros medios en Colombia	9
1.3. Periodismo y humor en Latinoamérica	10
<b>2. La opinión no es un chiste</b>	13
2.1. El humor como forma de cambiar las formas de razonar y opinar	13
2.1.1. Televisión, humor y construcción de identidades colectivas	13
2.2. Los medios de comunicación e infoentretenimiento	
El caso de <i>Voz Populi Te Ve</i>	14
2.2.1. Medios de comunicación y formación de sociedades a través del entretenimiento	14
2.2.2. La frontera entre información y opinión	15
2.2.3. Infoentretenimiento y el humor en Colombia	16
<b>3. Diseño de investigación y glosario</b>	19
3.1. Objetivos	19
3.1.1. Objetivo general	19
3.1.2. Objetivos específicos	19
3.2. Metodología	19
3.2.1. La entrevista de profundidad	21
3.2.2. La encuesta	23
3.2.3. Análisis de contenido	28
3.3. Glosario	29
3.3.1. Caricatura	29
3.3.2. Crítica	29
3.3.3. Chiste	29
3.3.4. Humor	30
3.3.5. Humor político	30

3.3.6. Impacto	30
3.3.7. Infoentretenimiento	30
3.3.8. Línea editorial	31
3.3.9. Opinión pública	31
3.3.10. Sátira	31
3.3.11. Youtuber	31
<b>4. Voz Populi Te Ve entre el humor, la información y la opinión</b>	<b>33</b>
4.1. Análisis de entrevistas	33
4.1.1. Línea editorial	33
4.1.2. Autocensura	35
4.1.3. El rol del humor político	37
4.1.4. ¿El humor objetivo?	40
4.1.5. Impacto	41
4.2. Análisis de encuestas	44
4.2.1. Consumo de humor político	45
4.2.2. La carencia de programas humor político	48
4.2.3. Influencia del humor político en la ciudadanía	52
4.2.4. ¿Se necesita más humor político en televisión?	55
4.2.4.1. Reflejo de la realidad social y política	58
4.2.4.2. Creación de conciencia	58
4.2.4.3. Entretenimiento a través de la crítica y la burla	58
4.2.4.4. Información de manera diferente y práctica	59
4.2.4.5. Muestra la realidad desde diferentes perspectivas	59
4.2.4.6. Mecanismo de educación	59
4.2.4.7. Influenciar a las personas a informarse	59
4.3. Análisis de contenido	60
4.3.1. Esquema de <i>Voz Populi Te Ve</i>	60
4.3.2. ¿De quiénes se habla?	61
4.3.3. ¿De qué se habla en <i>Voz Populi Te Ve</i> ?	62
4.3.4. ¿En dónde se ubica la opinión de <i>Voz Populi Te Ve</i> ?	63

<b>5. Discusión</b>	65
5.1. Desde la perspectiva narrativa	65
5.2. Críticas al infoentretenimiento	67
<b>6. Conclusiones</b>	72
<b>7. Bibliografía</b>	75
<b>8. Anexos</b>	88

## **RESUMEN**

Los programas de infoentretenimiento han ganado fuerza con el paso de los años en el mundo, dado a que se han mostrado con formatos innovadores a la hora de presentar la información y se han salido de las estructuras tradicionales de los programas televisivos. En Colombia, sin embargo, los estudios sobre el infoentretenimiento no existen a pesar de encontrar entre su historia varios programas de humor político que podrían entrar en este formato. El presente trabajo buscó un acercamiento al concepto de infoentretenimiento en Colombia mediante el estudio de caso del programa Voz Populi Te Ve de Caracol Televisión. Se encontró que el humor y la información pueden vivir juntos en un mismo programa y que es valorado por el público, pero aun así es insuficiente dado a la coyuntura que vive el país. De igual manera a lo largo de este trabajo se encontraron formas de autocensura y una demanda latente a la existencia de nuevos programas de humor político en los medios tradicionales.

## INTRODUCCIÓN

Para la presente investigación se tomó en cuenta el caso de *Voz Populi Te Ve* que es uno de los pocos programas de humor político que existen en la actualidad en Colombia a fecha de abril de 2019. Así, teniendo en cuenta que los medios de comunicación ayudan a moldear los asuntos de importancia en las sociedades (Andrade, 2013), y que la televisión es el medio de consumo cultural que más se utiliza en el país (DANE, 2016), además de ser el recurso de comunicación más usado para los programas allegados al infoentretenimiento (Berrocal, 2012), la presente investigación tuvo como propósito indagar en las convergencias que existen entre el humor y la formación de opinión a través del programa *Voz Populi Te Ve*. De esta manera, se pretende responder las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Por qué *Voz Populi Te Ve* es un programa de infoentretenimiento? ¿Qué características tienen este tipo de programas de infoentretenimiento?

Las respuestas a las preguntas que se plantean en este proyecto guiaron la investigación al concepto de infoentretenimiento en Colombia, demostrando la existencia de programas de este tipo en la televisión nacional. En Colombia, se ha estudiado el humor político en la radio (Paul, 2015), al igual que se han realizado estudios sobre programas de televisión específicos sobre el tema (Plata, 2009), sin embargo, no se han analizado desde el punto de vista del infoentretenimiento. Por lo anterior, resulta fundamental investigar *Voz Populi Te Ve* desde un encuadre como el infoentretenimiento en un medio de comunicación tan representativo para los colombianos como es Caracol Televisión, para así, poder incluir nuevos conceptos como información, opinión e infoentretenimiento. Por tanto, uno de los propósitos de este trabajo de grado es comprender la incidencia de *Voz Populi Te Ve* como programa de humor político y establecer su valor crítico otorgado por el código ético del medio (Canal Caracol, 2016). La información es un elemento social al servicio de la comunidad, por tanto, impulsa un contenido consciente que promueve la reflexión; auspicia la buena relación entre los ciudadanos y ayuda a la libertad de pensamiento de su público. De este modo, la investigación intentó hallar las conexiones entre humor político, opinión e información dentro del programa y hasta qué punto existe correlación entre estos conceptos en el contenido de este.

# 1. UNA APROXIMACIÓN A LA RELACIÓN ENTRE HUMOR POLÍTICO Y EL PERIODISMO

## 1.1. Humor político en la televisión colombiana

Diversos estudios se han hecho sobre los programas de humor político en el país. Plata (2009), por ejemplo, realizó un trabajo sobre cómo el contenido satírico contribuye a la construcción de la opinión pública, para este propósito tomó como ejemplo el programa *La Banda Francotiradores* y desarrolló la influencia de éste en la sociedad colombiana. En primera instancia, definió los conceptos claves para entender el humor político. En segunda instancia, mostró la representación del humor político en la prensa mediante la caricatura y personajes como *Campitos*, y en la radio con *La luciérnaga*. Finalmente, explicó cómo mediante metáforas, símiles, burlas, alegorías y parodia, la ironía puede ser fuente de información.

Otro estudio fundamental es el de Medina (2016), presentado como un trabajo de grado de la Universidad del Rosario llamado *Humor político audiovisual en Colombia: de los gloriosos años noventa en televisión a internet*. En su trabajo realiza una investigación sobre por qué después de la muerte de Jaime Garzón, a pesar del auge e importancia que han tenido este tipo de programas en la televisión, ya no existe una oferta de estos contenidos en este medio. Para esto Medina, hace un estudio sobre la parrilla de programación de los canales privados RCN y Caracol Televisión, además de analizar estudios de mercado para mirar porqué estas cadenas no tenían programas televisivos de humor y crítica.

Caracol (2004), en el texto *50, Televisión colombiana, una historia para el futuro*, hace un recuento de lo que ha sido la televisión colombiana en este canal desde 1954 a 2004. Entre estos apartados se dedican espacios a los programas de humor como *Operación jaja*, *Humor imposible* y *Sábados Felices*. El texto muestra que después de este tipo de humor surgieron nuevas propuestas dirigidas a una mayor interacción con el público, creando contenidos más críticos con la realidad del país. Para lograr lo anterior, el texto explica que surgieron programas como *Zoociedad* o *Quac, el noticiero*, los cuales basaban su contenido en la sátira política.

Asimismo, se han encontrado trabajos que evaluaban aspectos vinculados a las consecuencias del humor político en la televisión colombiana. Un ejemplo de ello es el estudio de Salazar (2011), quien muestra cuál fue la importancia de Jaime Garzón, qué personajes interpretó, qué tipo de humor realizaba, a qué poderes políticos se enfrentó y cómo su forma de hacer humor lo llevó a su asesinato. De igual forma, mediante un análisis antropológico utiliza la muerte de este personaje icónico para hablar de la mal llamada cultura de violencia y de la injusticia que existe en Colombia con este caso. El texto abarca la figura de Jaime Garzón como un personaje cuyo fin fue construir paz a través del humor y reivindicó el uso de medios como la televisión para lograr influir en la opinión pública. Por último, el autor analiza muy brevemente los personajes que caracterizó y por qué sus interpretaciones lo llevaron a la muerte.

En el marco televisivo, Canal Uno tiene un programa llamado *Diálogo Mayor*, en el que trataron el tema de la importancia del periodismo y humor en Colombia. La emisión contó con Alexandra Montoya, humorista, desde la radio y Betto Martínez, caricaturista. El programa abarcó temas como la practicidad que tiene hacer periodismo de humor, la censura que puede existir en los medios de comunicación con este tipo de periodismo, las consecuencias y la relevancia que tienen los personajes o figuras públicas a los cuales se les hace humor.

## **1.2. Humor político en otros medios de Colombia**

La prensa y la radio también han sido medios para la difusión de las risas con la política. Vargas (2013) hace un estudio sobre cómo la caricatura de Vladdo representa el gobierno de Álvaro Uribe, para esto hace un análisis documental de las imágenes en Revista Semana y en El Tiempo. Este trabajo resalta el poder que tiene la caricatura política para generar una imagen sobre las personalidades políticas, y como herramienta de lucha contra los malos gobiernos.

La caricatura también es un mecanismo de humor y periodismo. Acevedo (2003) realizó un estudio sobre los imaginarios políticos y creación de identidades dentro de los géneros de opinión propios de la prensa a través del dibujo. En este sentido, el autor plantea las diferencias que existen entre el cómic y la caricatura, y cuando una de estas

puede ser catalogada dentro de la caricatura editorial. Asimismo, analiza desde la semiología el contenido de estas caricaturas en diferentes medios de comunicación como *El Siglo*, *Seminario Gaitanista*, *El Espectador*, entre otros. Acevedo llega a la conclusión de que, si bien la caricatura política es una forma de expresión, también fomenta ideas y odios entre sus lectores.

Respecto a la radio, Virgina (2017) analizó el éxito de *La luciérnaga* en Caracol Radio y *El Weso* de la W radio de México. Con su estudio logró evidenciar que *La Luciérnaga* usa la música, los chistes simples e imitaciones sobre personajes icónicos dentro de los colombianos, que favorecen a su reconocimiento y popularidad. Por otra parte, *El Weso* cuenta con música en vivo y entrevistas personalizadas dependiendo de lo noticioso que sea. El fin último que tiene esta investigación es mirar cómo se crea lo que Virginia llama el “clima radial” (p. 160), es decir la empatía y éxito que estos programas tienen mediante el uso del humor en la información.

En la prensa también se ha destacado el humor político. Chaparro (2009) realizó una investigación sobre la importancia de Carlos Campos (“*Campitos*”) durante el sainete político, género que revolucionó y permitió la comedia en temas sociales y políticos mediante el teatro. Además, el autor muestra que el surgimiento del teatro municipal y el Teatro Colón fueron escenarios para tratar la sátira política teatralmente. Además de que *Campitos* revolucionó las formas de hablar sobre estos temas, pues mediante las artes escénicas podía cuestionar, criticar y romper con las represiones políticas de esos tiempos.

### **1.3. Periodismo y humor en Latinoamérica**

El humor también ha sido un tema de estudio América Latina y se ha tratado desde diferentes ramas del conocimiento. Espigado (2103) hace una investigación sobre el humor satírico desde el psicoanálisis y la neurociencia. El autor busca demostrar que la sátira no sólo es un género literario, sino que también puede ser una forma de comunicación para la sociedad. Para este propósito analiza tres novelas de Junot Díaz, *La maravillosa vida de Oscar Wao*, Wang Shuo, *Haz el favor de no llamarte humano*, y David Foster, *Broma infinita*.

Espinosa (2013) estudia el humor y el periodismo a través de las columnas de opinión del Pájaro Febres realizada sobre el 30-S, una revuelta de la Policía Nacional ecuatoriana que según el presidente Rafael Correa se trató de un golpe de Estado. Según el periodista León Febres Cordero no se puede hablar de periodismo humorístico, pero sí se puede hablar de que el humor es un acto espontáneo y visceral. De acuerdo con esto, Espinosa analiza los elementos del discurso a través del método de estudio crítico del discurso del autor holandés A. Van Dijk, testimonios de personas en los medios comunicación y entrevistas con los editores del Tiempo (Ecuador) y el Diario Hoy.

Los bufones también han tenido cabida en el periodismo. Paul (2015) realizó un artículo sobre Brozo, el payaso tenebroso, uno de los periodistas más conocidos en México. El texto habla del tipo de humor que realizaba Brozo con sus chistes misóginos, sexuales e imprudentes. Para esto recolectó contenido periodístico sobre el trabajo de Víctor Trujillo en videos de YouTube en *El mañanero*. Uno de los éxitos de este programa es su formato de infoentretenimiento, por esta razón, abunda este término, para ver cómo se trata este tipo de contenidos en Latinoamérica, especialmente en México. Paúl concluye que el infoentretenimiento tiene un auge importante en países latinoamericanos como Argentina, Perú y Chile, y, por lo tanto, se debe pensar una estrategia para vincular este tipo de contenido satírico en la televisión.

El infoentretenimiento también ha sido estudiado desde las ciencias sociales como la sociología. Echeverría (2017) elaboró un trabajo sobre el espacio y contenido de las elecciones legislativas de 2015 en México, pues el autor considera que muchas veces los periodistas satirizan y se centran en problemas, alborotos, y aspectos mínimos de los personajes políticos. En su estudio llega a la conclusión de que las coberturas de los medios de comunicación en México durante época electoral les dan más importancia a situaciones bochornosas, agresiones a los distintos candidatos y las propuestas tienen un mínimo espacio pasando a segundo plano dentro de la parrilla informativa.

Las plataformas de internet han sido mecanismos para la producción de nuevos contenidos audiovisuales. Berrocal, Campos y Redondo (2012) hacen un estudio sobre los videos más populares de temas políticos que existe en la plataforma de YouTube al

hacer búsquedas de personalidades políticas como Silvio Berlusconi, José Sócrates, Nicolás Sarkozy, José Luis Rodríguez Zapatero y Gordon Brown. El objetivo que tiene la investigación es ver si el infoentretenimiento político ha trascendido a Europa. Para esto tomaron solo los primeros veinte vídeos que aparecían en cada búsqueda. El resultado final fue que el personaje más buscado era el ex Primer Ministro de Reino Unido, Gordon Brown. El que tenía más contenido anónimo era el presidente de Francia, Nicolás Sarkozy. Los autores, finalmente, muestran cómo pasa en los medios de comunicación, la mayoría de estos vídeos se centran en los errores que tienen las personalidades políticas, y no en sus ideas, contribuciones o propuestas.

Los magazines televisivos han sido temas de análisis para los investigadores. Ortells Badenes (2015) escribió un artículo sobre el papel del infoentretenimiento en la información televisiva española. La autora evidencia el aumento de las noticias suaves (poco contenido controversial), a comparación de las noticias gruesas (con más tinte político). La autora utiliza un método cuantitativo en que evalúa cuatro magazines: *Andalucía directo*, *Madrid directo*, *España directo* y *En conexión*. Las ideas finales del texto muestran que los formatos de contenidos audiovisuales se transforman, pasando de encuadres perfectos y largas tomas informativas, a planos cortos y sentimentalismos entre los personajes.

## **2. LA OPINIÓN NO ES UN CHISTE**

### **2.1. El humor como forma de cambiar las formas de razonar y opinar**

#### **2.1.1. Televisión, humor y construcción de identidades colectivas**

No hay medio de comunicación con mayor impacto en Colombia que la televisión, más del 90% de los colombianos consume televisión en Colombia (DANE, 2016). Suing, Gallardo y Ortiz (2015) ven la televisión como una fuente de entretenimiento e información para la sociedad. Es decir, una herramienta que tiene un elemento diferenciador en la masa. Por eso, y desde que existe la televisión en el país, ésta ha combinado los extremos de clases sociales, altas y bajas (Rincón, 2015), narrando un mundo lleno de identidades donde nos sentimos aludidos (Murillo y Escala, 2013).

En otras palabras, la televisión facilita encontrar lo que Cabrera (2015) denomina identidades colectivas, es decir, hallar ese espacio en el mundo que nos hace únicos como sociedad. Todo esto si tenemos en cuenta las interacciones sociales que ocurrían frente al aparato, pero su influencia es más cercana hoy en día al ser el consumo más individual y ser la interacción entre emisor-receptor más fácil debido a las redes sociales (Choi, 2017). Es tal la influencia del televisor que hay quienes lo empezaron a ver como una perversión y una manera de fomentar la ignorancia con telebasura, que para Cortavitate (2016) y Arboccó y O'Brien (2012) son los programas cuyo contenido es muy pobre culturalmente, con poca profundidad cognitiva. Hay quienes dicen que es tal el poder de la televisión que incluso incita a actos violentos (Sajjan, Hussain, Rana & Ramzan, 2017), por eso es una herramienta que puede llegar a ser destructiva.

Lo cierto es que, sin importar si su incidencia es positiva o negativa, la televisión tiene una gran influencia sobre el público (Suing, Gallardo y Ortiz, 2015), de ahí que programas con contenido humorístico tengan una gran oportunidad de incentivar el pensamiento a través de la risa (Medina, 2017). Es preciso establecer diferencias entre lo que se llama el humor político, la sátira y la caricatura. Carlos Fuentes Yupanqui explica la diferencia entre las tres. El humor lo engloba todo, es un proceso complejo en la que están involucrados procesos sociales, culturales, psicológicos, entre otros,

que se oponen a la expresión hegemónica del momento; la sátira es un recurso humorístico en el que se hace una composición burlona exacerbada, mientras que la caricatura es una expresión del humor, una forma de componer (2016). En otras palabras, la sátira y la caricatura son formas de hacer humor, mientras que el humor puede existir sin las otras dos.

Independiente del contexto a tomar, el humor llega al mismo punto, es decir, hacer juicios de la realidad a través de la risa y sentirse identificado con la risa (Medina, 2017) y, por lo cual, su presencia en televisión no solo da colorido a su formato, sino que cambia las formas de hacer televisión (Ortells-Badenes, 2015), pues manejan un formato diferente en el que se informa sin la frialdad de los programas tradicionales de periodismo (Paul, 2015). Por eso, el humor político en la televisión abre puertas a nuevos contenidos y es una forma interesante de informar y hacer opinar al público (Echeverría, 2017).

## **2.2. Medios de comunicación e infoentretenimiento: El estudio de caso de *Voz Populi Te Ve***

### **2.2.1. La televisión y la formación de sociedades a través del entretenimiento**

Casi nadie dudaría al decir que los medios de comunicación tienen un poder enorme para influir en la sociedad, porque hacen parte de su vida cotidiana (Barros y Barros, 2015). Su influencia puede llegar hasta puntos trágicos, solo basta con mirar la influencia que tuvo la radio en el genocidio de Ruanda y como la difusión de mensajes violentos influyó en el número de victimarios del conflicto y se piensa que el 10% de las víctimas vienen de estos (Yanagizawa, 2012). Fue importante la radio porque era el medio de comunicación más importante entre los ruandeses y en la reproducción de un discurso nacionalista Hutu. Estos son los casos extremos de influencia en los medios, pero hay formas de incursión más cotidianas e imperceptibles.

Los estudios culturales fueron los primeros que empezaron a relacionar el poder de los medios con lo ordinario. La idea principal de esto era que la supremacía del medio

se conoce al saber su relación con los diversos discursos que se tiene en el día a día (Sánchez, 2016). La televisión es el gran medio estudiado en esta tendencia porque fue el medio que más fácil reproducía la cotidianidad, legitimándola o no, y el medio que más tiempo era consumido. Además, era un medio en el que el público era más fácil de captar sin importar su edad en el que cada generación la consumía y entendía de forma diferente (Sánchez, 2016).

Una de las partes más importantes de los estudios culturales es que hace énfasis en esa idea del nosotros que viene implícito en todos los discursos que nos involucra como sociedad y que nos hacen identificarnos con el ‘nosotros’ (Cabrera, 2015; Sánchez, 2016). Para construir el ‘nosotros’, o lo que se llama identidad colectiva que conforma la sociedad, se necesita reconocerse parte de un grupo porque se posee algo único que lo hace pertenecer a ello, tiene afecto a eso que lo hace identificarse (Mercado & Hernández, 2010).

El hecho de verse representado tan fácil en televisión hace que la conexión con el autor sea mayor y representar los discursos que tenemos interiorizados, en su mayoría, legitimando tal como sucede con ésta en Colombia (Rincón, 2015), y más si se tiene en cuenta que, es el medio de comunicación más consumido (DANE, 2016). En conclusión, los medios al ser de fácil acceso y ser los que tratan de representar la realidad, facilitan la formación de una identidad colectiva, alimentando nuestro curso como sociedad.

### **2.2.2. La frontera entre información y opinión**

Los medios de comunicación son el espacio en el que la opinión pública es expuesta (Castells, 2008), entiéndase como opinión pública: el espacio en que el poder y la sociedad debaten sobre las decisiones a tomar a favor o en contra de forma pública (Aguilar, 2017). Como se ha mencionado anteriormente, la televisión es la forma de consumo cultural más usada en el país, y, por lo tanto, es el espacio donde más se ve expuesta la opinión. Sin embargo, y es de sumo interés en el presente trabajo establecer la frontera que existe entre informar y opinar.

El trabajo fundamental de los medios de comunicación en la actualidad es el de proporcionar información a la mayor cantidad de personas. Es decir que su labor consiste en dar forma a la realidad por medio de un mensaje cognoscible (Desantes Guanter, 1988), y que este pueda llegar a cualquiera de sus receptores. Este rol conlleva a la responsabilidad de que el mensaje sea lo más acertado posible a los hechos. Sin embargo, la transmisión del mensaje siempre ha sido un problema, dado que el mensaje está expuesto a la subjetividad del emisor. Para evitar lo más posible la transgresión de la subjetividad, los medios de comunicación han acudido a dividir sus contenidos en espacios de información y espacios de opinión.

Dentro de los formatos de información en la televisión se encuentra el noticiero, entendido según como la fórmula para emitir noticias mediante cortas notas informativas que presentan un resumen de lo acontecido durante el día, teniendo en cuenta las imágenes grabadas previamente con los acontecimientos a contar (Blanco, 2016). De ahí, que esos hechos ofrezcan no la realidad, sino una percepción o concepción de esta (Barrios, 2010), es decir un punto de vista de los sucesos desde el medio de comunicación que emite la noticia.

### **2.2.3 Infoentretenimiento y el humor en Colombia**

Tradicionalmente, se pensaba que los programas de televisión tenían como funciones enseñar, informar y entretener de forma diferente (Bobo, 2005). Por eso, los contenidos de este estilo, que mezclan todos los fines tradicionales entre sí, son cada vez más sintonizados por el público y se toman progresivamente los medios de comunicación, en especial la televisión (Ortells-Badenes, 2011). El caso más común de la hibridación exitosa es el infoentretenimiento. El infoentretenimiento es la tendencia de entretener informando (Zermeño, 2000). Es decir, se brinda información a través de formatos de entretenimiento. Estos formatos han sido exitosos y han modificado la forma de informar, tanto que ha generado un debate en la forma de entender la distinción entre noticias duras y suaves (Ortells-Badenes, 2015).

Por un lado, se concibe esta tendencia como una forma innovadora de transmitir la información en el que los formatos transgreden la distinción clásica entre entretener e informar, lo cual está muy relacionado con la dominancia del formato televisivo

(Paul, 2015). Por el otro, está la idea de que los programas de este corte banalizan la información al mezclar las noticias ‘serias’ de las que no (Thussu, 2007; Ortells-Badenes, 2015), pues como dicen Redondo y Campos (2014) se abusa tanto de la diversión y entretenimiento que la información pasa a un segundo plano y así es captado por el público. En otras palabras, e independiente de la visión en que se vea, el infoentretenimiento ha hecho una hibridación entre las formas tradicionales de pensar programación en medios de comunicación, y en especial, a la hora de hacer televisión (González, 2016).

Los programas televisivos de contenido satírico están inmersos entre la hibridación del infoentretenimiento. Sus tintes políticos fueron importantes en Colombia. Este tipo de contenido empezó con Zoociedad en Canal Uno y contaba con la presentación de Jaime Garzón y Elvira Lucía Dávila. Entre sus secciones estaban: llamada de medianoche, lo mismo que antes, los comentarios de ‘fufa’, la última palabra, pesadilla sin fin y el noticiero hueco “*el único que cuenta la primicia y no la noticia*”. Su emisión duró al aire desde 1990 hasta 1993, tiempo en que César Gaviria era presidente. Esto fue aprovechado por su director Francisco Ortiz, por lo que gran parte del contenido trataba aspectos de la política de Gaviria, tanto nacional como internacionalmente.

Jaime Garzón continuó con la idea de tener un programa de sátira política, gracias a esto surgió en 1995 *Quac, el noticiero*, un programa de humor y política que presentaba a Garzón junto a Diego León Reyes, donde se satirizaba a personajes públicos del ámbito nacional. La estructura de este formato era similar al noticiero QAP que se emitía en el Canal A, y era muy conocido para la audiencia colombiana. Sus personajes eran igual a los de un noticiero, tenían fuentes, un estudio de televisión, periodistas, solo que era una parodia acerca de los políticos y las realidades sociales del país. De ahí surge *Dioselina*, uno de los personajes más representativos de Jaime Garzón.

Santiago Moure y Martín de Francisco incursionaron en 1995 con *La tele letal*, un programa de humor que combina las entrevistas de los presentadores con las realidades y personajes sociales del país, es decir su interés era burlarse del *status quo*. Se distinguía por tener entrevistas, invitados especiales y cubrir eventos. En una

ocasión durante una cobertura al reinado nacional de belleza fueron expulsados dados que transgredieron un lugar que socialmente era aceptado solo para la élite. Este ha tenido continuaciones como *El Siguierte Programa*, que maneja un formato similar, pero con personajes animados.

En televisión, los últimos programas de sátira política han formado otros formatos. Luego de la aparición *Quac, el noticiero* surgió una idea similar llamada *Los Reencauchados*, pero que se caracterizó por usar muñecos de guiñol para representar a los políticos. En 2009 salió nuevamente al aire en Caracol Televisión con el nombre de *Noticiero NP&*. Las noticias eran presentadas por un muñeco llamado ‘*Severo Copete*’, luego se hacía una sección titulada *Los puntos sobre las úes*, haciendo alusión a los puntos sobre las íes, después se hacía una parodia musical sobre las noticias más importantes de la semana con *el Grupo Salpicón*. En el programa también había personajes humanos que en la mayoría de las veces eran periodistas o presentadores.

El último formato que actualmente se desarrolla en televisión es *Voz Populi Te Ve* de Caracol Televisión, que surgió de un programa de radio. Durante la emisión se usan imitaciones, entrevistas callejeras y secciones burlescas de otros programas del canal. El rol de la opinión pública es representado por una ama de casa que interactúa con los presentadores del programa. Entre las secciones del programa se encuentran: *tarjeta amarilla, burla virtual, sube y baja, la jugada de la semana y lo feo*.

En Colombia, los programas de infoentretenimiento empezaron a nacer muy cercanos de programas dedicados a entretener, sobre todo dedicados al humor. Por ejemplo, Cadena1, cadena pública de donde deriva Canal Caracol, fue de los primeros en apostar a nuevos programas dirigidos a una mayor interacción con el público, creando contenidos más mordaces y programas donde sobresalía la sátira. Estos programas lograron una gran popularidad y cambiaron al consumidor de televisión obligándolo a ser un espectador más activo, pues sus contenidos recurrían sí o sí a la actualidad que vivía el país.

## 3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y GLOSARIO

### 3.1. Objetivos

#### 3.1.1. Objetivo General

Explicar el concepto de Infoentretenimiento a partir de *Voz Populi Te Ve*.

#### 3.1.2. Objetivos específicos

1. Explicar el proceso de realización de *Voz Populi Te Ve*.
2. Describir cómo perciben los estudiantes universitarios de la ciudad de Bogotá los programas de humor político en la televisión colombiana.

### 3.2. Metodología

No hay trabajo de investigación sin metodología, pues son el conjunto de procedimientos a seguir con el cual los investigadores orientan y obtienen la información necesaria con mayor eficiencia para su trabajo (Meza, 2015). Para facilitar la propiedad de los datos obtenidos y lograr cumplir los intereses propuestos de los investigadores en el presente trabajo, se usaron dos formas de investigación: cualitativa y cuantitativa, pues permitió una aproximación más certera a los datos buscados (López & Sandoval, 2016).

La metodología del presente trabajo constó de un estudio de caso de *Voz Populi Te Ve* a través de tres métodos de investigación, dos cuantitativos y uno cualitativo<sup>1</sup>. La razón por la que se escogió este programa como estudio de caso es debido a que este es un programa emitido por la televisión, el cual recordemos es el medio más usado por los colombianos según el boletín de la encuesta cultural del DANE 2016. Además de que es transmitido en Caracol Televisión, canal que actualmente tiene el *rating* más alto en

---

1. La investigación cuantitativa se usa para lograr investigaciones en temas de cantidades; por otro lado, la cuantitativa es concerniente a las formas descriptivas o que responden a preguntas relacionadas a la cualidad (Martínez, 2013).

Colombia, y, por último, es de los pocos programas en la actualidad que manejan este formato.

Este trabajo se realizó teniendo en cuenta la importancia de varias metodologías de investigación en la recolección de información a la hora de estudiar fenómenos comunicacionales adecuadamente (Palacios & Díaz Noci, 2007). Para los métodos cuantitativos se recurrió a la encuesta, o cuestionario, y al análisis de contenido; mientras que a nivel cualitativo se recurrió a las entrevistas de profundidad. Se buscó a través de esta información levantada encontrar la relación entre el programa y el concepto de infoentretenimiento.

Las entrevistas de profundidad de este trabajo fueron realizadas a 7 integrantes del programa *Voz Populi Te Ve*. Las entrevistas se ejecutaron mediante un muestreo no probabilístico, puesto que cada uno de los entrevistados tuvo que cumplir con la condición de haber sido productor, guionista, director, presentador o actor de los programas de *Voz Populi Te Ve*. Vale recordar que este es un método de investigación cualitativo basado en el levantamiento de información a través de la interacción entrevistado y entrevistador (Herrera, 2017). Así que la intención era conocer desde la experiencia de los entrevistados el proceso de creación, producción y recepción del programa.

El primero de los métodos cuantitativos fue la encuesta. Este método de investigación busca a través de un conjunto de preguntas con criterios de valor arrojar resultados a través de medidas de acumulación y porcentajes (López & Sandoval, 2016). En esta investigación se realizaron encuestas a una muestra de 60 personas. Los encuestados fueron 30 estudiantes de universidades públicas (Universidad Nacional, Universidad Distrital y Universidad Pedagógica) y 30 estudiantes de universidades privadas (Universidad del Rosario, Universidad de los Andes y Universidad del Externado), dado que son los miembros más activos políticamente en la sociedad (Agudelo, Murillo, Echeverry & Patiño, 2013). No obstante, las encuestas no serán representativas, puesto que 60 personas no son una muestra trascendental de los habitantes de Bogotá, que tiene más de 8 millones de personas viviendo dentro de ella.

El último método usado fue un análisis de contenido en el que se analizó en cuenta 6 meses de emisión del programa *Voz Populi Te Ve*. Se tomaron en cuenta los programas desde el 3 de junio de 2018 hasta el 6 de enero de 2019. Los análisis de contenido se hacen teniendo en cuenta una rúbrica con ciertos criterios oscilados entre teoría, técnica, presupuestos e interpretación. En este caso se buscó saber los temas tratados durante el programa, los personajes a los que se hace mención o burla y la forma de abordarlos.

### **3.2.1. La entrevista de profundidad**

Se decidió a hacer uso del método de la entrevista en el presente trabajo debido a que este método nos facilita la recolección de información desde la fuente principal. Ya que nuestra intención es comprender el concepto de infoentretenimiento a través de un programa de humor político, era necesario comprender la producción y ejecución de un programa de infoentretenimiento y, por tanto, para obtener dicha información era necesario recurrir a entrevistas semiestructuradas a los integrantes.

Las entrevistas son una forma de recolección cualitativa cuya principal función es a través de una conversación y ciertas preguntas preestablecidas para lograr dar respuestas a ciertos temas pertinentes a una investigación (López N & Sandoval I, 2016). Sin embargo, el método usado en el presente trabajo fue la entrevista de profundidad que, a diferencia de la entrevista sencilla, la entrevista de profundidad está basada enteramente en la interacción entre entrevistado y entrevistador, por lo tanto, hay más libertad de salirse del cuestionario establecido antes de hacer la entrevista (Herrera, 2017).

En la presente investigación se entrevistó a 7 integrantes del elenco de *Voz Populi Te Ve* para conocer cómo se produce, escribe y graba el programa. Se hizo con la intención de conocer los temas de preferencia, los límites que tienen con el programa y la forma de ejecución del programa. Las entrevistas se han realizado a las siguientes personas que pertenecen al programa de *Voz Populi Te Ve*:

1. Jorge Alfredo Vargas, director del programa.
2. Rafael Pinaud, subdirector del programa y jefe de producción y postproducción del programa.
3. Mauricio Ramírez, guionista del programa.

4. Santiago Rodríguez, actor del programa.
5. Diego Briceño, actor del programa.
6. Óscar Iván Castaño, imitador y actor del programa.
7. Andrés Tamayo, actor e imitador del programa.

Se han buscado diferentes cargos en los entrevistados para encontrar variedad en las respuestas, comprender la forma en que realiza su labor dentro del programa según su rol en la producción. A continuación, se presenta el esquema de la entrevista realizada a los ya referenciados. De este modo, se intenta con las preguntas que los entrevistados respondieran a conceptos de humor político, a la forma en que su trabajo ayudaba a la generación de opinión, cuál es su función dentro del programa y cómo incide en el público.

### **Formato de entrevista de profundidad**

**Nombre:**

**Cargo:**

**Objetivo:** comprender el papel de cada uno de los integrantes en la creación del contenido, dar nociones de un concepto de humor político y todo lo que esto conlleva, humor político en TV y consecuencias. con

1. ¿Qué es o a qué llamamos humor político en televisión? (concepto)
2. ¿Qué características tiene?
3. ¿Por qué es importante hacer humor político?
4. ¿Qué objetivo tiene Voz Populi Te ve?
5. ¿Se consideran un programa de opinión? ¿Cuál es su opinión?
6. ¿Cuál es el papel que tiene el humor político en la televisión? (¿Qué está pasando en la televisión?)
7. ¿Qué es importante para la realización de un programa de humor político en televisión?
8. ¿Qué diferencias hay entre hacer humor político en televisión a diferencia que en radio o prensa?
9. ¿Considera que hacen faltan más programas de este tipo en la televisión?

10. ¿Cree que este tipo de humor está bien valorado en el país? (Rating, horario de emisión, redes sociales)
11. ¿Cuál es el impacto que el humor político tiene entre los espectadores?
12. ¿Cuáles considera que son los problemas de hacer humor político en el país?
13. ¿Qué es lo más difícil de su trabajo?
14. ¿Existen algunas restricciones para hacer este tipo de programas a la hora de hacer su trabajo, ya sea externa o ustedes mismos?
15. ¿Cuál es el papel que ha tenido Jaime Garzón en la creación de nuevos contenidos? ¿considera que hoy en día existe un referente humorístico como Garzón?
16. ¿Cómo siente que aporta a su público? (razones para hacer estos programas)
17. ¿Cree que al hacer este humor en televisión tienen más influencia en la gente?
18. ¿Qué se necesita para hacer un buen programa de humor político?
19. ¿Siente que les llega a las suficientes personas o qué le falta al país para que estos programas lleguen a más público?

### **3.2.2. La encuesta**

La encuesta es una metodología de investigación cuantitativa, también llamada cuestionario, el cual busca realizar una cantidad de preguntas de interés a una investigación (López, N., & Sandoval, I., 2016). A diferencia de interesarse por el encuestado, su investigación busca en cómo la forma responde a las alternativas expuestas en la herramienta y darles un valor (Cerón, M. C., 2006).

Las encuestas que se han realizado en esta investigación son de un total de 60 estudiantes, todos seleccionados de manera aleatoria que corresponden a universidades públicas y privadas. Las entrevistas se hicieron en las entradas a las universidades durante los meses de febrero y marzo de 2019 y tuvieron una duración de 20 minutos cada una. Las universidades públicas seleccionadas han sido: la Universidad Nacional, la Universidad Pedagógica y la Universidad Distrital

Las universidades privadas seleccionadas han sido las siguientes: la Universidad del Rosario, la Universidad de los Andes y la Universidad del Externado de Colombia.

En la presente investigación se procura, a través de estas preguntas, comprender el impacto que tienen estos programas, ya que al obtener mayor cantidad de información es posible un sondeo más aproximado y de mayor calidad (Díaz de Rada, 2014). Sin embargo, y es importante aclarar que los presentes no se pueden generalizar, pues la muestra no es representativa del público que ve *Voz Populi Te Ve* tan solo a una población específica. Además, tal como dice Cerón, las encuestas tan solo indican o son una medida del universo estudiado (2006). A continuación, se muestra el formato de encuesta respondido por los 60 estudiantes universitarios elegidos al azar.

### **Encuesta: Televisión y humor político**

1. ¿Consumo o ve usted humor político?
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. A veces
  - d. Casi nunca
  - e. Nunca
  
2. ¿Por qué razón ve usted programas de humor político?
  - a. Diversión
  - b. Conocer la actualidad del país
  - c. Entender problemáticas sociales y políticas
  - d. No ve.
  
3. ¿Cree que a los medios de comunicación le faltan más programas con este contenido?
  - a. Mucho
  - b. Poco
  - c. Nada
  
4. Si en televisión mostraran más contenidos de humor político, ¿usted los vería?
  - a. Sí
  - b. No
  - c. Tal vez

5. ¿Considera importante este tipo de contenidos para usted como ciudadano?
  - a. Sí
  - b. No
  
6. ¿Cómo evaluaría estos programas?
  - a. Excelente
  - b. Bueno
  - c. Regular
  - d. Malo
  - e. Pésimo
  
7. ¿Conoce cuál es el aporte de Jaime Garzón a la sociedad colombiana? (Pregunta abierta)
  
8. ¿Ha visto alguna vez humor político por televisión?
  - a. Sí
  - b. No
  - c. Tal vez
  
9. ¿Por cuáles medios los consume?
  - a. Redes sociales
  - b. Amigos
  - c. Televisión
  - d. Internet
  - e. Otra
  
10. ¿Conoce usted alguno de estos programas?
  - a. Zoociedad
  - b. Noticiero NP&
  - c. Quac, el noticiero
  - d. La tele
  - e. Voz Populi TV
  - f. La banda Francotiradores

11. ¿Qué piensa de los programas de humor político que actualmente existen?
- Excelentes
  - Buenos
  - Regulares
  - Malos
12. ¿Considera que el humor político influye en su forma de ver el país?
- Sí
  - No
  - Tal vez
13. ¿Qué tipo de programas ve en televisión?
- Realities
  - Noticiero
  - Novelas
  - Series
  - Películas
  - Humor
  - Otro
14. ¿Conoce los programas de humor político que hay en la actualidad?
- Sí
  - No
15. ¿Cuál cree que es la razón por la que no existen muchos contenidos de este tipo?
- No es importante para los televidentes
  - No genera muchas ganancias para los canales que los emiten
  - Generan problemas con personajes y entidades políticas
  - No tienen audiencia
  - Otro
16. ¿En qué horario deberían transmitirse los programas de humor político?
- Entre 7:00 am a 10:00 am
  - Entre 10:00 am a 12:00 pm

- c. Entre 2:00 pm a 4:00 pm
- d. Entre 4:00 pm a 7:00 pm
- e. Entre 8:00 pm a 10:00 pm
- f. Entre 10:00 pm a 12:00 am

17. ¿A qué horas ve usted televisión?

- a. Entre 7:00 am a 10:00 am
- b. Entre 10:00 am a 12:00:pm
- c. Entre 2:00 pm a 4:00 pm
- d. Entre 4:00 pm a 7:00 pm
- e. Entre 8:00 pm a 10:00 pm
- f. Entre 10:00 pm a 12:00 am

18. ¿Con qué frecuencia ve televisión?

- a. Diariamente
- b. De 2 a 5 veces por semana
- c. 1 vez por semana
- d. Nunca

19. Se les da más importancia a otros tipos de programas

- a. Sí
- b. No

20. ¿Por qué debería o no existir más programas de humor político en televisión?

(Pregunta abierta)

### **3.2.3. Análisis de contenido**

Se ha concedido un análisis de contenido del programa para comprender el contexto y la forma en que se desarrolla el programa con el fin de comprender la estructura, el tono y formas de narración. Lo anterior, para intentar encontrar si existe algún discurso en el programa y si existe o no una tendencia política.

Se ha realizado la presente metodología teniendo en cuenta que los análisis de contenido son una técnica de investigación que busca cuantificar unos resultados por medio de ciertos criterios establecidos con anterioridad y de interés de la investigación (López, N., & Sandoval, I., 2016). Todo lo anterior está basado en una oscilación entre teoría, técnica, presupuestos e interpretación (Silveira Donaduzzi, D. S. D., Colomé Beck, C. L., Heck Weiller, T., Nunes da Silva Fernandes, M., & Viero, V., 2015). Su función fue que a través del programa se nos brinda varios temas de análisis nuevos (Abela, 2002).

El análisis de contenido se realizó entre el 3 de junio de 2018 y el 6 de enero de 2019, las fechas se escogieron teniendo en cuenta el auge de la campaña electoral de la segunda vuelta y el comienzo de la presidencia de Iván Duque en Colombia. Se tomaron en cuenta como variables los personajes que fueron representados en las emisiones y la cantidad de veces que aparecieron a lo largo del tiempo de estudio, los temas tocados y el número de veces que se abordó en los 6 meses analizados, lo anterior para tener un análisis más acertado.

### **3.3. Glosario**

#### **3.3.1 Caricatura**

La caricatura es un género de la comunicación gráfica o un arte menor que contiene cierta carga simbólica dentro del contexto que se realiza (Infante Yupanqui, 2008). Hay quienes dicen que la caricatura existe desde que existe la humanidad, pues la representación del hombre y las cosas de forma exagerada ha estado presente en todo tiempo. Sin embargo, con el paso del tiempo se ha ido connotando su uso para la crítica social y política (Del Valle de Villalba, 2013). Según Poncela la caricatura es una estrategia de comunicación y un género periodístico de opinión, cuyo principal objetivo es la crítica y la reflexión (Poncela, 2015). En televisión ha sido un recurso utilizado en programas de humor político para burlarse de referentes o personalidades políticas. Al igual que es una forma usada del dibujo para exponer y criticar personalidades políticas.

### **3.3.2. Crítica**

La crítica tiene varios significados, como el texto en la que se da la opinión respecto a algún libro o postura. Sin embargo, será entendida desde la idea de Michel Foucault de la ‘ontología de nosotros mismos’, es decir, la actitud de estar en cuestionamiento constante sobre los aspectos generales de nuestra condición, social, histórica, práctica, etc (Lorio N & Torrano A, 2017), en otras palabras, generar una postura y opinión sobre cualquier temática.

### **3.3.3. Chiste**

Un chiste es un texto breve, hablado o escrito, que es ocurrente o gracioso por algún juego verbal o conceptual, y que pretende hacer reír (Serrano, 2016), al igual que puede surgir por una coyuntura mediática y su objetivo es entretener al receptor. Es el medio más común por el cual se desarrolla el humor (Yupanqui, 2008), lo que, en otras palabras, quiere decir es la forma sea visual o textual en la que se expone el humor a alguien.

### **3.3.4. Humor**

El humor ha sido pensado como una interpretación sentimental y trascendente de lo cómico (Ulloa, 2008), dicho de otra forma, que el humor solo existe cuando el recurso humorístico genera gracia, independiente que sea necesariamente humorístico. Por ejemplo, para algunas personas la muerte es algo que no causa gracia, pero para otros, puede ser algo que cause humor. Sin embargo, el humor se entenderá como un mecanismo social de comunicación, de creación y mantenimiento de vínculos dentro de un grupo social o cultura, entendida conforme a la definición de Hall (Hall, 1997). Aquellos vínculos según funcionan mediante símbolos que provocan tensión y desequilibrio a las lógicas hegemónicas (Yupanqui, 2008).

### **3.3.5. Humor político**

Para (Ulloa, 2008) El humor político es la contraposición del periodismo político y la política. Este recurso narrativo permite advertir, sancionar e incluso develar lo que está

prohibido decir, de manera audaz, cruda y sin censura. Lo anterior da a entender que el humor político es un recurso libre que permite confrontar a los poderes políticos.

### **3.3.6. Impacto**

Es la quinta acepción con la que este trabajo se va a desarrollar con razón a este término, es la quinta definición que muestra la Real Academia de la Lengua Española: “Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe”. Se comprenderá, en términos comunicativos, como el efecto que produce una noticia o un producto debido a la calidad de la información o lo noticioso del hecho (Pedrozo, 1994) (Larrondo, 2006).

### **3.3.7. Infoentretenimiento**

Para el profesor de comunicación política de la universidad Complutense Del Rey Morató (1998), lo que hace el infoentretenimiento es sustituir la información densa de los noticieros y del periodismo clásico para incorporar sentimientos personales, giros dramáticos o ingredientes cómicos. Por otra parte, este término deriva de la combinación entre información y entretenimiento que mediante la labor informativa originada en el periodismo combinado con los elementos narrativos de los programas que buscan entretener proponen un nuevo formato para el público (Berrocal, Redondo, Jiménez 2014). En consecuencia, en este trabajo se tendrá en cuenta que el infoentretenimiento es un fenómeno que cruza límites genéricos, y rompen la idea tradicional de que las noticias son necesariamente serias y que el entretenimiento contiene poca significancia sociopolítica. En realidad, el contenido mediático y el discurso público cada vez más están signados por la hibridación: la mezcla de géneros en un escenario mediático marcado por contenidos fluidos de formas porosas (Alonso, 2015). En otras palabras, existen muchos formatos de programa que usa en la actualidad que convive conjuntamente haciendo más finos límites tradicionales de los programas en emisión

### **3.3.8. Línea Editorial**

Son muchos los estudios que se han hecho sobre las líneas editoriales de diversos medios de comunicación, pero son escasas las investigaciones académicas para definir qué es una línea editorial. Cabe aclarar que este término está relacionado netamente con

el periodismo y la postura de un medio, por consiguiente, la definición que tendremos en cuenta para nuestra investigación es el de Arrueta (2015) que entiende línea editorial como el entendimiento y perspectiva de un medio sobre la realidad social mediante productos periodísticos.

### **3.3.9. Opinión Pública**

La opinión pública puede ser concebida como cúmulo de creencias o pensamientos en el que una sociedad convive, o se puede entender también como los tópicos propuestos por los medios de comunicación a la esfera pública (Gómez Vilchis R, 2018). No obstante, la definición que tendremos en cuenta en esta investigación es la siguiente: la opinión pública es un fenómeno comunicativo y psicosocial que depende del contexto histórico y sociocultural. Depende del tipo de sociedad y de los intereses políticos del momento; al mismo tiempo, es producto de varios factores: de la personalidad de los individuos, de los estratos sociales, de la forma de gobierno, del sistema educativo imperante, de la acción de los medios de comunicación, etc. (Rubio, 2009).

### **3.3.10. Sátira**

Hablar de humor es hablar, entre otras cosas, de la sátira y la ironía, las cuales, según Tubau (1982), hacen parte de ese humor que retrata de una u otra manera una visión del día a día de un contexto, general o particular. La sátira ha sido un recurso muy utilizado, durante el paso de los siglos, como una forma de protesta, de alimentar el pensamiento y de conformar identidades colectivas (Espigado, 2017).

### **3.3.11. Youtuber**

Actualmente han surgido otros medios y formas de hacer humor político, y una de esas formas es la plataforma web creada en 2005 llamada Youtube, mediante esta página han surgido cuentas cuyo objetivo es hacer crítica o humor político. Todo aquel que genera contenido en este medio es considerado un youtuber, jóvenes usuarios de Internet que han alcanzado cierta fama y popularidad publicando y compartiendo contenido propio en el famoso portal de alojamiento de vídeos YouTube (Ardevol y Márquez, 2017). En Colombia han surgido exponentes del humor político en Youtube como el periodista, columnista y escritor Daniel Samper con su canal “Hola Soy Dani”, donde hace vídeos sobre la realidad política de país, en ocasiones con invitados.

#### **4. VOZ POPULI TE VE ENTRE EL HUMOR, LA BURLA Y LA OPINIÓN**

## **4.1. Análisis de entrevistas**

Este capítulo está constituido por siete entrevistas que se realizaron a diversos integrantes de *Voz Populi Te Ve*. Se ha buscado la manera de saber cómo organizaba el programa, qué dificultades existen para su creación y en qué criterios se basan para seleccionar los temas.

### **4.1.1 Línea editorial**

Para Jorge Alfredo Vargas lo primero que hay que tener claro es tener una línea editorial definida, es decir, tener un discurso sobre la realidad social y analizar todo desde esa perspectiva (Arrueta, 2015). *Voz Populi Te Ve* empezó como una iniciativa en el canal Caracol de hacer un programa de humor y el primer criterio que usa Jorge Alfredo Vargas es el siguiente: “Ojo es un programa de opinión no de información, de saber de decir opiniones, hay opinadores como Zuleta y opinadores como libretistas que a partir del humor van a hacer opinión”.<sup>2</sup>

El criterio que se usa es hablar de lo que pasa en la coyuntura política, social, económica y cultural para dar opinión sobre los sucesos más trascendentes en el país. Mauricio Ramirez (Comino), cuando se le preguntó si consideraba que el programa criticó tanto a la izquierda como a la derecha, Ramírez afirmó que simplemente se intenta dirigir la crítica al lado que toque dirigir, dependiendo de los sucesos más importantes de la semana.

“Entonces si esta semana las embarradas son de la izquierda, pues se habla de la izquierda, si la próxima semana los malos comportamientos son de la derecha, pues se habla de la derecha, si esta semana la izquierda hace algo bueno, pues se resalta lo de la izquierda, si el centro hace algo bueno, pues se resalta lo del centro, o sea, simplemente estar sobre la balanza”.

---

<sup>2</sup> Entrevista realizada a Jorge Alfredo Vargas el 21/06/2018 en la sede de Caracol Televisión en Bogotá D.C

Lo anterior se puede analizar a partir de la teoría de la Agenda Setting que fue estudiada por primera vez por McCombs y Shaw, quienes quisieron ver como los temas de los medios influyen en la opinión pública (Fernández, V. A. M., Boga, Ó. J., & Costa Sánchez, 2012). es decir, que los medios de comunicación establecen sobre qué temas se habla y sobre cuáles no (McCombs, M; Shaw, D.L., & Weaver, D.H., 2013). Al estar *Voz Populi Te Ve* inmerso en la coyuntura quiere decir que está supeditado a hablar los temas tocados previamente en el noticiero, y por lo tanto los temas de opinión están directamente relacionados por la agenda mediática, como lo evidencia Oscar Castaño, actor e imitador dentro del elenco afirma: “lo que tratamos es que la gente vea lo que pasó y que de las noticias de cada ocho días que no son inventadas sino que se toma como base el suceso, lo que pasó realmente después de un concepto diferente a la noticia que fue protagonistas los demás.”<sup>3</sup>

Para Rafael Pinoud, productor y subdirector de *Voz Populi Te Ve*, el programa es una oportunidad para darle voz a la gente, y poder burlarse o criticar la realidad del país.

“Entonces, a esto le juega este programa, a volverse como el punto donde se puede desfogar todas esas ganas de criticar que tiene el colombiano para burlarse de uno mismo, para burlarse de los negocios malos que hacen digamos como con Odebrecht, para burlarse de una man que se ganó el premio Nobel y volverse una súper estrella en el ámbito internacional, pero ante la OEA es la vaina más odiado del mundo”

No obstante, el hacer a través del humor basándose en la coyuntura nacional, puede atender ante para lo que Santiago Rodríguez, actor del elenco, debería lograrse que es la objetividad, para Rodríguez el humor político debe ser “objetivo y ser neutral. “Si se le va a dar duro a alguien, que se le dé completamente y no a medias tintas”. De acuerdo con esto, si bien no existe una tendencia política o una tendencia a lanzarse contra o favor de un sector político, si podemos observar a través de estas entrevistas que, si bien el objetivo de informar no es el buscado, al momento acudir a noticias coyunturales se presenta la información de una forma más entretenida o diferente a los noticieros

---

<sup>3</sup> Entrevista realizada a Oscar Castaño, imitador y locutor el 19/04/2019 mediante celular desde Bogotá D.C

netamente informativos, y por lo tanto ya existe un acercamiento al infoentretenimiento desde la línea editorial

#### 4.1.2 Autocensura

En las entrevistas realizadas a los integrantes de *Voz Populi Te Ve* un tema en el que se generaron diferentes opiniones y respuestas fue sobre los limitantes externos o propios que pueden existir al momento de generar los contenidos del programa. Para Ramírez los limitantes son propios y son más dependientes de lo políticamente correcto.<sup>4</sup>

Acá es claro que el programa se plantea de acuerdo con la línea editorial de Caracol Televisión, puesto que todos los temas no se pueden abarcar de la misma forma o existen algunos grupos con los que se debe tener prevención para hablar de ellos dentro del programa, ya que como lo evidencia Comino se pueden ver perjudicados en su labor. Según esto, podemos ver que en primera instancia no todo se puede mostrar en el programa por las políticas y temas de ética. Lo mismo manifiesta Diego Briceño, quien refleja con sus personajes la corrupción que existe en la política y la mala viveza de algunos abogados. Para él la ética es importante para realizar su trabajo, puesto que con su trabajo también muestra parte de la cultura de los colombianos.<sup>5</sup>

Por su parte, Andrés Tamayo, imitador y locutor, considera que la libertad es clave para la creación de sus contenidos y que en *Voz Populi Te Ve*, es libre de pensamiento para generar sus personajes.

---

<sup>4</sup> “En este momento, la censura es de nosotros mismos como escritores o guionistas. Lógicamente hay unos parámetros que se deben seguir porque si no se pueden agredir ciertas minorías y hay que tener tacto con la manera de tocar o abordar ciertos temas que también van más allá de poder hacerles humor, ese es como el tipo de decisiones, pero que tenemos nosotros y que somos conscientes de cómo se puede o no se puede manejar”. Entrevista realizada a Mauricio Ramírez 27/04/2019 mediante celular desde Bogotá D.C.

<sup>5</sup> “Yo no, y la gente para lo que yo trabajo, pero hay una ética personal que cada uno sabe medirlo, por ejemplo a mi me dice mucha gente Tarcisio es muy vulgar, no Tarcisio no es vulgar, Tarcisio habla como habla la gente eso no es ofensivo, nunca te va a decir tu eres muy hijuetantas, sino es como el gol de Colombia que tiene apellido, “gool, hijue...”, así hablamos, ese es un poquito de lo que somos, ese es un poquito de la energía de problemas que podamos canalizar a partir de un hijuemadrado, entonces reflejo es el reflejo de eso” Entrevista realizada a Diego Briceño 29/06/2018 en la sede de Caracol Televisión en Bogotá D.C.

“Yo creo que estamos muy libres de decir lo que pensamos, sobre todo porque está bien manejado, el humor de Voz Populi siempre está revisado, siempre pasa por Jorge Alfredo, lo revisan, se mira bien lo que vamos a decir para no clavarse el cuchillo, entonces lo que se dice, se dice con altura, se dice bien hecho y bien actuado”

Sin embargo, con la frase “no clavarse el cuchillo” se puede percibir que también hay una idea de que existen temas que les puede ocasionar problemas y producir dificultades en el programa. Eso mismo parece mostrar Oscar Castaño al momento que le preguntamos ¿usted considera que existen algunos limitantes propios o externos al momento que se produce el humor de *Voz Populi Te Ve?*

“No, no hay una censura, ni nos dicen hagan esto o hagan aquello, pero sí hay que tener mucho cuidado con ciertas cosas, con los personajes, hay cosas quisiéramos decir, pero nos callan muy fuerte, y uno debe tener cuidado con eso mismo”

Y al preguntarle qué tipo de cosas le gustaría decir, Castaño respondió lo siguiente:

“No, pues hay muy pocas veces, sino que a veces uno dice cómo "mira el personaje no diría esto, el personaje nunca lo hemos visto este contexto, y me parece que podríamos decir esto o aquello", y eso se consulta y pues Jorge Alfredo, él autoriza o no que diga lo que está escrito o la propuesta que uno hace como imitador para salir al aire, entonces todo tiene que ser acordado con la dirección del programa.”

La dirección del programa es el filtro más importante para determinar qué contenidos salen a emisión y cuáles no, así como lo hacen los noticieros durante un consejo de redacción. Por eso para este capítulo es determinante conocer la percepción del Jorge Alfredo Vargas, visto que es él quien encabeza el poder de decisión en los contenidos. Durante la entrevista con Vargas respecto a este tema demostró que hay tener presente hasta dónde pueden llegar, desde donde sale la información y fue enfático en resaltar

que todo se basa en la ética, es decir que no toda burla o chiste sirve para hacer humor político.

“No, no externas, tenemos las críticas normales de defensoría del televidente, y eso, pero este es un programa con libertad de opinión. ¡Ojó!, ojo sabemos en qué país estamos, sabemos en qué empresa estamos trabajando, y sabemos también hasta donde llegamos. Es que también, es que burlarse de una persona por la condición sexual, por ejemplo. Digamos, por qué Viviane Morales cuando era fiscal, que ella no tiene, no ve por un ojo. Entonces burlándose que ella no ve por un ojo, entonces la justicia es ciega. ¿Vale la pena ese chiste?”

Algo para tener en cuenta dentro de lo limitantes que pueden existir al momento de generar los contenidos de *Voz Populi Te Ve*, es que siempre va a existir gente que les moleste o se sientan ofendidos con lo que ven al aire, pero eso ya es dependiente de la postura política con la que miren los capítulos. Por ejemplo, alguien que tenga gusto y esté afín con los ideales políticos del ahora senador Gustavo Petro, no le causará gracia que usen un personaje sobre él para hacer humor político, así como a un personaje que ideológicamente se considere uribista, no le causará risa que en el programa se burlen del senador Álvaro Uribe Vélez, pero sí que lo hagan del expresidente Juan Manuel Santos. Sin embargo, para los integrantes del programa este no es un limitante importante para dejar de crear contenido y emitir todos los domingos. Por consiguiente, algo que se puede concluir de este capítulo es que los ideales éticos y políticamente correctos son las principales limitantes para decidir qué temas salen al aire, aunque también es claro que quienes participan en el programa tienen claro hasta dónde pueden llegar y esto genera que ellos sean los responsables de una posible censura.

#### **4.1.3 El rol del humor político**

Lo primero que hay que tener en cuenta que la primera función de un programa de humor político, como *Voz Populi Te Ve*, es el de entretener a través de la situación política. Andrés Tamayo, imitador del programa, expone la función del humor político con estos términos: “Porque o si no la vida política sería muy aburrida sin meterle como la parte del chascarrillo o de la mamada de gallo, porque el tema de la política es muy

grueso y si no se le mama gallo a lo grueso y a lo trascendental y a lo importante del país, entonces yo creo que no sería bueno el tema.”

El hecho de reírse de una situación ha sido estudiado desde tiempos remotos. Fue Freud de los primeros en afirmar que el humor es un instinto humano de huir de la realidad y el dolor (1967). Y el humor político para Santiago Rodríguez es una respuesta a eso mismo: “es algo que, afortunadamente, así como llorar, reírse son una cosa mágica, ambas. El humor lo que revierte un poco es ese destino fatal que tiene el ser humano de que nada puede mejorar, entonces riamonos de lo que está mal, de lo que no nos gusta”.

La oposición a lo real o lo serio es una de las principales características que Carlos Infante Yupanqui da al humor en general; sin embargo, este autor afirma que el humor es un proceso mucho más complejo y sobre todo el humor político, pues contiene una carga simbólica mayor al estar inmersa en el contexto político-social del país (2016). Entendiendo humor político, como la contraposición del periodismo político y la política, o un recurso narrativo que permite advertir, sancionar e incluso develar lo que está prohibido decir, de manera audaz, cruda y sin censura (2008).

El humor político en primera instancia como un catalizador o medicina para el dolor de la realidad. Y es a través de eso, de la burla a la realidad social o política del país que se empieza a pensar *Voz Populi Te Ve*. Mauricio Ramírez, guionista del programa, señala lo siguiente: “Cuando nosotros vemos o nos informamos toda la semana, pues las personas se van alterando y esta es una manera de transmitir lo mismo, pero generando consciencia, divirtiendo y riéndonos un poco de la realidad del país”.

Ramírez no es el único en coincidir que al hacer humor político también se está incurriendo en una función educativa o fiscal. Es el guionista el primero en nombrar la función de adoctrinamiento o educativa de un programa como *Voz Populi Te Ve*. No es el único en llevarlo a colisión. Diego Briceño, actor del programa, enuncia este rol de la siguiente manera: “yo siempre he dicho si por ejemplo un niño me dice que se quiere tomar una foto con Tarcisio, yo siempre le digo, estudie, portese bien porque este país lo que menos necesita es Tarcisio.”

En los testimonios enunciados anteriormente por Briceño y Ramírez Comino ya hay un primer acercamiento a que el humor político busca transmitir un mensaje más allá de la risa. En otras palabras, es una enunciación a que el programa ya está expresando en una opinión. Jorge Alfredo Vargas ve en “el humor político es una forma de opinión. El humor y la caricatura es una forma de opinión, es una forma clara y abierta de hacer opinión, y de la libertad de prensa que se debe tener en cuenta”. Esta función es la principal función del programa, pues todas las otras funciones no podrían existir sin esta.

La última función enunciada a lo largo de las entrevistas realizadas en el presente trabajo fue la de ser el cuarto poder. El concepto del cuarto poder fue enunciado por Edmund Burke, quien dijo que la prensa o la información era el poder invisible que controlaba o sustituye todos los otros poderes políticos en caso tal de estos no ejercer su labor (Soria, 1990). Quiénes trataron este concepto concebían que los medios de comunicación ejercen este poder a la hora de seleccionar los temas a tratar y que los otros poderes no quieren tratar. Rafael Pinaud lo expresa así: “Lo que nosotros a veces hacemos es editorializar un periódico o editorializa una revista, ¿no cierto? En ese momento estamos generando opinión en la gente para que también pueda convertirse en la fiscalización de aquellos que estén trabajando en contra de la sociedad, entiéndase desde cualquier campo político”

Las entrevistas aportaron 4 funciones del humor político. La primera función es la de entretener a través de suavizar y burlarse de la realidad política del país. La segunda función es la de educar y concientizar a través de la sátira de personajes basados en la vida diaria como Tarsicio Maya. La tercera función y más importante es la de expresar una opinión y es la base de todo el programa. Por último, la función de ejercer como cuarto poder y fiscalizar la forma en que se maneja el país a través de la editorialización. Esta recapitulación de funciones nos explica una parte importante de un programa de infoentretenimiento, pues a fin de cuentas es un programa que busca entretener basándose en la información del día día, es decir de los sucesos que pasan a diario.

#### 4.1.4 ¿El humor político objetivo?

A lo largo de las entrevistas realizadas se logró observar que el programa busca cierto equilibrio en su opinión. En otras palabras, hay una pretensión de objetividad. Es más, y como se nombró en un subtítulo anterior, para algunos es necesario para que el programa sea realmente exitoso. Por ejemplo, para Santiago Rodríguez lo más difícil de hacer un programa de humor político es “ser objetivo y ser neutral. “Si se le va a dar duro a alguien, que se le dé completamente y no a medias tintas”. En otras palabras, el programa debería presentar la información contenida entre su parodia clara, pues esa forma de presentar la información sería más efectiva en el público: “a eso voy, si estuviera bien estructurado, si la información fuera completa, es decir -veraz, real, no acomodada a un lado u otro, a la gente le llega más fácil que usted le diga una cosa con humor y usted diga: “¡Ah, con razón pasó eso y tal vaina! Ahí les están echando el vainazo.”

Entiéndase la objetividad como propone Yáñez (2017) quien define la objetividad como la imparcialidad del ser para decir la verdad de las cosas reales. El punto difícil de ser imparcial en un programa de opinión semanal es que están sujetos a la coyuntura, y como tal los sucesos no se presentan equilibradamente. Por eso, Mauricio Ramírez Comino explica cómo funciona la escritura del guión de esta manera:

“Si esta semana Uribe habla del Plan de Desarrollo y en el Plan de Desarrollo hay unas cosas que no le gustan a la mayoría de los colombianos. Si por ejemplo dieron papaya con un vídeo echando dinero en una bolsa, todavía no hay una explicación, pues no hay cercamiento si es de izquierda o de derecha, simplemente es la circunstancia. Siempre de cualquier manera hay personas que se sienten tocados. Por ejemplo, esta semana hablamos de un partido político, entonces pues los que son seguidores se sienten un poco tocados en ese tema. Digamos luego hablamos del otro, entonces ya es el otro, pero entonces tratamos de hacer que la dosis sea perfecta para todo mundo.”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Entrevista realizada a Mauricio Ramírez 27/04/2019 mediante celular desde Bogotá D.C

Como se dijo en el primer apartado de este capítulo, el programa está supeditado a la coyuntura nacional. Partiendo de este hecho, los productores sugieren opinar sobre lo que no le gustó a la mayoría de los colombianos y proponer los hechos desde ahí. Rafael Pinaud, productor de *Voz Populi Te Ve*, sostiene que el programa es el pretexto o la voz de la gente que no está de acuerdo o le disgustó un hecho. El productor lo ejemplifica de la siguiente manera: “sí la embarra Mockus, le hago a Mockus, si la embarra Maduro, le hago a Maduro, si la embarra Uribe, le damos a Uribe, si la embarra Santos, le damos a Santos, cualquiera que la embarre, le damos...”

El hecho de partir desde la coyuntura puede dificultar la percepción de objetividad, pues están sujetos a la producción del noticiero y por lo tanto la cantidad de producción de información no depende exclusivamente de ellos. Aun así, el canal expone que el programa tiene un criterio de ecuanimidad expuesto así por Briceño: “es una decisión, no es carguemos a este lado como todo mundo lo cree, cuando estadísticamente está demostrado que somos muy parejos de darle madera a Santos o a Uribe por decir algo, entonces es saber qué contenidos nos sirven para hacer humor.”

Jorge Alfredo Vargas, director de *Voz Populi Te Ve*, sugiere que de cierta manera las redes sociales, a pesar de no ser un hecho comprobable, pueden probar su objetividad a través de las formas de interacción.<sup>7</sup> Las entrevistas arrojaron que *Voz Populi Te Ve* busca un equilibrio en los focos de opinión, tal como sugiere su línea editorial. Dicho equilibrio puede llamarse objetividad, sin embargo, es posible que no se cumpla a cabalidad por los problemas de coyuntura expuestos a lo largo del presente apartado.

#### **4.1.5. Impacto**

Para hablar del impacto que produce en la opinión pública los contenidos de *Voz Populi Te Ve*, el primer método es analizar cuántas personas ven el programa al momento de emisión o el número de veces que lo ven las repeticiones en plataformas web como Youtube. Para la mayoría de los entrevistados el público que tienen es muy bueno y

---

<sup>7</sup> “Yo pienso que cuando las redes sociales reaccionan, hay que valorar las redes sociales hasta dónde son y no son, pero si le damos duro al gobierno nos refutan ellos, si le damos duro a los uribistas nos refutan ellos, igual con Petro...”  
Entrevista realizada a Jorge Alfredo Vargas el 21/06/2018 en la sede de Caracol Televisión en Bogotá D.C

mejor de lo esperado. Jorge Alfredo Vargas, director de *Voz Populi Te Ve* considera que le están llegando al público que le quieren llegar, es decir a su público objetivo, entre los que se encuentra parte de la audiencia juvenil. Para Vargas tener 5 a 6 puntos de rating es excelente, puesto que de esta forma están buscando una compuesta y fortalecida audiencia de opinión que los ve los domingos, que mediante programas de entrevistas que tienen un alto contenido informativo, *Voz Populi Te Ve* también obtiene gran parte de esa audiencia y se mantiene los domingos, en otras palabras “es un franja muy consolidada, donde la gente sabe que encuentra, desde crónica, denuncia, información, humor, crítica política”<sup>8</sup>.

Por otro lado, al igual que en el capítulo sobre de Autocensura, el impacto coexiste con la polarización que actualmente tiene el país, evidenciado en las últimas elecciones presidenciales, donde la diferencia entre Gustavo Petro e Iván Duque fue menor a dos millones de votos (Tiempo, 2018). Por lo que el programa ha acudido a ver la interacciones en redes sociales como Twitter para saber que opinan del programa y también las críticas sobre este. Es por eso por lo que para Rafel Pinoud, productor y subdirector del programa mediante las redes sociales se puede ver el reflejo de lo que piensa la audiencia.

“En el programa pasa una vaina, nosotros siempre ponemos en el programa el hashtag y el domingo ese hashtag es el reflejo de lo que está pensando la gente porque si le pegamos a Petro, es decir si criticamos a Petro, los petristas nos vuelven nada. Que en mermelados, que es que ustedes, que no sé qué, que ustedes son el cuarto poder, que son el establecimiento, no sé qué. Cascamos a Uribe o a Duque, “¡ah! Es que ustedes son castrochavistas es que ustedes no sé qué, es que bla bla bla bla...”<sup>9</sup>

Se puede denotar una tendencia a que el impacto cambie según la coyuntura nacional. Por ejemplo, si en el programa hablan a favor de Juan Guaidó, el impacto se verá

---

<sup>8</sup> Entrevista realizada a Jorge Alfredo Vargas el 21/06/2018 en la sede de Caracol Televisión en Bogotá D.C

<sup>9</sup> Entrevista realizada a Rafael Pinoud el 26/06/2018 en la sede de Caracol Televisión en Bogotá D.C

representado en parte por las críticas de partidarios chavistas y apoyo de quienes consideran a Juan Guaidó una figura respetable.

Otro factor determinante con que los entrevistados evalúan el impacto de *Voz Populi Te Ve*, es el conocimiento que tiene la audiencia sobre la realidad social, económica, deportiva, cultural y política de Colombia. Ya que es difícil que los tópicos usados en el programa sean entendibles por todo mundo, puesto que a no todos les interesa conocer lo que sucede y otros, no pueden acceder al contenido. Pinoud considera que la audiencia tiene que estar informada para entender lo que sucede en el programa.

“Este programa como el de radio como el de televisión son muy segmentados. Para escuchar este programa y ver el el programa de *Voz Populi Te Ve* toca estar informado, porque sino te sentis absolutamente excluido, porque hablan mucho de política con nombres propios, entonces tienes que estar entonces enterado de la JEP, que paso con Jerry Mina, porque, aunque uno no crea hay gente que no sabe quién es Jerry Mina y ¿qué pasó ayer? La gente es así y es respetable, entonces uno no puede pretender llegar a mucha más gente es complicado”<sup>10</sup>

El impacto obedece también a reconocer el público objetivo, es decir, la audiencia a la que puede llegar el programa. Para los integrantes de *Voz Populi Te Ve*, entrevistados su público es su gran mayoría urbano, puesto que en la ruralidad no tienen mucho conocimiento sobre lo que acontece en la ciudad, además que, según ellos, no pueden pretender que un programa emitido a las 10 de la noche sea visto en lugares donde su rutina diaria termina antes.

El factor más importante donde se ve expuesto el impacto que tienen semanalmente los programas es la opinión y el reconocimiento de los temas y personajes emitidos. Por ejemplo, para Andrés Tamayo que interpreta a “Furibe”, es común que sea abordado en las grandes urbes, dado a los personajes que caracteriza, para él ese es un ejemplo del impacto del programa. Así mismo para Jorge Alfredo Vargas, la exposición de usuarios

---

<sup>10</sup> Entrevista realizada a Rafael Pinoud el 26/06/2018 en la sede de Caracol Televisión en Bogotá D.C

en redes sociales con los contenidos de *Voz Populi Te Ve*, también evidencia la influencia en su público. Sin embargo, aceptan que su impacto es la información y la manera didáctica en que transforman el contenido noticioso para que sea entretenido y cause gracia. Para “Comino” como libretista:

“Si, cala en la gente porque es la manera de transmitir la misma noticia desde otro punto de vista, y cuando a ti te hacen reír o te generan gracia, tiene un poco más de recordación, y cuando la recordación la tienes, pues generas un poco más de consciencia, y cuando tienes consciencia podemos ir contando de a poquito”

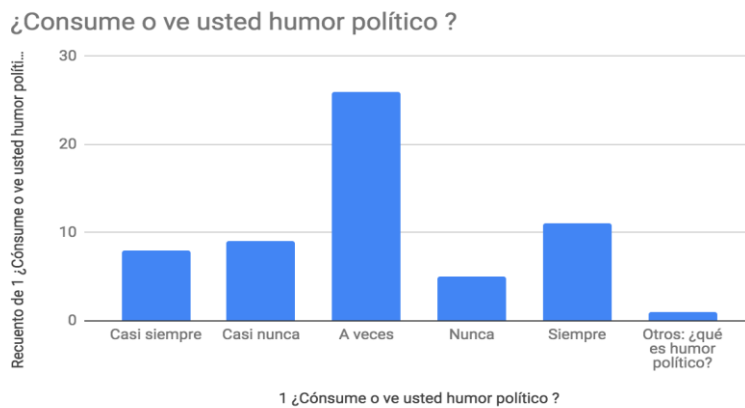
Con este capítulo es predominante la información que tenga la persona antes, durante y después de finalizado un capítulo del programa. De ahí que la clave de su contenido es la mezcla entre información y entretenimiento, tal como lo expresa Oscar Castaño”, Lo que le aportamos es información, lo mismo que usted dice de información y entretenimiento a través de la actualidad política”. Según esto, *Voz Populi Te Ve* genera información de forma entretenimiento, así como lo hacen los programas de infoentretenimiento.

#### **4.2. Análisis de encuestas**

El presente apartado está constituido por el resultado obtenido en las encuestas realizadas a estudiantes universitarios de educación superior de universidades públicas y privadas. La realización de las encuestas se hizo durante el mes de febrero de 2019 y mediados marzo del mismo año. En total, se hicieron 60 encuestas, distribuidas en 30 estudiantes de universidades privadas, y otros 30 estudiantes de universidades públicas seleccionados de manera aleatoria. Las universidades seleccionadas se han mencionado en el apartado de metodología. Todas las encuestas respondidas han sido realizadas mediante un formato de Google Forms, compuesto de 20 preguntas relacionadas con los programas de humor político en televisión. Todas las encuestas fueron respondidas de manera presencial delante de los investigadores, a la entrada de las universidades en un tiempo de 10 minutos aproximadamente

### 4.2.1. Consumo de humor político

Cuando se pensó la presente investigación, se quiso tomar en cuenta el valor de los espectadores. Los primeros datos que arrojaron la encuesta es que más de la mitad de los estudiantes encuestados consumen humor político. Como muestra la tabla, 25 estudiantes consumen con frecuencia humor político, más de 10 lo consumen casi diario o siempre. Mientras solo 13 de los encuestados consumen muy poco o nada de los contenidos de humor político.



**Tabla 1. Sobre la pregunta 1 de ¿consume usted humor político?**

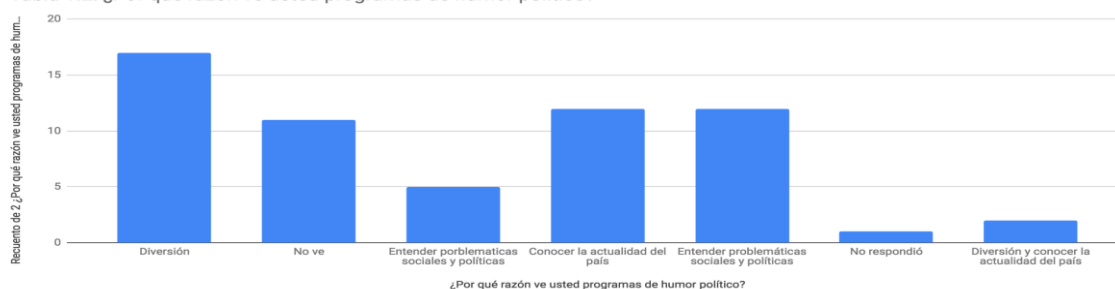
Se han clasificado algunas encuestas teniendo en cuenta el carácter de las universidades (privadas o públicas). Los resultados arrojaron que las universidades públicas el consumo de humor político es de más del 86%, teniendo en cuenta que muchos los consumen siempre, casi siempre o a veces. Esto constata que el consumo de humor político es frecuente y que más de la mitad de los encuestados recibe positivamente este contenido.



### Tabla 1.1 de porcentajes sobre la pregunta 1 en universidades públicas

Así mismo se preguntó a los estudiantes cuáles son las razones por las que consume este tipo de contenido. Los resultados que surgieron de la tabla 1.2 derivan de que los estudiantes conciben el humor político como una forma didáctica de entretenerse y a la vez enterarse de las problemáticas que enfrenta el país. Algo más de la mitad de los estudiantes considera el humor político una herramienta para comprender su entorno político y social.

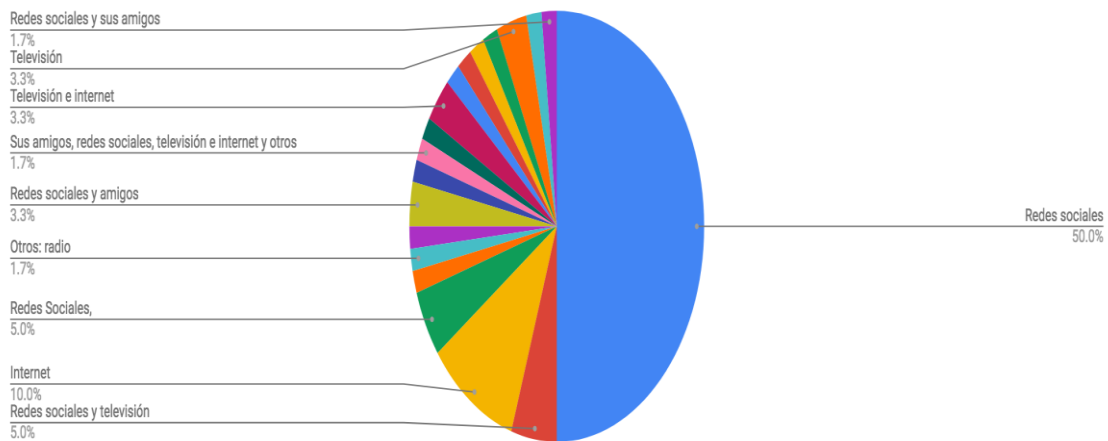
Tabla 1.2. ¿Por qué razón ve usted programas de humor político?



### Tabla 1.2. Resultados generales en barras sobre la pregunta 2 ¿por qué razón ve usted programas de humor político

Otro aspecto importante al realizar las encuestas fue conocer el medio por el que consumen humor político. A partir de la tabla 1.5 es evidente que la mayoría de los encuestados consumen humor político mediante redes sociales e internet. Los datos de los resultados evidencian que la mayoría de los estudiantes recurren al humor político mediante internet y redes sociales, es decir medios alternativos diferentes a los tradicionales, como radio, prensa y televisión. Puesto que tan solo 10% del total de la muestra consume humor político mediante la televisión.

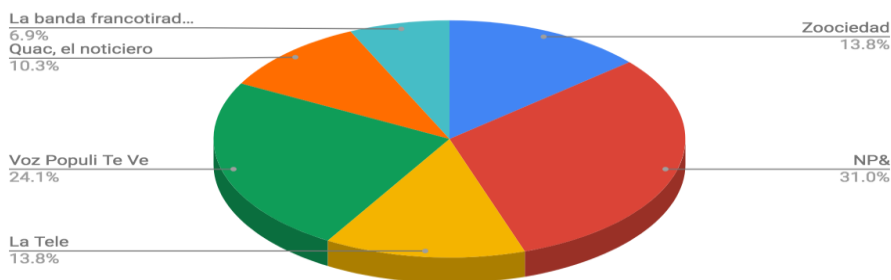
Recuento de 9 ¿Por cuales medios los consumen?



**Tabla 1.3. Resultados generales en porcentajes sobre la pregunta 9 ¿por cuales medios los consumen?**

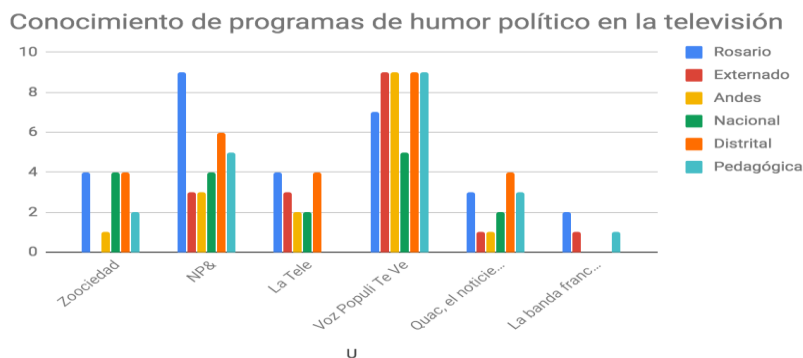
El conocimiento de los referentes humorísticos del humor político en Colombia también fue un referente para tener en cuenta para medir el consumo del humor político de los estudiantes, espacialmente con los contenidos emitidos por *Voz Populi Te Ve*. Visualizando los datos obtenidos a partir de la tabla 1.4 se puede observar que el programa de humor político más conocido en la actualidad es *NP&* y *los reencauchados*, que lo conocen el 31% de los encuestados. El segundo más reconocido es *Voz Populi Te Ve* con el 24.1%. Esto nos infiere que, al ser un público joven, los programas más recientes de este contenido son los más recordados, y que no existe mucho conocimiento sobre programas anteriores a los de los años 2000.

Conocimiento de programas de humor político en la televisión



**Tabla 1.4. Resultados generales en porcentajes de la pregunta 10 ¿Conoce usted alguno de estos programas?**

A partir de la tabla 1.5 se puede evidenciar que el programa más conocido por todos los universitarios es *Voz Populi Te Ve*, visto que como se puede apreciar en cada una de las encuestas, más de la mitad de los encuestados en cada universidad conoce su existencia.



**Tabla 1.5. Resultados generales en barras sobre preferencia de universidades de la pregunta 10 ¿Conoce usted alguno de estos programas?**

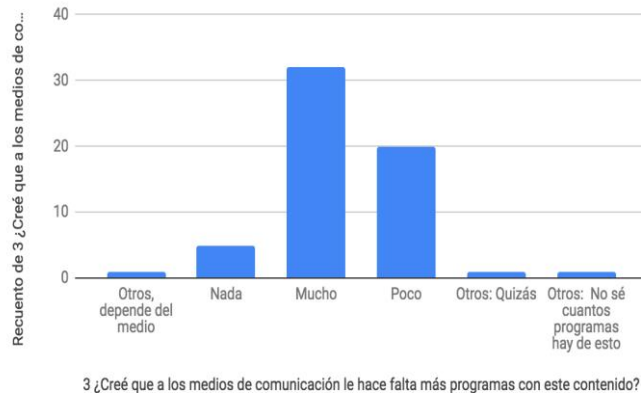
#### 4.2.2. La carencia de humor político

Los contenidos de humor político en la televisión han ido desapareciendo con el paso del tiempo, en especial con la muerte de Jaime Garzón. Esto se puede evidenciar en la parrilla nacional, dado que apenas existen 2 programas de humor político, *Voz Populi Te ve* en Caracol televisión y *La tele letal* en Red + TV. Por esta razón, para la presente investigación, resultó importante saber la percepción de los encuestados sobre la presencia de humor político dentro de los canales nacionales. Para determinar esto la primera tabla a evaluar fue la referente a la importancia de los estudiantes para que existan estos contenidos.

De acuerdo con la Tabla 2, se puede deducir que más de la mitad de los encuestados considera que hace falta más programas de este tipo en la parrilla nacional, se observa que más del 75% opina que sí hacen falta este tipo de programas en la televisión. Mientras solo el 5% de los encuestados consideran que no son necesarios más programas de estas características. A cerca de la misma pregunta en la tabla 2.1, los estudiantes de universidad privada no consideran tan importante la producción de este tipo de contenidos, mientras que en la tabla 2.2 se puede evidenciar que el 67 % de los encuestados de universidades públicas manifiestan que es importante que existan programas de humor político en televisión. En definitiva, más de la mitad de los

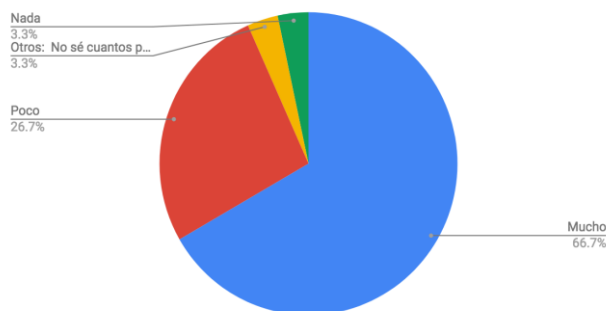
encuestados está de acuerdo que se generen más contenidos de este tipo en los medios de comunicación colombianos, vale resaltar que este deseo también se manifestó entre los entrevistados que pertenecen al programa *Voz Populi Te Ve*<sup>11</sup>.

Recuento de ¿Creé que a los medios de comunicación le hace falta más programas con este contenido?



**Tabla 2. Resultados generales en barras de la pregunta 3 ¿creé que a los medios de comunicación le hace falta más programas con este contenido?**

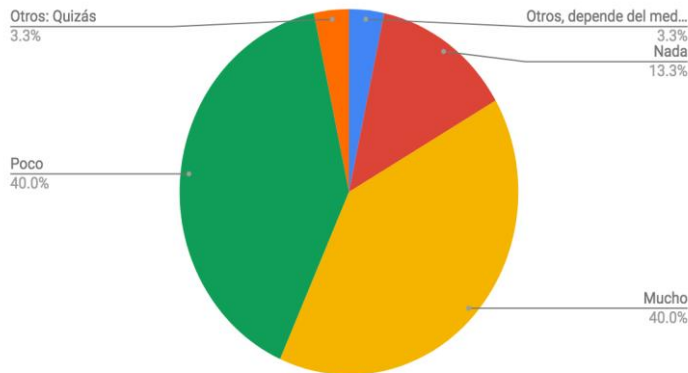
Recuento Universidad Pública ¿Creé que a los medios de comunicación le hace falta más programas con este conteni...



**Tabla de porcentajes de recuento de universidades públicas sobre la pregunta 3 ¿Creé que a los medios de comunicación les hace falta más programas con este contenido?**

<sup>11</sup> “Claro, la opinión siempre tiene que buscar espacios. La crítica con el humor es bienvenida siempre y sí se necesitan. Es bueno que hallan otros puntos de vista. Que no solo sean la voz de nosotros sino más voces y si todos apuntan al mismo lado y de pronto coincidimos, de pronto no coincidimos y esa diversidad es la que da riqueza ¿y la diversidad quién la tiene? El televidente que tiene la facilidad de comparar una con otra, quedarse con una o quedarse con la otra. Es necesario que haya.”. Entrevista realizada a Rafael Pinoud el 29/06/2018 en la sede de Caracol Televisión en Bogotá.

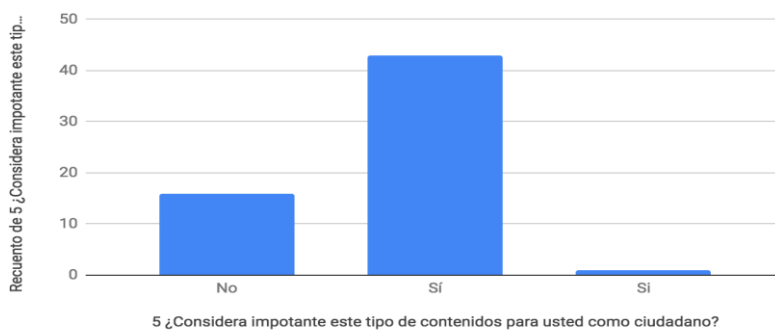
Recuento Universidad Privada ¿Creé que a los medios de comunicación le hace falta más programas con este contenid...



**Tabla 2.2. Resultados en porcentajes del recuento de universidades privadas sobre la pregunta 3 ¿Creé que a los medios de comunicación les hace falta más programas con este contenido?**

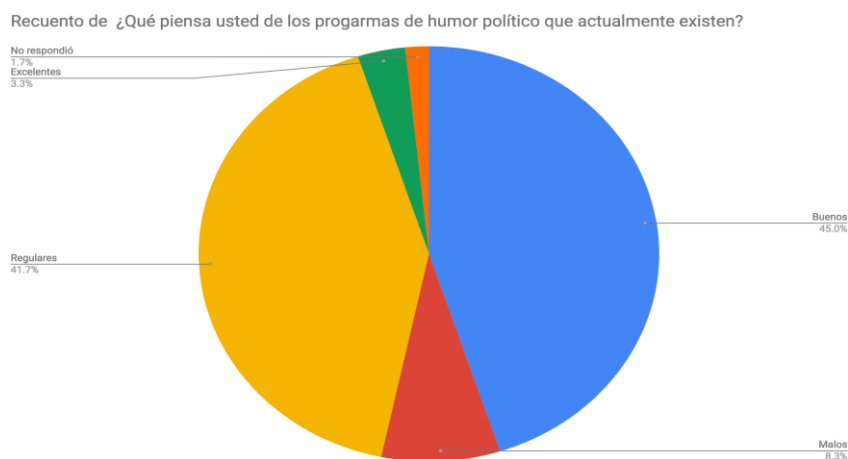
Observando la tabla 2.3. se puede deducir que el 75% de los estudiantes consideran que el humor político es importante para ellos como ciudadanos y el 25% restante no está de acuerdo con esa idea. Es decir, la mayoría de los estudiantes creen necesario para su ciudadanía la existencia de programas con este contenido; no obstante, se podría deducir que la exigencia radica en que los programas de actual emisión son regulares y no satisfacen su demanda.

Recuento ¿Considera impotante este tipo de contenidos para usted como ciudadano?



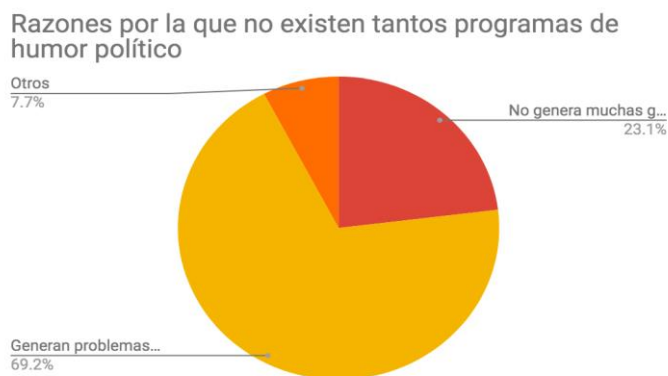
**Tabla 2.3 Resultados generales de barras de la pregunta 5 ¿Considera importante este tipo de contenidos para usted como ciudadano?**

Mediante la tabla 2.4 se puede apreciar que las opiniones son divididas, porque una mitad considera este tipo de contenidos buenos, mientras que las otra los percibe como malos y regulares. Tan solo el 45% de los encuestados piensa que es bueno, más el 42.7% cree que es regular, el 9% los considera malos.



**Tabla 2.4 Resultados generales de porcentajes sobre la pregunta 11 ¿qué piensa usted de los programas de humor político que actualmente existen**

No obstante, ellos ven que la falta de programas de este estilo se debe a distintas razones que fueron respondidas en la encuesta de la siguiente manera. El 70 % de los encuestados cree que el problema de que no existan estos programas se debe a que genera problemas con personajes y entidades. El mejor ejemplo de esto es Jaime Garzón, quien murió por su trabajo y aún hoy se desconoce quiénes fueron los autores intelectuales de su muerte (Judicial, 2018). Otra de las razones que muestran los estudiantes es que no generan un lucro representativo para los canales que lo emiten, sin embargo, esto es contrario al impacto que perciben los integrantes de *Voz Populi Te Ve*, quienes manifiestan sentirse satisfechos con la audiencia que tiene y los resultados que está les ha generado. Lo anterior, infiere que para los espectadores el humor político es un tema de máxima precaución dentro de los medios de comunicación, puesto que tienen miedo a los problemas políticos que de produzcan y a la poca ganancia que estos contenidos puedan generar.



**Tabla 2.5. Resultados generales de porcentajes sobre la pregunta 15 ¿Cuál cree que es la razón por la que no existe muchos contenidos de este tipo?**

Aun así, también consideran que esto se debe a que los medios de comunicación en su parrilla nacional, no les parece importante este tipo de contenidos y prefieren darles espacio a otros formatos televisivos. En la tabla 2.6 tiene correlación con las razones por las que no se produce estos contenidos. Se puede ver que 49 encuestados piensa que se les da más importancia a programas de otra índole. Mientras que menos de 10 personas sí consideran que los medios le dan importancia los programas de humor político en su parrilla.



**Tabla 2.6. Resultados generales de barras sobre la pregunta 19 ¿Se le da más importancia a otro tipo de programas?**

#### 4.2.3 La influencia del humor político en la ciudadanía

De acuerdo con nuestras fuentes durante la entrevista con los integrantes de *Voz Populi Te Ve*, todos concuerdan en que un referente importante que marcó un antes y un después en la inversión y creación de contenidos de humor político, fue Jaime Garzón

con programas como *Quac, el noticiero* y personajes que marcaron a los colombianos como el memorable *Heriberto de la Calle*.<sup>12 13</sup>.

Entonces es pertinente desde esta investigación describir el conocimiento de los estudiantes encuestados sobre la participación de Jaime Garzón como referente trascendente en el humor político colombiano. Para este cometido, se realizó una pregunta abierta para responder si conoce cuál ha sido el aporte de Garzón y de ser así que lo escribiera.

Las razones presentadas por los encuestados varían y por esa razón al ser una pregunta abierta no se puede plasmar una tabla en este caso. Los resultados arrojaron que 41 estudiantes de los 60 entrevistados conoce el aporte de Garzón. Algunas de las razones que dieron los encuestados a esta pregunta se pueden percibir en cuatro palabras: memoria, pedagogía, denuncia y acción. Memoria ya que para algunos hizo un cambio en su época para no olvidar y para mantener su legado. Pedagogía, gracias a que mediante su humor fue posible hacer una crítica social que por medio de sus programas informaba a los colombianos de los problemas poco conocidos entre los ciudadanos de su tiempo. Denuncia, porque a través de su humor interpelaba denuncias públicas ante personajes políticos, enfrentándolos con sus personajes e incomodarlos con sus preguntas mordaces que para los encuestados los llevaron a la muerte. Y finalmente, acción, ya que no solo actuaba como un elemento educador, sino que con su información satírica hacía que las personas tomarán acción para solucionar los problemas que denunciaba.

Desde los diferentes encuadres desde los que en la presente investigación se ha abordado el rol que tiene el humor político en diferentes aspectos de la vida. Un elemento que

---

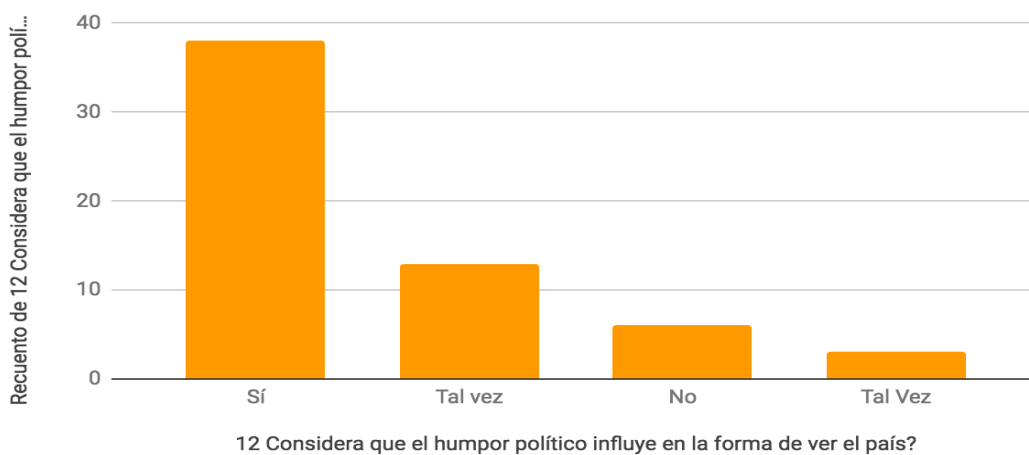
<sup>12</sup> “Jaime Garzón cambió la forma de hacer humor político. Jaime era muy beneficioso y utilizó como garantía de sus programas. Es que él era capaz de imitar diez personajes, y era capaz de hacer 15 personajes propios en el mismo programa”. Entrevista realizada el 29/06/2018 en la sede de Caracol Televisión en Bogotá D.C

<sup>13</sup> “Hugo Patiño hacía humor político en Sábados Felices por imitaciones, después vino el gran referente que fue Jaime Garzón, que marcó definitivamente un antes y un después, Jaime con ‘Quac’ y con ‘Zoociedad’ y todo el equipo que estaba detrás, como Eduardo Jaimés, Antonio Morales que lograron crear eso”. Entrevista realizada a Jorge Alfredo Vargas el 21/06/2018 en la sede de Caracol Televisión.

cabe destacar es el presente en la tabla (2.6) que aborda la influencia de este en la visión que tienen de Colombia.

Según se puede evidenciar en la tabla 2.6, el 92% considera que sí es posible que el humor político incida en la visión que se tiene sobre diversos temas del país. De acuerdo con esto, puede verse reflejado en la manera en que por ejemplo imitadores de *Voz populi Te Ve* construyen sus personajes para su audiencia, pues esto es dependiente de la imagen que puede tener el público con las personalidades políticas.<sup>14</sup>

**Recuento de 12 Considera que el humor político influye en la forma de ver el país?**



**Tabla 3.1. Resultado general de barras sobre la pregunta 12 ¿considera que el humor político influye en la forma de ver el país?**

El último aspecto para ver la influencia de estos contenidos en los estudiantes universitarios encuestados fue saber si reconocen los programas que actualmente se

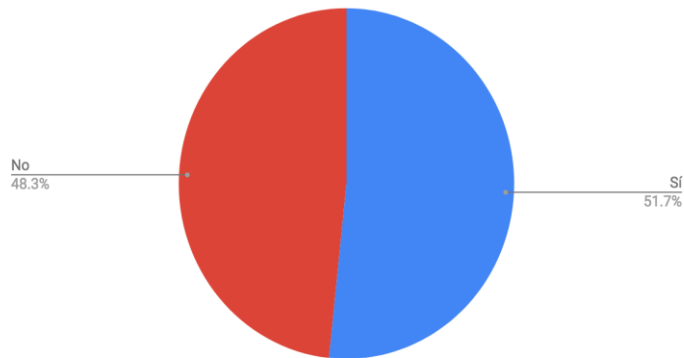
---

14

“Lo más importante es conocer al personaje, estudiarlo en su gesto en su voz, de donde es el personaje, de dónde viene su carrera. La familia, cuántos hijos tiene, de donde viene, toda la trayectoria, no se trata solo de imitar una voz por imitarla. Conocer hacia dónde va el personaje, que ha dicho, que lo hace diferente a los demás, entonces es todo un estudio al personaje, para no solo imitar la voz sino su gesticulación, la manera de mover la boca, de mirar, todos eso es importante para una buena imitación del personaje” Entrevista realizada a Oscar Castaño el 29 de abril de 2019 mediante celular desde Bogotá D.C

emiten de humor político en televisión o internet. Como se puede apreciar en la anterior tabla, el 51.7% conoce los programas de humor político que actualmente existen. Sin embargo, resulta importante destacar el porcentaje restante que lo desconoce, puesto que parece contrario a su interés de que existan más programas con estos contenidos.

Recuento de ¿Conoce los programas de humor político que hay en la actualidad ?











**Tabla 3.2 Resultados generales de porcentajes sobre la pregunta 14 ¿conoce los programas de humor político que hay en la actualidad?**

#### **4.2.4. ¿Se necesita más humor político en televisión?**

La parrilla de programación es la encargada de mostrar el horario de los programas que un canal emite. En el caso de *Voz Populi Te ve*, actualmente la parrilla se emite los domingos después de Séptimo Día<sup>15</sup> a las 10:00 de la noche, cuenta con tres espacios publicitarios lo que le da un intervalo de la duración de los capítulos de 20 a 23 minutos en total.

---

<sup>15</sup> Es un programa de reportajes periodísticos presentado por Víctor Mallarino y María Lucía Fernández que tiene una duración de una hora y finaliza a las 10:00 de la noche.

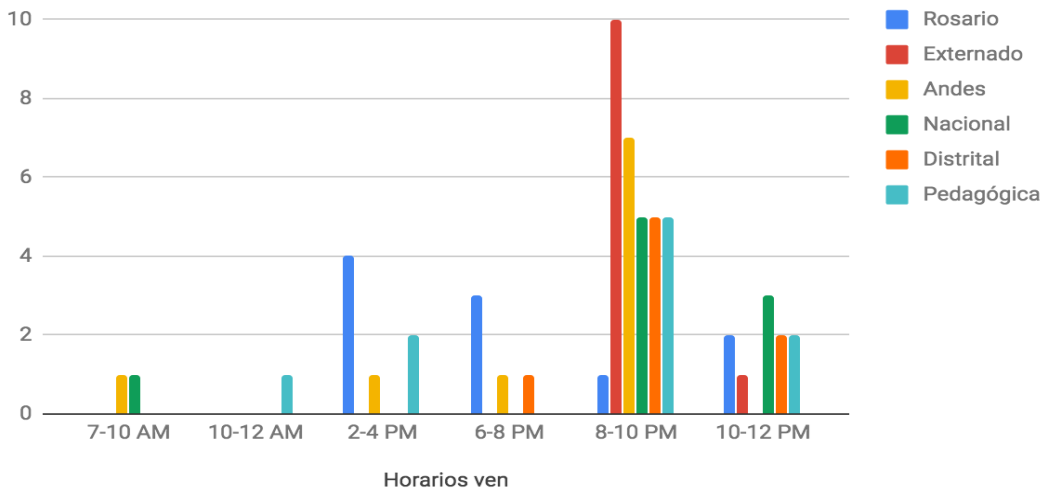
○ 08:30 A. M.		
○ 10:30 A. M.		Pura Diversión CC
○ 12:30 P. M.		Noticiero del Medio Día CC Es el noticiero con la más completa información de Colombia y el mundo donde el periodista también puedes ser tú.
○ 02:00 P. M.		La red CC Mary Méndez, Carlos Vargas, Ronald Mayorga, Carlos Giraldo y Frank Solano son "La Red". Los periodistas más picantes de la farándula colombiana se juntaron para encender la temperatura de los fines de semana en Caracol Televisión. Los cinco conforman el equipo más dateado en materia de entretenimiento. Ellos son los encargados de contarle al país las chivas, los chismes y la información exclus...
○ 05:00 P. M.		Expediente Final CC
○ 06:00 P. M.		The Suso's Show CC Suso es un personaje creado e interpretado por Dany Alejandro Hoyos. Es un embolador que tiene la particularidad de incluir la letra "s" entre sus palabras. Es un hombre soltero, humilde, sencillo y trabajador, una fiel muestra de que lo importante no es el físico, sino la personalidad. Aunque su apariencia no sea la más atractiva, con su "mueco", su forma de vestir estafalaria y sus oj...
○ 07:00 P. M.		Noticias Caracol Edición Central CC Es el noticiero con la más completa información de Colombia y el mundo donde el periodista también puedes ser tú.
○ 08:00 P. M.		Los Informantes CC Es un programa de análisis y opinión que cuenta con un excelente equipo periodístico conformado por 17 profesionales, quienes se encargan de contar historias a través de crónicas, perfiles y entrevistas.
○ 09:00 P. M.		Séptimo Día CC Es un programa periodístico que realiza seguimiento a denuncias de los ciudadanos basadas en situaciones cotidianas.
○ 10:00 P. M.		Voz Populi Te Ve
○ 10:30 P. M.		Noches de Premier Este espacio tiene la mejor programación de películas en la pantalla del canal Caracol. Romance, acción, drama, fantasía y demás géneros que entretienen a la audiencia.

## Parrilla de programación de Caracol Televisión domingos

Teniendo en cuenta lo anterior, para este trabajo de investigación se encuestó a los estudiantes sobre su opinión de cual es el horario perfecto para la emisión de programas de humor político, esto teniendo en cuenta los horarios en que miran televisión.

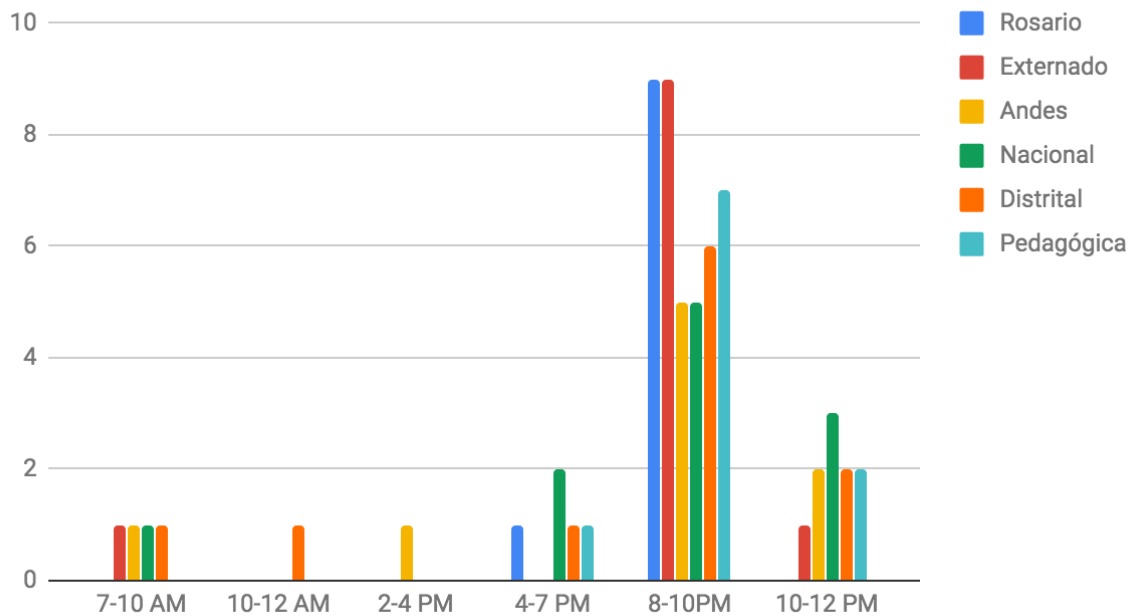
De acuerdo con la tabla 3.1, la mayoría de encuestados prefieren ver televisión en la hora de la noche, exactamente de 8 a 10. De igual forma, el 74% de los encuestados conciben pertinente que los programas de humor político sean transmitidos en ese horario, mientras que muy pocos de los estudiantes manifiestan que por la mañana es un horario adecuado.

### Horario que ve televisión



**Tabla 3.1. Resultados en barras sobre las horas en que ven televisión**

### Horario que verían humor político



**Tabla 3.2. Resultados en barras sobre el horario en qué quisieran un programa de humor político**

El tema trascendental de este apartado es saber el por qué deberían o no existir programas de humor político. Para responder esta cuestión, se realizó la pregunta 20 ¿por qué debería o no existir más programas de humor político en la televisión? Esta pregunta se hizo de manera abierta, dando espacio a que los encuestados escribieran sus

razones en 6 renglones. Por consiguiente, este análisis no se plasmará mediante una tabla, sino según las respuestas de los encuestados. Estas se clasificaron en siete tópicos: reflejo de la realidad social y política, creación de consciencia, entretenimiento a través de la crítica y la burla, información de manera práctica, muestra de la realidad desde diferentes perspectivas, mecanismo de educación, y, por último, influenciar a las personas a informarse.

#### **4.2.4.1. Reflejo de la realidad social y política**

El aspecto más importante para los estudiantes encuestados, principalmente para los que pertenecen a la educación pública es que “el humor político es una forma sencilla para revelar la realidad política del país”, “porque el humor y la sátira generan nuevas asociaciones y perspectivas sinceras con levedad y menor crudeza que el periodismo formal”, “para que la gente y el pueblo vean lo que sucede en realidad en el país”, “porque le permitiría al pueblo conocer la realidad”. Con estas respuestas, se puede evidenciar que mediante los contenidos de humor político se refleja la realidad del país. Un dato curioso dentro de esta razón es que existió una sola respuesta de los 60 encuestados que piensa que el humor político no debería existir porque “la realidad social no es cuestión de humor”.

#### **4.2.4.2. Creación de conciencia**

El siguiente aspecto que perciben los encuestados es que es necesario el humor político porque “generaría más consciencia colectiva para promover la información y no la desinformación como suelen hacer”, “ayudan a despertar un sentido crítico” y “pueden motivar a la reflexión críticas sobre los problemas actuales”. De acuerdo con las respuestas que presentaron los estudiantes consideran que el humor político ayuda tener un sentido crítico que genera opinión sobre las problemáticas del país.

#### **4.2.4.3. Entretenimiento a través de la crítica y la burla**

Este aspecto fue importante y predominante para los estudiantes encuestados de universidades privadas, puesto que consideran que “para burlarse de los personajes, hacer crítica ciudadana e informar a otros”, “sí, hace que a las personas al aprender por medio de la comedia se interesen por la política”, “siempre he pensado que es bueno sacar el lado divertido de las cosas malas que pasan” y “debería existir porque así se

hace críticas que todos pueden entender de manera entretenida y dar diferentes opiniones”. Según esto, los programas de humor político también son una forma de información y entretenimiento.

#### **4.2.4.4. Información de manera diferente y práctica**

Para los encuestados, el humor político facilita el entendimiento de la información que en ocasiones son densas y difíciles de comprender, ellos consideran que “muestran contenidos y temáticas de forma interactiva, a como se ven en otros espacios”, “ayudan a entender de manera didáctica los problemas de la sociedad” y “son una oportunidad mediática para dar a conocer conflictos de carácter político del país en un espacio de agrado para las personas. Entonces acá se puede percibir que el humor político moldea y muestra la información de manera más entendible para su audiencia

#### **4.2.4.5. Muestra la realidad desde diferentes perspectivas**

Una razón más para los encuestados de universidades privadas es que el humor político les permite ver el país bajo diferentes perspectivas, consideran que “deberían existir porque muestran la realidad desde otros puntos de vista. No solo los que le conviene al gobierno que veamos”. Con lo anterior, se puede ver que existe una idea de imparcialidad del humor político al mostrar diversas realidades o como lo decía Rafael Pinoud “pegarles a todos sin importar si son de izquierda o derecha”.

#### **4.2.4.6. Mecanismo de educación**

El humor político, así como se pudo evidenciar en las entrevistas y tablas anteriores, es percibido como una herramienta educativa e invita a tomar acción, para los encuestados, “es necesario ya que mucha gente no lee y es la televisión el único medio por donde conocen la realidad, por ejemplo, en el campo”, “deberían existir ya que la gente está más enterada de la realidad del país y pueden tener una visión crítica de esta” y “es una forma diversa de enseñar”. A través de estas respuestas es notorio que existe para los encuestados una relación entre el humor político y la educación de la audiencia.

#### **4.2.4.7. Influir a las personas a informarse**

En el marco de esta investigación, la última razón que manifestó un estudiante de universidad pública, dentro de la muestra, es que “los programas de humor político

deberían existir para influenciar a los ciudadanos a informarse más”. Con esto es poca la opinión, pero existe la noción que mediante el humor político se puede generar un deseo en las personas a informarse más sobre los sucesos y temas que muestra el programa.

### **4.3. Análisis de contenido**

El siguiente apartado surge a partir de un análisis de contenido, por tal razón analizamos las emisiones de los capítulos difundidos por *Voz Populi Te Ve* entre el 3 de junio de 2018 y el 6 de enero de 2019. El objetivo de este capítulo es estudiar mediante diferentes variables la forma en que se presentan los contenidos, los temas y cómo es la audiencia dentro de *Voz Populi Te Ve*.

#### **4.3.1. Esquema de *Voz Populi Te Ve***

Lo primero que se observa una vez que empieza el programa es el título del programa y su música que acompaña el mismo. Luego aparece un sketch introductorio que toca alguna temática del programa. Justo después aparecen a los presentadores: Jorge Alfredo Vargas, Felipe Zuleta e “Ignorita” que interactúan entre ellos. Jorge Alfredo, en ocasiones, saluda con el slogan del programa: “Un poco de humor para nuestra dura realidad”. Después dan paso a una sección que puede variar pero que tiene como objetivo resaltar sucesos importantes de la semana. Estas secciones son el Oso de la Semana, Póngale el ojo, Tarjeta amarilla y tarjeta roja. Después se muestra un segundo sketch dónde se hace parodia o se burla de algún programa que emite el canal o de algún evento político en particular, por ejemplo, los debates presidenciales, La Voz o Yo me llamo. Rara vez en que no se hacen *sketches* largos.

Una de las características de este programa es la participación ciudadana. En todos los capítulos se emite “*La voz del Pueblo*”. Esta sección les pregunta a las personas en la calle mediante un vozpópuli sobre palabras o términos relacionados con la actualidad política o social. A continuación, se emite una parodia de una sección original del noticiero de Caracol que se llama Urna Virtual, pero que en el caso de *Voz Populi Te Ve* es nombrado “Burla Virtual”, esta sección se repara a preguntar a la gente de la calle términos o palabras, para que finalmente sea Felipe Zuleta quien de a entender el verdadero significado.

Después se continúa con otra de las secciones que resalta unos de los hechos que sucede en la semana lo cual posteriormente también da pie a la entrada, generalmente, de “Pichurria”, un guerrillero en zona veredal quien junto a sus compañeros se burla de la situación de los desmovilizados de las FARC y gobierno, quien parece meterse en la señal. Este por lo general se queda a medias y se continúa con otra sección que resalta hechos semanales hasta que entran los ‘YouTrovers’ quiénes van por Bogotá haciendo trovas criticando alguna decisión política de la semana.

Finalmente, Zuleta y Vargas despiden al público con una sección llamada ‘Échele el ojo’ en la que Zuleta cuenta cosas de las que hay que estar atento durante la siguiente semana. Después se despiden y vuelve ‘Pichurria’ a continuar su Sketch hasta finalizar la emisión.

#### **4.3.2. ¿De quiénes se habla?**

El tiempo de análisis empezó en plena coyuntura de elecciones presidenciales, más específicamente en la segunda vuelta y el comienzo del periodo del presidente Iván Duque Márquez. Por lo tanto, se puede entender que los personajes de los que más se habló son Ivancho, presidente Iván Duque Márquez, y Retro, Gustavo Petro contendiente en la segunda vuelta presidencial y principal senador de oposición.

Recordemos, como se dijo en el primer capítulo de la investigación, el programa está sujeto a la coyuntura y como tal los personajes más nombrados en los noticieros. Por lo anterior, al ser las elecciones presidenciales y el comienzo del periodo presidencial de Iván Duque Márquez fue el personaje más representado a lo largo de estos seis meses de análisis.

A lo largo del análisis, los escándalos políticos fueron muy frecuentes. Los más recordados fue la renuncia del expresidente Álvaro Uribe y el recibimiento de dinero en una bolsa por parte del senador Gustavo Petro. Por lo tanto, los personajes más representados después de Duque fue el expresidente y senador Álvaro Uribe Vélez, quien es la cabeza del partido de gobierno y es representado como Furibe. Se suele mostrar dentro del programa como el interlocutor tras el presidente y la persona que realmente gobierna el país. Gustavo Petro es el otro personaje más representado, fue

excandidato a la presidencia y es la actual cabeza del partido de oposición, representado como Retro. Es presentado en el programa como un hombre cerrado, el representante de la izquierda nacional y un hombre endeudado por las sanciones impuestas durante su alcaldía de Bogotá entre 2012 y 2015.

El tercer personaje del que más se habló fue Nicolás Maduro, presidente de Venezuela. Lo anterior se dio a la tensión que empezó a surgir entre el gobierno colombiano y venezolano tras la llegada de Iván Duque Márquez al poder y el aumento de la crisis migratoria en el país. Es representado como Maburro y es la burla a la forma en que se expresa ante los medios de comunicación en la que parece ser un hombre ignorante.

#### **4.3.3. De qué se habla en *Voz Populi Te Ve***

Cómo se dijo en el apartado anterior, la investigación fue realizada durante el desenlace de las elecciones presidenciales y el principio del actual gobierno. Se pudo hallar que los personajes más tratados eran los personajes que representaban los sectores más radicales del país, el jefe de gobierno y el presidente de Venezuela. Al ser *Voz Populi Te Ve* un programa que opina sobre la coyuntura nacional, es un programa que varía seguido del tema de opinión dependiendo de las noticias que se informaron durante la semana, aún así se puede detectar que hay ciertos temas que fueron constantemente tratados: corrupción en el caso Odebrecht, la reforma tributaria propuesta por el gobierno como la ley de financiamiento, la crisis migratoria de venezolanos al país.

El escándalo de Odebrecht fue la revelación de sobornos por parte de la empresa multinacional brasileña Odebrecht en la adjudicación de las obras, en especial La Ruta del Sol 2 durante 2009 y 2011 (El Espectador, 2019). Se trató a través del escándalo de la muerte de Jorge Enrique Pizano y su hijo en extrañas condiciones y la revelación de unos audios comprometedores con el actual Fiscal General de la Nación, Néstor Humberto Martínez. Se abordó desde parodias de Yo Me Llamo, reality de imitaciones de cantantes emitido por Caracol Televisión, y se le llamó Impedido, pues se declaró impedido para abordar el tema debido a la relación del fiscal como asesor jurídico del Grupo Aval (El Heraldo, 2019).

La ley de financiamiento fue la primera gran reforma que propuso el gobierno nacional y que fue debatida y ampliamente criticada tanto en senado como en medios de comunicación. Trata de una reforma de gobierno que busca recaudar 7,5 billones de pesos y subsanar el déficit fiscal a través del aumento de tributación en productos de la canasta familiar y la imposición de nuevos cobros en la compra de artículos que previamente no tenían tributación (Dinero, 2019). Fue el tema más abordado durante el periodo de levantamiento de datos y fue fuertemente criticado en varias secciones como los Youtrovers, o sketches que buscaban criticar el aumento de los precios a efectuar por el gobierno.

La crisis migratoria venezolana es un hecho que afecta el país hace un par de años, según la ONU desde el año 2015 hasta septiembre de 2018 1,6 millones de venezolanos han emigrado fuera de su país, especialmente la migración ha sido a Estados Unidos y Colombia. Han migrado por la crisis económica del país debido a la baja del precio del petróleo y la inflación impuesta por el gobierno de Maduro (El Espectador, 2019). Se abordó en el programa en varios momentos, desde Maburro y los chistes dirigidos a él, la visita de los Youtrovers al campamento venezolano puesto por la alcaldía de Bogotá a finales de 2018.

#### **4.3.4. ¿En dónde se ubica la opinión de *Voz Populi Te Ve*?**

Cuando se preguntó sobre la línea editorial de *Voz Populi Te Ve* en las entrevistas a los integrantes del programa se logró conocer que hay una búsqueda de equilibrio entre los sectores políticos sobre los que se opinan. En esta parte del análisis de contenido se logró encontrar que sí existe dicha pretensión, aunque no siempre se logra debido a la coyuntura en la que está inmerso la emisión. En otras palabras, la tendencia a opinar más sobre un sector de la política ocurre debido a que más sucesos ocurrieron durante la semana previa a la emisión del programa que los abordó.

Los análisis arrojaron que hay una tendencia a opinar en contra del gobierno regente y sus leyes de gobierno. Se puede ver por la presencia del presidente en la mayoría de los programas o el senador Álvaro Uribe en la emisión. La rúbrica fue diseñada a través de la mención de algún sector del espectro político nacional. En la herramienta se encontró que al menos durante cada emisión hay una referencia crítica hacia el partido de

gobierno, lo anterior puede deberse que es el partido del que más se habló durante la coyuntura nacional.

La mención a la izquierda o centro en el programa es constante, pero no tan fuerte como al partido gobierno. Las críticas eran más relacionadas a temas pasados, como la alcaldía de Petro o la falta de posición de los partidos de centro como Alianza Verde. En resumidas cuentas, la rúbrica de análisis utilizada arrojó que *Voz Populi Te Ve* es un programa que se muestra crítico ante las decisiones de gobierno. Existe un intento de equilibrar los puntos de opinión haciendo críticas a la oposición, pero su opinión tiende a ir dirigida hacia las decisiones gubernamentales y los representantes políticos que lo defienden.

## 5. DISCUSIÓN

En Colombia, si bien la presencia de programas de infoentretenimiento, o *infotainment*, no es reciente, sí es un tema que la academia no ha tocado directamente. Se han escrito artículos sobre programas que podríamos catalogar como programas de infoentretenimiento; sin embargo, la mayoría de estos trabajos lo han abordado desde el concepto de opinión o censura, más no desde la construcción misma del programa y su formato. Por ejemplo, el trabajo de grado de Medina (2016) aborda los escasos programas de opinión y humor político en Colombia tras la muerte de Jaime Garzón y el surgimiento de nuevos proyectos en internet; o Mora (2013) quien hizo un análisis del discurso de los programas de Jaime Garzón y el legado de él a la sociedad colombiana y lo que pasó después de su muerte. Sin embargo, el concepto infoentretenimiento no está presente en la literatura académica colombiana y desde aquí parte la presente discusión.

La presente discusión se dividirá en la propiedad de considerar *Voz Populi Te Ve* un programa de infoentretenimiento, partiendo desde la idea de los parámetros que Sara Ortells da del concepto con los resultados obtenidos en la investigación. Posteriormente, se partirá a analizar las visiones de los programas de *infotainment* y cómo la presente investigación interactúa con estas visiones.

### 5.1. Desde la perspectiva narrativa

El infoentretenimiento, o *infotainment*, como concepto está pensado para transgredir las barreras tradicionales en los medios de comunicación, pues presenta una paradoja entre los programas de entretenimiento e información. El infoentretenimiento surgió en los ochenta como un formato novedoso que con el paso de los tiempos se ha ido asentando en los medios de comunicación a nivel global. Desde los aspectos puramente narrativos el concepto de infoentretenimiento cambia las formas de presentar la información, pues, utilizan recursos propios del entretenimiento como la personificación, dramatización o el recurso humorístico al momento de exponer la información (Ortells, 2011). Esto cambió los formatos tradicionales de los medios de comunicación, que estaban divididos en los programas de informar y entretener.

Para empezar, Ortells en su texto *La Redefinición de los géneros periodísticos, el infoentretenimiento como punto de partida del cambio* (2008) explica a partir de Lorenzo Gomis que los géneros periodísticos estaban clasificados desde las formas de captar la realidad. Con el tiempo y la llegada de nuevos formatos periodísticos, como el infoentretenimiento, las líneas que dividían los géneros periodísticos tradicionales son cada vez más difusas. La tendencia más fuerte y punto de partida fue el concepto de infoentretenimiento que surgió como la fusión de información con el espectáculo para captar otro tipo de audiencias. El infoentretenimiento tiene como punto de partida espectacularizar la realidad a través de nuevas piezas en las que se muestra el lado humano de cada dato, es decir usar la información y presentarla, narrativamente, de otra manera para evocar nuevos tipos de sensaciones en el espectador.

El infoentretenimiento parte de temas de carácter social, ya sea sucesos trascendentales, o historias impactantes que se ofrecen de manera diferente a los relatos tradicionales. Esta forma de contar, según Machill, Kohler y Waldhauser (2007), parte desde otros métodos narrativos como el movimiento de cámara, la involucración del espectador en los sucesos, o el ritmo de montaje. La idea es transportar al espectador al núcleo de la información o los sucesos y hacerlo más partícipe de los hechos expuestos para que este pueda experimentar con más facilidades las sensaciones del momento. En otras palabras, los espectadores dejan de ser agentes pasivos y se vuelven personas activas dentro del formato (Ortells 2012).

A lo largo de la presente investigación se puede corroborar que *Voz Populi Te Ve* es un programa de infoentretenimiento, pues es un programa que, per sé, depende de la información. Rafael Pinaud, explica que lo más importante antes de empezar al programa el programa parte de los temas que fueron coyuntura a lo largo de la semana, pero presentar elementos narrativos que cuenten estos sucesos, pero desde la imaginación del televidente. Pinaud dice: “Entonces la característica como tal es tratar de hacer que las noticias se vuelvan caricatura, caricatura audiovisual”.

El televidente se ve involucrado desde dos maneras. Por un lado, podemos ver como Mauricio Comino propone que su programa es una expresión del descontento de su público: “Cuando nosotros vemos o nos informamos toda la semana, pues las personas se van alterando y esta es una manera de transmitir lo mismo”. Pero también desde el

mismo formato del programa se puede ver que hay otra forma de interacción del espectador con el programa y lo vemos desde la sección de *“La voz del Pueblo”*, aquí los espectadores hacen parte interactiva dónde se les pregunta uno de los conceptos clave del programa en emisión. Por último, la forma en qué se presenta los sketches buscan es que el espectador se sienta participe de los actos políticos que están ocurriendo en el momento. Por ejemplo, los debates presidenciales o la mudanza de Santos y la llegada de Duque al Palacio de Nariño.

## **5.2. Críticas del infoentretenimiento**

El infoentretenimiento es más que solo una nueva forma de presentar la información. Para García y Domínguez (2014) el infoentretenimiento surge como una estrategia comercial de convertir la realidad en un espectáculo. Según estos autores, este concepto involucra el sensacionalismo de la prensa popular tradicional adoptada a la información al medio de comunicación a emplear. Sin embargo, también se ha entendido este formato desde dos maneras. Por un lado, desde la teoría crítica como la banalización y selección de la información; y, por el otro, desde los estudios culturales, como la implementación de nuevos programas de opinión.

La crítica más importante del infoentretenimiento es la tendencia de los medios de tratar la información como un espectáculo (García Avilés, 2012). Lo anterior lleva, según Lladó (2012), a que los medios de comunicación busquen noticias sensacionalistas que recurren a la violencia o a sucesos demasiados noticiosos para su información, olvidando la idea tradicional de contar historias novedosas. Esto recuerda a las formas tradicionales de catalogar la información de McLuhan, quien decía que las noticias se podían dividir en calientes y frías (las primeras son las noticias de gran incidencia e impacto a los espectadores, mientras las segundas, son las noticias de interés público, pero no de gran trascendencia). En otras palabras, se entiende que hay información trascendental y las temas baladís o banales y estos están expuestos según la trascendencia de la información.

El infoentretenimiento desde su surgimiento fue una forma novedosa de presentar la información. Sin embargo, existen algunos estudios que lo consideran como una herramienta para banalizar la información y adquirir mayor audiencia para el medio

televisivo que lo emite. Para King y Elitot (2010) el infoentretenimiento responde al deseo de una audiencia que no muestra mucho interés en los hechos verídicos, sino en el entretenimiento que le puedan producir los escándalos de coyuntura diaria. Por consiguiente, “los medios centran su información teniendo como criterio supremo el impacto que puedan causar en la audiencia, en lugar de la capacidad para suministrar información relevante, de la forma más rigurosa posible” (García Avilés, 2007 pp:47).

De ahí, que el punto central para la generación de la información en este tipo de formatos sea el sensacionalismo y las emociones que puedan producir en su público, es decir, que se impone la necesidad de impactar al público, y ya no a través de nombres ni de estadísticas ni de contenidos únicos y de calidad: resulta imprescindible recurrir al drama, a las emociones, y a la ficción (Carrillo, 2013).

El problema no solo surge a partir de la producción y construcción de los contenidos, sino repercute en la percepción de la audiencia. Lo anterior sucede debido a que las noticias enfatizan hechos que poco tienen que ver con los asuntos de interés público y que sólo son seleccionadas por su capacidad para conmocionar o entretener, y así puedan distorsionar o tergiversar la percepción que los ciudadanos tienen de la realidad (Patterson, 2000). Además, García y Domínguez (2014) discuten de una descontextualización de los hechos que favorece la poca veracidad de la información al momento en que se favorecen las voces de la calle, en lugar del uso de fuentes expertas.

De igual forma estos autores consideran que al infoentretenimiento usar temas de actualidad y un estilo informativo, el ciudadano espera que la información que se presenta sea fidedigna, no ficción ni espectacularidad de esta, entonces esta forma de representación es un fraude a las expectativas de la audiencia.

Así las cosas, existe un rol previo establecido de la audiencia al momento de consumir estos contenidos, es decir:

“El dicho de “una imagen vale más que mil palabras” ha supuesto la supresión de cualquier explicación racional de los acontecimientos, de esas mil palabras, para aprovechar el efecto seductor que para el telespectador ofrece la imagen como si fuera el testimonio más fiable de

la realidad. En consecuencia, el espectador es literalmente entretenido con la información como un producto audiovisual al que le concede la credibilidad de haberlo visto, como si no pudiera cuestionar su evidencia, sin que se percate que aquellas imágenes son tan sólo una interpretación de la realidad. Se produce así un ayuno intelectual que merma la capacidad crítica de los ciudadanos, que actúan como el eco de los propios discursos del poder. No existe conocimiento de la realidad, nociones desarrolladas en las que fundar juicios críticos e independientes, sino meras opiniones o doxa derivadas de la información recibida de los medios” (Suarez, Villegas 2010).

En otras palabras, es que el público no es capaz de discernir la realidad y la interpretación de la realidad. Por lo que se podría concluir que la combinación del infoentretenimiento genera en el receptor la idea de estar presenciando el relato de la realidad, pero en esta mezcla aparecen “noticias y entretenimiento, informaciones blandas y duras, formatos informativos y de ficción, estilo riguroso y sensacionalista, planteamientos racionales y emocionales o exposiciones. objetivas y subjetivas” (García y Domínguez, 2014 pp: 13)

Las discusiones sobre la banalización de la información desde el infoentretenimiento son válidas si lo miramos desde la teoría crítica, es decir desde el control de los medios de comunicación en los que se piensa al espectador como un agente pasivo de la información. Sin embargo, no es propicio concebir a las audiencias desde esta manera, pues como nos sugieren los estudios culturales el espectador no absorbe la información y la tima como veraz, sino que también tiene la capacidad de discernir sobre esta, y desde ahí es donde surge programas como *Voz Populi Te Ve*.

A lo largo de la presente investigación pudimos dar cuenta que dentro de los medios de comunicación tradicionales existe una pérdida de credibilidad. Las encuestas arrojaron que contrario a lo que dicen aquellos académicos que critican el infoentretenimiento son los programas de opinión y de Infoentretenimiento como *Voz Populi Te Ve* los que ganan la mayor parte del público y más credibilidad generan, esto puede ser debido a que el espectador se sienta más participe de la información, pues desafía las estructuras tradicionales

del periodismo en la que es solo el periodista quien transmite información y simplifica el lenguaje utilizado para aquellos públicos a los que les es más difícil comprender la información. la información (Echeverría, 2017).

El infoentretenimiento de corte satírico como *Voz Populi Te Ve* a diferencia de otros tipos de programas de este corte están mejor valorados por su incidencia social y porque sale como respuesta a una crisis de legitimidad de la información de los medios tradicionales (Paul, 2015). Esta afirmación se puede corroborar a lo largo de las encuestas, ya que los encuestados nos dieron luz de que la información que recibe está muy relacionada con el humor y ve con buenos ojos la propagación de esta información de formas menos ortodoxas como son los “memes” o parodias expuestas en internet.

Pensar en que el infoentretenimiento trivializa la información y que los espectadores son agentes pasivos de ella es ignorar las existencias de fenómenos ya existentes como son las redes sociales. Según Berrocal y Redondo (2012) el infoentretenimiento y el contenido viral están completamente en relación con las redes sociales, puesto que la experiencia del usuario es quien juzga o premia el contenido informativo. Lo dicho anteriormente se puede corroborar con la entrevista de Rafael Pinoud quien dice que la mejor forma de saber si son vistos es a través de la interacción de redes sociales y evidenciar como tantos usuarios con tendencias políticas hacía la izquierda o la derecha criticaban su contenido.<sup>16</sup>

Las críticas al infoentretenimiento como banalización mantienen las esferas o diferencias entre la forma de presentar la información que ya han mostrado una gran tendencia a perder de credibilidad e incluso ha dado pie a mayor

---

<sup>16</sup> Ah, ¿qué tan bien recibido? En el programa pasa una vaina, nosotros siempre ponemos en el programa el hashtag y el domingo ese hashtag es el reflejo de lo que está pensando la gente porque si le pegamos a Petro, es decir si criticamos a Petro, los petristas nos vuelven nada. Que en mermelados, que es que ustedes, que no sé qué, que ustedes son el cuarto poder, que son el establecimiento, no sé qué. Cascamos a Uribe o a Duque, “¡ah! Es que ustedes son castro chavista es que ustedes no sé qué, es que bla bla bla. Eso para nosotros es satisfactorio, porque sabemos que nos están viendo y nos están valorando. Entrevista realizada a Rafael Pinoud, 29/06/2018 en la sede de Caracol Televisión en Bogotá D.C.

credibilidad a programas de infoentretenimiento o infosátira (Casero & Ortells 2014).

El ejemplo más claro de esto es la importancia de Jaime Garzón en los medios de comunicación colombianos, quien expuso a través de sus personajes la situación y corrupción en las instituciones estatales de los años 90 (Mora 2016).

En conclusión, programas de corte de infoentretenimiento sirven como una nueva forma de acercar la información al público, pero sobre todo, en los programas de corte humorístico como Voz Populi Te Ve mantienen la idea de Pavia (2014) en la que la información política es más próxima y presentada de forma menos tensionada y compleja a la expuesta en programas de información tradicional y atrae un público más interesado en los asuntos políticos, pero sobre todo son programas que generan e incentivan la opinión.

## 6. CONCLUSIONES

Después de haber realizado una investigación conjunta de *Voz Populi Te Ve* como un programa de infoentretenimiento, hemos podido encontrar los siguientes resultados a modo de conclusiones. Partiendo del concepto de infoentretenimiento, la combinación entre información y entretenimiento que, mediante el sensacionalismo informativo originado en el periodismo, busca informar (Berrocal, Redondo, Jiménez 2014), *Voz Populi Te Ve* es un programa de infoentretenimiento. Si bien la función del programa es emitir una opinión, el formato presentado permite también el objetivo de informar, pues el programa está sujeto a los sucesos que transcurrieron durante la semana previa a la emisión y necesita evocarlos para aterrizar su opinión con humor.

1. La primera conclusión es que es un programa que resume con humor los sucesos políticos que transcurrieron a lo largo de la semana. Distan de los formatos tradicionales de información, debido a que no aportan información nueva ni son narrados con seriedad ya que recurren a entretener para exponer sus puntos de vista sobre la realidad. Tal como dice Ortells-Badenes, es una forma diferente de hacer televisión y dista de los contenidos tradicionales (2011). Así mismo, se puede considerar que *Voz Populi Te Ve* es un programa de infoentretenimiento en Colombia
2. Los programas de humor político como, *Voz Populi Te Ve*, es una muestra de la existencia de formatos que no pueden ser encasillados tradicionalmente como de información o entretenimiento. La sátira y la parodia son recursos de entretenimiento que aplicados a temas de actualidad nacional se vuelven otra manera de mostrar la información. Los mismos productores dicen que el programa busca presentar los temas nacionales desde la distensión que tiene el humor. Teniendo en cuenta la forma en cómo se aborda el contenido, lo más acertado es concluir que *Voz Populi Te Ve* es un programa de información con entretenimiento, infoentretenimiento, el hilo de la primera conclusión.
3. El humor político, a pesar de ser un recurso poco serio, rescata las funciones tradicionales que el periodismo mal llamado serio tiene. El trabajo encontró 4

funciones en el uso del humor político en televisión. Las funciones son entretener, educar, opinar y la fiscalización del poder. Estas cuatro funciones recuerdan en mayor medida la teoría de los medios de comunicación como el cuarto poder, entiéndase como la función de reemplazar las labores que otras instituciones no ejercen efectivamente.

4. A pesar de ser un programa opinión es un programa que busca tener un equilibrio y una objetividad. Dicha línea editorial no permite que empatice con su público, pues, de hecho, como arrojaron las encuestas, el programa es claramente observado, pero el contenido no es del todo satisfactorio. El contenido, que pretende ser imparcial, no termina de conectar con un país extremadamente polarizado como es Colombia.
5. Uno de los aspectos que más nos han llamado la atención es que existe una demanda de más programas de este tipo contenido, dicha demanda no solo es propio de los espectadores, sino también de los propios entrevistados quienes ven en el humor político una forma de medir la temperatura de la realidad político-social del país. Dado que el análisis se hizo a un programa de televisión se ha podido observar que existe una migración hacia medios digitales que van mucho más allá que los tradicionales. Además, el uso de las redes sociales está proponiendo otro tipo de contenidos. Por tanto, cabe preguntarse por qué no se hace en más programas de infoentretenimiento en los medios colombianos.
6. A pesar de la escasez de programas de infoentretenimiento y humor político en Colombia, se puede deducir de esta investigación solicitan más programas de estas características. El humor político tiene distintas funciones: la educativa, la fiscalización de los actos políticos, pero sobre todo y lo más importante ejercer el derecho a la libertad de prensa. A partir de aquí conviene preguntarse lo que nos planteábamos en la conclusión número 4: ¿Por qué los medios de comunicación colombianos no están buscando nuevos formatos si están buscando nuevas audiencias?

7. Es posible rastrear una necesidad de más programas de opinión dentro de la parrilla de la televisión nacional. Jorge Alfredo Vargas, director *de Voz Populi Te Ve*, es un programa de opinión e infoentretenimiento junto a *La Tele Letal*, que maneja este tipo de formato. De las encuestas puede deducirse que, efectivamente, los espectadores solicitan nuevas perspectivas de los medios de comunicación colombianos a la hora de presentar la realidad político-social del país.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Abela, J. A. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. Recuperado de: <http://www.albertomayol.cl/wp-content/uploads/2014/08/Andreu-Analisis-de-contenido.pdf>
- Acevedo, D. (2003). La caricatura editorial como fuente para la investigación de la historia de los imaginarios políticos: reflexiones metodológicas. *Historia y Sociedad*, (9), 151-173.
- Agudelo-Ramírez, A., Murillo-Saá, L., Echeverry-Restrepo, L., & Patiño-López, J. A. (2013). Participación ciudadana y prácticas políticas de jóvenes en la cotidianidad / Citizen participation policies and practices of young people in everyday life / Participação cidadã e práticas políticas de jovens na cotidianidade. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, (2), 587.
- Alonso, P. (2015). Infoentretenimiento satírico en México: El caso de Brozo, el Payaso Tenebroso / Infoentretenimento Satírico no México: O caso de Brozo, o Palhaço Tenebroso / Satiric Infotainment in Mexico: The case of Brozo, el Payaso Tenebroso. *Cuadernos.Info*, (37), 77
- Andrade, P. (2013). La democracia en el espacio público mediático. *Global Media Journal*, 6(12), 91 - 100.
- Angie, H [angie carolina hernandez castillo]. (2017/05/16). Quac El Noticiero Capitulo 01. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=E788Li6K284>
- ANTV (2016). *Estudio del sector audiovisual (2014-2016)*. Autoridad Nacional de televisión. Bogotá. Obtenido de [https://www.contratos.gov.co/consultas/VerDocumentoPublic?ruta=/2016/2016Q3/2016/DA/111001016/16-1-162757/DA\\_PROCESO\\_16-1-162757\\_111001016\\_21542275.pdf](https://www.contratos.gov.co/consultas/VerDocumentoPublic?ruta=/2016/2016Q3/2016/DA/111001016/16-1-162757/DA_PROCESO_16-1-162757_111001016_21542275.pdf).
- Arango, G, Gómez, J, & Hernández, J. (2014). Beyond the discourses of rating. When reception matters more than consumption. An empirical study about the Colombian television audience. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 20(2), 647-660.
- Ardevol, E. and Márquez, I. (2017). *El youtuber como celebridad mediática*. Rizoma. Obtenido de: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/11288/7011>
- Arrueta, C. (2015). *La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas. El caso de un diario conservador de Jujuy (Argentina)*. *Revista Brasileira*

de História da Mídia. Obtenido de: <http://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/download/4120/2437>

Bermúdez Sarguera, C. R., & Rodríguez Rebastillo, C. M. (2016). Lo Empírico Y Lo Teórico: ¿Una Clasificación Válida Cuando Se Trata De Los Métodos De La Investigación Científica? *Pedagogía Universitaria*, 21(2), 1–17.

Bernal, J. (2012) Noticiero NP& con Los Reencauchados. Obtenido De: [https://www.youtube.com/watch?v=CVrkD\\_06ZsA](https://www.youtube.com/watch?v=CVrkD_06ZsA)

Berrocal, S., Campos Domínguez, E., & Redondo García, M. (2012). El “infoentretenimiento” político en Internet: La presencia de cinco líderes europeos en YouTube. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 11(4), 643 -659.

Berrocal, S. & Redondo García, M. (2012). El “infoentretenimiento” político en Internet: La presencia de cinco líderes europeos en YouTube. *Valladolid: Universidad de Valladolid*, pp.110-111. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/270371278\\_El\\_infoentretenimiento\\_politico\\_en\\_Internet\\_La\\_presencia\\_de\\_cinco\\_lideres\\_europeos\\_en\\_YouTube](https://www.researchgate.net/publication/270371278_El_infoentretenimiento_politico_en_Internet_La_presencia_de_cinco_lideres_europeos_en_YouTube)

Bezunartea-Valencia, O., Caro-González, F. J., & García Gordillo, M. del M. (2014). La metodología mixta de investigación aplicada a la perspectiva de género en la prensa escrita. *Palabra Clave*, 17(3), 828–853

Blonder, G. (1998). *Género y subjetividad: avatares de una relación no evidente*. Universidad de Chile. Obtenido de : <http://www.enlinea.cjgob.mx/Cursos/Hospitalizacion/pdf/bonder.pdf>

Bobo, M. (2005). “La función social de los medios y la situación actual de la televisión en España”. *Comunicar*, 25, 2-12.

Bourdieu, P. (2000). *Sobre la televisión*. Barcelona, España: Anagrama

Cabrera, H. (18 de 04 de 2015). Imaginario social, comunicación e identidad colectiva. Obtenido de [http://www.portaldecomunicación.com/dialeg/paper/pdf/143\\_cabrera.pdf](http://www.portaldecomunicación.com/dialeg/paper/pdf/143_cabrera.pdf)

Caracol, T (2016). *Código de ética*. Bogotá, Colombia: Caracol Corporativo, [http://www.caracoltvcorporativo.com/sites/default/files/Co%CC%81digo%20de%20E%CC%81tica%20Caracol%20Televisio%CC%81n\\_1.pdf](http://www.caracoltvcorporativo.com/sites/default/files/Co%CC%81digo%20de%20E%CC%81tica%20Caracol%20Televisio%CC%81n_1.pdf)

Catilo80. [Catilo80]. (2017). Zoociedad - Episodio: "Uno-A". De: [https://www.youtube.com/watch?v=HGgd\\_sCNPXY](https://www.youtube.com/watch?v=HGgd_sCNPXY)

Cerón, M. C., & Cerâon, M. C. (2006). *Metodologías de la investigación social*. LOM ediciones.

Chaparro, N. (2009). *Campitos, el comediante trashumante*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Colombiano, E. (2018). *Diego Brieño, actor, locutor y humorista de Caracol Televisión. Actualmente interpreta al personaje Tarcisio Maya y Joe Hurtado Plata en Voz Populi Te Ve*. Obtenido de: <https://www.elcolombiano.com/blogs/diablog/tag/diego-briceno>

Cortavitate, E. (2016). *Reflexionando sobre la influencia de la televisión en adolescentes y jóvenes limeños: una propuesta de activismo digital* (Tesis de maestría). Universidad Católica de Perú: Lima.

DANE. Análisis de la estructura y composición de las principales variables demográficas y socioeconómicas. Obtenido de: [http://www.dane.gov.co/censo/files/Grupo\\_mixto22%20\\_PUBL.pdf](http://www.dane.gov.co/censo/files/Grupo_mixto22%20_PUBL.pdf)

DANE. (16 de abril de 2016). Encuesta de consumo cultural 2016, principales resultados. Obtenido de: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/presentacion\\_ecc\\_2016.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/presentacion_ecc_2016.pdf)

Del Rey, J (1998): El naufragio del periodismo en la era de la televisión. La industria del infoentretenimiento: de Aristóteles a Walt Disney, Madrid, Fragua

Del Valle de Villalba, M. E. (2013). La Caricatura y su uso didáctico en el estudio de la Primera Guerra Mundial. (Spanish). *Historia y Comunicacion Social*, 18, 75.

Desantes Guanter, J. M. (1988). El deber profesional de informar. *Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Valencia*.

Díaz de Rada, V. (2014). *Análisis de las incidencias en encuestas presenciales: mejoras en el trabajo de campo*. *Revista Española De Investigaciones Sociológicas*, (145), 43-72

Echeverría, M. (2017). El infoentretenimiento en la cobertura de las elecciones: un análisis de encuadres periodísticos. *Sociológica*, 32(91), 1-32.

Eje21 (2018). *Jorge Alfredo Vargas, presentador, periodista y director de Voz Populi Te Ve*. Obtenido de: <https://www.eje21.com.co/2018/03/jorge-alfredo-vargas-entre-noticias-y-solidaridad/>

Española, R. (2001). Disquisición. En *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=OIQ6yC8>

Espectador, E. (15 de julio del 2017). Los hechos claves para entender el escándalo de Odebrecht. Obtenido de: <https://www.elespectador.com/noticias/judicial/los-hechos-claves-para-entender-el-escandalo-de-odebrecht-articulo-704916>

Espectador, E. (1 de septiembre del 2018). ¿Por qué la crisis migratoria de Venezuela es tan grave para Suramérica? Obtenido de: <https://www.elespectador.com/noticias/el-mundo/por-que-la-crisis-migratoria-de-venezuela-es-tan-grave-para-suramerica-articulo-809318>

Espinoza Jiménez, F. L. (2013). *Periodismo humorístico y crítica política: estudio de caso de la columna del Pájaro Febres Cordero sobre el 30-S*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Espigado, M. (2017). *Reír por no llorar. Identidad y sátira en el fin del milenio*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Fernández, V. A. M., Boga, Ó. J., & Costa Sánchez, C. (2012). Agenda setting y crisis económica: Influencia de la prensa en el comportamiento de consumo y ahorro. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(1), 147-156.

Floridi, L. (2010). *information: a very short introduction*. New York: Oxford University Press.

Francés García, F. J., Alaminos Chica, A., Penalva Verdú, C., & Santacreu Fernández, O. A. (2015). *La investigación participativa: métodos y técnicas*. Universidad de Cuenca.

Freud, S., El chiste y su relación con lo inconsciente, en *Obras completas*, Biblioteca Nueva, Madrid, 1967, vol. 1, pp. 825–937

García, M & Campos, E. (2015). Implicaciones éticas del infoentretenimiento televisivo. *Comunicación: revista de recerca i d'anàlisi*, (32), 73-89.

Gómez Vilchis, R. R. (2018). Medios de comunicación, conocimiento y entendimiento de la opinión pública sobre los sucesos políticos. El caso de México / Media, Knowledge and Understanding of Public Opinion on Political Affairs. The Mexican Case. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (24), 53.

Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico. *Sociedad y comunicación de masas*, 357-392.

Hall, S. (1997). The Work of Representation in Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. *Stuart Hall ed. London: Sage Cap. 1*, pp. 13-74.

Halpern, D., Quintas-Froufe, N., & Fernández-Medina, F. (2016). *Interacciones entre la televisión y su audiencia social: hacia una conceptualización comunicacional*. Profesional de la información. Obtenido de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/eipi.2016.may.06/31137>

Heraldo, E. (17 de noviembre del 2018). Nuevos audios del fiscal general atizan polémica por Odebrecht. Obtenido de: <https://www.elheraldo.co/colombia/nuevos-audios-del-fiscal-general-atizan-polemica-por-odebrecht-567246>

Herrera, J. (2017). La investigación cualitativa. Obtenido de: <https://juanherrera.files.wordpress.com/2008/05/investigacion-cualitativa.pdf>

Judicial, R. (12 de agosto del 2018). 19 años sin Jaime Garzón. *El Espectador*. Obtenido de: <https://www.elespectador.com/noticias/judicial/19-anos-sin-jaime-garzon-articulo-805791>

Larrondo Ureta, A. (2006). Del impacto mediático al olvido: la pérdida de interés noticioso como indicador de la deshumanización de los medios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 9(61).

López, N., & Sandoval, I. (2016). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*. Obtenido de: [http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/1103/1/Metodos\\_y\\_tecnicas\\_de\\_investigacion\\_cuantitativa\\_y\\_cualitativa.pdf](http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/1103/1/Metodos_y_tecnicas_de_investigacion_cuantitativa_y_cualitativa.pdf)

Lorio, N., & Torrano, A. (2017). Filosofía, crítica y práctica de sí: entre Wittgenstein y Foucault. *Tópicos*, (34), 48

Luhmann, N. (1996). *Introducción a la teoría de sistemas: lecciones publicadas por Javier Torres Navarrete*. México: Universidad Iberoamericana, Antrophos.

Martínez, F. (2014). *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales* (Título de tesis doctoral de maestría). Universidad Complutense de Madrid. Disponible en <https://eprints.ucm.es/24592/>

McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2013). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Routledge.

Méndez, E. (diciembre de 2012). De lo justo y lo injusto a partir del razonamiento lógico-aritmético. *En-Claves Del Pensamiento*, 6 (11), 99-112.

Medina, M. (2016). Humor político audiovisual en Colombia: de los gloriosos años noventa en televisión a internet como alternativa. *Universidad del Rosario*. Facultad de Ciencias Humanas.

Medina F. (2013). La sátira: una forma de resistencia. *El colombiano* (16), 4-5.

Medina, V (2017). Radio y buen humor. Dos experiencias en la radio latinoamericana: La Luciérnaga en Colombia y El Weso en México. *Comunicación y Sociedad*, (28) 155-179.

Mercado, A & Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, 17, (53), 229-251.

Meza, J.L. Metodología de la investigación. Disponible en <http://www.sld.cu/galerías/pdf/sitios/rehabilitación/doc/metodología.delainvestigación-texto.pdf>

Mora, R. (2016). Jaime Garzón's trickster discourse: His messages, social commentary, and legacy in Colombian comedy. *International Journal Of Cultural Studies*, 19(5), 519-534.

Murillo, S & Escala, L (2013). De Betty, la Fea a Ugly Betty: Circulación y Adaptación de Narrativas Televisivas. *Cuadernos. info*, (33), 99. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile. Facultad de Comunicaciones.

Nocera, P. (2009). *Parodia, ironía e ideología carnalesca, marxismo y literatura en la socio-semiótica*. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/html/181/18111430014/>

Ocaña, A. (2013). *Relación entre subjetividad y objetividad en la ciencias humanas y sociales*. Bogotá, Colombia: Revista colombiana de filosofía. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/414/41431644004.pdf>

Oscar portilla [1 de abril del 2011) La Tele Los Excesos- Parte 1. De: <https://www.youtube.com/watch?v=z79Y9FjXHyY>

Ortells Badenes, S. (2011). La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español. *Fòrum de recerca*, 16, p.279-292.

Ortells, S (2015). Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo. *Signo Y Pensamiento*, 35(66), 44-61.

Ortells Badenes, S. (2012). *Infoentretenimiento y periodismo político en televisión*.

Palacios, M. & Díaz Noci, J. (eds) (2007): *Ciberperiodismo: Métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Salvador de Bahía. Recurso online, disponible en <http://issuu.com/mtcezare/docs/ciberperiodismo>

Paul, A. (2015). Infoentretenimiento satírico en México: El caso de Brozo, el Payaso Tenebroso. *Cuadernos.info*, 0(37), pp. 77-90.

Rincón, O (2015). La televisión Colombia es de autor. *Boletín Cultural Y Bibliográfico*, 49 (87), 67-88.

- Plata, M. (2009). *La Banda Francotiradores: cuando la política es cosa de risa* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Pedroso, R. (1994). Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista. *Comunicación y Sociedad*, 21, 139-157.
- Poncela Fernández, A. (2015). *Caricatura política, razones y emociones*. [ebook] Monterrey: *Razón y palabra*. Obtenido de: <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199536848021.pdf>
- Presidente Duque firma la ley de financiamiento. (2019). *Dinero*. Retrieved from <https://www.dinero.com/economia/articulo/como-quedo-la-ley-de-financiamiento-de-2018/265794>
- Robles, B. (2011). *La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico / The in-depth interview: a useful technique in the field of physical anthropology*. Cuicuilco, (52), 39
- Rodrigo, I. (2015). La credibilidad de medios y periodistas en Ecuador en 2013 y su relación con lo político. *Revista ComHumanitas*, 5(1), 49-61.
- Rubio Ferreres, J. (2009). *Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting*. [ebook] Granada: Universidad de Granada. Obtenido de: [https://www.ugr.es/~pwlac/G25\\_01JoseMaria\\_Rubio\\_Ferreres.pdf](https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.pdf)
- Salazar, J. (2011). *Colombia: ¿un país donde se muere en vano?: Una interpretación antropológica de la vida y obra del humorista Jaime Garzón (1960-1999)* *Análisis Político*, 24 (72), 101-114.
- Sampedro, V. (2014). *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona: Icaria.
- Sánchez, R. (2016). Jóvenes y cultura audiovisual: nuevos modos de ver televisión. *Revista Famecos - Mídia, Cultura E Tecnologia*, 23(2), 296-305
- Serrano Serrano, J. (2016). El uso de la lengua en los chistes. Ejemplificación de la teoría de Freud. [ebook] *Universidad de León*, pp.2-3. Obtenido de: <http://file:///C:/Users/johbi/Downloads/Dialnet-ElUsoDeLaLenguaEnLosChistesEjemplificacionDeLaTeor-5757662.pdf>
- Sherry, O. (2005). Gertz, subjetividad y conciencia posmoderna. Etnografías contemporáneas. Obtenido de: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/antipoda5.2007.08>

- Silveira Donaduzzi, D. S. D., Colomé Beck, C. L., Heck Weiller, T., Nunes da Silva Fernandes, M., & Viero, V. (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Index de enfermería*, 24(1-2), 71-75.
- Soria, C. (1990). El final de la metáfora del cuarto poder en *Communication & Society* 3 (1 y 2), 201-207.
- Suing, A, Gallardo, D, & Ortiz, C. (2015). La televisión social en Ecuador, análisis de participación en programas de entretenimiento. *Comhumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 6(1), 149-169.
- Thussu, D. (2007). *News as entertainment: The rise of global infotainment*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Tiempo, E. (11 de agosto del 2011) Mataron a Garzón. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-10137504>
- Tiempo, E. (18 de junio de 2018). Iván Duque es el nuevo presidente: reviva aquí la jornada. *EL TIEMPO*. Obtenido de: <https://www.eltiempo.com/elecciones-colombia-2018/presidenciales/resultados-elecciones-presidenciales-2018-colombia-segunda-vuelta-231720>
- Twitter (2019). *Andrés Tamayo, actor e imitador de Voz Populi Te Ve y Radio*. Obtenido de: <https://twitter.com/toporrea?lang=es>
- Twitter (2014). *Santiago Rodríguez, actor, locutor y presentador. Actualmente es imitador en Voz Populi Te Ve con el personaje "la pichurria"*. Obtenido de: [https://twitter.com/vozpopuli/status/538460568911638529?fbclid=IwAR1Ig2DPmNzyL-P70O\\_s0vkvFThW417uOsSXIEKZ1PrH7XNaCOvuO3Dms28](https://twitter.com/vozpopuli/status/538460568911638529?fbclid=IwAR1Ig2DPmNzyL-P70O_s0vkvFThW417uOsSXIEKZ1PrH7XNaCOvuO3Dms28)
- Twitter (2019). *Oscar Castaño, humorista e imitador. Actualmente hace parte del equipo de Voz Populi Te Ve, interpretando a diferentes personalidades políticas*. Obtenido de: <https://twitter.com/humorsapien>
- Ulloa Tapia, C. (2008). *Arma del contrapoder*. Ecuador: *Ciespal*
- Vizer, E. A. (2018). Notas para una ontología de la comunicación II: sobre las “Materialidades de la comunicación” / Notas para uma ontologia da comunicação II: sobre as “Materialidades da Comunicação” / Notes for an Ontology of Communication II: On the “Materialities of Communication.” *Palabra Clave*, (2), 553

Voz Populi Te Ve, (Caracol Televisión) (2017) los candidatos presidenciales le ponen sabor a Voz Populi Te Ve [Youtube]. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=wYmC9gz1tcw>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (4 de junio de 2018). Este es el chiste de la semana [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=r5ZPKcq6XU4&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=49>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (10 de junio de 2018). Así fue el gran ´debacle final´ de las ´elecciones presidenciales 2018´ [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=WDPF-VHUYzA&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=48>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (24 de junio de 2018). Capítulo: Así fueron los balances de ´Ivancho´ y ´Retro´ después de las elecciones | Voz Populi Te Ve [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=g9RXxFfSFAg&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=47>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (8 de julio de 2018). Capítulo: Voz Populi Te Ve trae el mejor humor político | Voz Populi Te Ve [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=0ESVwQoYsKE&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=46>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (15 de julio de 2018). Capítulo: Ignorita ya está lista para el ataque de Maburro | Voz Populi Te Ve [Archivo de video]. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=1Wouk\\_gXEDY&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=45](https://www.youtube.com/watch?v=1Wouk_gXEDY&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=45)

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (22 de julio de 2018). Capítulo: Gritos de Independencia y trovas a los nuevos congresistas | Voz Populi Te Ve [Archivo de video]. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=m0gcM0XN\\_mE&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=44](https://www.youtube.com/watch?v=m0gcM0XN_mE&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=44)

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (29 de julio de 2018). Capítulo: Denuncias y protestas a la política al estilo Voz Populi Te Ve | Voz Populi Te Ve [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ISLZWf-UuJU&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=43>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (5 de agosto de 2018). Capítulo: Felipe Zuleta le sacó tarjeta roja a los violentos [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=LDmmal1AUew&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC2a1TjqNiFR4pW&index=42>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (5 de agosto de 2018). Capítulo: Felipe Zuleta le sacó tarjeta roja a los violentos [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=9w7uDM-1LiQ&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC2a1TjqNiFR4pW&index=41>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (12 de agosto de 2018). Capítulo: Mockus, protagonista de una de las imágenes de la semana | Voz Populi Te Ve Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=9w7uDM-1LiQ&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC2a1TjqNiFR4pW&index=41>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (26 de agosto de 2018). Capítulo: Los 3 del estrés y el festival político de las cometas | Voz Populi Te Ve Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=VTpvVrOoH4A&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC2a1TjqNiFR4pW&index=40>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (3 de septiembre de 2018). Voz Populi Te Ve: La Consulta Anticorrupción no pasó el umbral | Caracol Televisión Descripción: Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=aY4NsiPXrQk&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC2a1TjqNiFR4pW&index=39>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (9 de septiembre de 2018). Capítulo: Felipe Zuleta habla de lo bueno, lo malo y lo feo de la semana Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=PcgU9aR3AHA&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC2a1TjqNiFR4pW&index=38>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (17 de septiembre de 2018). Capítulo: La vuelta política 2018 y la bachata de Amor y Amistad | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=voiHGrUQQbE&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC2a1TjqNiFR4pW&index=37>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (23 de septiembre de 2018). Los venezolanos denuncian su situación crítica| Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Do9oyJWntG0&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC2a1TjqNiFR4pW&index=36>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (7 de octubre de 2018). El vainazo lo protagonizaron los secuestradores del niño Cristo José. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=vWu\\_Ae4uEGU&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=35](https://www.youtube.com/watch?v=vWu_Ae4uEGU&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=35)

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (14 de octubre de 2018). Capítulo: Felipe Zuleta le cantó la tabla a Ernesto Macías | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=bbxHYRHHUck&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=34>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (21 de octubre de 2018). Voz Populi celebró los cien capítulos al aire con muchas sorpresas | Voz Populi Te Ve Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=EYInguUGB9k&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=33>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (28 de octubre de 2018). Capítulo: propuesta de cinco años de mandato, El vainazo de la semana | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=cysLte3w9cE&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=32>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (4 de noviembre de 2018). Capítulo: el enredo de la semana va por cuenta de Francisco Santos | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=V5ISYWLTwLk&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=31>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (11 de noviembre de 2018). Capítulo: ¿será que se les acabó la mermelada a los congresistas? | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=U09e0E0j-oo&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=30>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (18 de noviembre de 2018). Capítulo: la economía naranja y los siete enanitos | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=FjQ5ywc4Etg&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=29>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (25 de noviembre de 2018). Capítulo: el chiste de la semana va por cuenta de Marta Lucía Ramírez | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=UD6hzUIQ4Lw&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxC S2a1TjqNiFR4pW&index=28>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (2 de diciembre de 2018). El oso de la semana es de Ramsés Vargas a quien lo cogieron con la trampa | Voz Populi Te Ve. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=h75bYNDoh6w&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=27>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (8 de diciembre de 2018). ¿Orbe es algo de la vaca?: encuesta navideña | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=yAiXVylAabg&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=26>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (16 de diciembre de 2018). Capítulo: un look navideño que no puede dejar pasar | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Ug-36zfGtBA&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=25>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (23 de diciembre de 2018). Capítulo: la ida al mercado más costosa de Retro en 2018 | Voz Populi Te Ve. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ULmALJOGXdY&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=24>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (27 de diciembre de 2018). Capítulo: Imposible de olvidar el atentado contra Maburro en 2018 | Voz Populi Te Ve. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7evR2I7NaSk&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=23>

Voz Populi Te Ve, (Voz Populi) (6 de enero de 2018). Capítulo: tenebrosas predicciones para 2019 de la bola de cristal | Voz Populi Te Ve. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cSIYz2rrbvs&list=PLg9pGiSj0PvRBf0YXxCS2a1TjqNiFR4pW&index=22>

Yanagizawa, D. (2012). Propaganda and Conflict: Theory and Evidence from the Rwandan Genocide. *The Quarterly Journal of Economics*, 129(4), 1947-1994.

Yañez, R. (2017). *La objetividad y el conocimiento de la realidad*. [ebook]

Santiago: Universidad Bernardo O'higgins. Obtenido de: <http://www.ubo.cl/icsyc/wp-content/uploads/2011/10/9-Ya%C3%B1ez.pdf>

Yupanqui, C. I. (2016). Poder, tensión y caricatura. Una aproximación a la teoría del humor. *Dialogía. Revista de lingüística, literatura y cultura*, 3, 245-271.

Zayas, V. A. (2017). Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: el caso de los memes sobre filósofos. *Revista de Comunicación*, 16, 122–146

Gonzalo, S. B., García, M. R., & Domínguez, E. C. (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social*, (69), 85-103.

Lladó, C. M. (2012). La pérdida de objetividad en las noticias de los programas de infoentretenimiento en televisión. *adComunica*, (4), 81-98.

M. Machill, S. Köhler & M. Waldhauser (2007): “The Use of Narrative Structures in Television News. An Experiment in Innovative Forms of Journalistic Presentation”. *European Journal of Communication*: Vol 22(2): 185–205.

Casero, A., Ortells S., & Rosique, G. (2014). Consecuencias democráticas de la disolución de las fronteras entre información, entretenimiento y privacidad en la era digital. *Telos*, 99, 45-54.

## 8. ANEXOS

### 1. Entrevista a Jorge Alfredo Vargas, director de *Voz Populi Te Ve*

*Fecha:* 21 de junio de 2018

*Lugar:* Estudios Canal Caracol, Bogotá

*Hora:* 13:00



*Jorge Alfredo Vargas, presentador, periodista y director de Voz Populi Te Ve  
(Fotografía tomada de (Eje21, 2018))*

**P:** La primera pregunta sería ¿Qué es importante para la realización de un programa de humor político en la televisión?

**R:** Yo pienso que el humor político es una forma de opinión. El humor y la caricatura es una forma de opinión, es una forma clara y abierta de hacer opinión, y de la libertad de prensa que se debe tener en cuenta. El humor es un buen conducto para llegar a la opinión, ¿que se tiene que hacer?, tener una línea editorial definida, y saber cuales son los límites de ese humor. Porque la fácil puede ser burlarse del defecto físico, de la condición sexual, religiosa o de raza, ese es el camino fácil para la burlita y el chiste, pero este no es un programa de chistes, este no es un programa de humor, este es un programa de opinión con humor, esa es la diferencia.

En la columna de Daniel Samper no es una columna de chistes, es una columna de opinión. La caricatura de Vladdo no es una caricatura de chiste, muchas veces ni siquiera te dan risa, es la ironía, ¡jojo a la ironía como término!, bueno. Entonces eso es

lo que tienes que definir. La caricatura de 'Pepon', muchas veces no es de chiste, no es que te haga reír, sino que te haga pensar, que puedas con un solo comentario, generar en la gente la opinión que genera toda una columna de María Isabel, de Mauricio, la de Pedro, Bejarano, la de Zuleta ¿me entienden?, es opinión.

A mi me han dicho, me llegan reclamos de la Defensoría del Televidente porque estamos desinformando. Es que este no es un programa de información, es un programa de opinión, y de opinión política. Al tener opinión política, el camino es el humor, y al hacer humor hay que definir esa línea editorial y saber exactamente hacia dónde vamos, y ¿por qué vamos? Por ejemplo, este trabajo que ustedes están viendo, este capítulo grabado. Es. los dos candidatos que se jugaron el partido, el que ganó fue Ivancho (es Duque), ojo que los personajes son nombres de caricatura, y Retro que perdió. Vamos a la cancha de fútbol donde están los dos terminando el partido, el que ganó y el que perdió. Como estamos en mundial de fútbol nos da la coyuntura perfecta, hacer caricatura del mundial de fútbol con la realidad política, y eso fue lo que hicimos.

**P: Precisamente, ¿cómo se construye la editorial?, ¿cómo llegar a construir ese problema?**

**R:** Primero hay un consejo, haber, primero hay una decisión del canal de hacer un programa de estos temas, que normalmente nunca ha sido, en las épocas de Garzón o en las épocas de NP&. nunca ha sido programas de alto rating, de alta circulación de audiencia porque son programas muy especializados. Es mucho más que un programa popular que tiene más público, pero es un programa que tiene una audiencia determinada de opinión, ¿ok? Hay que definir primero eso, el canal quiere hacer ese programa, ojo es un programa de opinión no de información, de saber de decir opiniones, hay opinadores como Zuleta y opinadores como libretistas que a partir del humor van a hacer opinión.

Entonces se tiene un consejo creativo donde están los libretistas, asesores, nosotros tenemos en el consejo creativo muchas personas que están interviniendo, pensadores para definir los términos en los que vamos a hacer el programa, ¿ok? Y de ahí en adelante, ya definir los libretos, las actuaciones, es decir la producción, y la post producción, todo entra. Ejemplo, salimos a las calles, bajo la voz del pueblo, para preguntarle a la gente ¿qué es algo?, ¿qué es la JEP? Todo el mundo habla de la JEP, y

la gente de pronto no tiene ni idea que es la JEP, y sobre esa base, hacemos una graficación que se llama “la burla virtual”, haciéndole caricatura a la urna del noticiero, para hacer con caricatura lo que es la JEP, para jugar un poquito en esa caricatura hacer la JEP, y a partir del humor hacer crítica constructiva de lo que puede estar pasando.

La JEP por ejemplo que es punto de discusión entre el gobierno entrante, hoy como noticia, adivinen quienes son los grandes afectados de que eso quede en el vacío y el limbo, las víctimas. Como siempre a ellos nos referimos nosotros, los padres de la patria agarrados por intereses políticos para que las víctimas queden en el limbo

**P: ¿Cuál ha sido el impacto que ha tenido Voz Populi TV entre los espectadores?**

**R:** Muy bueno, pese a un horario que es complejo, ya es un horario tarde donde la gente se está durmiendo, pero tenemos un comportamiento de rating que ha sido satisfactorio, donde hemos tenido un rango entre 5 y 6 puntos de rating que es bueno, es decir de tantos televisores, veinti tanto están con nosotros. Venimos con una muy buena composición de audiencia de opinión los domingos en Caracol, el de Suso a las 6 de la tarde, el noticiero a las 7 de la noche que es muy informativo, de opinión y de entrevista, e Informantes que son crónicas diferentes, y después Séptimo Día que es un programa insignia de la televisión y además es una estructura de televisión norteamericana, y después venimos nosotros con Voz. Entonces es una franja muy consolidada, donde la gente sabe que encuentra, desde crónica, denuncia, información, humor, crítica política.

**P: ¿Creé que se necesita más programas como Voz Populi TV?**

**R:** Sí. En radio está, humor político de televisión con el maestro Gustavo Tapia hace mucho tiempo, Hugo Patiño hacía humor político en Sábados Felices por imitaciones, después vino el gran referente que fue Jaime Garzón, que marcó definitivamente un antes y un después, Jaime con ‘Quac’ y con ‘Zoociedad’ y todo el equipo que estaba detrás, como Eduardo Jaimes, Antonio Morales que lograron crear eso. La serie que hicieron mostraba como lo hicieron, y después hicimos nosotros algo en El Radar, después hicimos NP& con los Reencauchados que es en formato francés, y aquí retomamos Voz Populi a partir de la radio, que fue cuando nació Blu radio, que estaba la Luciérnaga, El Tren en RCN, arrancar en Voz Populi radio.

No se un programa de chistes ni imitaciones, hay personajes propios. En radio tenemos un papel que se llama Tarsicio Umaña, que solo engaña todo. Entonces, es la idiosincrasia, la que vimos ahora en Rusia, ¡que vivo soy!, metí unos binóculos teniendo trago y los engañé. Eso que llamamos vivo es ese tipo de cosas que nos hace admirar una cosa que no debe hacer, entonces esa crítica la hacemos, o “Ignorita”, de la muchacha que puso unos micrófonos en la Corte Suprema y la echaron. Mejor dicho, aquí no era quién estuviera chuzando a quien. A la señora de los tintos que hizo eso, la retomamos en NP& y la volvimos personaje. Después se volvió personaje en radio, y ahora la tenemos en televisión. Personajes propios que se van volviendo grandes. Un empresario que tenemos en radio, un abogado que tenemos en televisión que se llama Joe Hurtado Plata, define a todos los corruptos. Esos personajes...

**P: ¿Han tenido algún tipo de limitaciones externas o internas al hacer algún programa?**

**R:** No, no externas, tenemos las críticas normales de defensoría del televidente, y eso, pero este es un programa con libertad de opinión. ¡Ojó!, ojo sabemos en qué país estamos, sabemos en qué empresa estamos trabajando, y sabemos también hasta donde llegamos. Es que también, es que burlarse de una persona por la condición sexual, por ejemplo. Digamos, por qué Viviane Morales cuando era fiscal, que ella no tiene, no ve por un ojo. Entonces burlándose que ella no ve por un ojo, entonces la justicia es ciega. ¿Vale la pena ese chiste? o que Germán Vargas, el excandidato tuvo un atentado y no tiene unos dedos, entonces... O porque Navarro, y eso que Navarro o Germán se burlan ellos mismos de su defecto físico, entonces ahí dan un poquito de licencia entonces es la fácil. ¿Por qué me voy a burlar?, por gordo, por calvo, por enano, por gay, por negro, por flaco, por amarillo, por mujer, por hombre, ahí es donde viene la limitad.

Ahora, yo a partir del humor político me cuido o nos cuidamos mucho de no decir cosas que no son, porque yo puedo salir en “chiste” a decir que tu eres un ladrón y no lo eres. ¿Me entiendes?, el columnista tiene que llegar en opinión a decir cosas con argumento y peso, para lograrlas, no es salir a hablar de la gente, y ahí es donde algunos se equivocan.

**P: Y ¿cómo los trata las redes sociales?**

**R:** Yo pienso que cuando las redes sociales reaccionan, hay que valorar las redes sociales hasta dónde son y no son, pero si le damos duro al gobierno nos refutan ellos, si le damos duro a los uribistas nos refutan ellos, igual con petro, entonces eso quiere decir que no es están viendo. ¿Quienes se agarraron en el congreso esta semana a decirse madrazos?, el señor Ramos y señora Claudia López. Son ellos los que dan papaya nosotros. Se ponen bravos y nos reaccionan, pero qué hacemos. Les parece que los congresistas de la patria tengan que estar a madrazos tratándose en el congreso, para que sí, pongamos en La Picota a quienes a madrazos tratan a los japoneses en Rusia. Son cosas profundas, no son chistes, pero yo creo que no podemos llegar a este punto. Nos dan papaya y criticamos

**P: ¿Cuál es la diferencia entre un programa de chistes y un programa de humor?**

**R:** Exactamente es esa, es que no es un programa de chistes, sino de opinión. Es la diferencia con Sábados Felices, es un programa de humor y de chistes que tiene fondo, ¡haga humor como hacen en Sábados Felices, manténgase 45 años con el programa más antiguo de la televisión mundial en humor, el humor traduce. Lo dicho en Estados Unidos es eso, tienen humor, Jhony Carsson con los talks shows. El humor tú tienes que hacerlo y de todas partes hay imitadores, y no sólo la imitación, es tener contenido y peso, de eso se trata.

## **2. Entrevista a Rafael Pinoud, subdirector y productor de *Voz Populi Te Ve*,**

*Fecha:* 26/06/2018

*Lugar:* Estudios Caracol Televisión, Bogotá

*Hora:* 17:30



*Profesor, productor y director. Actualmente es el productor de Voz Populi Te Ve*

**P: Rafa ¿qué es el humor político para usted?**

**R:** El humor político es la forma de reírse una de las barrabasadas que hacen los políticos. Los políticos cada vez que hacen una barrabasada, atentan contra la sociedad, y que bueno que una vaina que pueda ser tan trágica se le pueda sacar humor para tener una forma de llegar armar un caparazón, para que la misma sociedad se cuide de esos manes, y es cantar la tabla a los errores que cometen a veces sin intención, pero otras sí con la intención de volverse ricos y poderosos.

**P: ¿Qué características tiene un programa de humor político en televisión?**

**R:** Digamos no se puede meter dentro de una plantilla un programa de televisión de humor político. Digamos el programa que nosotros hacemos tenemos a un analista que es Felipe Zuleta, tenemos un presentador de noticias que dirige el programa y es periodista, y es el que da la mirada periodística, pero tenemos personajes, y tenemos sketch. Esa es la cuadrícula que tiene nuestro programa. ¿No cierto?, es un programa que tiene sketch y crítica política por medio de los sketches, pero entonces uno no puede decir que tiene una característica como tal el programa porque las noticias cambian, entonces hoy Maduro le dice a Santos que es un Malparido y todo lo que le diga, y dentro de 15 días Santos y Maduro están de amigos en no sé donde. Entonces la

característica como tal es tratar de que hacer que las noticias se vuelvan caricatura, caricatura audiovisual. No es que exista una vaina de periodismo y humor en televisión, porque no, eso es un lenguaje audiovisual con el que nosotros tenemos que decir, “vea, hace ocho días Santos y Maduro se estaban dando en la jeta y hoy son los mejores amigos, y están sentados en la ONU, ¿cierto?”

Entonces no se puede esquematizar entre una cuadrícula y un programa de humor, porque vive de lo que suceda en el país, ¿no, cierto? Cuando uno se refiere en lo que sucede en el país, todavía uno debería referirse a lo que le sucede a la gente de a pie, pero más que todos lo vemos en las noticias que afectan a la sociedad, para bien o mal, pero que afecten a la sociedad, eso sería como una definición de eso.

**P: ¿Por qué es importante hacer este tipo de humor en televisión?**

**R:** Vean los colombianos somos unos manes expertos en quejarnos. Usted se sube a un taxi y si la selección perdió, el taxista le va hablando y le va echando la madre a Pekerman, si gana le está echando elogios. Entonces siempre nosotros, la sociedad nuestra quiere arreglar la sociedad y la arregla de palabra. Usted se sienta con alguien a tomar cerveza y en cualquier momento le dicen: “que tal la de Uribe”, así usted sea un panadero y el man con el que está hablando es un médico, porque eso está dentro del gen del colombiano de estar viviendo y criticando lo que hace el país, política económica y demás del país. Entonces, a esto le juega este programa, a volverse como el punto donde se puede desfogar todas esas ganas de criticar que tiene el colombiano para burlarse de uno mismo, para burlarse de los negocios malos que hacen digamos como con Odebrecht , para burlarse de una man que se ganó el premio Nobel y volverse una súper estrella en el ámbito internacional, pero ante la OEA es la vaina más odiado del mundo, ¿no cierto?, de eso hay que burlarse, y al burlarse genera risa o por lo menos un ambiente de calidez donde se pase rico. Por eso también generar un espacio donde la gente el pase rico una hora, mamándole gallo a su vida, ¿no cierto?, yo me auto mamo gallo.

**P: Y usted ¿cuál cree que es el papel que tiene el humor político en la televisión?**

**R:** Un papel que pone... osea, cada vez que uno pone una caricatura, uno tiene que pensar que esto son unos subgéneros de la opinión. Lo que nosotros a veces hacemos es editorializar un periódico o editorializa una revista, ¿no cierto? En ese momento

estamos generando opinión en la gente para que también pueda convertirse en la fiscalización de aquellos que estén trabajando en contra de la sociedad, entiéndase desde cualquier campo político. Si la embarra Mockus, le hago a Mockus, si la embarra Maduro, le hago a Maduro, si la embarra Uribe, le damos a Uribe, si la embarra Santos, le damos a Santos, cualquiera que la embarre, le damos, la vaina es como le damos, ¿ok?, ¿como hacemos el discurso?, no somos tan aguerridos ni tan frenteros como Garzón, no lo somos, porque los Sketch de Garzón eran hechos con un nivel de intelectualismo altísimo, porque Garzón era un man que conocía al Estado por dentro, ¿no cierto?, y él estaba asesorado por muchos buenos periodistas empezando por Antonio Morales, que es un man con una inteligencia la berraca, que conocían la vaina por dentro. Aquí nosotros no la conocemos por dentro, nosotros, ninguno de nosotros es Garzón. La cosa es que sabemos que hay, que el fiscal ¿quién es?, sabemos que el fiscal es el que está destapando ollas podridas, pero de pronto dentro del fiscal hay cosas, ¿no cierto? Entonces no podríamos decir que somos los mejores, pero le apuntamos a que la gente analice su vida, que, si la gente si va a votar por alguien, tenga herramientas, así sea mamando gallo.

La pulla del Espectador es un sketch que ellos hacen de una señora que siempre está brava y está analizando el país, esa es una forma entre comillas de hacer una caricatura. Nosotros también hacemos una caricatura, pero entonces nosotros maquillamos la caracterización de los manes, y las exageramos de la misma forma que lo hace una caricatura. Por eso a veces tenemos muchos encontrones con algunas personas que critica porque digamos en Semana Santa hacemos un sketch, y ponemos a Santos de Jesucristo, a fulanita de no se que, a Judas, etc, etc. Pero cuando esa misma gente que nos critica, pero cuando Matador hace lo mismo con un personaje entrando en un burrito a la iglesia, es la misma vaina. Lo que pasa es que la televisión se ve, y la televisión es de quien la ve no de quien la hace, entonces ahí la gente empieza a sentirse dueña de lo que nosotros hacemos.

**P: ¿Qué es importante a la hora de hacer un programa de humor político?**

**R:** Tener muy claro qué se quiere decir, es decir conocer la noticia. Nosotros como estamos al lado de la producción que lo que debería es hacer la televisión, me dicen ponga la cámara allá, edito. Si nosotros no estamos enterados de que existe un área que se llama Odebrecht que se compró ilegalmente en toda América latina. Si nosotros no

sabemos qué fue lo que paso, es muy berraco ponerse a editar, si uno no tiene ese concepto en la cabeza, ¿no cierto? Entonces lo más importante es tener claro que voy a decir, y preguntar cuando no lo entiendo, oiga este ma por qué es qué le vamos a cascar duro a Petro y a Duque, porque este man anda diciendo que Petro va a expropiar, que quiere que todo el mundo empiece a expropiar vainas agrícolas, pero Duque está siempre cobijado por Uribe. Si nosotros no sabemos eso, yo no puedo poner un off en un Sketch, porque sino dicen “¿por qué van a meter a Uribe ahí?”, yo tengo que saber eso.

**P: ¿Qué diferencias hay entre hacer humor político en TV, y hacer humor político en radio o en prensa?**

**R:** Los medios, esa es la gran diferencia. El lenguaje es el mismo, es decir, ¿ustedes vieron semiología?

**P: Sí, pero entonces ¿Cuál es la diferencia de hacer humor político en televisión y en radio?**

**R:** Bueno entonces, la gran diferencia es el medio por donde se va, ¿no cierto? El lenguaje puede cambiar. Obviamente, el lenguaje escrito es diferente al lenguaje audiovisual y al lenguaje sonoro, pero el significante, el significado y el todo, la semiología de lo que tiene una caricatura, es igual. Es decir, ‘Matador’ tiene a Iván Duque siempre con Crocs, ¿no cierto? ¿Por qué sale con ‘Crocs’? Porque Uribe usa ‘Crocs’, ¿no cierto? Y genera opinión.

En una editorial alguien puede escribir es que esa vaina de que Duque sea el bendecido por no sé quién, por Uribe, por tal no sé qué. Está diciendo lo mismo que está diciendo los ‘Crocs’. Y nosotros cuando Uribe, en un ‘Sktech’ que vos viste ahoritica, que están hablando y Uribe les habla a ellos desde el cielo, es el mismo Uribe con los ‘Crocs’. ¿Si me entendés? En las tres se dice de forma diferente, se usan palabras diferentes, se usan dibujos diferentes, se usan herramientas audiovisuales diferentes, pero se está diciendo lo mismo, o sea el significado es el mismo. Entonces lo único que los diferencia es el medio.

Cuando un programa de radio tiene tan bien cimentado unos programas que la gente se ha imaginado. Cuando yo cojo esa imaginación de la gente y la vuelvo video. Si no le

llegó al imaginario que tiene la gente, me tiré la vaina. Me tiré lo que tiene el programa de radio porque dicen “¡Ah! Yo me lo imaginaba más bonito”, “Yo me lo imaginaba era un flaco”, “¡Ah! Así de fea es esa niña que sale de radio” “¡Ah no sé qué!” ¿Si me entendés? En televisión. Mientras que, en radio, uno puede hacerlo en pantaloneta, en chancletas y con rulos, en televisión no. Entonces en televisión, la voz de Oscar Iván haciendo de Santos o la de Camilo haciendo de Vargas Lleras, mientras en radio se sientan Camilo u Oscar y la dicen y pan, aquí para que la digan yo tengo que tener dos horas o tres horas mínimo de caracterización para que se parezcan al que van a decir la voz. Entonces yo tengo que pensar en cosas visuales, no auditivas, visuales es diferente.

Un libreto de radio es y Vargas Lleras se sienta y le dice a Uribe, que generalmente es Andrés Tamayo que está en Medellín y Vargas Lleras que es Camilo está aquí (hablo de radio), le dice: “¡Ah, siéntese bien! ¡Oiga no, siéntese bien! y va este man y se sienta bien porque allá sonó una silla que se corrió. Aquí nosotros tenemos que tener decorado el sitio donde van a estar ellos, cuál es la silla donde se va a hacer Santos, cuál es la silla dónde se va a sentar el otro, cuál es el que se va a mover y hacia donde y todo eso lo tenemos que capturar. Todo eso es a nivel visual y todo eso tiene que ser parte de un todo que genere lo que estamos buscando que es que la que gente entienda la crítica.

El sktech que viste ahorita entre Santos y Duque, la idea es que la gente sienta que está dentro de la oficina de Santos así no sea la misma, pero para nosotros es esa y se la vendemos.

**P: ¿Considera que se necesitan más programas de estos en la televisión?**

**R:** Claro, la opinión siempre tiene que buscar espacios. La crítica con el humor es bienvenida siempre y sí se necesitan. Es bueno que hallan otros puntos de vista. Que no solo sean la voz de nosotros sino más voces y si todos apuntan al mismo lado y de pronto coincidimos, de pronto no coincidimos y esa diversidad es la que da riqueza ¿y la diversidad quién la tiene? El televidente que tiene la facilidad de comparar una con otra, quedarse con una o quedarse con la otra. Es necesario que haya.

Ahora, si esto se llena de que las 24 horas de la televisión va a ser de programas de opinión y de crítica con humor, se acabaron. Porque cuando hay mucho, cuando hay superávit, los precios bajan, entonces el negocio se me acabó.

**P: ¿Qué tan bien valorado está este tipo de humor en televisión?**

**R: ¿En qué sentido valorado? ¿Económico?**

**P: Por la gente**

**R:** Ah, ¿qué tan bien recibido? En el programa pasa una vaina, nosotros siempre ponemos en el programa el hashtag y el domingo ese hashtag es el reflejo de lo que está pensando la gente porque si le pegamos a Petro, es decir si criticamos a Petro, los petristas nos vuelven nada. Que en mermelados, que es que ustedes, que no sé qué, que ustedes son el cuarto poder, que son el establecimiento, no sé qué. Cascamos a Uribe o a Duque, “¡ah! Es que ustedes son castro chavista es que ustedes no sé qué, es que bla bla bla bla...”

Eso para nosotros es satisfactorio, porque sabemos que nos están viendo y nos están valorando. O sea, si yo critico a alguien, es porque lo valoro, ¿si me entiende? Mucha gente dice: “¡No, qué perdedera de tiempo ese programa! ¡Qué programa tan mal hecho! ¡Tan chimbo! Pero dentro de ocho días vuelve y escribe. O sea, lo están viendo. Sí les interesa verlo. Así sea para criticar y para aescibir un twitter en contra nuestra, ¿si me entendés? Y hay muchas felicitaciones, pero si uno como productor se sienta en las felicitaciones, ahí se quedó toda la vida y no va a hacer nada porque “no, me están felicitando”, y el día que no me feliciten ¿qué? Si a nosotros no nos dijeran, mire lo que pasa es que, en el programa de ustedes, técnicamente pensamos que fulanito no se parece al otro y al sí sé más, no. Siempre lo que critican es el significado del programa. “¿Por qué le dicen a Petro que el aguacate? ¿Por qué Duque le dicen que Uribe siempre está detrás de él? ¿Por qué no sé qué? ¿Por qué sí sé más? Si es que nosotros no somos así ¿Por qué al Centro Democrático sí le dan y no le dan a Fajardo? ¿Por qué? Pero nunca técnicamente dicen nada, o sea técnicamente estamos bien y cuando tiene de qué hablar, generada por lo que vos haces es porque nos valora, mal o bien, pero nos valoran.

### **3. Entrevista a Diego Briceño, actor de *Voz Populi Te Ve***

*Fecha:* 29/06/2018

*Lugar:* Estudios Caracol Televisión, Bogotá

*Hora:* 15:30



*Diego Briceño, actor, locutor y humorista de Caracol Televisión. Actualmente interpreta al personaje Tarcisio Maya y Joe Hurtado Plata en Voz Populi Te Ve fotografía de (El colombiano, 2018)*

**P: Para usted ¿qué es humor político?**

**R:** El humor político es la manera de entender la realidad política de un país, de una ciudad, de un gobierno, desde otro punto de vista diferente al académico o al tradicional. Es tratar de buscarle en el mundo complejo de la política, buscarle las cascaritas para hacer humor y suavizar un poquito esa información que de por sí es densa y complicada.

**P: ¿Qué características tiene un programa cuando se hace humor?**

**R:** El humor político digamos que se basa desde mi punto de vista en dos pilares. El primero es la imitación, la imitación de los políticos que están digamos en el escenario público, es decir, presidentes, alcaldes, gobernadores, senadores, cualquier político que salgan mucho en televisión, y que tenga alguna particularidad desde la que un imitador pueda pegarse para burlarse de eso, y a través de eso entregar información.

La otra es la cantidad de burradas que afortunadamente en este país ocurren todos los días, entonces aquí hay políticos, no ahora, siempre ha sido así, que siempre dan tema para hablar. En este país escogemos un alcalde gomelo, escogemos un concejal

lustrabotas, entonces eso, están en todo su derecho, pero eso se presta para que el humor aflore.

**P: ¿Por qué es importante hacer humor político?**

**R:** Yo creo que el humor político es importante en cualquier sociedad para burlarse un poquito del estatus quo, del establecimiento de eso que para mucha gente es lejano, como la política, la presidencia, el congreso. Tener humor con eso acerca mucho a la realidad de otra manera, entonces es necesario para suavizar toda esa tragedia que digámoslo así, hay en la política.

**P: ¿Cómo se hace humor político en televisión, y hacer político en radio? ¿qué diferencias hay?**

**R:** Hay muy pocas diferencias, digamos desde la construcción no hay muchas diferencias, hay muchas diferencias desde la forma en que se cuenta. En la televisión el tema audiovisual, caracterización, el uso del vídeo, el recurso gráfico ayuda mucho. En radio tiene que ser mucho más pulida la imitación de la voz, para que la persona que la está escuchando de una identifique que es Navarro Wolf, Juan Manuel Santos, o sea que no está ayudado de lo visual.

**P: Vos haces muchos personajes, como Joe Hurtado Plata. Tarcisio, ¿cómo o en qué te basas para hacer esos personajes?**

**R:** Lo que pasa es yo soy comunicador social, pero he trabajado mucho el tema de antropología cultural y trabajo en marketing, aparte de esto trabajo en marketing, entonces digamos que yo si le pongo ciencia al humor. Entonces yo, con un amigo hicimos un estudio con información que teníamos de muchos otros estudios, y descubrimos que al latinoamericano le gusta mucho reírse de las sinvergüenzadas, del sinvergüenza, porque es un espejo de muchas cosas que pasan en nuestra sociedad. Nuestra sociedad lastimosamente está llena de sinvergüenzas, de corruptos, de tramposos. Si te das cuenta, por lo menos hablo en primera persona, los personajes que yo hago tienen esa sinvergüencería muy latente, por ejemplo, Tarcisio busca el poder para engañar, Joe Hurtado Plata, es lo mismo, es un pícaro que se disfraza de abogado para llegar a otro tipo de personas para decirle, yo le ayudo. El CVY del colombiano, es

decir el ¿“Cómo Voy Yo” ?, yo tengo un amigo que es capaz de sacarlo de los patios, tranquilo no se preocupe por la visa que yo miro quien se la hace, todos los conocemos.

Lastimosamente nuestra sociedad tiene la sinvergüencería, robar es sinvergüencería, entonces nos reímos de eso porque lo vemos todo el tiempo y el reflejo de la sociedad que somos pues es lastimosamente muy trágico desde esa corrupción, y ponerlo en programa de humor facilita a que le gente se conecte más fácil con un personaje de esos. Digamos si tú haces un personaje muy bonito, muy tierno, pero no genera esa maldad, es muy difícil que pueda llegar. Entonces tiene que haber una sinvergüencería no solo está en lo político, también el morbo, el doble sentido. Personajes como Don Jediondo, como Suso, si te das cuenta todos lo usan, unos en mayor medida que en otros, pero el humor sin ese componente en latinoamérica es mucho más difícil de penetrar en la sociedad masivamente pues.

**P: Hablando de eso, ¿cómo crees que receptiona la gente este tipo de humor?**

**R:** Yo creo que la gente primero entiende por el escenario que hacemos un programa de humor, que básicamente entiende que es mamando gallo, y digamos que yo soy el que maneja las cuentas de Tarcisio en Twitter e Instagram, y tal vez dos personas que tengo de 30.000 seguidores, habrán dicho que no les gusta, que qué pendejada, ¿cierto?, y pues me parece que es muy poquito. Yo creo que la gente sabe que es mamando gallo, a mi por ejemplo me sorprende mucho cuando hemos hecho teatro cuando van muchos niños seguidores de Tarcisio, ¿por qué?, porque para ellos eso es una caricatura, independiente del contenido, la malacia la ponemos los adultos. Los niños no tienen esa maldad de vulgaridad, de burlarse de los viejitos con Tarcisio, entonces me llama mucho la atención que a la gente le guste, porque ellos no entienden eso. Entonces yo creo que la gente entiende que es mamando gallo, se conectan y se divierten.

**P: ¿Sientes que le aportas a la gente que te escucha?**

**R:** Mire cuando vamos por ejemplo a teatro, que es un contacto mucho más directo, en radio es mucho más difícil, que se podría decir que es solo por redes sociales, pero en la calle en el contacto con la gente a mi me llama mucho la atención y se los digo “a ustedes ¿por qué les gusta tanto Tarcisio o Joe Hurtado Plata? Yo siempre he dicho si por ejemplo un niño me dice que se quiere tomar una foto con Tarcisio, yo siempre le digo, estudie, portese bien porque este país lo que menos necesita es Tarcisio, y los

adultos se quedan. Si yo creo que el mensaje no es que sean como Tarcisio, por eso en el juego del radio es muy evidente de que Jorge quiere sacar a Tarcisio todo el tiempo, porque el mensaje es no queremos más Tarcisios. Esta sociedad está como esta por la cantidad de Tarcisios que hay en todas partes.

**P: ¿Tú crees que existe algún tipo de restricción externas o ya sean internas, al momento de hacer tus propios personajes?**

**R:** Yo no, y la gente para lo que yo trabajo, pero hay una ética personal que cada uno sabe medirlo, por ejemplo a mi me dice mucha gente Tarcisio es muy vulgar, no Tarcisio no es vulgar, Tarcisio habla como habla la gente eso no es ofensivo, nunca te va a decir tu eres muy hijuetantas, sino es como el gol de Colombia que tiene apellido, “gool, hijue...”, así hablamos, ese es un poquito de lo que somos, ese es un poquito de la energía de problemas que podamos canalizar a partir de un hijuemadrado, entonces reflejo es el reflejo de eso. Si te das cuenta Joe Hurtado Plata no es vulgar, es un descarado tramposo, pero el mensaje es un mensaje de reflexión románticamente hablando de que la gente se ponga a pensar en eso. Que digan sí, así son, así conozco mucha gente.

Tratar de cambiar la sociedad es muy difícil porque el humor no es la solución, el humor es un catalizador de problemas, no es el problema. Yo tengo mil problemas me rió, pero eso no me va a solucionar el problema. Yo soy el que tiene que encontrarles solución a mis problemas, la risa me ayuda a suavizar, pero no puedo pretender que la risa... Juepuchica alguna vez alguien me decía “es que ustedes ¿qué sociedad están construyendo?”. Nosotros no, primero la casa, primero el estudio, nosotros no

**P: ¿Consideras que necesitan hacerse más programas de este tipo en el país?**

**R:** Si, yo sí, y soy defensor y tengo dos opiniones frente a eso y es, este país necesita más risas y más abrazos. Necesitamos reírnos más porque vos ves las noticias de violaron, mataron, secuestraron, ¿sí o no? Eso es una carga de emociones muy berracas, que la única manera que ti tienes para eso es riendote con amor. Yo creo que a la gente le hace falta eso, salí a la calle y saludá a alguien, a ver a reacción de esa persona es agresiva porque dirá, este man me va a atracar. Todo lo vemos negativo, por la sociedad en la que nosotros nos movemos somos muy negativos. Entonces no nos permitimos

estar relajados. Yo personalmente lo intentó todo el tiempo, y de estar con la gente chevere sin la necesidad de complicarme la vida.

**P: ¿Cuál es el papel de Jaime Garzón en todo el crecimiento del Humor Político?**

**R:** Yo creo que antes de Jaime hubo mucha gente, lo que pasa es Jaime Garzón, con la muerte de Jaime Garzón lo que se volvió más fue un mito que lo que representa, sin decir que no. Jaime tuvo dos programas de televisión muy buenos e hizo cosas muy cheveres en radio. El Sábado Felices, hace 45 años, existía el doctor “Clima Currutia” que era un apolítico cachaco “Alá carachas” ¿cuándo almorzamos?,

Sempre la política y el humor van a estar ligadas en el mundo, porque es la única forma que las personas tienen de cuestionar ese señor que ejerce un cargo público. Hasta la Fiscalía, la Procuraduría, la Contraloría, y el humor (se ríe), porque nosotros tenemos que ser fiscales más castigos y escarnio público. Jaime digamos que se volvió mito por su muerte, pero uno debería castigar más y tener más castigos y encontrar a los caricaturistas de los periódicos. En televisión eso de Sábados Felices, en radio se hicieron cosas muy bonitas los Filipichines, los Tolimenses hacían humor político, era mucho más censurado podría decir, no era tan bien visto, entonces no era tanto. Ahora es más relajado, hay mucha más libertad los medios de comunicación, privados públicos e independientes donde la gente se manifiesta, pero digamos que Jaime Garzón cambió la forma de hacer humor político. Jaime era muy beneficioso y utilizó como garantía de sus programas. Es que él era capaz de imitar diez personajes, y era capaz de hacer 15 personajes propios en el mismo programa.

Entonces eso mostró primero, que el humor si podía ser rentable. Antes se pensaba que no se podía vivir de eso, Jaime sí, y de ahí para acá han hecho muchas cosas. Por ejemplo, La Luciérnaga, para mí la Luciérnaga ha hecho más de lo que pudo hacer Jaime Garzón, porque puso a la gente al consumo de humor político en radio, y sea aprovecharon de una tragedia del país para hacer humor, y es lo que se hace, volver de algo negativo, una cosa buena.

**P: ¿Sienten que le llegan a la suficiente gente o les falta?**

**R:** Este programa como el de radio como el de televisión son muy segmentados. Para escuchar este programa y ver el el programa de Voz Populi Tv toca estar informado,

porque sino te sentis absolutamente excluido, porque hablan mucho de política con nombres propios, entonces tienes que estar entonces enterado de la JEP, que paso con Jerry Mina, porque, aunque uno no crea hay gente que no sabe quién es Jerry Mina y ¿qué pasó ayer? La gente es así y es respetable, entonces uno no puede pretender llegar a mucha más gente es complicado, porque entonces tendrías que mejorar el contenido. A nosotros nos interesa generar opinión pues a través del humor y la realidad política con ayuda de nuestros analistas.

**P: ¿Dónde crees que llega más gente a la televisión o a la radio?**

**R:** Son medios muy diferentes, digamos que la penetración en la televisión es muy grande, porque en Colombia el 90% de los hogares tiene televisión. Según tengo entendido la radio tiene acceso al 100% de escuchar una emisora, no quiere decir que tengan radio, pero ahora tu puedes escuchar en internet, puedes escuchar en un celular, hay muchas maneras de escuchar la radio, pero la televisión se programa. Tu muy pocas veces pones alarma para poner la radio, porque estas en el carro y lo pones, o vas caminando y lo pones. A diferencia que con la televisión donde la gente dice no me puedo perder ese programa, es un público muy distinto.

Digamos que en Colombia la radio es mucha más rural que urbana, en cambio la televisión resulta inverso, porque la televisión es mucho más urbana que rural. Por los modos de consumo, la gente en el campo se duerme más temprano, entonces no podemos pretender que un programa como Voz Populi a la 10 de la noche. La gente rural no está tan enterada en general de lo que pasa en la gran ciudad con el alcalde Peñalosa, ¿me entiendes? Entonces eso se segmenta mucho al televidente, pero si tú analizas los consumos, es mucho más consumida la televisión por estadísticas, no lo digo yo.

La radio es más portátil, tu no puedes andar con el televisor mientras caminas, pero tu puedes recargar el radio o te subes a un taxi y le dices al señor que ponga la emisora y que tal cosa, ¿cierto? Entonces digamos que son diferentes, son consumos de gasto diferentes. Tanto radio, programa Voz Populi, como televisión programa Voz Populi, los mismos horarios cambian. Entonces no es lo mismo la actitud de la gente en semana que sale del trabajo a las 6 y llegas a tu casa, que el domingo a las 10 de la noche, que

estás acostado para levantarte al otro día. Entonces es un tema sociológico que hay que analizar, pero ese ya es otro proceso y otra tesis de grado.

**P: Y ya finalmente, ¿qué se necesita para hacer un programa de humor político en radio o televisión?**

**R:** Yo creo que lo más importante es tener claro qué está pasando y que quiero decir, o sea como te decía porque en este país pasan 20 noticias al día. En Noruega los humoristas políticos deben ser preocupados porque allá no pasa nada, entonces si es como tener muy claro a quién podemos darle duro a quién ya suena como que se la estamos montando. Uno debería, acá tratamos de ser muy ecuanímenes de darle duro a un lado y al otro. Entonces es o es una decisión, no es carguemos a este lado como todo mundo lo cree, cuando estadísticamente está demostrado que somos muy parejos de darle madera a Santos o a Uribe por decir algo, entonces es saber qué contenidos nos sirven para hacer humor. No todo sirve, por ejemplo, Uribe dice “le voy a dar en la cara marica”, pues eso es maravilloso para el humorista, pero si Uribe sale a decir “yo no estoy de acuerdo con esto”, pues eso no es tan chistoso.

**P: Des tu rol, ¿qué consideras que es lo más difícil para tu trabajo?**

**R:** Agh, es que yo. agh, mm, para mi esto no es un trabajo. Yo tengo otro trabajo, yo trabajo en el canal Caracol en el área de Marketing en realización de contenido, entonces para mi esto es relajación. Nunca vengo estresado, nunca vengo de mal genio, yo trato de pasarla bueno. Yo creo que cuando, es que mucha gente dice “ay entonces el humorista no está triste”, pues sí obviamente, y hay veces que uno está mal geniado, seguramente, pero para mi esto es como un oasis en medio del despelote diario, porque se pasa bueno. Nosotros tenemos la libertad de más o menos, como te decía antes es un tema ético de autocontrol de yo sé que no puedo decir unas cosas, pues no las digo. Digamos que tenemos muy buena comunicación, nos entendemos y puedo decir o no decir cosas. Entonces para mi no hay nada difícil como en la estructura, difícil es que vos tengas que ver que asesinan uno niños y venir hacer humor, esa parte es compleja o llegan las noticias y dicen es que acaban de secuestrar a cuatro soldados, y terminan ponen una cortina y hay que hacer reír a la gente.

Es un reto para uno, más que un temor, es duro es por eso, porque uno sabe que hay gente sufriendo detrás de eso, pero también tiene muchas gratificaciones, por ejemplo,

hay un niño que se llama Juan José que es discapacitado y un día la mamá me llamó,pués yo lo salude, el lunes lo operaron y yo lo llamo, ¿me entiendes? Yo siempre digo que, si uno puede hacer que la gente sonría, yo no tengo problema con eso. Me parece cheverísimo y trato de hacerlo siempre, pues ojalá, digamos que la labor de un humorista es esa, no hay otra labor, ¿poner a pensar?, no hermano para eso están Aristóteles y Platón. Nosotros pa qué estamos, para hacer reír a la gente en medio de este despelote

**P: Pero si de paso, los pones a pensar, mejor**

**R:** Pues sí, pero el que piensen es un residual. Yo no te puedo obligar a que pienses, yo te tengo que dar herramientas, digamos que nuestra política es brindarle a la gente argumentos. Por eso está Álvaro Forero de un lado y Pedro Oliveros del otro, Álvaro piensa distinto a Pedro, uno dice vote por esto y el otro no voté por Petro por esto por esto y por esto, que la gente sea capaz de discernir qué me queda, uno como humorista intentar cambiar la sociedad es muy difícil, pero sí puede entregar herramientas de reflexión que es lo que trato de hacer yo con mis personajes, hablo personalmente con mis personajes, es decir no seamos tan sinvergüenzas, eso es lo que nos tiene jodido, y si la gente lo entiende o no, pues creo que es un tema que no me corresponde a mí analizar, uno entrega la información y quisiera que de alguna manera funcionara.

#### **4. Entrevista a Mauricio Comino, Libretista de *Voz Populi Te Ve***

*Fecha:* 27/04/2019

*Lugar:* Vía telefónica

*Hora:* 10:00



**P: Mauricio, la primera pregunta es como ¿para usted qué es el humor político?**

**R:** El humor político es la manera de coger la actualidad, la realidad, las circunstancias políticas del país, transformarlas de una manera jocosa, graciosa o con picardía o irónica o de todas las facetas del humor para transmitir las a un público, de manera que pueda estar informado, pero a la vez también pueda disfrutar o reírse de todas las cosas que hacen o que hacemos en este país como en este caso enfocado de una manera política.

**P: ¿Por qué es importante hacer este tipo de contenido?**

**R:** Todas las semanas y todos los días tenemos en Colombia situaciones que nos enervan un poco, con todo lo que pasa políticamente. La manera de hacerlo es bajarle un poquito a la ficción, pero también transmitir y concientizar a la gente que está viendo o nos está oyendo.

**P: Cuando ustedes hacen Voz Populi ¿qué objetivo tienen o qué buscan lograr llegar a la gente?**

**R:** El programa es un programa de entretenimiento, pero a partir del entretenimiento tratamos de dejar siempre un consejo, una moraleja, una enseñanza o un punto de vista diferente a la realidad del país.

**P: ¿Y ustedes se consideran un programa de opinión?**

**R:** Sí, somos un programa de opinión

**P: ¿Por qué o cuál sería su opinión?**

**R:** La opinión es la manera de ver los puntos de vista de diferentes circunstancias de lo que sucede en nuestro país y opinamos a partir de ahí.

**P: Y ustedes digamos, ¿cómo catalogarían su opinión?, ¿sería pegarles a todos lados o qué?**

**R:** No, esto no es ni pegarle ni darle, sino es simplemente ser objetivo. Entonces si esta semana las embarradas son de la izquierda, pues se habla de la izquierda, si la próxima semana los malos comportamientos son de la derecha, pues se habla de la derecha, si esta semana la izquierda hace algo bueno, pues se resalta lo de la izquierda, si el centro hace algo bueno, pues se resalta lo del centro, o sea, simplemente estar sobre la balanza.

**P: Sí, entiendo, a donde va coyuntura de la semana, hacía allá van a pegarle**

**R:** Sí, es correcto, hacía allá vamos a dirigirnos, no a pegarles, sino a dirigirnos

**P: Pues sí**

**R:** Si esta semana Uribe habla del Plan de Desarrollo y en el Plan de Desarrollo hay unas cosas que no le gustan a la mayoría de los colombianos. Si por ejemplo dieron papaya con un vídeo echando dinero en una bolsa, todavía no hay una explicación, pues no hay cercamiento si es de izquierda o de derecha, simplemente es la circunstancia.

**P: Listo, usted ¿cuál cree entonces que es el papel político que tiene el humor en la televisión colombiana, en general?**

**R:** El humor político lo que hace es que nosotros vivimos en un país que políticamente es incorrecto, ¿cierto?

**P: Sí**

**R:** Vivimos en un país donde todos los días hay casos de corrupción. En un país donde la mayoría de las noticias las genera la política. Cuando nosotros vemos o nos informamos toda la semana, pues las personas se van alterando y esta es una manera de

transmitir lo mismo, pero generando consciencia, divirtiendo y riéndonos un poco de la realidad del país.

**P: Listo, y ya a la hora de hacer un guion, por ejemplo, ¿qué es lo importante que usted tiene en cuenta para escribir un guión de humor para el programa?**

**R:** No, lo que más se tiene en cuenta es la actualidad, entonces es la circunstancia, lo que pasa, lo que está sucediendo, la coyuntura

**P: Y a la hora de por ejemplo usted ese intento de subjetividad ¿tiene alguna cosa para tener en cuenta para no herir algún televidente o algo así?**

**R:** Siempre de cualquier manera hay personas que se sienten tocados. Por ejemplo, esta semana hablamos de un partido político, entonces pues los que son seguidores se sienten un poco tocados en ese tema. Digamos luego hablamos del otro, entonces ya es el otro, pero entonces tratamos de hacer que la dosis sea perfecta para todo mundo.

**P: Ah ok, y ¿usted cree que existe algún tipo de restricciones o algún tipo de censura al hacer este tipo de programas?, ¿o en este caso no?**

**R:** En este momento, la censura es de nosotros mismos como escritores o guionistas. Lógicamente hay unos parámetros que se deben seguir porque sino no se pueden agredir ciertas minorías y hay que tener tacto con la manera de tocar o abordar ciertos temas que también van más allá de poder hacerles humor, ese es como el tipo de decisiones, pero que tenemos nosotros y que somos conscientes de cómo se puede o no se puede manejar.

**P: Digamos entonces, ¿cuáles son las restricciones que ustedes más tienen en cuenta?**

**R:** No, no, no son restricciones como tal, son parámetros que cada guionista, cada libretista, cada presentador, cada humorista también en lo general, en su forma de actuar, en su forma de ver la vida pues tiene pues para poder transmitirlo. En sí, no es como una línea que diga esto no esto no esto no, pero uno conscientemente debe saber que puede y que no puede tocar, pues si yo voy a hacer un tema donde voy a abordar donde hubo 30 muertos por un deslizamiento por fallas en programación o por falta de

planeación, pues hombre hay que saber como se aborda o no abordarlo, o hacer de otra manera para que la consciencia en estos tipos de casos, se puede prevenir.

**P: Ok, listo, digamos ¿qué tipo de temas son los que más ustedes hablan con cierta pausa?**

**R:** Es que acá de lo que más vemos es de la corrupción y es de lo que más tenemos que hablar, porque es en lo que más tenemos que hacer énfasis. Si no fuéramos un país tan corrupto, seríamos un país mucho más desarrollado. Es que la corrupción la abordamos mucho no solo porque queremos generar consciencia de que el corrupto no es simplemente los que se están robando el patrimonio general de la nación, sino las personas que de una u otra manera generan corrupción.

El hecho de no pagar un pasaje en Transmilenio es ser corrupto, y sí desde ahí no empezamos a generar consciencia y sí los padres de la patria no nos dan ejemplo pues se que nunca va a cambiar, entonces empezaron a mirar todos esos puntos y empezar a ser crítico en esos puntos, empezar a ser consecuente en esos puntos, y de una y otra manera ir generando un poco de consciencia para ver si salimos de este estancadero en el que estamos.

**P: Mauricio ¿qué es lo más difícil de hacer su trabajo?**

**R:** No, realmente que yo sienta algo difícil, pues no, Bueno, ojalá con esto no me vaya a generar un problema, pero cuando nosotros hacemos un tema es porque lo amerita. Entonces si hay algún cartel de la hemoglobina hombre pues no podemos dejarlos pasar desapercibido. Si hay unos vándalos que van a protestar, están en todo su derecho a la protesta obviamente, pero no están en su derecho de dañar el bien público y de que usted a mi y al resto de colombianos nos toque pagar los daños que está causando el otro.

**P: Digamos, por ejemplo, cuando usted, durante la semana pasan muchas cosas, ¿ustedes tienen algún criterio para seleccionar qué temas se tocan más?**

**R:** Siempre tratamos de tocar todos los temas más relevantes y regularmente los evacuamos y proponemos varias sesiones y varias horas para ir actualizando, entonces hay unos libretos o unos sketches que se van haciendo durante la semana, pero si al final usted no coge ese, pues tenemos como reaccionar para mostrarlo.

**P: Claro, y ¿cómo ustedes seleccionan cuál es más relevante que otro?**

**R:** No, eso, hacemos una reunión creativa. Hacemos una votación para saber que es lo más importante, pero generalmente uno sabe que es lo más importante, que está por encima de eso.

**P: ¿Ustedes cómo sienten que es el recibimiento del público la gente que los ve?**

**R:** Nosotros hemos tenido con lo que explicaba ahora comentarios muy buenos cuando se esta hablando de los contrarios y comentarios muy malos cuando se está hablando de eso, pero en general todo se mueve por redes y visualizaciones. Todo ya está medido, entonces la penetración que ha tenido en el público objetivo ha sido maravillosa.

**P: ¿Ustedes sienten que el humor político influencia en la gente?**

**R:** Si, cala en la gente porque es la manera de transmitir la misma noticia desde otro punto de vista, y cuando a ti te hacen reír o te generan gracia, tiene un poco más de recordación, y cuando la recordación la tienes, pues generas un poco más de consciencia, y cuando tienes consciencia podemos ir contando de a poquito.

**P: ¿Ustedes tienen algún tipo de referencia l momento de hacer humor político, por ejemplo, Jaime Garzón o alguien así?**

**R:** No, pues que hablar de Jaime, es hablar del papá del humor político, y nosotros manejamos diferentes las cosas a como las manejaba Jaime, pero de una u otra manera siempre va a estar de referente, no hay como ocultarlo.

**P: ¿Cuál es el papel de Jaime Garzón en el humor político colombiano?**

**R:** La manera de decir las cosas, la franqueza como lo decía y la forma de llegar a la gente.

**P: ¿Y siente qué se necesitan más programas de humor político en este país o no?**

**R:** Se necesitan muchos más programas no solo de humor político, sino de humor pero que genere consciencia.

**P: Claro, ¿y siente que este programa le llega a la cantidad suficiente de personas o de cierta manera debería ser mayor el alcance?**

**R:** A uno como participante de un programa de estos, le encantaría que ninguna persona se lo perdiera, pero lógicamente no llega a los 48 millones de colombianos, pero si estamos llegando a una gran parte.

**P: ¿Entonces, por ejemplo, cuando hace Voz Populi Te Ve no siente que la hora en que se emite el programa es una limitante?**

**R:** No, para nada, pues haber la televisión tiene unos horarios, que pueden ser triple A o Prime Time que llaman ahora, que lógicamente la cantidad de televisores encendidos es mayor en un horario que otro, pero para nosotros no es un limitante. Si a ti te gusta el programa y si lo quieres ver y tienes buenas referencias, pues te quedas y lo ves. Lógicamente hay unos que ya se van a acostar más temprano, que no pueden, de todo, pero eso no tiene que ser un limitante.

**P: Digamos, por ejemplo, cuando usted, durante la semana pasan muchas cosas, ¿ustedes tienen algún criterio para seleccionar qué temas se tocan más?**

**R:** Siempre tratamos de tocar todos los temas más relevantes y regularmente los evacuamos y proponemos varias sesiones y varias horas para ir actualizando, entonces hay unos libretos o unos sketches que se van haciendo durante la semana, pero si al final usted no coge ese, pues tenemos como reaccionar para mostrarlo.

**P: Claro, y ¿cómo ustedes seleccionan cuál es más relevante que otro?**

**R:** No, eso, hacemos una reunión creativa. Hacemos una votación para saber qué es lo más importante, pero generalmente uno sabe que es lo más importante, que está por encima de eso.

**P: ¿Ustedes cómo sienten que es el recibimiento del público la gente que los ve?**

**R:** Nosotros hemos tenido con lo que explicaba ahora comentarios muy buenos cuando se está hablando de los contrarios y comentarios muy malos cuando se está hablando de eso, pero en general todo se mueve por redes y visualizaciones. Todo ya está medido, entonces la penetración que ha tenido en el público objetivo ha sido maravillosa.

**P: ¿Ustedes sienten que el humor político influencia en la gente?**

**R:** Si, cala en la gente porque es la manera de transmitir la misma noticia desde otro punto de vista, y cuando a ti te hacen reír o te generan gracia, tiene un poco más de recordación, y cuando la recordación la tienes, pues generas un poco más de consciencia, y cuando tienes consciencia podemos ir contando de a poquito.

**P: ¿Ustedes tienen algún tipo de referencia l momento de hacer humor político, por ejemplo, Jaime Garzón o alguien así?**

**R:** No, pues que hablar de Jaime, es hablar del papá del humor político, y nosotros manejamos diferentes las cosas a como las manejaba Jaime, pero de una u otra manera siempre va a estar de referente, no hay como ocultarlo.

**P: ¿Cuál es el papel de Jaime Garzón en el humor político colombiano?**

**R:** La manera de decir las cosas, la franqueza como lo decía y la forma de llegar a la gente.

**P: ¿Y siente qué se necesitan más programas de humor político en este país o no?**

**R:** Se necesitan muchos más programas no solo de humor político, sino de humor pero que genere consciencia.

**P: Claro, ¿y siente que este programa le llega a la cantidad suficiente de personas o de cierta manera debería ser mayor el alcance?**

**R:** A uno como participante de un programa de estos, le encantaría que ninguna persona se lo perdiera, pero lógicamente no llega a los 48 millones de colombianos, pero si estamos llegando a una gran parte.

**P: ¿Entonces, por ejemplo, cuando hace Voz Populi Te Ve no siente que la hora en que se emite el programa es una limitante?**

**R:** No, para nada, pues haber la televisión tiene unos horarios, que pueden ser triple A o Prime Time que llaman ahora, que lógicamente la cantidad de televisores encendidos es mayor en un horario que otro, pero para nosotros no es un limitante. Si a ti te gusta el programa y si lo quieres ver y tienes buenas referencias, pues te quedas y lo ves. Lógicamente hay unos que ya se van a acostar más temprano, que no pueden, de todo, pero eso no tiene que ser un limitante.

**P: Listo Mauricio, muchas gracias.**

## **5. Entrevista a Santiago Rodríguez, actor de *Voz Populi Te Ve***

*Fecha:* 29/06/2018

*Lugar:* Caracol Televisión

*Hora:* 19:00



*Santiago Rodríguez, presentador, actor y locutor. Actualmente trabaja en Voz Populi Te Ve, personificando a “la pichurria o el guerrillero”. Fotografía (Twitter, 2014)*

**P: ¿Para usted qué es humor político?**

**R:** No lo podría clasificar, yo creo que el humor en general es como una forma que encontró el ser humano para liberarse de muchas cosas. Es como una válvula de escape de la realidad. Y ya, obviamente, desde Grecia y todo es que la comedia siempre está metida en todo, la vida real tiene comedia, es una mezcla de tragedia y comedia y siempre termina ganando la comedia. Entonces creo que es una vaina tan milenaria y tan larga en la historia de la del mundo que es muy fregado decir que esto es humor político y esto no es.

**P: ¿Por qué es importante hacer humor político?**

**R:** Porque es algo que, afortunadamente, así como llorar y reírse que son ambas una cosa mágica, ambas, el humor lo que revierte un poco es ese destino fatal que tiene el ser humano de que nada puede mejorar, entonces riámonos de lo que está mal, de lo que

no nos gusta. Es como una ventaja que da el espíritu tiene de poder cambiar las cosas así sea por medio de la risa y no en la realidad, entonces creo que eso es importante porque es algo inherente al ser humano,

**P: ¿Cuál es el papel del humor político en Colombia?**

**R:** Yo creo que Colombia es un país de mamagallistas y eso es bueno porque con tantas cosas que nos ha pasado y sigue pasando. Con tanta gente que ha robado y siguen robando y con tanta gente que matan y siguen matando y no pasa nada en este hijueputa país. Seguimos soportándolo y en medio de eso debemos agradecerle mucho a la risa. ¿A que somos seres que mamamos gallo, no? Y eso creo que para mí es fundamental. Hay países que uno conoce que la gente no tiene sentido del humor, no sabe que es eso, y uno dice ¡Bendito uno está en Colombia y puede mamar gallo!

**P: ¿Por qué es importante el humor político en la televisión?**

**R:** Yo creo que es un canal más que se le abrió, es un espacio que permite hacer otras cosas, ampliar mucho más la cara del humor. O sea, ponerle una caracterización, ponerle ropa o hacer personajes que la gente se identifique ya viéndola porque en un principio fue más radial, fue de periódico, ¿no? de Cordobés Moure y toda esa cosa, entonces creo que la televisión le da esa chance de ver el humor como personaje.

**P: ¿Cuál es la diferencia de hacer humor político en televisión, en radio y en prensa?**

**R:** El de prensa es histórico porque eso viene ya de hace mucho tiempo, pues lo que hablamos del telegrama, del Cordobés Moure, del Alacrán, todos esos periódicos que empezaron así. Fíjese usted que los caricaturistas jugaron un papel muy importante en eso, se acuerda de Rendón cómo se la montó a Abadía Méndez con la matanza de las bananeras y era un gran caricaturista, pero con una acidez profunda, entonces digamos que la caricatura tiene un poder muy grande en eso. Ya en la radio existieron programas como *El Pereque* y otras cosas de Humberto Martínez Caicedo que abrieron también esa crítica hacia los políticos y lo que estaba pasando. Ya en televisión, obviamente lo de Garzón que abrió paso a la crítica política en programa y después se fue cambiando eso. Estuvo Francotiradores por ejemplo que daba también un concepto diferente a eso, digamos que nosotros no nos alineamos porque es que todo el mundo "ya no hay nada igual". No es nada garzonista ni nada, era una vaina diferente totalmente porque eso

solamente lo hacía él y eso ya se murió, en ese sentido quedó ahí. Eso cambió y después se arruinó el programa, ahorita hay uno que se llama *Voz Populi Te ve* que digamos, en medio de la crisis, y llamamos una crisis, un programa de domingo por la noche es jodido hacerlo, pero ahí va, creo que lo que lo sostiene a uno, vuelvo y repito, es que en este país uno mama gallo y eso es una bendición para el alma y para la psiquis.

**P: ¿Se necesitan más programas así, de humor, en el país?**

**R:** Yo creería que sí, porque mide la temperatura de los gobernantes, mide la temperatura de como somos de sociedad, crítica de cierta manera. A mí me gustaría que fuera menos tirado para un lado.

**P: ¿Qué fuera más tirado a todo lado?**

**R:** Exacto, eso es lo que yo aspiro por ejemplo yo a veces estoy en desacuerdo junto con lo que se hace en *Voz Populi Te Ve* que tira para un lado y yo no soy de ningún lado.

**P: ¿Cuál es el papel de Jaime Garzón?**

**R:** Creo que, en mi opinión, en eso que hizo él uno no puede ser parco y creo que en esa parte la cagó y ya sabe cómo acabó eso.

**P: ¿Cómo recibe la gente este tipo de programas?**

**R:** Creo que antes bien, ahora no es tanto porque se hace a un sector determinado y si el humor no se hace neutral o digamos con cierta crítica de verdad no le llega a todo el mundo.

**P: ¿Siente que de cierta manera hay una autocensura, sea ético, editorial, externo?**

**R:** Sí, antes lo hubo, o sea la salida, por lo menos mía de Francotiradores y cuando yo acabe mi periodo de Francotiradores fue porque el gobierno de Uribe se encargó de blindar eso y eso es malo, en general es malo porque el humor también debe ser con respeto. En la medida que las cosas se digan pues también entiendo que no le puede gustar a todo el mundo, pero tienen que decirse las vainas. Y creo que ahora no, creo que el humor de ahora, o por lo menos mi inconformidad es esa, es que el humor es acomodado. Sí se ríe uno, pero no se ríe igual si dice la verdad completa.

**P: ¿Qué tiene que tener un programa de humor político para que sea efectivo en el espectador?**

**R:** La crítica aguda, aguda es aguda. Que llegue al que le llegó, no a medias tintas.

**P: Desde su papel, ¿cómo siente que le aporta usted al espectador con el programa?**

**R:** A eso voy, si estuviera bien estructurado, si la información fuera completa, es decir - veraz, real, no acomodada a un lado u otro, a la gente le llega más fácil que usted le diga una cosa con humor y usted diga: "¡Ah, con razón pasó eso y tal vaina! Ahí les están echando el vainazo". O sea, creo que la información en eso tiene que ser completa y que tiene que haber conocimiento de lo que pasó realmente, no acomodado a un lado. Es decir, usted tiene que decir las cosas como son, entonces eso es lo que yo creo que el humor ahora no tiene porque el único programa donde hay humor, que es este que estamos hablando, pues creo que es más acomodado para un lado: para el centro, para la derecha y lo demás es malo, no debería ser así.

Se vienen tiempos jodidos, se vienen tiempos difíciles, se vienen tiempos malos.

**P: Eso le iba a preguntar, ¿cómo ve el humor político en unos años?**

**R:** Va a haber un tiempo oscuro, para la gente, para los que no están de acuerdo con este gobierno que va a empezar. Eso va a ser muy jodido. Todo lo que ya está empezando es jodido. Es un oscurantismo lo que se viene.

**P: ¿Qué es lo más difícil de hacer humor político para usted?**

**R:** Ser objetivo, ser neutral. Si le va a dar duro uno a alguien, que se le de completamente no a medias tintas. Yo soy bien radical con eso, yo por eso me gano mis peleas acá.

## **6. Entrevista a Oscar Castaño, actor de *Voz Populi Te Ve***

*Fecha:* 19/04/2018

*Lugar:* Caracol Televisión

*Hora:* 09:00



*Oscar Castaño, humorista e imitador. Actualmente hace parte del equipo de Voz Populi Te Ve, interpretando a diferentes personalidades políticas.*

*Fotografía de perfil Twitter*

**P: ¿Qué piensa usted que es humor político?**

**R:** Para mí el humor político es la forma de condensar la información densa que se ve diariamente en los medios de comunicación y trasformar para un elemento de humor e información, mediante diferentes herramientas cómicas.

**P: ¿Qué características considera usted que tiene el humor político?**

**R:** El humor político el principal es la sátira y la crítica de la información verídica, que sea real lo que sea está diciendo para que no se vaya a descontextualizar, entonces la sátira es la manera de decirlo sin llegar herir a nadie que eso es lo importante.

**P: ¿Desde Voz Populi Te Ve qué tipo de humor consideran ustedes que hacen?, ¿es un humor político que genera opinión?**

**R:** Sí correcto, eso es lo que nosotros tratamos de hacer cada ocho días, generar opinión mediante todos los sucesos que pasan a través de la semana, entonces lo que tenemos en los sketches y en cada uno de los vídeos es eso, generar opinión y generar un punto de pista diferente.

**P: ¿Cuál consideraría que es la opinión que se genera a través de Voz Populi Te Ve?**

**R:** Es eso que yo te decía, es la noticia que vio la gente en la semana, por ejemplo, algo sobre la polarización que tiene el país visto desde los mismos personajes pero que nunca lo dirían los originales, sino sólo las situaciones

**P: ¿Y por qué considera usted que es importante que existan estos contenidos?**

**R:** Bueno que haya programas de humor político es muy importante porque empezando no hay en este momento otro programa desde que estuvo la banda francotiradores, Quac y Garzón, surgieron reencacuhados... Entonces este tipo de programas se habían acabado y Voz Populi logró rescatar la sátira política a través de este tipo de humor porque no existe otro formato en el momento que tomé la política como base fundamental para dejar un contenido.

**P: Listo, ¿usted podría considerar a Voz Populi Te Ve un programa objetivo?**

**R:** Sí, sí total, bueno a veces hay críticas, a veces nos descachamos en algunas cosas, pero siempre lo que tratamos es que la gente vea lo que pasó y que de las noticias de cada ocho días que no son inventadas, sino que se toma como base el suceso, lo que pasó realmente después de un concepto diferente a la noticia que fue protagonistas los demás.

**P: Digamos de lo que usted decía, de que hay veces que se descachan ¿Qué ha pasado para pensar eso?**

**R:** Pues sí, a veces se puede herir susceptibilidades, a veces hay personajes que llaman a quejarse al programa. Con lo polarizado que está el país cuando uno hace a Petro, los petristas lo insultan, cuando uno hace a Duque con la nariz del marranito, lo insultan. Entonces ahí está la polarización del país, siempre hay crítica destructiva y constructiva después de cada programa, Existen personas a quien no le gusta los personajes, a Juan Guaidó y una cantidad de venezolanos criticaron que porque nos estábamos burlando de

Juan Guaidó, que era el único que estaba luchando por Venezuela, entonces la gente se siente afectada por lo que uno dice o los personajes y el contexto que le da a los personajes durante cada caracterización.

**P: Si, lo que usted nos dice es recurrente en la respuesta con otros personajes del programa**

**R:** Si es que eso es lo que pasa y nosotros somos conscientes de eso y no vamos a dejar de hacerlo por eso

**P: Justamente hablando de eso, ¿usted considera que existen algunos limitantes propios o externos al momento para generar el humor que se produce en Voz Populi Te Ve?**

**R:** No, no hay una censura, ni nos dicen hagan esto o hagan aquello, pero sí hay que tener mucho cuidado con ciertas cosas, con los personajes, hay cosas quisiéramos decir, pero nos callan muy fuerte, y uno tiene que tener cuidado con eso mismo.

**P: ¿Con qué cosas hay que tener cuidado en este aspecto?**

**R:** Si, pues hay unos filtros, entonces hay que mirar que se puede decir y que no

**P: ¿Cómo cuáles filtros?**

**R:** Filtros que tiene el programa, los filtros son el libretista, el director, el productor, gente que hay varios puntos que generan un punto o una opinión cada uno sobre que se puede y que no se puede hacer.

**P: Y digamos usted desde su punto como imitador ¿qué le gustaría decir y que tal vez no es posible hacerlo?**

**R:** No, pues hay muy pocas veces, sino que a veces uno dice cómo "mira el personaje no diría esto, el personaje nunca lo hemos visto este contexto, y me parece que podríamos decir esto o aquello", y eso se consulta y pues Jorge Alfredo, él autoriza o no que diga lo que está escrito o la propuesta que uno hace como imitador para salir al aire, entonces todo tiene que ser acordado con la dirección del programa.

**P: Respecto al alcance que tiene el programa en este momento, rating, ¿considera que es bueno o qué debería ser mejor?**

**R:** Buenísimo, no, está muy bien el programa, está en un promedio de 6,5 o 7 de rating, es mucho amor a la expectativa que teníamos inicialmente. Y ya tenemos un público que espera el programa cada ocho días, es un músculo que tenemos, porque mucha gente que oye Voz Populi radio espera el programa de Voz Populi Te Ve, entonces creo que ya tenemos una audiencia cautiva y que va creciendo cada domingo.

**P: ¿A qué consideran que se debe ese éxito?**

**R:** A los contenidos que se ven, la gente quiere ver a los personajes que hicieron la noticia de la semana en otro contexto, respecto a lo que peleó con Uribe y que va a decir Uribe con respecto a las chuzadas, que noticia hoy. Sobre la polarización, siguen los congresistas, si les sacan curules.

**P: ¿Usted cree que las personas lo ven para entretenerse o para informarse?**

**R:** Las dos, miran que van a decir los personajes como le decía ahorita y hay gente lo ve por entretenerse y por informarse.

**P: Y ¿usted piensa que ha formado una opinión de alguna forma crítica con los contenidos de Voz Populi Te Ve?**

**R:** Si claro, de eso se trata, de que la gente se entere de que paso, que noticia fue relevante en la semana. Y mucha gente llega al fin de semana y dice, ve esa noticia en Voz Populi Te Ve y de pronto en la semana no se habían dado cuenta, y dicen "uy, que chevere, no sabía que este personaje había dicho esto, no sabía de las peleas que habían pasado en el congreso en la Alcaldía, el alcalde de Bucaramanga, todos los personajes, afortunadamente hay bastante material para hacer el programa.

**P: Y respecto al horario y espacio que tiene en la parrilla, ¿Piensa que es adecuado o debería aumentarse?**

**R:** No, pienso que es adecuado, está bien el horario y la hora en que se transmite

**P: Bueno, y respecto a tu trabajo como imitador ¿qué es lo más complicado al momento de crear un personaje?**

**R:** No, lo más importante es conocer al personaje, estudiarlo en su gesto en su voz, de donde es el personaje, de dónde viene su carrera. La familia, cuántos hijos tiene, de donde viene, toda la trayectoria, no se trata solo de imitar una voz por imitarla. Conocer

hacia dónde va el personaje, que ha dicho, que lo hace diferente a los demás, entonces es todo un estudio al personaje, para no solo imitar la voz sino su gesticulación, la manera de mover la boca, de mirar, todos eso es importante para hacer una buena imitación.

**P: ¿Está de acuerdo con las secciones y la manera en que se encuentra organizado el programa?**

**R:** No, eso va llegando y se consigue con el comité creativo que va proponiendo cosas nuevas, cosas que no siempre han funcionado, pero que siempre se trata de innovar y mirar que cosas más se pueden mejorar, y transmitirle a la gente desde un punto de vista

**P: Oscar ¿usted cómo ve la trascendencia en el programa para la gente, es decir ¿cuál es su aporte?**

**R:** Lo que le aportamos es información, lo mismo que usted dice de información y entretenimiento a través de la actualidad política

**P: ¿Y creen que este tipo de programas están bien valorados en el país?**

**R:** Si, pienso que el público que nos ve es el que nosotros queremos, ya tenemos un público objetivo al que le llegamos, como le decía hay críticas, hay de todo, pero pienso que le estamos llegando a la gente que le queremos llegar

**P: Es claro, que Jaime Garzón marcó un antes y un después dentro del humor político, entonces ¿cuál considera usted que fue el legado o mensaje que dejó Jaime Garzón?**

**R:** El legado que dejó Jaime Garzón fue la irreverencia, ese fue el legado que nos dejó Jaime Garzón, el ser irreverente con sus personajes políticos, con Heriberto de la Calle, el hablar sin tapujos, de poderle decir a un político en la cara lo que piensa. Entonces pienso que había un antes que era como un respeto y una cortina que no dejaba hacer cosas profundas, y pienso que después de Jaime se formó la irreverencia de poderle decir a los políticos en la cara lo que piensan, ese fue el legado que nos dejó Jaime para mi.

**P: ¿Y crees que ese legado se tiene en Voz Populi Te Ve?**

**R:** Si, en gran parte si, claro porque el empezó con Hugo Patiño y desde antes hacía contenidos políticos e imitación. Pienso que lo que diferencia este tipo de programas son los contenidos.

**P: ¿Y cree que deberían seguirse haciendo más contenidos en diferentes canales y medios de comunicación?**

**R:** Si, claro, sería buenísimo, si claro que sí. Me parece muy importante, y sobre todo que los jóvenes se expresen, de que vayan buscando maneras diferentes de poder transmitir este tipo de contenido. Hay jóvenes que no se quieren meter en la parte política, todos ahora están más enfocados al Stand Up Comedy, a otro tipo de culturas humorísticas, y de pronto son muy pocos los que de verdad quieren como meterse en este mundo de la imitación y del contenido político.

**P: Listo Oscar, muchas gracias por la entrevista, y espero tenga un gran día**

**R:** Vale, gracias a ustedes. Que les vaya muy bien, feliz tarde.

## **7. Entrevista a Andrés Tamayo, actor de *Voz Populi Te Ve***

*Fecha:* 29/06/2018

*Lugar:* Caracol Televisión

*Hora:* 12:00



*Andrés Tamayo, actor e imitador de Voz Populi Te Ve y Radio  
Fotografía (Twitter 2019)*

**P: ¿Para vos qué es el humor político?**

**R:** Bueno, el humor político es, para mi, -a través de la imitación que es lo que yo hago- buscarle otra mirada al tema de la actualidad y de la política, pero a través del humor. Es como parodiarlo, no ridiculizarlo, pero sí sacarle como partido a la vida de los políticos con altura, con lo que hacen nuestros libretistas con unos textos y unos libretos muy bien hechos.

**P: ¿Para ti por qué es importante hacer humor político?**

**R:** Porque o sino la vida política sería muy aburridora sin meterle como la parte del chascarrillo o de la mamada de gallo, porque el tema de la política es muy grueso y si no se le mama gallo a lo grueso y a lo trascendental y a lo importante del país, entonces yo creo que no sería bueno el tema.

**P: ¿Cuál es el papel que tiene el humor político en la televisión?**

**R:** El humor político en la televisión es mostrar la política de otra manera, de una manera más jovial, donde la gente que no sabe de política pueda entenderla de una manera más amena e incluso con humor con lo que nosotros hacemos, con las parodias y con lo que montamos.

**P: ¿Qué es lo más importante de hacer humor político desde tu cargo o rol en el programa?**

**R:** Yo creo que lo importante es que lo que se haga, se haga con altura, sin ridiculizar y acabar con los personajes, ¿cierto? Y buscarle siempre una salida muy fina con el humor que sea muy bien elaborada, no con cualquier tipo de humor o ridiculizando, sino con un humor bien escrito, bien elaborado, bien escrito, bien dirigido.

**P: ¿Crees que se necesitan más programas de humor político en el país?**

**R:** Pues yo creo que con el de nosotros hay...(risas). No mentiras, hay de todo. Hay humor en redes y hay gente que hace muchas cosas, ¿cierto? Pero desde que esté bien hecho y bueno, será bienvenida la competencia. Si sale alguien más haciendo humor político, chévere, pero que lo hagan con altura como creo que se hace en Voz Populi.

**P: ¿Qué tienes en cuenta tú a la hora de hacer tus imitaciones o representaciones?**

**R:** Siempre tener calidad al imitarlo, primero. Segundo, no acabar con el personaje, o sea no tirarle y acabar con su honra. Me parece que el manejo que se le da a Voz Populi es un manejo adecuado, pues que llega a un límite y no pasa ese límite, ¿cierto? No ridiculiza, ni los vuelve nada.

**P: ¿Qué diferencias hay entre el humor político en radio, televisión, prensa youtube, etc.?**

**R:** A ver, para mí, por ejemplo, el tipo de humor que se hace en radio es mejor porque obviamente con los compañeros que tenemos manejamos muy buenas imitaciones y la imitación manejándolas a nivel auditivo genera más imaginación, ¿cierto? Cuando, por ejemplo, está uno haciendo un personaje y la caracterización no da mucho uno está expuesto en televisión a que le den duro y lo acaben, entonces me parece mejor la magia de la radio, en cierta forma. Queriendo mucho también lo de televisión, pero en televisión se expone mucho uno a que la crítica lo vuelva nada si no te pareces.

**P: ¿Cuál es el impacto que tiene la gente con Voz Populi TV?**

**R:** Es mucho, es mucho. Uno lo ve cuando uno sale a la calle, el reflejo del trabajo que uno hace se ve en la calle. Por donde uno pasa todo el mundo dice: “¡Furibe el de Voz Populi! ¡Venga foto! ¡Venga no sé qué!”. Y es muy chévere porque, obviamente, uno

trabaja es para la gente, no para su ego, ni para su satisfacción, ni para otras cosas más. Uno trabaja es para la gente, para divertirla, entonces el resultado se ve es en la calle, en la voz a voz, en la gente, en la reacción cuando uno entra a alguna parte y ahí mismo lo miran cómo “¡ah ese es! Entonces ahí es donde uno ve el pago de su trabajo.

**P: Usted que lleva mucho tiempo haciendo humor político, ¿cuál es el mayor problema de hacer programas de este tipo en nuestro contexto, en el país?**

**R:** El problema es que uno da con gente de otras corrientes políticas diferentes. Por ejemplo, yo haciendo a Uribe hay partes donde me dicen paraco. donde la gente está empelculada, no quiere a Uribe y lo maltratan a uno también, como es el caso. Ese humor político se lo toman muy en serio, cuando a uno a la gente le toca la llaguita con los personajes.

**P: ¿Eso es lo más difícil de su trabajo o hay algo más difícil?**

**R:** Lo más difícil es no dar con una buena caracterización, o una buena voz. Por ejemplo, en este momento, tengo un reto muy difícil y es con Iván Duque, porque Ivan Duque tiene una voz muy plana, no tiene por decir algo características que marquen la voz como César Gaviria, (empieza a imitar) que hablaba, así como mimado cómo no sé qué, no sé cuando. Uribe es muy montañero, Pastrana hablaba claramente de que no sé qué, entonces uno las cogía muy fácil. Con el presidente Duque ha habido problema porque tiene una voz muy plana, muy difícil, no tiene muletillas, habla rápido y no tiene características de uno pesarse. Y he tenido problemas con la caracterización, porque lo que le decía a Jorge Alfredo en estos días, Uribe me queda muy bueno, De la Calle me quedó muy bueno también y la caracterización muy buena, pero por ejemplo Duque todavía no me siento contento, entonces ahí uno le genera cierta insatisfacción, cierto temor de quemarse y la crítica le dé a uno duro.

**P: ¿Cree que existen ciertas restricciones, censura o autocensura?**

**R:** Yo creo que estamos muy libres de decir lo que pensamos, sobre todo porque está bien manejado, el humor de Voz Populí siempre está revisado, siempre pasa por Jorge Alfredo, lo revisan, se mira bien lo que vamos a decir para no clavarnos el cuchillo, entonces lo que se dice, se dice con altura, se dice bien hecho y bien actuado

**P: ¿Cuál es su aporte al público?**

**R:** Diversión, yo le apporto a la gente diversión, le apporto una sonrisa hermano, que la gente está ávida de reír ante tanto problema y creo que ese es un gran aporte a la cultura y a la sociedad

**P: ¿Cuál es su razón para hacer humor político?**

**R:** Mi razón personal es que todos necesitamos reír y si podemos trabajar para los demás para que los demás rían maravilloso despertar sonrisas, alegrarle el corazón a la gente, me parece un cuento chévere. Un carisma con el que nací, un don en la voz para poder cambiarla y hacer diferentes personajes y con eso divertir a la gente que lo necesita mucho.

**P: ¿Qué se necesita para hacer un buen programa de humor político?**

**R:** Se necesita criterio, buenos libretistas y calidad humana, calidad en el grupo de trabajo y en las voces