

Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, Colombia

TELEVISIÓN

Etapas 3 / Año 1 / Número 2 / ISSN 3028-306X

G A C E T A



TELEVISIÓN

Etapa 3 / Año 1 / Número 2

A-TM-CAG



GACETA

Etapa 3/ Año 1/ Número 2/ **TELEVISIÓN**

**Ministro de las Culturas,
las Artes y los Saberes**
Juan David Correa Ulloa

**Viceministra de los Patrimonios,
las Memorias y Gobernanza Cultural**
Adriana Molano Arenas

**Viceministro de las Artes y la Economía
Cultural y Creativa**
Jorge Zorro Sánchez

Secretaria general
Luisa Fernanda Trujillo Bernal

Directora Biblioteca Nacional de Colombia
Adriana Martínez-Villalba

Director
Hugo Chaparro Valderrama

Editor general
Daniel Montoya Aguillón

Editor adjunto
Sergio Zapata León

Comité editorial
Mauricio Builes, Hugo Chaparro
Valderrama, Daniel Montoya Aguillón,
Marta Ruiz, Sergio Zapata León

Asesora editorial
Diana Díaz Soto

Jefe de prensa
Carlos Hernández Oso

Coordinadora administrativa
Vannessa Holguín M.

Textos

© de todos los autores
Juan Afanador, Marino Aguado, Sinar
Alvarado, Hugo Chaparro Valderrama,
Nicolás Consuegra, Juan David Correa
Ulloa, Diana Díaz, Lisandro Duque, Dago
García, Consuelo Garrido, Silvia María
Hoyos, María Paula Martínez, Pablo Mora,
Laura Ortiz Gómez, Natalia Ospina,
Germán Rey, Omar Rincón, Santiago
Rivas, Sandro Romero Rey, Maryluz
Vallejo, Paola Villamarín, Juan Villoro.

Documentos fotográficos, ilustraciones y obras de arte

© de todos los autores
ACOTV, Julia Bejarano, Colectivo Bricolaje
(Pablo Adarme, Sandra Mayorga y Carolina
Salazar), Jairo Escobar, La Decanatura (Elkin
Calderón y Diego Piñeros), Diego Fonseca,
Francisca Jiménez, Juan David Laserna,
Amadalia Liberté, Raquel Sofía Moreno,
Manuel Quintero, José Alejandro Restrepo,
María Isabel Rueda, Ana Silva Fry, Tangrama,
Juan Téllez.

**Dirección de arte, montaje
y preparación digital**
Tangrama

Corrección de estilo
Liliana Tafur
Catalina Trujillo-Urrego

ISSN 3028-306X

Derechos reservados para los autores
Prohibida su venta



Atribución - No comercial - Sin derivar

Esta edición de **GACETA** se terminó de
imprimir en Bogotá, en Panamericana
Formas e Impresos S. A., en junio de 2024.
Se utilizaron tipografías Maax Micro y
Romain Bp Headline.

**Ministerio de las Culturas,
las Artes y los Saberes**
Calle 8 n.º 8-55, Bogotá
Teléfono: 601 342 4100
gaceta@mincultura.gov.co



descargue aquí
GACETA / TELEVISIÓN



portada *Parquedades: escenas de parque
para una actriz, video y música, 1987.*
Videoperformance de José Alejandro Restrepo
en colaboración con **María Teresa Hincapié**.
Presentada en el Teatro La Candelaria (Bogotá)
y con el montaje visual y composición musical
de Restrepo, esta obra combinó las imágenes
de situaciones grabadas en un parque en
Bogotá (reproducidas sin linealidad narrativa
en cinco televisores) con la improvisación
corporal de Hincapié. Cortesía de José
Alejandro Restrepo.

p. 1 Barras de color SMPTE para un monitor
de rayo catódico adaptada al medio y formato
impreso.

→ *Centro Espacial Satelital de Colombia*
(·) (·), 2015 (detalle). Fotografía de **La
Decanatura** (Elkin Calderón y Diego Piñeros),
El 25 de marzo de 1970, menos de un año
después de la llegada del hombre a la Luna,
se inauguró el Centro de Comunicaciones
Espaciales de Colombia en el municipio
de Chocontá (Cundinamarca). Una antena
parabólica de transmisión de microondas fue
construida y ubicada en medio del paisaje.
En 1981 se construyó una segunda antena
o Estación Terrestre para Comunicaciones
Internacionales. Esto completó el conjunto
conocido como el Centro de Comunicaciones
Espaciales. Chocontá, al noreste de Bogotá,
comenzó a ser reconocida como la «Ciudad
Satélite de Colombia». El proyecto «Centro
Espacial Satelital de Colombia (·) (·)», se
presenta como un homenaje a estas estructu-
ras monumentales en desuso y se compone
de dos fotografías (cada una de 180 x 150
cm) y un video en el que participa la Banda
Sinfónica Infantil de Chocontá, jóvenes que
no conocieron las antenas en su esplendor.
Cortesía de La Decanatura.





Pantallazos	Sandro Romero Rey	11
Las persistentes premoniciones	Germán Rey	17
De la tv a la <i>poli-TikTok</i>	María Paula Martínez	20
Dudar de todo	Diana Díaz Soto - Dago García - Santiago Rivas	24
Contra los estereotipos	Marino Aguado	33
Exportar lo nuestro	Natalia Ospina Arango	36
En tiempos del <i>streaming</i>	Paola Villamarín	40
Fuera de cuadro	Silvia María Hoyos	44
La serpiente y los relámpagos	Pablo Mora Calderón	49
La <i>troupe</i> de extranjeras	Maryluz Vallejo	55
Una nación de chiste	Omar Rincón	59
Un país en busca de héroes	Sinar Alvarado	63
El <i>reality</i> : una isla vigilada	Juan Villoro	67
Televisión a tres canales	Nicolás Consuegra	72
El fantástico teatro de la televisión en México	Consuelo Garrido	82
Coser y tejer historias	Hugo Chaparro Valderrama	89
Culebras	Lisandro Duque	93
No llegaron	Juan Afanador	98
Un cocodrilo celebra el temblor del río	Laura Ortiz Gómez	100

← *Televimesa*, 2004, de la serie «Compilación de bricolajes». El **Colectivo Bricolaje** (Pablo Adarme, Sandra Mayorga y Carolina Salazar) registró fotográficamente una serie de adaptaciones en objetos de uso cotidiano, cruzando los principios del «azar objetivo» y «modelo reducido» del bricolaje con la estética del *ready-made*. Estas fotografías, tomadas a partir del 2000 en Bogotá, circularon en el formato de postales. Foto cortesía de los artistas.

p. 112 Tabla de calibración de color para un monitor de tecnología de cristal líquido adaptada al medio y formato impreso.

Editorial	7
Colaboradores	104



SOMOS LIBRES!?

Design: Ben van Bommel, Photo: Bas van der Meer, Print: M&A, Amsterdam

ST. WILHELMUS
WONNEN

TV or not to be

Lo que está por fuera está muy adentro: quienes hoy ven más televisión son las clases populares, pero quienes la producen son privados y quienes tienen más privilegios. Aunque siempre fue así, no siempre fue igual. A pesar de que la historia de la televisión en Colombia está ligada a lo público desde que, el 13 de junio de 1954, el general Gustavo Rojas Pinilla como presidente de la república emitió la primera señal y apareció en ella, digamos que hoy, a setenta años de creada, no siempre fue así y quizá valga la pena pensar y discutir por qué debería seguir siendo como es hoy.

En aquella década, como se recordará, a pesar del pacto de olvido que se cernió sobre la Violencia interpartidista, con mayúscula, que ensombreció al país e inició el extravío nacional de guerra que aún no cesa, la radio y la televisión tejieron las primeras representaciones de unidad nacional al tenor de eventos como la Vuelta a Colombia en bicicleta y la época de oro del fútbol colombiano, o los reinados nacionales de belleza, proyectados por locutores históricos como Carlos Arturo Rueda o Julio Arrastía, entre otros, quienes dictaban en vivo verdaderas cátedras de geografía y de culturas regionales desde los transmóviles que acompañaban a los pedalistas por los aún empedrados «premios de montaña» del país; junto con programas como *Yo y tú* o *Don Chínche*, verdaderas representaciones tan artísticas como sociológicas sobre nuestras realidades familiares y vecinales; *Naturalia*, desde el cual Gloria Valencia de Castaño ilustró al país sobre el naciente concepto del medio ambiente; o *Revivamos nuestra historia*, entre muchos otros de humor y de folclor nacional; pero también de empeños educativos y culturales que incluyeron emisiones sostenidas como las del Canal 3, cuyo primer eslogan fue «Capacitación popular: palanca del progreso», ya avanzados los años sesenta, cuando el presidente Carlos Lleras Restrepo dictó en vivo una clase sobre su política de integración popular, e inauguró

una etapa de masificación educativa y cultural en la cual concurren, entre muchos otros, universidades, instituciones públicas como el Sena, sindicatos como Fecode, la CTC, la UTC y hasta la Asociación Colombiana de Trabajadores de la Televisión (ACOTV), cuya huelga en 1973 se constituyó en un hito de fortalecimiento del Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión), y cuyos programas del primero de mayo hicieron historia durante la mayor parte de la década siguiente.

Esa concurrencia expresó de algún modo lo que se había configurado en la construcción de la red nacional de transmisión de televisión, constituida por antenas repetidoras en los principales picos andinos del país, cuyo montaje alcanzó dimensiones épicas de encuentros entre técnicos, trabajadores, campesinos e indígenas como los de la Sierra Nevada de Santa Marta, cuyo cerro Kennedy aún encarna como un hito el recuerdo de ese empeño educativo y cultural público, como lo ha sido el cerro Manjui, cerca de Bogotá.

Con la adopción de la televisión a color, cuya producción se privatizó en los años setenta en medio de luchas sindicales y de los trabajadores de la televisión en defensa de lo público y de la cultura como un bien común, y la sustitución de aquella red nacional por la TV por satélite, también privatizada, empezó el desplazamiento de aquellas dimensiones educativas, culturales y de integración popular y nacional, por el mercado de lo que en su momento se llamó «enlatados», para denotar la forma física como circularon los primeros programas mercantiles y publicitarios que invadieron el país desde los grandes grupos mediáticos del mercado de Estados Unidos, dejando atrás los programas culturales que aportaban las embajadas europeas y de otras latitudes, dentro de aquella concurrencia de inclusión social nacional.

De este modo, entre tensiones de mercado y de función pública, construcciones tecnológicas y luchas obreras sociales y culturales, la televisión en el país se

abismó en el mundo de la sociedad de consumo, de la publicidad y de la acumulación capitalista, en cuya sima acabó sucumbiendo Inravisión, que había sido creado desde 1964, para ser finalmente liquidado en 2004.

Se consolidó ya entrado el siglo XXI, un proceso que desde 1991 el lúcido investigador del Canal 3, dirigente de ACOTV, Milcíades Vizcaíno, había anunciado como «los falsos dilemas de nuestra televisión. Una mirada tras la pantalla», en su libro del mismo título coeditado por el Centro de Estudios de Realidad Colombiana (Cerec) y el sindicato de Inravisión. Allí sentenció, a partir de señalar el inicio de la hegemonía neoliberal en torno al desmantelamiento de lo público que se instaló en el país desde entonces:

Todo esto lleva a concebir la televisión como una forma de entretenimiento más que de formación y de información, que debe ser prestado por un sector conformado por las organizaciones empresariales aliadas al Estado, en el supuesto de que solo ellas le aseguran su permanencia y le dan su legitimidad. Pero de paso está coartándose la presencia de otros sectores que podrían expresarse a través de un medio masivo y de hondos repercusiones en la sociedad. [...] Bien decía Mario Laserna en una discusión sobre el manejo de la televisión por parte del Estado y sobre la introducción de la publicidad en el medio, desde inicios de los años sesenta: «El desarrollo tecnológico ha producido una nueva profesión muy lucrativa y muy peligrosa, por cierto: la de los manipuladores de los sentimientos, de los instintos, de las emociones de los demás. ¿Puede un Estado, debe un gobierno permitir que el instrumento más eficaz de persuasión, de influenciar a las personas, que hasta ahora se conoce, caiga en manos del gremio de cosificadores del hombre? ¿Que el Estado no sabe manejar la televisión? Pues cambiemos de Estado, pero no entreguemos el hombre a sus victimarios. ¿Que la propaganda comercial es necesaria para activar la vida económica? Muy bien. Pero que la vida económica, que el consumo estén al servicio del hombre, y no el hombre al servicio del consumo...»

Así, a setenta años de creada la TV en el país, en la memoria histórica se conservan la valoración y la importancia de la dimensión pública del espectro electromagnético; de la construcción social de ese bien común que debe ser un instituto nacional de radio y televisión, y del acervo de conocimiento, saberes, formas culturales y de pensamiento crítico propios de quienes forjaron ese espacio público por excelencia que es el de la comunicación, y se enfrentan, como todos, a ese dilema shakesperiano que de modo ilustrativo, y si se quiere irónico, hemos propuesto al inicio de esta nota editorial: «TV or not to be».

p. 6 Cartel plegable para el audiovisual *Somos Libres!?*, 1981 de Miguel Ángel Cardenas. Fotografía de Ruben de Heer y diseño gráfico de Ben van Berkel. Impresión offset, distintos formatos (A5, A4 y A3). En el retiro del cartel, se incluye una conversación entre Aggy Smeets (de Appel, Amsterdam) y Cárdenas, en la que narra su aproximación al lenguaje del video y el poder de *televisar* sus imágenes a un público amplio; la necesidad de escribir un guion y su relación frente a temas como la represión social, la burguesía, la inhibición, el debate sobre los problemas del medio ambiente, la religión católica, entre otros. Cortesía del archivo del centro artístico de Appel, Amsterdam.

→ En el set de grabación del programa de entrevistas *Aquí entre nos*, presentado por Alfonso Castellanos (en el centro) y con la presencia de Juan Martín Caicedo Ferrer (izquierda) y Carlos Holguín Sardi (derecha). Producciones TV Cine Ltda. Foto de Jairo Escobar, ca. 1987.







Pantallazos

Uno de los protagonistas de los setenta años de la televisión en Colombia presenta su viaje histórico y vital por los principales hitos de nuestra pantalla chica.

Desde las primeras puestas en escena del teleteatro a la televisión digital, ¿qué tanto hemos cambiado como televidentes?

Mata tu televisor

El día del funeral del libretista Fernando Gaitán, a Maia Landaburu, la actriz que fue su último gran amor, le robaron el celular. Al salir de la capilla del Gimnasio Moderno en Bogotá, mientras corría el desconcierto entre lágrimas y sabuesos, recordé al realizador audiovisual Carlos Mayolo, que bromeaba años atrás con una de sus frases desopilantes: «En Colombia la gente no va a cine por miedo a que le roben el televisor». Y sí. La televisión, mucho antes del nacimiento de los teléfonos inteligentes, había sido el objeto máspreciado en los hogares, no solo colombianos, sino también de los Estados Unidos. El televisor (la tele, o «la tele letal», como reza el palíndromo del programa conducido por Santiago Moure y Martín de Francisco) ha sido el mueble de privilegio en casas y apartamentos, en oficinas y moteles, en cárceles y salas de espera, porque allí se permite, sin mayores esfuerzos, uno de los anhelos más grandes de los seres humanos: la evasión.

Cuando hizo su aparición en la sociedad colombiana, el 13 de junio de 1954 a las nueve de la noche, era muy difícil robarse un televisor. Había que robarse la casa entera. Hoy, setenta años después, se los siguen robando, pero con una diferencia: te los quitan en la calle y se los meten al bolsillo. Como el cine, como los teléfonos fijos, como los tocadiscos, todos han evolucionado, se han traicionado a sí mismos, se han digitalizado, se han robado sus respectivas esencias. «Kill Your Television» se llamaba una canción de la banda inglesa Ned's Atomic Dustbin, y matando televisores nos la hemos pasado los seres humanos desde la segunda mitad del siglo XX hasta hoy, cuando sospechamos, al encender nuestros *smart TVs*, que estamos oyendo, ahora sí, las trompetas del juicio final.

Desde hace un año largo he estado gozando de eternos insomnios en los que la televisión ha sido mi consuelo y, por qué no, esta crónica es también un homenaje al aparato que me ha salvado la vida. Todos

los colombianos, sin excepción, podrían escribir su propia historia de la televisión colombiana, incluso aquellos que la detestan y dicen nunca verla. No ver televisión es también una forma de reflexionar sobre ella. Pero, por supuesto, no iba a cometer el error de aprovechar la coyuntura para despotricar de un medio fascinante y complejo.

Inteligencia natural

Busqué el número del productor de Señal Colombia, Mauricio Tamayo, para preguntarle si en «el canal» habían pensado hacer algo sobre los setenta años de la televisión colombiana. «Claro que sí: vamos a hacer una serie de clips alusivos al tema», me contestó con cierto pesar. «Estamos reventados», me dijo, con ese tono de permanente urgencia que tienen, que hemos tenido, delante o por detrás de las cámaras, los que nos hemos codeado con «el negocio de la televisión». Le agradecí a Tamayo su confianza y apagué el teléfono. Me sentí uno de los seres más solos sobre la Tierra. Encendí entonces el *smart TV* para calentar los dedos y practiqué el deporte que más me ha gustado desde que se inventó el control remoto: el *zapping*.

El vértigo siguió instalándose en mi incertidumbre: en Caracol se emitía el Giro d'Italia. En Red+, un comercial sobre medicinas para el alzhéimer. En RCN, de nuevo el Giro d'Italia. En el canal de salud, una receta que explicaba la dieta mediterránea. En el canal de Claro, *La niñez de un líder*. En el Canal Uno cantaban los cristianos. En CityTV, la información comercial del programa *Bravísimo*. En el Canal Institucional, *El mundo al vuelo*. En el Canal Capital, un programa infantil. En Telesantioquia, *La antioqueñita*. En Telecaribe, *Conexión familia*. En Telepacífico, un partido de fútbol femenino. En Canal Trece, otro programa infantil. Apagué el *smart TV*. Demasiada información.

¿Debo aclarar que estaba en un hotel, en la ciudad de Medellín, en una habitación donde había dos *smart TV*, dos controles remotos y, de mi parte, un *laptop* y un celular? Sí. Es preciso aclararlo. Estaba lejos de casa y no tenía mi biblioteca personal para sentirme seguro. «Estás en el siglo XXI», pensé. «Ya no necesitas de una biblioteca, ni de una videoteca, ni de una discoteca. Todo lo tienes a cincuenta centímetros de distancia. En la pantalla de tu computador».

Me dirigí al refugio de internet. «No puedo, no debo escribir lo mismo que se puede consultar en la red», me dije. Pero, si no es en la red, entonces, ¿en dónde investigo? Google: *Televisión en Colombia*.

Historia. Los datos, para el interesado o para el estudioso, eran más o menos conocidos. «En “el canal” no vamos a incluir lo que ya se sabe», me había advertido mi amigo, el productor Tamayo, y el desafío era doble. Por supuesto, el nombre del general Gustavo Rojas Pinilla saltaba en mis recuerdos, pero yo ya había escrito sobre el tema en otra ocasión. No obstante, ¿cómo explicarle el asunto a un joven lector del siglo XXI?

Encendí el televisor de nuevo. Análisis de la situación nacional a través de un noticiero. El primero de mayo de 2024, el presidente de la república, Gustavo Petro, dio un fogoso discurso, donde reivindicó las banderas del M-19. ¿Qué tiene que ver el M-19 con el nacimiento de la televisión? «No le metamos política a este asunto», me dije. Pero no podía evitarlo. La televisión fue, es y será un asunto político.

Rojas Pinilla gobernó a Colombia, tras un golpe de Estado, entre 1953 y 1957. Lo tumbó una junta militar y en 1958 nació el llamado Frente Nacional, donde hubo alternancia del poder entre liberales y conservadores. En 1970, Rojas Pinilla se lanzó como candidato presidencial para el cuatrienio de los conservadores y, al parecer, ganó las elecciones, pero por una confusa trampa, se decidió que el nuevo presidente sería Misael Pastrana Borrero. Un sector de la joven izquierda decidió llamar «Movimiento 19 de Abril» a una nueva agrupación guerrillera, en homenaje a Rojas y a la fecha en la que, se supone, le fueron robados los comicios. ¿Rojas Pinilla, aquel que había prohibido el comunismo durante su dictadura, se convirtió en un símbolo involuntario de las vanguardias de izquierda? Así parece.

Ese mismo general había sido el responsable de traer la televisión a Colombia. Rojas había viajado a Alemania en 1936, cuando el nazismo se consolidaba en el poder. Allí trabajó en asuntos militares que no vienen al caso, pero, en alguna ocasión, descubrió un invento en el que se podían ver imágenes emitidas a través de un mueble, como si el cine, sin necesidad de proyectores, estuviera en tu propia casa. «Algún día habrá que llevar la televisión a Colombia», dicen que dijo. Dieciocho años después, ya instalado el general en su propio laberinto, para celebrar su primer año en el solio de Bolívar, sería el mismo «Gurropín» (así se le conocía a Gustavo Rojas Pinilla, de manera coloquial, echando mano a sus iniciales) quien apareciera por primera vez en los cuatrocientos receptores de televisión que llegaron al país.

Esa noche se presentó el primer dramatizado colombiano. Esto es, una pieza teatral, adaptada para la pantalla en blanco y negro, escrita y dirigida por un tío mío llamado Bernardo Romero Lozano. Su esposa, Carmen de Lugo, y su hijo, Bernardo Romero Pereiro, formaban parte del elenco. La pieza interpretada se llamó *El niño del pantano* y dio la largada para lo que pronto se llamaría los «teleteatros». Romero Lozano era hermano de mi papá, autodidacta y apasionado por las historias para la escena, para la radio, para

p. 10 *El embrujo*, 2024. Dibujo para GACETA en lápiz y acuarela de Ana Silva Fry (28 x 21,5 cm). La artista recuerda su niñez cuando, incluso rodeada de gente, quedaba hipnotizada por la televisión. No importaba qué estuvieran dando, el poder de la pantalla la hacía olvidarse hasta de su nombre. Esto la llevó a pensar en cómo la televisión reúne a la gente en una experiencia compartida que a la vez aliena, interrumpiendo la comunicación directa, anulando lo que esté pasando alrededor, suspendiendo el paso del tiempo y el peso del cuerpo.

el cine y, a partir de ese momento, para la televisión. Sin proponérmelo, el aparato en cuestión comenzó a formar parte de todas mis familias. Aún hoy tengo en mi casa uno de los primeros televisores que llegó a Colombia. Era de mi abuelo materno, don Emiliano Rey. Un mueble pesado que terminé heredando, aunque tuviese sus tubos fundidos para siempre.

Pienso en todas las horas en las que pasé sentado frente a esa pantalla, viendo los programas infantiles de Gloria Valencia de Castaño o de Alejandro Michel Talento. Pero esto sucedió después, mucho después. Entre 1955 y 1959 (este último, el año en que nací), la televisión colombiana combinó en su programación los discursos oficiales con los noticieros, la música local con el humor, las series norteamericanas —conocidas como «enlatados», porque se trataba de producciones realizadas en cine y sus imágenes llegaban en latas que protegían el celuloide— con las historias de ficción puestas en vivo dentro de los estudios, como si se tratase de obras de teatro. Hoy nadie hace dramatizados en vivo. Se graba, se repite, se corrige, se borra, se edita. En la primera década de su existencia, la televisión, salvo los noticieros internacionales y las series dobladas al español, todo se emitía sobre la marcha, convirtiendo los errores en un recurso de la creación. El modelo venía de la radio y, por extensión, del teatro. Se ensayaba mucho (no tanto como una obra creada para la escena, pero sí lo suficiente como para solventar los accidentes en vivo) y el público se resignaba a ver lo que se le ofrecía, porque solo había un canal que comenzaba al final de la tarde y se extendía hasta el borde de la medianoche. La imaginación era en blanco y negro. Los receptores se demoraban en calentar y tenían sendos botones para corregir los caprichos frecuentes de la imagen.

En primera persona

Creo que fue en 1962 cuando vine por primera vez a Bogotá con mis padres. El tío Bernardo me llevó a conocer las entrañas de la televisión en los desaparecidos estudios de San Diego, al lado de la Biblioteca Nacional. Pesadas cámaras capturaban las imágenes, con actores camuflados en sus personajes, bajo potentes chorros de luz cálida, mientras en un cuarto aledaño se musicalizaba, se controlaban los encuadres que llegarían, quién sabe con cuánto tiempo de retraso, al televisor de mi abuelo. Me encantaba venir a Bogotá en las vacaciones, durante la década del sesenta, no solo por los viajes con mi tío, sino porque en la capital había un segundo canal que se conocía como «el Teletigre». Yo adoraba la televisión, pero hablaba poco sobre ella con mis parientes que la realizaban. En realidad, estaba más enterado por mis tías de Buga y, en particular, por mi tía Nelly. Allí, en esa ciudadela del centro del Valle del Cauca, el televisor estaba situado en la gran casa de los Romero Lozano, como un altar, en el comedor, frente al cuadro del paterfamilias y otro del Sagrado Corazón. Muchos años después, mi primo Romero

Pereiro me contaba de sus llamadas a la tía Nelly para que le comentara cómo le parecían los programas que empezó a escribir y a dirigir. Nelly era eso que se llamaba «una espectadora promedio». Lo sabía todo sobre la televisión. La encendía cuando empezaba la emisión y, mientras trenzaba la lana entre agujas, se aprendía la parrilla completa, hasta que terminaba la señal. Con Nelly, por ejemplo, vi una telenovela que se llamaba *Candó*, la cual sucedía en el departamento del Chocó, el lugar de origen de mis abuelos maternos. Pero se trataba de un Chocó de cartón piedra, con Julio César Luna como un villano que, según recuerda mi mente infantil, era de origen alemán. Mi tío Bernardo actuaba, creo que sentado en una silla de ruedas. A Bernardo le encantaba actuar, no solo escribir y dirigir. Actuó hasta el año en que murió. A veces me gusta ver a Bernardo en la película que, sobre la novela *María*, de Jorge Isaacs, hicieron unos mexicanos, bajo la dirección de Tito Davison. Cuando se estrenó la película en salas, Bernardo papá ya había muerto. Corría el año 1971. A veces pasan esa versión de *María*, cómo no, por la televisión.

En mi casa caleña no hubo televisión hasta 1970. Aunque vivíamos en un barrio con todas las comodidades, mis papás eran artistas y, por consiguiente, docentes con los billetes contados. Con gran esfuerzo, compraron un pesado aparato que pusimos en el cuarto de los huéspedes, con el propósito central de ver el Mundial de Fútbol que sucedía en México. Creo que nunca me volví a emocionar tanto con el balompié como con el equipo de ensueño del Brasil de Pelé. Pasaban algunos partidos en directo y otros los emitían tarde en la noche, en emisiones diferidas. Ese año actué por primera vez en el Teatro Municipal de Cali y descubrí mi vocación para los sacrificios de la escena, la cual se extiende hasta el sol de hoy. La televisión, entre mis profesores de teatro, no se veía con buenos ojos. Era un asunto «comercial». Y, en efecto, la ilusión educativa de Rojas Pinilla y su entorno se fue diluyendo con la consolidación del sistema de programadoras. Poco a poco, los espacios eran interrumpidos por tandas de comerciales. Las agencias de publicidad se esforzaban por vender productos gracias a los seductores destellos del blanco y negro. Los fundamentalistas consideraban que la televisión se había convertido en una vitrina interrumpida por melodramas. Con el tiempo me daría cuenta de que el melodrama no era sinónimo de mal gusto ni que la seducción del público televidente era tan banal y tan sencilla como se consideraba desde las tribunas de las vanguardias del arte.

En los años setenta, la música popular entraba por los ojos. Se divulgaba a través de programas con bailarinas en minifalda y apasionados cantantes que casi siempre doblaban sus temas. Así mismo, apareció un programa que se llamó *Operación Ja-ja*, el cual terminaría convirtiéndose en *Sábados felices*, donde

se contaban chistes que me hacían reír a carcajadas. Y esos chistes los repetía en el colegio, en Buga, en Bogotá, en cartas a mis parientes. Sí. La televisión se te pegaba como el himno nacional. En el colegio hablábamos de la televisión, en los viajes a otras ciudades el lugar común era la televisión y, luego lo entendí, la ideología se patentaba a través de la televisión. Los presidentes de la república daban largos discursos que los adultos oían con atención. Recuerdo muy bien a Carlos Lleras Restrepo mostrando su reloj y enviando a los colombianos al toque de queda generalizado para calmar la ira popular. En medio del rigor de alocuciones y noticieros, terminaban triunfando *Yo y tú*, *La isla de Gilligan*, *Los Thunderbirds*, *TV Hipódromo*, *Batman* o *Los Picapietra*. Un año antes, en unas vacaciones en Bogotá, vi unas sombras grises en la pantalla. Mis parientes cachacos me explicaron que se trataba de la llegada del hombre a la Luna. Todos se pusieron la mano en el pecho. Cuarenta años después vi un *mockumentary* en el que se aseguraba que dicha transmisión era, en realidad, una puesta en escena dirigida por Stanley Kubrick. Aún hay gente que cree en dicha leyenda. Pero yo sí creí que aquella mancha blanca era el astronauta Neil Armstrong y se lo agradecí a la televisión.

En 1977 viajé por primera vez a Estados Unidos y, más allá del impacto que me produjo llegar al país donde todo era posible, me fasciné con la televisión a color y con la multiplicidad de canales que funcionaban las veinticuatro horas del día. Tenía dieciocho años y la cinefilia comenzaba a apasionarme tanto como el teatro. En los receptores gringos se podían ver películas de todo tipo y enriquecer los inmensos baches que un provinciano nacido en un país siempre en conflicto estaba condenado a padecer.

Las pantallas en Colombia fueron saliendo del blanco y negro hacia 1979. Todo fue muy lento y solo hasta el Mundial de Fútbol de 1982 se pudo ampliar el prisma de la imaginación. Recordé entonces un libro que guardaba en mi biblioteca: *Historia de la televisión colombiana*, una amorosa compilación y reflexión gestada por Fernando Fabián Sarmiento Ranauro. Siempre pensaba que allí podría encontrarse todo lo que se quería saber acerca del tema, pero que el intelectual cejijunto no se atrevía a consultar.

Cuando regresé a la ciudad de Bogotá, con un primer borrador de estas líneas, me lancé sobre el libro de Sarmiento Ranauro y casi pido pista en el hospital de los pacientes sin retorno. Mil doscientas noventa y nueve páginas reunían la historia de nuestras imágenes hasta el año 2020. Asumiendo que ya había perdido

→ En 1955, ocho de los treinta y seis programas que ofrecía la parrilla de programación de la tv colombiana eran educativos, el fervor pedagógico se apagó pronto por falta de presupuesto. En la década de 1960, con apoyo de la OEA y la Universidad de Stanford, se relanzó una tv educativa dirigida al público infantil, ligada al plan de estudios del Gobierno nacional y sujeta a una programación regular.





me aferré a mis propios recuerdos. A ellos nadie puede llevarles la contraria.

Vine, DVD y vencí

La memoria se convierte en una colección de *iah, pero claro!* que te ayudan a sobreaguar en el pantano. Cerré entonces todos los libros y seguí adelante. Debía resumir siete décadas y llevaba, mal contados, veinticinco años. No importaba. Retomé el camino con una década que no tiene pierde: la década del ochenta. Cuando pienso en los ochenta, los asocio con la consolidación de las grabaciones en video y, por extensión, con el video casero y el Betamax. La televisión colombiana comenzó a competir con el azar. Ya no se trataba de «verse obligado a», sino que el espectador escogía lo que su gusto permitía grabar. Gracias a tantas posibilidades, podíamos ver desde un incunable de Alfred Hitchcock hasta el naciente MTV. De allí al VHS no habría sino un paso.

En aquella década, el cine colombiano se atrevió a formular una desigual competencia con la televisión. No logró desbancarla, pero realizadores de la gran pantalla (Jorge Alí Triana, Carlos Mayolo, Lisandro Duque) le aportaron a la tele sus recursos, en ambiciosas producciones como *Los pecados de Inés de Hinojosa*, *Azúcar* o *María*. Al mismo tiempo, aparecieron espacios como *Yuruparí*, dirigido por Gloria Triana, donde los dieciséis milímetros ayudaron a descubrir los países en el interior de Colombia. Mientras Focine intentaba crear un público con su espacio denominado *Cine en televisión*, la industria consolidaba su espectro con formatos como el de la comedia, con la mirada de Pepe Sánchez (*Don Chinche*, *Romeo y Buseta*) o el tándem Romero Pereiro–Daniel Samper Pizano con *Dejémonos de vainas*.

En mi caso, terminé trabajando en el cine caleño. Pero el corto verano de la anarquía cinematográfica se detuvo, al menos para mí, a finales de los ochenta y terminé abriéndome nuevos caminos en Bogotá, tanto en el teatro como en la televisión. El mundo se precipitó hacia el nuevo milenio y, con él, los llamados «lenguajes audiovisuales». No obstante, en la década del noventa, se consolidó mundialmente el reinado de la telenovela colombiana como un formato —algunos insisten en llamarlo «un género» y, de repente, hasta tienen la razón— donde los protagonistas terminaron siendo muchos libretistas individuales (Juana Uribe, Dago García o el ya citado Fernando Gaitán) que pusieron toda la carne en el asador y configuraron la industria de la escritura, reemplazando los viejos modelos de sus primeros padres (Julio Jiménez, Fernando Soto Aparicio o el citado primo Romero Pereiro).

Es muy probable que el siglo XXI no haya empezado en la televisión colombiana en el año 2000 sino que, en realidad, se fraguó en 1998 con la consolidación de los canales privados. Y con ellos, la multiplicación de los panes y de los peces audiovisuales.

Dos canales de mirada empresarial, tres canales públicos, la creciente ola de canales regionales y canales locales, las antenas parabólicas, la competencia de la televisión por suscripción, hasta llegar al monstruo de mil cabezas de la digitalización de la imagen y de las plataformas de *streaming*.

Hoy por hoy, muchos se preguntan si la televisión, tal como la conocimos, sobrevivirá al borrón de las fronteras del mundo del entretenimiento. Si Netflix, el paradigma de la ficción en los tiempos que corren, terminó produciendo la película perdida de Orson Welles, o distribuyendo a monstruos sagrados como Martin Scorsese o David Lynch, significa que los tiempos seguirán cambiando mucho más que en las utopías juveniles de Bob Dylan. Por lo demás, el signo de la muerte es una marca indeleble para los inventos y las generaciones.

La televisión colombiana no es una excepción. El año pasado, para seguir con los ejemplos en primera persona, publiqué una novela titulada *¿Qué pasó con Seki Sano?*, en la que cuento la gesta del maestro japonés que consolidó la formación de actores en nuestro país. Al revisar los nombres de los alumnos que pasaron por su claustro, solo quedaban con vida unos pocos representantes de esa generación irrepetible. De hecho, los que yo había tratado y me habían seducido con el tema (Santiago García, Pepe Sánchez, Fausto Cabrera) habían hecho mutis por el foro.

Escribo en el año 2024: hay una generación de jóvenes colombianos que nunca ha visto la televisión de su propio país. Ha crecido con Internet y los nombres de Pacheco, Héctor Ulloa, María Eugenia Dávila o, incluso, Amparo Grisales, ya no les dicen nada. ¿Qué sigue firme en el imaginario de los espectadores? Me atrevería a simplificar la respuesta diciendo que las artes vivas (los conciertos, las rumbas, las ferias, los festivales, incluso el teatro) conviven en sana competencia con el ciberespacio. Es decir, con las creaciones mediáticas. En la Televisión Digital para Todos (es decir, la que nos permite ver la imagen de «la tierrita») los formatos cambian de maquillaje (las series, los *realities*, los soportes visuales de los noticieros, los programas de opinión), pero aún persiste el anhelo de inventarse una televisión que se parezca a Colombia o, lo que se sospecha, una Colombia que termine pareciéndose a su televisión.

Hoy, las imágenes las hacemos todos. Las cámaras de los *smartphones* son el ojo de los espectadores. Y compiten con las miradas de la televisión que aún respeta los horarios. Sin embargo, Colombia es un territorio que se rige por identidades dictadas por la radio y por sus pantallas locales. Quién sabe si el que robó el celular de Maia Landaburu en el funeral de Fernando Gaitán se haya dado cuenta de que no solo se llevaba la memoria de una actriz, sino también que estaba borrando los testimonios secretos de una época que, al parecer, está próxima a cambiar de canal para siempre.

Las persistentes premoniciones

Al volver sobre los inicios de la televisión en Colombia es posible encontrar las claves de su presente: ¿Medio cultural o comercial? ¿Cómo ha servido a la vanidad política? Una mirada al origen para poner en contexto la realidad de la televisión.

Unos meses antes de la aparición de la televisión, Hernando Téllez publicó en *El Tiempo* sus «Consideraciones sobre lo cursi». La premonición fue contundente no solo porque reflexionaba sobre un tema que el nuevo medio pronto pondría en escena, sino porque el texto se refería a una dama «muy enojada, pero muy bella», a quien le temblaban los labios por las críticas que sufrían todos los embelesados en *El derecho de nacer*.

El proyecto de traer a la radio y la televisión la novela del cubano Félix B. Caignet era en sí mismo premonitorio por varios motivos: una gran empresa multinacional como Colgate se asociaba a la difusión del melodrama en América Latina, la ficción sintonizó de inmediato con el público de la televisión, lo *cursi* de que hablaba Téllez se tornó viral, y la publicidad se vinculaba desde su inicio con las narrativas televisivas. Cuatro grandes asuntos que aún persisten después de setenta años.

La asociación entre lo comercial y la naciente televisión fue rápida. Las dudas de considerar al nuevo medio como cultural o comercial duraron poco, así los ecos de su debate lleguen hasta nuestros días. La disyuntiva ha sido compleja porque involucra la adopción del sistema mixto conformado por el Estado y la iniciativa privada, el significado de los objetivos culturales y educativos que se esperan de la televisión, sus relaciones con la cultura popular, la generación creciente de un público propio, su influencia sobre algunas dinámicas de la cultura y la interacción de la televisión con el país.

No fueron Caignet ni Albertico Limonta los que dominaron los inicios de la televisión, pero sí los que anunciaron el advenimiento del folletín que se concretó hacia los sesenta en su creación estrella y arrasadora: la telenovela. Lo interesante es que todo estaba anunciado a su manera en las páginas de Téllez, especialmente en su consideración sobre

la relación del gusto con la tradición cultural y como resultado de la exigencia social. Solo que las previsiones de los visionarios no siempre salen tal cual, sino que a veces toman caminos impredecibles.

Un género espectral

En el caso de la televisión, entre 1955 y 1960, el teleteatro le apostó más a lo primero que a lo segundo. Fue un canto de cisne para recordar que las premoniciones de Téllez cambiaban tanto como las referidas a la tradición cultural que se ensanchaba y a las exigencias sociales que insistían obsesivamente en su rumbo.

Hace años, cuando escribí el ensayo «Los tiempos del teleteatro. Género televisivo y modernidad cultural», dije que, «de naturaleza paradójica, el teleteatro se asomaba a un medio que permitía difusiones masivas solo alcanzadas por la radio, mientras que muy pronto navegaba presionado por las exigencias comerciales y una vocación cultural originaria. Combinó así productos provenientes de la tradición culta —hasta entonces destinada a públicos seleccionados— con el carácter masivo, la puesta en escena teatral con las condiciones asignadas por las narrativas audiovisuales de la televisión». Hace poco enfatiqué en el carácter espectral del teleteatro que «parece una representación fantasmal detenida en el tiempo, con actuaciones hieráticas en que los gestos están medidos por una gramática estricta y las entonaciones de la voz poseen una combinación entre la declaración y el gemido. Es, en suma, una creación espectral, que probablemente se pueda explicar por el sentido híbrido de sus orígenes».

Por eso los primeros días no fueron los del folletín, sino los de la creación de grandes obras de autores clásicos y modernos. Provenían más de los intereses teatrales y de una generación emergente de directores y de la tradición cultural dominante, que de los verdaderos gustos de quienes en unos años atiborrarían las salas, no de los teatros sino de sus casas.

Por eso los televidentes de los primeros años vieron *El cartero del rey*, de Rabindranath Tagore, en 1955; *Espectros*, de Henrik Ibsen, en 1956; *Todos los hijos de Dios tienen alas*, de Eugene O'Neill, en 1956; *El matrimonio*, de Nicolái Gógol; *El enemigo del pueblo*, de Ibsen, y *El Padre*, de August Strindberg, las tres en 1961, entre otras obras que hoy sorprenderían.

La fuerza destructiva que estaba en los campos y en las calles de Bogotá donde se asesinaban estudiantes no solo era física: era también simbólica. La televisión estaba pensada como una parte de ella, como un instrumento poderoso para la difusión tanto de la imagen del gobernante como del proyecto político, social y, sobre todo, cultural, que lo rodeaba.

Pero todo ello no fue solamente una combinación entre tradición y proyecto cultural, sino también, como pasa con tantas cuestiones colombianas, un producto del azar. Cuando a los pocos meses de iniciadas las labores en los sótanos de la Biblioteca Nacional, los técnicos cubanos traídos por Fernando Gómez Agudelo hicieron la primera huelga por motivos salariales, los aprendices colombianos tuvieron que llevar a cabo una obra que supliera su ausencia. No encontraron otra que *El proceso*, de Kafka.

¡Firmes, mi teniente general!

Las segundas premoniciones, resultado del inicio de la televisión, fueron los orígenes de su fundación, llevada a cabo al comienzo del Gobierno de Gustavo Rojas Pinilla. El general conoció el medio en las Olimpiadas de 1936 en Berlín, cuando Hitler no salía de su asombro por las cuatro medallas de oro que ganó, delante de sus narices, el atleta afroamericano Jesse Owens.

La Oficina de Información y Propaganda del Estado (Odipe) de la que dependió todo el proceso fue creada por Laureano Gómez en 1952 como un departamento de Presidencia, cuyo fin era el control efectivo de la prensa y de la radio y que, en el caso de Rojas Pinilla, estaba encargada del manejo de su imagen, además de resaltar las obras públicas del Gobierno.

Fotografías, discos con cuñas patrióticas, efigies que aparecían cuando se apagaban las luces de los teatros y rodaba el noticiero oficial que presentaba las actividades del presidente, documentales sobre el 13 de junio, emblemas, calcomanías y banderines.

Y al fondo de toda esta avalancha del mostrarse, de la propaganda, dos conceptos básicos: la educación popular y la divulgación cultural, como funciones patrióticas. Como se lee en un «Boletín de Programas» de marzo de 1954, «la Radiodifusora Nacional realizará una televisión guiada por los mismos principios de cultura y buen gusto que hasta ahora han orientado su labor en el campo de la radiodifusión».

La patria, «el binomio pueblo-fuerzas armadas [que] salvará a Colombia», el buen gusto y el «llevar una mayor alegría a nuestro pueblo», junto a *Espectros* de Ibsen, los televisores del Banco Popular, el acceso generalizado a la televisión, incluidos los analfabetos, los escarceos de la estética del melodrama y los anuncios publicitarios de la época, forman una amalgama activa y simbólica, puesta en medio en un momento social y político de profunda gravedad.

Marco Palacio dice en *Colombia. País fragmentado, sociedad dividida*, el libro que escribió con Frank Stafford, que «la Violencia se refiere a una serie de procesos provinciales y locales sucedidos en un período que abarca de 1946 a 1964, aunque descargó su mayor fuerza destructiva entre 1948 y 1953, en estos años se partió en dos el siglo XX colombiano». Pero, como dice el mismo autor, lo peor estaría por venir.



La difusión simbólica

La fuerza destructiva que estaba en los campos y en las calles de Bogotá donde se asesinaban estudiantes no solo era física: era también simbólica. La televisión estaba pensada como una parte de ella, como un instrumento poderoso para la difusión tanto de la imagen del gobernante como del proyecto político, social y, sobre todo, cultural que lo rodeaba.

El largo tendido de las antenas de transmisión y el programa de la primera transmisión de la televisión son dos premoniciones claves. Un análisis deliberado permite intuir los rumbos que tomaría la televisión en sus setenta años.

La primera, de una nación que trata de pensarse como tal organizando la red de conexiones posibles entre los territorios, a la que Diana Catalina Zapata

Cortés llamó una «integración siempre postergada» y «que terminó reproduciendo las asimetrías y desigualdades producidas por una geografía imaginada donde la heterogeneidad cultural se traduce en jerarquías políticas».

La segunda, la televisión imaginada el primer día, el 13 de junio de 1954, cuando se combinó una alocución del excelentísimo señor presidente de la república con un *sketch* cómico de Los Tolimenses, una sesión de música clásica con Frank Preuss y la adaptación de *El niño del pantano*, un cuento de Bernardo Romero Lozano, un documental sobre los colombianos en Nueva York y las danzas folclóricas de la academia de Kiril Pikieris.

No hay carga simbólica más premonitoria.

De la TV a la poli-TikTok

La primera vez que un televisor se encendió en Colombia fue para proyectar la condecoración de un dictador. Desde entonces, todos los mandatarios han intentado tomarse la pantalla. ¿Cómo se presentan y se diluyen estas figuras en la televisión?

Una lectura del espectáculo televisado del poder para cuestionar la relación entre vanidad y control político: así son las apuestas escénicas de los líderes-celebridades del siglo XXI, que transitan de ser *showmen* de la TV a convertirse en *influencers* de la política.

Más de trescientos seis consejos comunales televisados de Álvaro Uribe, diez años de *Aló, presidente* de Hugo Chávez, mil horas de sabatinas de Rafael Correa por televisión, cuatrocientas cuatro horas de *Prevención y acción* de Iván Duque y las mil doscientas cincuenta y nueve *matutinas* de Andrés Manuel López Obrador entre 2018 y 2023, demuestran que los presidentes no se resisten a la seducción de la pantalla. También hay quienes la han usado como plataforma para llegar al poder. Acumulan más experiencia frente a la cámara que en la política, como Donald Trump, estrella del programa *El aprendiz* por catorce temporadas; o Javier Milei, famoso analista de programas de opinión en Argentina.

Para Colombia todo comenzó en 1954: «El Gobierno nacional declara inaugurada la televisión para el servicio educacional del pueblo colombiano», dijo el general Gustavo Rojas Pinilla el 13 de junio. La primera persona que apareció en una pantalla en este país lo hizo para celebrar su primer año de gobierno y ser condecorado en vivo.

Con transmisores de Alemania, cámaras de Estados Unidos y técnicos cubanos, la televisión se convirtió en un proyecto estatal y gubernamental con la misión de educar y hacer propaganda. En medio de una época de agitación política y social, la televisión se configuró en símbolo de progreso tecnológico y un servicio público bajo la órbita de la «Oficina de información y propaganda de la Presidencia de la República».

Seis años después, en plena Guerra Fría, con el primer debate electoral televisado en Estados Unidos entre John F. Kennedy y Richard Nixon, la televisión demostró ser una herramienta fundamental para la política mundial del siglo XX. Kennedy fue el primer presidente *showman*. Llegó con el libretto aprendido, bronceado, maquillado y muy elegante. Quería derrotar en pantalla a su oponente, un Nixon

que estaba pálido, mal preparado, sin estrategia y con pésimo lenguaje corporal.

En América Latina, los mejores espectáculos mediáticos de presidentes llegaron en el siglo XXI con Hugo Chávez, Evo Morales, Rafael Correa, Daniel Ortega y Álvaro Uribe. *Showmen* en clave popular con elementos en común: carisma, presencia escénica y habilidad discursiva que aprovecharon para presentarse en televisión durante cientos de horas con lenguaje sencillo, cercanos al pueblo y llenos de símbolos patrios. Chávez en el papel de redentor, Morales en rol antiimperialista, Correa en plan antagonista, Ortega en rol de controlador y Uribe en rol paternalista; cada uno configuró un tele-presidente que luchó por la significación mediática a punta de estrategias de *marketing*. El crítico de medios Omar Rincón, en su ensayo «De *celebrities* pero motivadores pero tele-presidentes pero... ¿democracia?», define estas luchas como la *mass-mediatización* de la política, la televización de la política, telepolítica o video-política.

El ejemplo de Uribe confirma que la comunicación populista es un estilo de liderazgo que ocupa todo el espectro político y supera la división entre izquierda y derecha. Se convirtió en una hábil celebridad mediática. Su narrativa combinó, como dice Rincón, la del «buen ciudadano, el iracundo político y el sabio campesino». Ya en campaña dijo: «Miro a mis compatriotas hoy más con ojos de padre de familia que de político». Durante sus ocho años de gobierno, apareció múltiples veces en la pantalla, posando de hombre común y corriente, desde las regiones, montando a caballo, nadando en un río, hablando con la gente. Como *showman*, emitió más de trescientos consejos comunales por televisión y, como bien lo describió Alejandra de Vengoechea en su ensayo «El misionero enviado de Dios y el finquero de Colombia», lo hizo «vestido como colombiano provincial con sombreros, ruanas, ponchos y demás símbolos de patria».

El maestro Jesús Martín-Barbero definió el fenómeno de Uribe como un «autoritarismo disfrazado de un montón de paternalismo travestido de cercanía a la gente». Una forma de populismo que «a diferencia del histórico —del de los años treinta al de los años cincuenta del siglo XX— más que hacerse cargo de la voz de las mayorías la suplanta con todas las artimañas que las tecnologías y los expertos en *marketing* les prestan». Adriana Amado, experta en análisis de medios, lo ha definido como pop-ulismo, que inauguró la figura de líderes-celebridades que usan la demagogia y el espectáculo para encantar a multitudes. Caudillos glamurosos que dedican más tiempo a comunicar que a gestionar, que necesitan de una prensa que no los ignore y que hable mucho de su imagen.

En términos de estilo, Uribe fue el último tele-presidente colombiano. Entre 2020 y 2021, Iván Duque, carente de carisma, intentó emular sin éxito esa fórmula convirtiéndose en presentador de televisión

en un programa diario tipo *talkshow* que no logró conectar emocionalmente. Optó por referencias más globales en lugar de lo local y popular, y fracasó como fenómeno mediático. Según Rincón, su programa diario de televisión llamado *Prevención y acción* se convirtió en un magacín de «cosas en onda nueva era», una hora de dispersión y confusión. Desperdió cuatrocientas cuatro horas de pantalla en tiempos en los que la ciudadanía estaba encerrada, veía televisión y necesitaba información pública. Dijo también Rincón: «El programa se podría llamar *Confunde y reinarás*. Por eso, al final (si lo viéramos) no quedamos ni informados ni entretenidos, sino confundidos y aburridos».

Por su parte, el presidente Gustavo Petro, a pesar de su habilidad discursiva y su don para los discursos, no ha encontrado en la televisión su medio preferido para comunicarse. No es ni un *showman* ni un presentador de escritorio. Tampoco es un tele-presidente, pero sí una celebridad-pop que, al igual que el presidente de El Salvador, Nayib Bukele, prefiere las redes sociales y la plaza pública como sus principales canales de comunicación.

Amado señala que «nada es más pop que el sueño del multimédios al servicio del carisma presidencial». Este concepto se materializa en plataformas como X (antes Twitter), donde el presidente Petro tiene más de siete millones de seguidores y se muestra excepcionalmente activo en la publicación de mensajes. Por esta razón, ha sido apodado «el presidente-tuitero». En 2023, el medio digital *La Silla Vacía* llevó a cabo un análisis de 2.512 tuits que publicó durante el año (un promedio de cuarenta y ocho mensajes semanales, casi siete al día). Estos tuits fueron clasificados según su objetivo, siendo el más común la divulgación de sus actividades gubernamentales (36 %).

En la pantalla de televisión, el presidente Petro ha mutado hacia formas de comunicación más cercanas al entretenimiento que a la solemnidad tradicional de las alocuciones presidenciales. Ahora, en lugar de largos discursos, su gobierno opta por formatos más parecidos a las series de televisión, con diez capítulos y ciento veinte minutos para celebrar sus primeros cien días en el cargo. Incluso, ha dado un paso más allá

En América Latina, los mejores espectáculos mediáticos de presidentes llegaron en el siglo XXI con Hugo Chávez, Evo Morales, Rafael Correa, Daniel Ortega y Álvaro Uribe. *Showmen* en clave popular con elementos en común: carisma, presencia escénica y habilidad discursiva que aprovecharon para presentarse en televisión durante cientos de horas con lenguaje sencillo, cercanos al pueblo y llenos de símbolos patrios.



al protagonizar una película, titulada *Petro*, con una duración de noventa y siete minutos. Este cambio marca un distanciamiento con las alocuciones clásicas del siglo XX, que solían ser momentos solemnes y protocolares, como los recordados discursos de Andrés Pastrana que terminaba con la frase «Nohra, los niños y yo».

Petro ha hecho, en promedio, casi una alocución presidencial al mes. No obstante, sus palabras, en varias ocasiones, no han sido discursos para la televisión, sino una repetición de lo que dice en otros espacios. En comparación, mucha de la comunicación presidencial se realiza a través de la pantalla del celular, en cualquier momento del día y de manera fragmentada. Petro reina en X como Bukele en TikTok. Presidentes-*influencers* que han hecho de sus cuentas personales de redes su plataforma preferida de comunicación. Según el Ranking de Líderes Mundiales 2022 de Twiplomacy, Petro ocupa el cuarto lugar en la lista de los cincuenta líderes más influyentes en Twitter. Por su parte, Bukele tiene más seguidores en TikTok que la artista Beyoncé y con ocho millones supera la población total de su país y a las cuentas de celebridades latinoamericanas como los cantantes Peso Pluma o Carlos Vives. Entre presidentes, tiene seis millones más que López Obrador, una paradoja si se tiene en cuenta que México supera a El Salvador en población por más de ciento veinte millones de personas.

En los casi dos años de gobierno de Petro, varios anuncios significativos han pasado antes por X o por la plaza pública que por la televisión (donde han llegado tarde y solo a través de los noticieros).

Ejemplos de esto son la alerta sobre una ruptura institucional y solicitud de ayuda internacional emitida a través de tuits en varios idiomas en febrero de 2024, o la ruptura de relaciones diplomáticas con Israel en mayo del mismo año. Al ser una plataforma de interacción y no una vitrina para alocuciones, también han sido comunes sus enfrentamientos con políticos de la oposición y sus señalamientos a periodistas y medios sobre la calidad de su trabajo. Esa batalla por el relato no es performática desde la imagen, sino que constituye el triunfo de la palabra sobre la acción. Un espacio digital que tiene en el individualismo su *ethos* predominante. Que, según Éric Sadin, es el espacio predilecto para una exhibición narcisista de visibilidad, de autoexposición y de búsqueda constante de validación.

La televisión y las múltiples redes y pantallas son escenarios donde el personalismo (*ego*) y el espectáculo reinan. Los políticos-celebridades, que en el caso colombiano pasaron de ser tele-presidentes a *influencers*, según Amado, lograron y siguen logrando «encantar a multitudes tanto como para disgustar a otras, porque un efecto cierto de la política pop es que nunca provoca indiferencia». Ya no es simplemente cuestión de quién se prepara mejor para un discurso impactante en el set. Nos encontramos en tiempos de *videoselfies*, *stories*, *reels* y más, lo que nos invita a repensar las luchas bajo nombres como la *X-mediación*, la *insta-política* o la *poli-TikTok*, y en el diseño de nuevos parámetros para analizar un flujo de comunicación populista marcado por la fragmentación de mensajes cortos y la *performance* digital.

← *Pantalla carne*, 2024. Objeto mecanizado con retroproyección de Nadia Granados (mecanismo desarrollado por Miguel Kuan y asistencia en su producción de Eduardo Triviño). Presentada en el marco de la exposición «La Fulminante: acción erótica y libertaria» (Galería Santa Fe, Bogotá, 2024), esta pieza responde a una escena de la película *Videodrome* (dir. David Cronenberg, 1983), en la que una mujer-objeto de deseo se convierte en un ser espectral que se comunica por medio de una pantalla de televisión que respira y pide ser besada y tocada. En la película, hay un televisor analógico enorme que proyecta la boca sensual de una amante hipersexual desaparecida en los recovecos de una mafia del cine *snuff*. *Pantalla carne* sugiere la relación corporal con el espectro electromagnético, en la que confluyen la fantasía física y la performatividad de género en el plano audiovisual. Además, hace un guiño a los fascinantes efectos especiales de las producciones serie B. Registro de Amadalia Liberté.

p. 19 El dictador Gustavo Rojas Pinilla, en su alocución de Año Nuevo de 1954, dio a conocer las catorce estaciones que llevarían la señal de TV a todo el territorio nacional. Para entonces se habían vendido cinco mil televisores a un precio de 354 COP cada uno. Se presupuestó que durante 1955 se instalarían cincuenta mil aparatos más. Cortesía del archivo de ACOTV.

Dudar de todo

En alianza con el portal Ceroseventa, GACETA presenta esta conversación conducida por Santiago Rivas, sobre el estado del arte de los medios públicos, el lugar de la audiencia con la entrada de las plataformas de *streaming* y futuros imaginados de la televisión.

GACETA 24

Santiago Rivas: ¿Qué es lo que hace públicos a los medios públicos?

Diana Díaz: Lo que hace público a los medios públicos es el sentido ciudadano del contenido, que lo diferencia de los medios privados. Es decir, hay un interés, alrededor del pluralismo, de la multiculturalidad, de la diversidad de narrativas. Su propósito es proponer contenidos que se diferencien de los realizados por los privados. Allí tienen cabida programas que se permiten experimentar, que tienen copartícipes, que cuentan con la participación de la ciudadanía de maneras distintas.

Los medios públicos son el termómetro que mide la salud de la democracia de un país. Eso no falla. Cuando hay una crisis en los medios públicos, seguramente hay una crisis democrática en la nación a la que se refieren.

Institucionalmente, ¿cómo es público lo público?

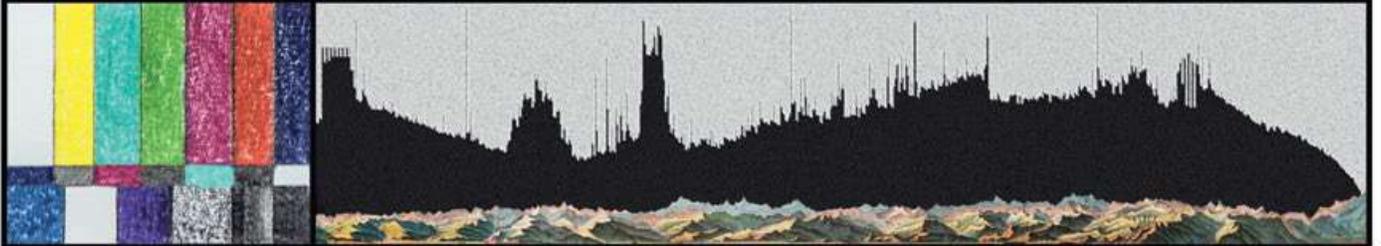
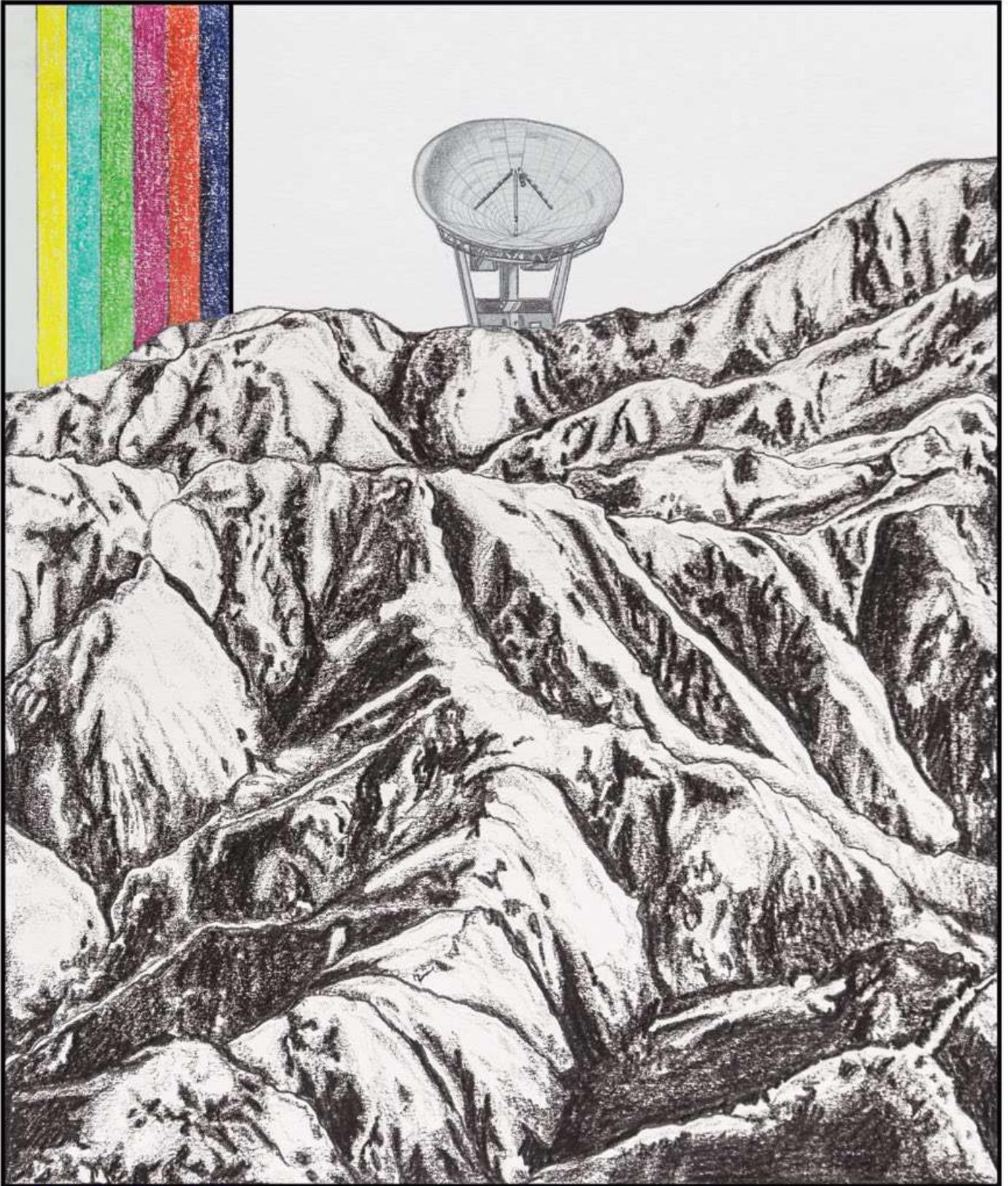
DD: Los medios públicos son del Estado y su gobernanza debería ser del Estado. Una de las debilidades que tenemos en general los medios públicos en Latinoamérica es que su gobernanza depende de los Gobiernos y de los cambios de administración que suceden. Hemos luchado para que el modelo

sea distinto, que tenga otros métodos de selección y que realmente responda a los criterios o lineamientos de calidad que sugiere la Unesco. Que tengan una verdadera independencia y autonomía de lo que sucede en el Gobierno. Ahí siempre hay tensiones que debemos intentar superar. Sobre todo para proteger una oferta de contenido que le sirva de referente, de identificación y de aprendizaje a la ciudadanía.

Dago, ¿qué es lo que hace público a lo público?

Dago García: Normalmente, en nuestro país, el talento que produce y hace la televisión tiende a centralizarse en Bogotá. Lo público tiene que ver con la posibilidad de que en las regiones, o en otro tipo de escenarios de producción, la misma gente que tiene que ver con las temáticas de las que estamos tratando sea quien las trabaje. Un ideal sería que la gente de la región no tenga que migrar hacia la ciudad para alcanzar una oportunidad profesional.

¿Por qué la televisión pública, siendo nacional, de vocación nacional, de educación estatal, sigue tan centralizada? ¿Por qué ha sido tan difícil lograr eso que señala Dago de poner cámaras en el Cauca



para que el Cauca tenga sus propios desarrollos y tecnología y no tener que mandar unidades móviles o aviones con personas a grabar? Existe una televisión que sigue siendo demasiado capitalina en ese sentido. ¿Qué pasa ahí?

DD: Creo que es resultado de una historia de grandes brechas sociales. Los procesos de formación y de preparación de estos profesionales

Colombia creamos unas categorías que se llamaban «Colombia desde adentro». Siempre está la duda o la pregunta por la calidad, donde uno tendría que comenzar a ser un poco más flexible. Si se espera que la calidad surja o se use o se logre en un primer envío, con una convocatoria focalizada, pues no se va a lograr. Tiene que haber procesos intermedios que acompañen y que estén orientados a cualificar o

alrededor de lo que se requiere en términos audiovisuales y fortalecer toda la cadena de valor.

¿Existe una política de fomento al cine nacional en la televisión pública? No sé si está documentado, pero pareciera que subsiste una regla, pues Señal Colombia lleva poniendo documentales y películas desde su nacimiento en 2004. Para usted, desde su lugar en la televisión privada, también como escritor de cine y como gran promotor del cine colombiano, ¿cuál es la situación de la televisión pública hasta ahora en su relación con el cine?

DG: Lo que no se ha logrado entender del todo es el nuevo panorama general de la industria. Pasamos en muy poco tiempo de tener solamente dos opciones de televisión a tener cualquier cantidad... Vivimos un periodo de caos donde todavía no se sabe muy bien dónde va a terminar esto. Poco a poco han empezado a decantarse cierto tipo de economías que yo creo que se podrían aplicar a las relaciones entre la televisión pública, la televisión privada y la televisión de *streaming*. Un ejemplo bueno podría ser el de la relación entre la televisión abierta y la de *streaming*. Hoy en día todo lo que hacemos nosotros, la televisión privada, va para las plataformas. Hacemos contenidos desde nuestra fuerza de producción para ellos.

Hay que aprovechar este momento de la industria porque la demanda de contenido es monstruosa. Y hay que empezar a buscar alternativas no solamente en los contenidos seriados, sino también en los contenidos del cine. Existen algunos ejemplos exitosos que se están haciendo en ese sentido. Hay ciertas series que se han producido en las regiones, por ejemplo, y que han ido a las plataformas. Antes solamente podían vivir o en la televisión regional o en la televisión abierta.



Santiago Rivas, artista visual y periodista cultural.

han estado realmente muy centralizados. La carencia de oportunidades en términos de formación en esos territorios ha derivado en una formación centralista. Hay que decir que para una niña wayúu que sueña con ser cineasta va a ser muy complicado cumplir ese sueño. Sin embargo, se han tomado medidas que han reducido un poco esa brecha. En su momento, en Señal

a mejorar esas propuestas a la luz de lo que esa misma propuesta necesita. Se han hecho grandes esfuerzos por generar mecanismos que estimulen procesos de creación en los distintos territorios. El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico también tiene relatos regionales. Parte de los desafíos que encaramos es dejar capacidades instaladas en los territorios

La nueva industria necesita contenido de todo tipo, desde contenido de cine hasta contenido propiamente de televisión.

Nosotros habíamos tenido dos modelos de televisión pública, con una partición muy clara hasta el Gobierno Duque: por un lado la televisión de estudiantes de Cine y Televisión, y por el otro, la televisión de periodistas. Hasta que

cosas sin que una se coma a la otra? ¿Existe equilibrio posible? Porque mi impresión y mi opinión es que en la televisión pública regional, hasta ahora, la vocación periodística siempre termina prevaleciendo porque es más barata, y corre el peligro de volverse noticiero de veinticuatro horas.

DG: La producción de contenidos dramatizados de formato pequeño

parecerse a la televisión abierta?, ¿deberían integrarse al sistema como otros productores de contenido para los grandes distribuidores? Porque estamos asistiendo a un cambio de paradigma en la industria, en el cual pasamos de una etapa en la que el contenido es el rey, pero está acompañado de una reina bastante demandante e impositiva: la distribución. Entonces, cuando las reglas de juego cambian y la distribución se convierte en la reina, ahí se abre un gran debate. ¿Tenemos que trabajar para esa devoradora de contenido que es la distribución, o debemos conservar ciertos espacios que no estén directamente relacionados con la vocación comercial de estos distribuidores? Así no lleguen a tener las audiencias que tiene la televisión abierta, los medios regionales sí deben sostener la formación y la promoción del talento en los territorios.

DD: La fórmula de fomentar la producción independiente es ganadora. Cuando se hacen convocatorias y cuando se fomenta en las casas productoras locales este nuevo talento, surgen formatos interesantes, surgen narrativas que rompen. ¿Por qué? Porque se encuentran otras fuentes, otras formas de crear. Y esa también es la vocación de la televisión pública: hacer experimentos que la privada no hace. Esa vocación de la televisión pública no debería perderse.

Estamos en un país donde tenemos un consumo altísimo de contenidos en *streaming*, pero todavía tenemos lugares sin conectividad y sin electricidad. Tenemos lugares tremendamente marginados a los que no podemos abandonar con la oferta de la televisión abierta. El Estado no puede cortar el cable.

Estamos hablando de una televisión pública que existió hasta 2020; esa televisión pública que hacía convocatorias más grandes, no convocatorias en las que los canales debían asociarse para



Diana Díaz Soto, directora de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos de MinCulturas.

nació el noticiero, más o menos en 2020-2021, Señal Colombia y RTVC habían privilegiado la televisión hecha por documentalistas, es decir, por estudiantes de Cine y Televisión. Ahora, con la llegada del noticiero, se parece un poco más a lo que había sido hasta ahora la televisión regional. Me gustaría que hablaran sobre esos dos modelos. ¿Es factible tener ambas

centrados en la región ha crecido también. Y creo que lo ha hecho más que los noticieros. Han hecho algo inteligente: se han asociado para la emisión. Hay ejemplos de éxito de audiencia. *Emma Reyes*, en el caso de Teleantioquia, que ya va por la tercera temporada. En la costa también se produjo *La niña Emilia*. Creo que la pregunta sería: ¿este tipo de televisiones deberían

hacer la emisión. Mucho de eso vino con la Ley MinTIC del 2019. Ahora tenemos una televisión pública un poco más mezclada, sobre todo si hablamos de RTVC y Señal Colombia. Esto viene a cuento con la creación del noticiero que apareció en marzo de 2021 y la posterior controversia, porque durante mucho tiempo se trató de evitar que eso pasara. El noticiero abrió las puertas a que los distintos gobiernos nos cuenten su propio relato en espacios donde solía estar la voz de la gente o la voz de las regiones. Ahora en las redes de RTVC no existe una presencia de nuevas producciones ni de series documentales, sino una presencia constante y un énfasis en comunicaciones que está ligado a RTVC Noticias, que es el testigo que le entregó el Gobierno Duque al Gobierno Petro. Aumentó la competencia, ya no por la producción de contenidos de calidad, sino por el contenido noticioso enfrentado a medios privados que pueden o no estar siendo injustos con el gobierno. Creo que esa es la gran polémica hoy en los medios públicos. Entonces, volvamos al comienzo, ¿cuál es para ustedes la vocación política de los medios públicos?

DD: Para mí, el trasfondo de los medios públicos debería ser un escenario que aporte a la formación desde una perspectiva crítica, con la posibilidad de tener las herramientas suficientes para formar su criterio propio. Pero eso no necesariamente siempre es así.

DG: Pero Diana... si ustedes no son ilusos, si ustedes no buscan la utopía... ¿entonces quién?

DD: Vamos por la utopía. Creo firmemente en esa premisa, y creo que es sobre lo que hay que trabajar. Por eso es tan importante que la gobernanza de los medios públicos no dependa de los gobiernos de turno. Lo pienso en términos de un cambio en la

vocación y en la gobernanza de Señal Colombia. Eso no sería tan problemático si fuera más transparente el hecho de cuál es la voz que se está enunciando en el noticiero o en el informativo, porque para mí es un informativo que da cuenta de unos testimonios o de una información desde puntos de vista distintos a los que dan los medios privados. Creo que, como esa es la vocación actual, la

extraña razón, Colombia es, creo, el único país en el mundo donde los noticieros son éxitos de audiencia. Y están puestos en horarios *prime time*. En ninguna otra parte del mundo se va a encontrar que, por ejemplo, en el caso de un canal como Caracol, el programa líder de audiencia sean los noticieros. Fíjense que en los canales regionales los noticieros también son los que ganan. Cuando usted mira las



Dago García, vicepresidente de Producción y Contenidos de Caracol Televisión, Colombia.

imagen de Señal Colombia se ha deconstruido hacia otro lugar. Es una Señal Colombia distinta a la que se venía haciendo hasta 2018 o 2019.

DG: Ahí hay un elemento que debe tenerse en cuenta y es el cultural. Un canal de televisión es un contenedor de muchas cosas: formatos, narrativas... Pero, por alguna

curvas, solamente en los noticieros se refleja un aumento significativo de audiencia en estos canales que incluso empiezan a coquetear con los canales privados. Algo ocurre ahí. Algo ocurre con el perfil de nuestro televidente. A los colombianos nos gusta ver noticieros para informarnos, para...

DD: ¿Pelear? [risas]

DG: También para eso. Lo cierto es que se trata de una realidad comprobada por la experiencia. En ninguna otra parte del mundo ocurre. Normalmente, en los demás países, los noticieros son una hamaca: dependen mucho de qué viene antes y de qué viene después y tratan de hamacarlos para que la gente los vea. Aquí el noticiero es el que empuja, en la televisión abierta, en la televisión regional y en la televisión pública.

DD: Muchos canales públicos en el mundo tienen noticieros...

DG: Hay otro asunto que también hay que incluir en el debate: después de setenta años de televisión, ahora la gente establece un tipo de relación crítica con sus noticieros. Nosotros, como televisión privada, nos la pasamos la mitad del tiempo haciendo análisis de audiencia, investigaciones, consultando lo que sucede, porque es nuestra vocación y tenemos claro que la gente ya no ve y dice: «Porque lo dice el noticiero es verdad». En ese sentido, la audiencia sabe hacer un uso de lo que ve, no es que se coman el cuento; al contrario, es bastante desconfiada con lo que ve.

Pero que la gente sea crítica no es excusa ni permiso para hacer noticieros sesgados o desinformados. No me parece que esa sea la razón para montar un aparato de propaganda. No me parece ni para un lado ni para el otro. Volvemos a lo básico: ¿qué es lo público?

DD: Tiene que ver con el rol y la responsabilidad de quien informa y de su propósito ante el televidente. Esto es cuestionable con respecto no solo a los noticieros, sino con cualquiera que construya contenidos y los ponga a disposición de sus seguidores en cualquiera de las redes sociales, por ejemplo. Ahí sí que se ha degradado buena parte de la situación, porque le estamos dando crédito a gente que no lo tiene. No digo que carezcan

de preparación como comunicadores o como periodistas, es que no tienen el sentido de la responsabilidad, de lo que significa afirmar algo o decir algo con respecto de alguien. ¿Cuál es el sentido o la responsabilidad detrás de decir las cosas y asumir los efectos de que eso se esté enunciando o diciendo en un momento dado?

DG: La fórmula emisor-receptor suponía que los primeros, con una coherencia lógica, con unas intenciones y unas necesidades concretas, construían un mensaje para una audiencia pasiva que los consumía y era manipulable, ya no funciona igual. Digamos que, al mismo nivel de la creación de los contenidos y de los noticieros, hay una cantidad de contradicciones, tensiones, debates y controversias que hacen más complejo el análisis o el tema de las noticias. Todo pasa, como dice Diana, por quién genera la información y por las relaciones que tiene ese personaje con la estructura de un noticiero, por ejemplo. Hoy en día nadie va a sentarse a una sala de redacción a decir: «Vamos a tirar línea por acá». Eso sería, en tiempos de redes sociales, un suicidio. No hay una ecuación que construya un mensaje intencionado; lo que hay es toda una red de contradicciones, de relaciones, de conflictos, de acuerdos, que es lo que termina generando el carácter de un noticiero.

Pero ¿sería un suicidio? Los tuitos más exitosos que tiene este país son congresistas de una línea política muy clara, se toman fotos entre ellos, se conocen, se sabe desde dónde hablan y para quién.

Un canal de televisión es un contenedor de muchas cosas: formatos, narrativas... Pero, por alguna extraña razón, Colombia es, creo, el único país en el mundo donde los noticieros son éxitos de audiencia. Y están puestos en horarios de *prime time*. En ninguna otra parte del mundo se va a encontrar que el programa líder de audiencia sean los noticieros. Dago García

DG: Al congresista, el grueso de la opinión pública o de la gente no le arroga la función de informar. Saben que es un congresista con una línea política. Cuando hablamos de noticiero, por lo menos en la teoría, la gente sí está esperando que lo que haga el noticiero sea informar de la manera más equilibrada posible. Entonces sí hay una diferencia entre lo que puede hacer un político y la expresión que pueda tener alguien que trabaje en un noticiero.

DD: Tiene que ver con los tiempos de inmensa polarización que vivimos, y del sentido de los medios en esa lucha y en esa puja política. El concepto básico del periodismo es la búsqueda de la verdad. Lo veo como una maraña, como una madeja en la que uno se enreda, porque está en la mitad. Están las complejidades en la manera en que se asume el estatus de verdad de lo que me quieren informar y cómo se asume la posibilidad de contrastar la información. Lo digo yo como ciudadana, como audiencia: en este momento la única alternativa que tenemos es dudar de todo, dudar de lo que damos por hecho, lo que damos por cierto.

Mi posición ha cambiado porque siento que el pensamiento crítico se está volviendo como el reciclaje. Es decir, se trata de solucionar un problema sistémico abocando a medidas individuales. Como se desinforma constantemente, y el gobierno también lo hace, entonces se dice: «Sé crítico tú: duda, piensa». Como sociedad, si vamos a tomar medidas individuales, al menos debemos exigir que el

sistema produzca menos basura, como con el reciclaje. Exijamos que se produzca menos plástico... Temo que el pensamiento crítico tampoco funcione.

DD: Sí funciona, pero no funciona solo. Es importante que, por ejemplo, se trabaje para que los medios y quienes informan tengan más criterios y formas de autorregulación. Recuperar la esencia, el sentido de la información y del periodismo. Cuando hablo de autorregulación no solamente hablo del medio dentro de sí mismo, sino entre los medios. Eso sucede en muchas partes del mundo, sobre todo en las más democráticas. Porque si alguien actúa mal, y eso se impone, estás fregando al que actúa bien. Y el que actúa mal sigue buscando maneras de salirse del rebaño. Eso lo he aprendido ahora que estoy en el lugar del regulador. No nos obliguen a hacer más normas, a hacer más decretos, cuando ustedes tampoco están dando la discusión o la lucha por cuál es la ética detrás de esto. Esas cosas deberían estar sucediendo como sociedad. Hay que buscar esos sistemas de autorregulación para que la regulación tenga el lugar que debe tener. Y es que las cosas tengan un orden, una lógica, pero también una responsabilidad por parte de todos los actores.

Para terminar, me gustaría volver a algo fundamental que dijo Dago: «Los noticieros son los programas que tienen más rating en Colombia». Por lo tanto, la vocación política o la vocación periodística e informativa de un canal es también su relevancia en términos

de audiencia; es decir, su posicionamiento. Y otra cosa que afirmó Diana es: «La gobernanza transforma los canales». Ya vimos que de un gobierno a otro, con profundas diferencias ideológicas, no se hizo un cambio en el diseño de la gobernanza de la televisión pública. Es decir, no creo que exista una voluntad política a futuro en muchos, muchos gobiernos, ni creo que vaya a ser un punto prioritario cambiar la gobernanza; esto tiende a seguir así y al mismo tiempo me alegra... Sí, me alegra saber que somos optimistas con respecto a eso, porque quiere decir que en algún punto encontrará su medida. El equilibrio cambia todos los días, no es estático, ni tendría por qué serlo. Me gustaría saber cómo es esa versión, cómo es ese sistema de medios públicos que ustedes piensan que va a surgir en este momento de aparente transición. ¿Qué va a pasar? ¿Vamos a equilibrar el lugar que se les da a los contenidos de ficción, series, documentales, producciones infantiles? ¿Vamos a tener un sistema donde haya un complemento entre la televisión privada, sus producciones, y la televisión pública?

¿La televisión pública se podrá posicionar dentro de plataformas? ¿Cómo ven ustedes, o hacia dónde creen que debería ir la televisión pública, el sistema de medios públicos?

DD: Hace poco tuve una reunión con gerentes y representantes de los canales regionales, y creo que cada canal coge su camino de acuerdo con su vocación y con los intereses de las nuevas

administraciones. Quiero ver como una virtud que, si bien es complejo el ecosistema de medios públicos, hay pluralismo. Canales que tengan tanto vocación de informativo como de actualidad. Creo que ese conjunto se sigue enriqueciendo y sigue dando cuenta de una democracia que tendríamos que defender. Ya el proyecto del canal por sí mismo, independiente de lo que pase con el resto de los medios públicos, de pronto se nos sale del análisis; pero tendríamos que verlo como un conjunto y en ese sentido, ese camino continúa. Cada vez más gente está desconectándose de los operadores de cable, pero ahí están los canales públicos por obligación. Hay una suerte de complemento y eso sí tendría que mantenerse porque los medios públicos y la televisión pública tienen la responsabilidad de construir relatos que fijen la memoria de lo que está pasando en este momento. Los canales privados también. Hay transformaciones sociales y culturales que alguien tiene que contar. Y eso les corresponde a los medios públicos. Trabajar sobre un proyecto colectivo alrededor de eso: ¿qué deberíamos estar contando en este momento para que no se pierda del catálogo de memoria audiovisual del país?

DG: Digamos que la televisión colombiana es quizás la única televisión en Latinoamérica que no surge como televisión privada, sino sirve como televisión de Estado y, por lo tanto, eso ya marca un espíritu. Lo primero que se vio en televisión aquí fueron obras de teatro, el repertorio clásico; las telenovelas llegaron más tarde. Además, el sistema mixto durante mucho tiempo promovió la competencia. Nosotros nunca tuvimos un monopolio del talante de Televisa, Venevisión, Telecafé o Globo; tuvimos, sí, pequeñas empresas que se vieron obligadas a competir y descubrimos muy temprano que una de las estrategias de competencia era la sincronía con su tiempo.

Es importante que se trabaje para que los medios y los que informan tengan más criterios y formas de autorregulación. Recuperar la esencia, el sentido de la información y del periodismo. Cuando hablo de autorregulación no solamente hablo del medio dentro de sí mismo, sino entre los medios. Porque si alguien actúa mal, y eso se impone, estás fregando al que actúa bien. Y el que actúa mal sigue buscando maneras de salirse del rebaño. Diana Díaz Soto

Señal de eso ha sido la época de las telenovelas regionales, la época de las narconovelas que se acercaron a una realidad inmediata. Eso tiene que ver un poco con esa necesidad de sincronía. Ese es el camino: se trata de buscar estrategias de supervivencia económica y creo que los canales públicos, si quieren sobrevivir sin ser absolutamente dependientes del Estado, tienen que plantearse lo que los canales privados nos estamos planteando en este momento: combinar nuestra vocación de *broadcaster* con la de productores. Que no solamente se produzca para alimentar las pantallas, sino que se produzca para llevar esos contenidos a la mayor cantidad de gente posible, a la televisión abierta, a la creación de *streaming*, a cualquier cantidad de posibilidades que tiene hoy en día el panorama audiovisual. Claro, sin abandonar los objetivos de hacer registro de lo que está sucediendo hoy y aquí en la región.

DD: Me quedo con lo que dice Dago: en los medios públicos no se trata tanto del canal como del contenido y dónde se ubica. Hay un lugar por construir para esos medios públicos en todas las plataformas, en las redes sociales, en las distintas formas de distribución que hay ahora. Y ahí hay que tener una apuesta estratégica como medios públicos. ¿Cuál es nuestro

lugar y cómo lo hacemos respetar? Sí creo que esa pregunta se tiene que hacer más allá de la programación, digamos que monolítica, que tiene la televisión abierta, por decirlo de alguna manera.

Nuestro propósito es desarrollar un indicador que dé cuenta del alcance social de los medios públicos y no tengamos que estar midiéndolos en *rating*, como se hace con los privados. Eso es absolutamente perverso y no da cuenta del alcance del asunto.

DG: Desde la medición también se proyecta un estilo de televisión. Tal vez por eso en determinado momento empezó la televisión pública regional a parecerse a la televisión privada, porque se miden desde los mismos criterios. Y no debería ser así porque tienen vocaciones diferentes. Lo mismo sucede con el cine: uno no puede evaluar el cine de arte y ensayo, o experimental o como se quiera, igual a como evalúa el cine comercial. Son dos formas distintas pero necesarias, interdependientes, que se necesitan. El cine comercial siempre ha capitalizado y usufructuado los descubrimientos que hace el cine de autor. El *jump-cut* que se inventó Godard, por ejemplo, hoy en día no hay película de *Rambo* ni de acción que no lo use. De vuelta a lo nuestro, no son formas excluyentes de televisión. Son

complementarias y cada una tiene que financiarse y medirse desde su naturaleza. Me parece clave encontrar la forma de medir los objetivos que tiene esa televisión.

DD: También queremos hacerlo con el cine.

Pero en este momento parece ser X, ¿no? La medida de la televisión o de las comunicaciones parece estar en las redes sociales. Parte en TikTok, parte en Instagram, parte en X. En la discusión pública se mide cómo se perciben los medios.

DG: Cuando estudié Comunicación Social, en la universidad había un énfasis en educación no formal. Analizábamos las experiencias de la televisión pública de Radio Sutatenza, donde se ponía la atención en los procesos de alfabetización. Ese era el objetivo: medir el alcance del proceso de alfabetizar, cuantificado en términos de cómo ese modelo llegaba a las casas a las que llegó. No cuánta gente *nos* vio, sino cuánta gente fue alfabetizada en el proceso.

Pero no hay esa medición, así que se echa mano de lo único que hay, que es además un sistema complejo, especializado y pragmático, que refleja al país como si fuera un gran mercado.

p. 25 *Nieve a mil hertzios*, 2024. Dibujo para GACETA en grafito y lápices de colores intervenido digitalmente, de Julia Bejarano López (28 x 21,5 cm): «Fue difícil llevar la televisión a todo el país dado que se requería de un sistema de antenas que transmitiera la señal a través de una compleja y accidentada topografía. Estas estructuras gigantescas, complicadas e interesantes, fueron instaladas con mucho esfuerzo en los picos de las montañas más altas para que la señal no tuviera obstáculos en su camino».

Nota: Este encuentro fue coproducido por Cerosetenta, el portal del Centro de Estudios en Periodismo (Ceper) de la Universidad de Los Andes, y GACETA. La conversación fue grabada en el Centro del Japón de la Universidad de los Andes en mayo de 2024.



Contra los estereotipos

Poblaciones, culturas e ideologías omitidas del relato de la televisión comercial encontraron un espacio en la televisión pública. Los canales regionales han confrontado a las audiencias con sus prejuicios y, en algunos casos, han sido la contracara del *mainstream*.

Hace unos años, un periodista a quien admiro profundamente me pidió que hablara en el colegio de Bogotá, donde estudiaba su hija, acerca de la presencia afrodescendiente en nuestro país y, específicamente, en la región del Pacífico. Lo hice de manera intuitiva y recogiendo experiencias de mi trabajo en la televisión pública. De repente, una niña me preguntó por qué cuando me refería a las comunidades afrodescendientes no me incluía. Ella notó que hablaba en tercera persona, como si no me identificara como un hombre negro. No me había dado cuenta. Pensé en eso durante unos días y después lo olvidé.

En la década de 1980, cuando estaba en el colegio, las referencias sobre la comunidad afrodescendiente que se leían en mi cartilla de ciencias sociales describían a una comunidad esclavizada en América y resaltaban cómo se había integrado por el folclor y los deportes.

A mediados de la década del ochenta, cuando nacieron los canales de televisión pública regional, (Teleantioquia en 1985 y Telepacífico en 1988), nuestro país aún no salía de su asombro por el Nobel de Gabriel García Márquez, el narcotráfico estaba en su plenitud, Carlos Vives aún no se interesaba en el vallenato clásico, el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez no existía y la Constitución política de Colombia apenas sería modificada en 1991, por lo que su visión sobre las comunidades afro e indígenas estaba aún en proceso de construcción.

Era una década en la que se consideraban nuestros rasgos culturales «diversos» y nuestra identidad con la estética tradicional era influenciada por la cultura europea. Esta forma de ver el mundo sugería que estos valores definían la cultura y las expresiones populares difícilmente eran consideradas artísticas.

La televisión nacional, durante la década de 1980 y antes de la creación de los canales regionales públicos, tenía un modelo en el que, si bien el Estado controlaba los espacios de emisión y

su comercialización, también eran las productoras privadas las que diseñaban y se hacían cargo de la producción de esos contenidos. Eran comunes las adaptaciones literarias o las versiones de teatro clásico, la música académica, la crítica del arte, mientras que los enfoques con rasgos populares se concentraban en los programas musicales, los concursos, las comedias y los dramas costumbristas de autores nacionales reconocidos y, en algunos casos, como una puesta en escena de libretos originales como *Don Chinche*. Durante esa década se produjo con talento nacional el fantástico *Cuento del domingo*, una serie de ficción de capítulos unitarios que adaptó obras literarias de autores latinoamericanos. Si a esto le sumamos los espacios noticiosos y el deporte, y los reinados de belleza como eventos internacionales, tenemos la ecuación de la televisión nacional: debía ser autosostenible.

En ese modelo, la obra de autores colombianos como Manuel Zapata Olivella, Arnoldo Palacios o Helcías Martán Góngora, entre otros, no captaron el interés de la televisión abierta. A estos autores, casualmente escritores negros, que habían obtenido reconocimiento en circuitos artísticos y académicos internacionales, no les alcanzó para conectar con quienes definían los contenidos. No existía internet ni las plataformas OTT ni la TV paga.

Pero seguramente no fue por ser negros que Olivella, Palacios o Martán Góngora no obtuvieron la atención que merecían de televisión, porque negros hubo en los sets de algunas producciones importantes de la década de los ochenta o, antes, en papeles menores como los del servicio doméstico o pintorescos, a la manera de Sancho Panza, que acompaña al protagonista y representa una cultura menor. Leonor González Mina fue una de ellas. «La Negra Grande» había acompañado a Gabriel García Márquez aquel diciembre de 1982 en la histórica fiesta de Estocolmo tras recibir el Nobel de Literatura. Ese día, el autor colombiano, con el acto de acompañarse de una muestra del folclor colombiano, manifestó un reconocimiento a lo popular, en el que se basa lo mejor de su obra. Pero en la televisión nacional Leonor González no tenía un rol relevante porque sencillamente el melodrama de esa época no se ocupaba de historias de negros.

La pezuña del diablo, el drama televisivo de 1983 basado en la Inquisición y, por tanto, con el telón de fondo de la esclavización, tuvo como personaje principal a un esclavo llamado Diego León, protagonizado por un actor mestizo que debió pintar su cuerpo para parecer negro, tal y como sucedía en los inicios de la industria cinematográfica en Estados Unidos.

Seguramente es ingenuo o utópico otorgarle a la televisión o a cualquier otro medio de comunicación la responsabilidad de que ajuste las grietas de la identidad cultural de un país tan diverso como Colombia, pero sería una necedad negar la influencia que ejercen en ella los medios, públicos o privados, que tienen una

responsabilidad social semejante a la del sistema de educación o el sistema de salud.

Se trata de la identidad. Fortalecerla, interpretar con otra perspectiva momentos definitivos de nuestra historia, resaltar sus íconos y sus referentes construye esa identidad y nos confronta, sin idealizarlas, con nuestras tragedias. La cultura popular nos hace humanos porque somos seres sociales en el contacto con la academia y con el aprendizaje por repetición, por el bagaje de los entornos naturales y primarios.

Pero volvamos a la televisión. Teníamos un modelo que debía ser autosostenible, es decir, que debía proponer un contenido comercialmente viable y, tal vez, en ese momento, no cabían los asuntos de identidades regionales, étnicas o sexuales. El país comercial era el país andino y centralizado.

CORTEA

Se ven personas negras que caminan en grupos pequeños con un ritmo que parece que hubieran preparado con anterioridad. Son grupos de tres o cuatro personas que al parecer no son integrantes de una familia, sino amigos de la vida o, sencillamente, amigos de ese espacio común.

Estas personas vienen vestidas de manera diversa, pero las mujeres evidencian predilección por colores fuertes en faldas largas y blusas amplias. Esos colores forman figuras grandes que no se entienden claramente desde lejos. Algunas llevan turbantes de colores y otras, blancos; quienes no llevan turbante han recogido su cabello con trenzas que forman un moño grande en el pico de la cabeza. Hay quienes han dejado su cabello suelto y se mueve con una pequeña brisa de tarde, porque el sol se va y la noche avisa.

Los hombres se saludan entre sí y llevan en sus manos pañuelos blancos y, otros, unas pequeñas botellas con una bebida de varios colores. Sus camisas son de telas que favorecen el calor de la tarde-noche. Hay personas de todas las edades y hasta algunos niños.

Se ven mestizos y blancos, algunos extranjeros, que hacen parte de un público inmenso. Cuando abre el plano se ve que estamos en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez de Cali.

El Festival Petronio Álvarez aparece en el escenario cultural del país en Telepacífico. Crecieron juntos. Este festival le dio poder a un movimiento, a un espacio sociocultural, que tenía sede en la cotidianidad de los territorios del Pacífico colombiano y del litoral norte de Ecuador. Y no serían ni el uno ni el otro sin esa comunión. Quienes habitan la geografía negra de hoy lo saben.

La televisión regional se convirtió en una herramienta poderosa para hacer trascender la voz de aquellos grupos en nuestros territorios que viven hacia adentro o para quienes, nacidos y crecidos en centros urbanos, vivíamos en la ciudad sin un lazo de identificación vital con la matriz cultural.

CORTEB

En un cálido, apacible y próspero caserío de negros nace una niña que llega al mundo con un impresionante grito: Leonor González Mina. Leonor asiste desde niña al culto evangélico junto a su madre, Mariela. La niña asiste motivada sobre todo por el canto de las alabanzas. Por el contrario, se aburre infinitamente cuando va a la misa católica con su padre, Arcesio, pues la misa católica carece de cantos y de emoción. La niña Leonor tiene una infancia muy feliz, vivida entre los juegos con sus amiguitos, las clases en la escuela y las pequeñas labores en la finca familiar.

En 2018, Telepacífico estrenó una miniserie de ficción basada en los primeros años de la vida de La Negra Grande de Colombia. Tuvo un *casting* conformado mayormente por actores negros y la construcción de los personajes y su universo fueron dignos. Tenía el propósito de presentar respeto por la figura de la artista y hoy esta serie está en una plataforma internacional de contenido por demanda. Como una especie de paradoja, hacia el final de su ciclo vital, la historia de la artista era narrada de una manera justa y humana.

Cabría recordar que la comedia ha sido un género exitoso en la televisión colombiana, que incluso el melodrama se ha matizado con personajes que le ponen el color humorístico al relato y, en general, han sido personajes afro y personajes de la comunidad LGBTQ+ los encargados. Por mucho tiempo y como reflejo de una sociedad que aprendió a relacionarse jocosamente con el estereotipo racializado y discriminatorio, el truco narrativo funcionó y, de paso, dejó cicatrices en la construcción de identidad.

Pero si no hubo una presencia dignificante de la cultura negra en el relato televisivo por mucho tiempo, mucho menos del universo LGBTQ+.

La televisión apenas refleja la verdad social y es ahí en donde hay que buscar. El documental se ocupó de estos temas tabú y no tanto la ficción televisiva.

CORTE C

Christian se acerca a Verónica intentando besarla, lo evita.

VERÓNICA

Y yo quiero que estemos vos y yo... Dos, no tres.

CHRISTIAN

Pero vos sabés que yo no soy gay.

VERÓNICA

¿Y a vos qué te hace pensar que yo soy gay?

Dubitativo, Christian busca una respuesta.

CHRISTIAN

Pues sos un hombre... ¿No?

VERÓNICA [intentando no alterarse]

¿Es en serio? ¿Vos ves en mí a un hombre?

En 2018 aparece *Labels* en Telepacífico, una miniserie de ficción enfocada en el universo LGBTQ+. El *casting* de la serie incluyó la presencia de actores de la comunidad y se constituye en el primer relato de este tipo en la televisión colombiana. Lo hizo la televisión pública y, por supuesto, hubo reclamos de la audiencia que, sintiéndose ofendida, consideró que no era apropiado que un canal público se ocupara de estos temas, que aún no era el momento.

La televisión pública regional es una victoria cultural porque ayudó a representar la realidad de manera más justa tomando riesgos. El modelo de una televisión subsidiada con recursos públicos y con la garantía de que los gobiernos no se entrometieran en sus temáticas es la promesa de un aporte real a la democracia.

El crecimiento de las plataformas de contenido está dirigiéndose a las regiones culturales y la inclusión es un negocio. Por convicción o no, poblaciones, culturas o ideologías tienen actualmente una voz más fuerte. Aquí tuvo que ver la televisión pública regional.

p. 32 La serie de televisión *Labels* (2018) fue la primera producción para un canal regional público que trató el tema LGBTQ+. Se emitió en Telepacífico y ganó un premio India Catalina en 2019. En el podcast *Conectados*, Edwin Restrepo, guionista y director de la serie, asegura que «hay una ausencia muy grande de contenidos audiovisuales LGBTQ+; cuando aparecen suelen ser distorsionados o caricaturizados [...] En la serie, son simplemente cuatro personas que son transversales a cualquier ser humano». Cortesía de Telepacífico.

Exportar lo nuestro

El auge y la caída del costumbrismo en la televisión colombiana a finales de los noventa hizo que el país buscara nuevos mercados internacionales a través de las narconovelas. ¿Cómo fue que llegamos a representarnos como criminales?

Recién desempacada de la universidad hice parte del equipo creativo de Cenpro Televisión para desarrollar, bajo la guía de Juana Uribe, la serie juvenil *De pies a cabeza*. Sin saberlo, sería la mejor escuela para aprender el oficio de escribir dramatizados. La primera recomendación para elegir el contenido era buscar temas con los que el público se sintiera identificado. Poco a poco entendimos que era tan simple como representarnos a nosotras mismas.

Sí, éramos jóvenes, nos gustaba el fútbol, estábamos enamoradas... y, sobre todo, éramos colombianas. Se trataba de hablar de nuestra cotidianidad, de nuestros hábitos y costumbres, pero además de contarlo a nuestra manera.

Es imposible asegurar el éxito entre tantas variables que afectan un producto televisivo, pero nuestra idiosincrasia plasmada en una historia de televisión es un elemento común de productos exitosos como *Gallito Ramírez*, *La Casa de las dos Palmas*, *María*, *Dejémonos de vainas*, *Don Chinche*, *Café con aroma de mujer*, *Pedro el escamoso* y *Yo soy Betty, la fea*, entre muchos otros.

Una historia de amor puede ser similar en cualquier parte del mundo, pero la cultura y los hechos históricos que la enmarcan, la época en que se desarrolla y, especialmente, el carácter de los personajes, todo esto definido por su lugar de origen, marcan la diferencia entre lo que es ajeno y lo que nos pertenece. Telenovelas y comedias han tenido la capacidad de despertar en el país un nacionalismo semejante al que sentimos por la música colombiana o la selección de fútbol.

Los años gloriosos

En los años noventa nuestros dramatizados encantaron al mundo por su originalidad y frescura de tratamiento, por sus personajes únicos y la singularidad de sus conflictos, contruidos de tal manera que podíamos

acercarnos a la intimidad del televidente de cualquier país, convirtiéndolos así en productos universales.

Los dramatizados colombianos se volvieron entonces un rubro de exportación y nos convencimos de que éramos la nueva Brasil televisiva, que habíamos llegado para desbancar en el comercio internacional a Venezuela y a México.

Con los canales privados se afianzó la industria de la televisión colombiana. Sus ejecutivos creyeron que lo importante era tener muchas producciones. Fueron codiciosos, teníamos que producir bastante, muy rápido, más rápido que cualquier otro país, pues creíamos tener un mercado internacional esperando ansioso nuestras historias. Se creyó que el sello «Hecho en Colombia» sería mágico. Y sí, dio frutos y ganamos durante los primeros asaltos. Pero no duró mucho: con los años fueron bajando las ventas y los canales internacionales comenzaron a cuestionar nuestros productos. ¿Por qué?

Con la excesiva demanda se sacrificó la calidad y el rigor. Las primeras perjudicadas fuimos las creadoras. Con la premura ya no había tiempo para investigar a profundidad, para desarrollar un personaje con todas las capas que lo hacen único y, mucho menos, para intentar escribir con originalidad. Algunos colegas incluso llegaron a usar el mismo perfil de un personaje de una novela a otra con un nombre diferente. Los directores, obligados a subir el promedio de escenas grabadas al día, se limitaron a poner dos tiros de cámara y tuvieron que renunciar al buen hábito de estudiar los libretos. Asimismo, los directores de arte reciclaron una y otra vez las escenografías y el vestuario. Todo se empezó a ver igual.

Enceguecidos por las cifras que mostraban mayores ganancias en menos tiempo, los canales y sus ejecutivos se enfocaron en el aquí y el ahora, sin darse cuenta de que a largo plazo matarían a la gallina de los huevos de oro. La respuesta que llevó al declive fue la reducción obvia de su contraparte en el extranjero, argumentando que nuestros productos eran demasiado regionalistas, así que debíamos intentar globalizarnos para que nuestras historias pudieran ser entendidas en cualquier lugar. Neutralizamos el acento, moderamos los conflictos, limitamos el papel de la mujer. Todo eso trajo consigo la pérdida de nuestra identidad.

Pocas obras se salvaron de perder su carácter. Fenómenos como *Yo soy Betty, la fea* se mantuvieron

fieles a sus creadores. *Betty* ganó el récord de la novela más vendida en el mundo. Pero se nos olvidó que no se hizo para gustar afuera: se hizo para gustar aquí. Más aún, para que le gustara a Fernando Gaitán, que la imaginó tal y como se vendió en todos los países, con la idea de narrar un conflicto típicamente colombiano.

Y llegaron las narconovelas...

Por un golpe de suerte o en una apuesta desesperada, alguna productora decidió lanzarse por las narconovelas. Si lo que gustaba era lo nuestro y nosotros éramos reconocidos en el mundo por la droga, ¿por qué no hacer una historia de amor en ese contexto? Con *El cartel de los sapos* fuimos reconocidos nuevamente en la pantalla. Nos vendimos al mundo narrando el narcotráfico.

Aunque nos avergüence ser reconocidos por la violencia, la ramplonería, la cosificación de la mujer y todos los valores que rodean a ese mundo delincuencia, así nos representamos. ¿Es la televisión un reflejo de nuestra realidad o queremos emular lo que vemos en la televisión?

Lo cierto es que volvimos a ser reconocidos en el mundo por nuestras historias, solo que el enfoque cambió y nuestra cotidianidad fue presentada como la de un narco. Algunas de estas novelas son documentos históricos que necesitábamos contar para confrontarnos con nuestra idea de nación. Una manera de entender qué tan bajo habíamos llegado.

Empezamos a repetir «conocer nuestra historia para no repetirla» como una disculpa para ganar dinero con representaciones criminales de nuestro país.

A partir de ese momento, a los autores nos ha costado mucho trabajo convencer a los productores de que ser colombiano es mucho más que ser un narco ordinario y vulgar. Hoy, cuando por algún accidente logra salir al aire una serie costumbrista, donde los autores conocen a fondo el universo sobre el que escriben y pueden crear personajes reales con base en la diversidad colombiana —*Leandro, Rigo, Arelys Henao, La reina del flow*—, que no niega la violencia o el narcotráfico como su telón de fondo, pero se enfoca en nuestro talento, en las características positivas de los colombianos, con sus entornos reales, sus dichos, sus acentos, con actores nacidos en las regiones, descubrimos que esto puede garantizar el éxito. Es asombroso que los directores de contenidos de los canales no entiendan aún alguna parte de la ecuación.

p. 38 *Chroma*. Instalación de **Juan David Laserna** (del proyecto «Set», en el marco del IX Premio Luis Caballero, Idartes, 2017) que evoca el tejado donde fue dado de baja Pablo Escobar Gaviria en Medellín en 1993. Adaptado como un set de grabación, la pintura verde que cubre las tejas es usada en procesos de posproducción en fotografía, cine y televisión. La técnica del «croma» consiste en eliminar digitalmente el verde de una imagen o vídeo y reemplazar la zona que ocupa con otro contenido visual. Para que el efecto de eliminación de contexto funcione, la ropa del actor o lo que esté delante del fondo, no debe ser de ese color. Cortesía del artista. Registro de Julián Téllez.

p. 41 Aunque el 30 de enero de 2024 Netflix borró de su cuenta en X la campaña de promoción de la serie *Griselda* (impuesta digitalmente en una calle de París), el clip ha seguido reproduciéndose sin descanso. Aquí, un camión (real) en Navares de la Cueva, Castilla y León, España, enviado a la zona después de una nevada con el anuncio: «Nadie mueve la nieve como *Griselda*».





En tiempos del streaming

La historia de una de las revoluciones tecnológicas que transformaron al televidente contada a través de seis relatos, desde su llegada a Colombia al presente y de cómo ha jalonado nuestra industria audiovisual.

El amante

Cuando el *streaming* llegó a Colombia hacía tiempo que Alejandro Pérez Echeverry (Bogotá, 1979) era amante de las series de televisión. *Oz*, la primera que le «voló la cabeza», llegó a su casa a finales de los noventa a través de la parabólica. *Seinfeld* la vio graneada y, si mal no recuerda, por medio de Sony Entertainment Television; *The Wire*, pagando quizá el paquete extra de HBO. A *Curb Your Enthusiasm* se la encontró por accidente; pensó: «Mierda, esto es para mí», y terminó pirateando unas temporadas para poder disfrutarla en su sofá.

Eran tiempos de *zapping*, pero dentro de una oferta muy limitada: largas esperas para recibir, cada semana, un nuevo episodio; el «me gustó tanto que no pude parar hasta ver la serie completa» no le cabía a nadie en la cabeza; existían penalizaciones en Blockbuster por no haber devuelto la película en la fecha acordada. En ese universo discontinuo, Pérez Echeverry, hoy un avezado periodista cultural, encontró un puerto seguro: HBO, su «refugio en muchos niveles», su profesor de inglés, el canal que le permitió ser testigo de la era dorada de las series de televisión estadounidenses, con *The Wire* y *The Sopranos* en el curubito.

Pero llegó Netflix, que comenzó como un servicio de alquiler de DVD por correo, y volteó el tablero. La compañía cambió el tiempo, entregándolo entero al consumidor. Cambió la manera de emitir, de elegir y de vender. Reconfiguró nuestros hábitos. «Fue el comienzo de otra era», resume Pérez Echeverry, quien puede ver hasta veinte horas semanales de series, algo que exige, «un enfoque, una misión».

El «antagonista»

Luego de catorce años de haber sido fundado en California, Netflix desembarcó en Colombia (septiembre de 2011) con un catálogo de ciento treinta mil películas y series de televisión: treinta y nueve mil de



ellas en español o con subtítulos, como lo reportó la revista *Portafolio*.

Vino un sismo no solo para los usuarios, sino para quienes tenían la televisión abierta como negocio.

Dago García, vicepresidente de Producción y Contenidos de Caracol Televisión, recuerda esa coyuntura: «La sensación inicial era que teníamos que reforzarnos», recuerda. Tomaron tres decisiones: hacer mayores inversiones en la producción, insistir en el melodrama y acortar la duración de las telenovelas: «El planteo inicial eran ciento veinte capítulos y nos bajamos a sesenta; la idea era que, con el mismo material argumental, sucediera más en cada capítulo [...] Si uno miraba con cierta lógica cartesiana, este nuevo tipo de televisión probablemente sí iba a terminar absorbiendo o afectando muy duro a la televisión abierta, pero la misma dinámica trajo sorpresas», reflexiona García.

Instauró lo que él llama una «economía solidaria» entre las distintas formas de televisión. Hoy Caracol produce para su propia pantalla contenidos que, al final, terminan en las plataformas; además, les desarrolla contenido original como productora, con dos matices: produce por encargo y coproduce. «Nuestra esencia sigue siendo la economía de la pauta, pero lo que hubiéramos podido perder en anuncio por esta irrupción de una nueva televisión lo hemos recuperado e incluso hemos aumentado nuestro retorno produciendo para canales de cable y plataformas», agrega.

En este camino han descubierto que los contenidos de televisión no son fugaces, que tienen más de una vida. «Pensábamos que se emitían y quizá, a lo sumo, que se vendían internacionalmente. Hoy hacemos un contenido, lo repetimos –algo a lo que la pandemia nos obligó– y la gente lo vuelve a ver. Luego, se sube a las plataformas y la gente lo ve de nuevo. Es que las formas de consumo de uno u otro tipo de televisión no son excluyentes, sino complementarias».

Al comienzo, la televisión abierta y las plataformas podían verse como antagonistas. «Son relaciones que nadie había previsto y no sabemos dónde van a

terminar. Este tipo de tecnología avanza tan rápido que deja rezagada a la legislación, a los modelos de producción, a la reflexión de los contenidos. Es quizá, en la historia de las revoluciones tecnológicas, la más veloz, la más frenética», concluye García.

La facilitadora

El desembarco de Netflix y de las otras plataformas ha significado producir obras originales en Colombia. La directora de Proimágenes, Claudia Triana, aún recuerda el jaleo que tuvo lugar en el Gobierno de Juan Manuel Santos cuando Netflix quiso grabar en el país una serie llamada *Narcos* y acogerse a los incentivos que ofrecía el Fondo Filmico Colombia.

«A la canciller María Ángela Holguín le pareció terrible que el país apoyara con recursos del Presupuesto General de la Nación una serie internacional cuyo tema central era el narcotráfico», rememora Triana.

Las productoras Gaumont y Dynamo presentaron a la Comisión Filmica –que promueve a Colombia como escenario de obras audiovisuales– el piloto de *Narcos* soportado con los números de su inversión. De ahí, la Comisión se reunió con el Comité de Promoción Filmica, pero se encontró con un muro. Los ministerios de Comercio y Cultura, que tienen asiento en ese comité, se opusieron al proyecto porque estigmatizaba al país y opacaba su lucha contra el narcotráfico. Una vez salieron, se encontraron con otra opositora: la canciller.

«Me hicieron darle un *no* a Gaumont», agrega Triana. Pero al día siguiente hubo una reunión de ministros con Santos a la cabeza. Al enterarse del proyecto, el presidente no dejó espacio para un «no». Pidió, cuando todo estuviera listo, tener una reunión con Ted Sarandos, hoy codirector ejecutivo de Netflix, a la que Triana asistió en Casa de Nariño: «Le dijo: “Usted me tiene que prometer que esto va a continuar, que van a hacer *Narcos*, pero después otras producciones con otros contenidos”. Y así ha sido. Santos fue un visionario. Netflix habría hecho *Narcos* en otro lado y nos habríamos quedado sin la posibilidad, sin la plata, sin el entrenamiento de la gente y sin que Hollywood nos viera como un destino donde se puede trabajar».

Según cifras de Proimágenes, los episodios uno y dos de la primera temporada de *Narcos* (los únicos que recibieron incentivos del Estado colombiano), dejaron un gasto en la economía del país por 13.583 millones de pesos.

Las streamers

Después de Netflix llegaron las otras plataformas, varias de ellas con apuestas para desarrollar contenidos locales que les permitieran conectar con el consumidor colombiano. Esa novedad obligó al país a transformar su legislación. En el Plan Nacional de Desarrollo de 2019 se creó un incentivo adaptado a los nuevos tiempos: los Certificados de Inversión

En un informe de la Comisión Nacional de Regulación se concluye que los servicios *Over the Top* (OTT), como las plataformas de *streaming*, no sustituyen a los de la televisión, sino que los complementan. Los datos son parciales no solo porque se basan en una encuesta estructurada a 2.559 hogares, sino porque las OTT no están obligadas a reportar usuarios ni ingresos en Colombia. Según el informe, las plataformas que más consumen los colombianos son Netflix, con el 24 %, y YouTube, con el 17 %.

Audiovisual (Cina), que permitieron no solo apoyar producciones cinematográficas, sino series de televisión, videoclips, videojuegos y obras publicitarias con un descuento tributario del 35 % en gastos de servicios audiovisuales y logísticos contratados en Colombia.

Desde entonces, Netflix, Amazon Prime, Claro Video, Apple TV, Discovery +, Disney +, Paramount +, Roku Channel, Starz, Star + y VIX, entre otras, han postulado proyectos. Ya se han beneficiado 112 producciones y posproducciones, que le han traído al país una inversión de unos 2,4 billones de pesos. De esos 112, hay 56 proyectos finalizados, que han dejado una contratación de 71.577 personas, 255.527 noches de hotel y 13.740 tiquetes aéreos.

«La competencia entre las plataformas es difícil, pero más allá de eso lo importante son las historias originales y el profundo interés que se tiene de contar historias colombianas», asegura Camila Misas, la bogotana que lidera los contenidos locales originales para Argentina, Chile y Colombia de Amazon Studios. En 2019, por ejemplo, Amazon hizo una jornada de *pitches* en Bogotá, de ahí surgieron *Los Billis* y *Noticia de un secuestro*. Pronto estrenará la continuación de *Betty la fea*, una producción de Estudios RCN.

La demanda ha permitido el fortalecimiento y la profesionalización de la industria, en eso coinciden todas las voces consultadas. «Los incentivos para la industria del cine y la televisión del país han brindado una mayor competitividad internacional a las productoras colombianas, han permitido proyectar el talento local y mejorar la experticia técnica», afirma Juliana Moreno, directora de Contenido para Colombia de Netflix, cuyo proyecto original más reciente es *Cien años de soledad*, que está por estrenarse.

El mercado ha traído también plataformas más cercanas a los nichos. Mubi, que armó equipo el año pasado en Colombia, incentiva la cinefilia y brinda a sus usuarios contenidos de otros soportes. «Extendemos la conversación más allá de la plataforma: producimos películas (no en Latinoamérica), las distribuimos en salas, tenemos una revista impresa y un pódcast en inglés y en español», señala Sandra Gómez, directora de Mercadeo.

La directora

Laura Mora admite que tenía una relación «conflictiva» con la televisión. Al codirigir *Escobar, el patrón del mal* entendió que producciones de ese estilo la alejaban de su materia —«no soy capaz de hacer quince escenas al día», confiesa—, pero al mismo tiempo le permitían financiar los largos tiempos de creación de sus películas (solo la escritura de *Matar a Jesús* le llevó diez años).

Le ofrecieron tres capítulos de *Frontera verde*, la miniserie de Netflix, y se aventuró. «Era muy experimental. Nos fuimos a vivir al Amazonas, tuve un tiempo considerable en la preproducción y en el rodaje, hubo un respeto por mi voz como realizadora y me

acompañó un gran equipo», recuerda la cineasta antioqueña, ganadora de la Concha de Oro en el Festival de San Sebastián por su largometraje *Los reyes del mundo*.

Desde ese momento hasta hoy ha codirigido *El robo del siglo* y dirigido tres capítulos de *Cien años de soledad*. «En *Frontera verde* y *El robo* yo entregaba mi corte y edición, y ellos hacían el resto. En *Cien años de soledad*, donde cada capítulo se siente como una pequeña película, llegué hasta el corte final, participé en todos los procesos», revela para enfatizar en la confianza que hay en los directores colombianos.

Para ella, las plataformas han generado «condiciones muy buenas de trabajo». «Ha habido mucho respeto y eso también tiene que ver con que los gremios están organizados». Y hace una invitación: «Sería muy bueno pensar que las plataformas aporten, como ocurre en otros países, un porcentaje al Fondo para el Desarrollo Cinematográfico colombiano».

El productor

Rodrigo Guerrero, socio y productor de AG Studios, solo tiene clientes internacionales como Paramount, Warner Bros., Fox, MGM, Sony Pictures, HBO, Netflix, Amazon, Hulu o Telemundo, a los que les presta servicios de producción en Colombia.

Para él, trabajar con las plataformas le ha permitido proyectar su trabajo internacionalmente. «Pensar hace ocho años que nuestro contenido iba a estar disponible en el mundo entero y a la misma hora era imposible. Son cargas para ciento ochenta países, que pueden ver lo nuestro al instante. Antes rezábamos para que nos vieran en Ecuador y quizá en Estados Unidos o en México».

Las plataformas, dice, llegaron a elevar las exigencias técnicas e hicieron crecer, por ejemplo, a los proveedores de servicios de posproducción. «Antes había una sala de posproducción, hoy hay cinco. Tenemos salas de mezcla Dolby, empresas de efectos visuales y una gran cantidad de equipo disponible». Han acortado, así mismo, los tiempos de materialización de proyectos de largometraje. «Ya no tenemos que tocar ochenta puertas para lograr diez inversionistas para una película. Ahora les tocamos la puerta directamente a las plataformas».

Pero Guerrero tiene un sentimiento agríndice. Siente miedo de que este andamiaje no sea sostenible en el tiempo. «Somos un sector subsidiado, que en cualquier momento se desploma porque le quitan los incentivos», advierte. Por eso, para él, es necesario aumentar el apetito por los contenidos colombianos y conocer los hábitos de consumo de nuestros espectadores. «El cliente final no son las plataformas, sino el consumidor colombiano. No conozco un estudio sobre el tema. El último lo hizo Fedesarrollo hace diecisiete años. Es una lástima que no le hayamos puesto el microscopio para conocerlo», comenta. Y las plataformas, «sí lo están conociendo, pero no comparten esa información».

Fuera de cuadro

Los años más crueles y violentos del narcotráfico en Colombia han sido constantemente representados, narrados y revividos en nuestra televisión sin el relato de periodistas que lo padecieron y enfrentaron.

Esta es la historia de Carlos Mario Correa, corresponsal «clandestino» de *El Espectador* en Medellín durante las décadas en que narcotraficantes y criminales intentaron eliminar este oficio.

Para las reporteras como yo, la locura del día a día empezaba en la madrugada pegados a los boletines de la radio, porque era la que nos marcaba la agenda a los que trabajábamos en televisión, la dueña de la inmediatez. Nos daba la largada para salir corriendo como locos a recoger las imágenes con los muertos frescos y a devanarnos los sesos para encontrarle la vuelta, el detalle nuevo y ojalá la chiva que justificara seguir en primera plana a las nueve y treinta de la noche, cuando se emitían los últimos telediarios.

Fue una época de estrenos: Pablo Escobar pasó de delincuente a estrenarse como terrorista. La televisión estrenó la figura del corresponsal en Medellín con todas las de la ley, pues a los noticieros les tocó contratar locales porque la plaza se calentó (hasta entonces, solo la radio y la prensa escrita tenían corresponsales debidamente contratados). Y los de televisión nos estrenamos como periodistas de orden público. Éramos muy jóvenes, recién salidos de la universidad y la mayoría sin mucha experiencia. El ritual de iniciación como periodistas fue a punta de bombas y chorros de sangre.

Aquello no tenía ni tiene precedentes. En clase uno había visto manuales para cubrir incendios, accidentes de tránsito, desastres naturales, pero esto superaba todo y nos superaba a todos. Reporteros, editores, jefes de redacción... «El único filtro que teníamos los que trabajábamos en la calle, para cualquiera de las notas periodísticas que hacíamos, era el de nuestros propios sentidos. Lo que ustedes filmaban y lo que nosotros escribíamos pasaba por el cedazo de las propias emociones», dijo Carlos Mario Correa, corresponsal clandestino de *El Espectador* en aquella época.

Todos, periodistas y demás mortales, sentíamos a menudo que no había esperanza, que no había a quién acudir para que nos defendiera, que no había a quién preguntarle nada, que estábamos a merced de la locura de un señor con un poder de otro mundo, que

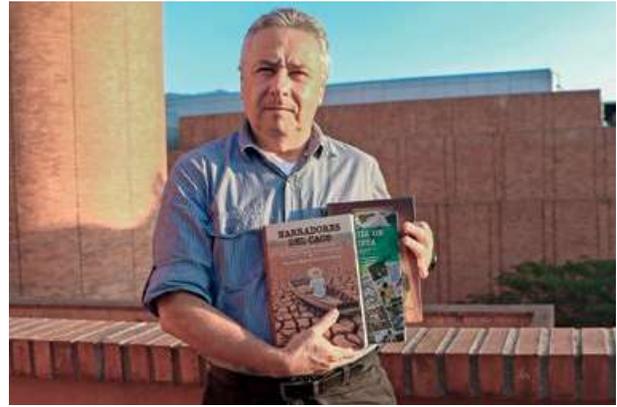
no había salida y era el fin. Estar detrás de la cámara y saberse testigo de excepción era una posición privilegiada. Paradójicamente, por lo menos a mí, me tranquilizaba saber que tenía un papel definido. Mi mamá fue quien me hizo caer en la cuenta. Me decía que yo por lo menos tenía claro que debía hacer una tarea: ir, ver, filmar y contar. En cambio, encerrada en su casa, a ella la consumía la incertidumbre mientras esperaba a que sonara el teléfono trayendo una mala noticia o un bombazo.

La tranquilizaba contándole historias del fuera de cuadro, cosas que no alcanzaban a salir en televisión o que no se podían publicar. «¿Se acuerda, mamá, la vez que Escobar nos tuvo retenidos a todos los corresponsales y periodistas de orden público de Medellín, menos a Carlos Mario, el de *El Espectador*? La vez que estuvimos cuatro días en el Darién, ¿se acuerda de que le conté que el guía en esa selva era un muchachito recién operado de apendicitis al que apenas le estaba saliendo la barba? ¿Y sí se acuerda, madre, de que me hice medio amiga de él? Pues ese muchacho me advierte por el bípér que no vaya a pasar por tal o cual sitio y le hago caso porque, ¿sabe qué, ma?, coincide con la explosión de un carro bomba en la zona que él me dice. Estoy bendecida, madre. Ese muchacho me cuida».

A mi mamá le costó creermelo porque fueron varias las veces que le menté para escaparme con camarógrafo y asistente a una cita en la que Pablo Escobar nos daría una entrevista exclusiva para la televisión. Nunca ocurrió. Volvía a la casa con cara de acontecimiento y ella —tan brujita— se daba cuenta. «Quién sabe dónde andabas, Silvia María, yo te conozco. Echá el cuento».

Precisamente, de las cosas que más la mortificaron fue ese enigmático viaje que tampoco salió en televisión, pero que pudo ser «histórico». Los hombres de Escobar nos llevaron engañados y resultó siendo un fiasco. Nos contactaron uno a uno, con solicitud de confidencialidad y garantía de que nadie más sabía. «Le queremos dar la chiva a usted que es de la televisión, porque lo que va a mostrar no se ha visto nunca». No nos dijeron qué era la cosa. «Es una noticia muy, pero muy grande. Eso sí se lo garantizo, Silvia María». El noticiero me autorizó el viaje como les ocurrió a los otros veintidós colegas, entre camarógrafos, asistentes y fotógrafos. Los mismos que pusimos cara de «usted qué hace aquí» cuando fuimos llegando al lugar de la cita, convencidos de que cada quien era el único porque esa había sido la promesa. En cuestión de un cuarto de hora ya éramos veinticinco, sumados los sujetos que llegaron en las narcocamionetas. Estábamos todos menos Carlos Mario.

El ambiente era *propicio para el viaje*. Escobar ya estaba solo. Sus socios no apoyaban la guerra que para esa fecha dejaba cientos de muertos, tenía prácticamente abandonado el negocio y estaba dando muestras de buena voluntad. Paró de matar, de poner



El reportero Carlos Mario Correa fue perseguido por Pablo Escobar Gaviria por sus investigaciones periodísticas sobre la actividad criminal del capo. Foto de Robinson Henao Cañón (Universidad Eafit), 2018.

bombas y liberaba secuestrados. Negociar su entrega a cambio de no ser extraditado a los Estados Unidos parecía su única opción.

Aquella aventura periodística se llama «Relato de una noticia histórica que nunca fue». Ocurrió en febrero de 1990. Coincidió con la cumbre antinarcóticos en Cartagena, entre cuyos invitados estaba George H. W. Bush, presidente de Estados Unidos. Los ojos del país y la agenda informativa estaban fijos en este evento.

Para la posteridad quedaron los titulares calificando la cumbre como un hito. El resultado oficial fue la Declaración de Cartagena, un documento en el cual quedó consignado el compromiso para «fortalecer la democracia y los derechos humanos en la región, promover el desarrollo económico y social, combatir el narcotráfico, proteger el medioambiente y fortalecer el sistema interamericano». Algo así fue lo que contaron los noticieros de televisión, los periódicos y la radio.

Mientras la cumbre transcurría, los del anodino Grupo de los 22 —el G22— nos adentrábamos en la selva del Darién en un azaroso viaje a lo desconocido. Nos enteramos a dónde íbamos en el aeropuerto Olaya Herrera de Medellín. La instrucción de los emisarios de Escobar era abrir los sobres que nos entregaron a cada uno para verificar el destino en el respectivo ticket que había dentro. Un grupo viajó a Turbo y otro a Apartadó. Nos volvimos a juntar todos después de mediodía. Pasamos la tarde y la noche encerrados bajo llave en un hotel de Turbo donde no había otros huéspedes. Estábamos totalmente incomunicados y vigilados por unos tipos con cara de puño. Uno de ellos custodiaba el único teléfono fijo que había. En la madrugada nos embarcamos en el golfo de Urabá rumbo a Riosucio y fue entonces cuando supimos que el objetivo era registrar la entrega del complejo de laboratorios para la producción de cocaína más grande en la historia del narcotráfico en Colombia.

Durante cuatro días deambulamos por entre laboratorios pequeños junto a personajes enigmáticos

que salían de entre el mangle y las lagunas, acechados por la fauna, exótica para nosotros que no conocíamos la selva. Todo aquello nos producía un gran asombro. Vimos garitas de vigilancia con radares y antenas de radio en casetas trepadas en las copas de árboles altísimos, pasamos las noches en cambuches de mala muerte, pasamos hambre, y sentimos el miedo de que le pasara algo al guía y nos quedaríamos perdidos para siempre en esa selva. Sobre todo, permanecía la incertidumbre de no saber dónde estábamos ni hasta cuándo... ¡Dios! ¡Nadie nos daba respuestas! Adrenalina en estado puro, como en las películas, pero al final no hubo noticia. No entregaron nada.

Las emociones a flor de piel nos engañaron y nos hicieron creer que éramos héroes al regreso de una gran gesta, jovencitos deslumbrados por haber conocido la selva y sus rigores al lado de bandidos a los que no pudimos sacarles ni una palabra en nuestro afán de recoger historias. Ni eso logramos. La única posible en ese momento era una larga espera, como en tantas jornadas, y una noticia que no reventó. La diferencia es que esta vez el escenario, la atmósfera, el universo y los personajes mudos totalmente eran fascinantes. Aun así, en honor a la verdad, eso no alcanzaba ni para un titular de televisión, por visual que haya sido la cosa. Fuimos los perfectos invisibles, protagonistas del fuera de cuadro. Como lo fue Carlos Mario Correa, y no durante cuatro días sino durante cuatro años. Cuatro largos años.

Nuestro infructuoso trabajo de campo en el Darién terminó el mismo día que acabó la cumbre. Años después, el 2 de marzo de 2019, Infobae publicó un informe con el recuento de los intentos fallidos de Escobar Gaviria por entregarse. El pie de foto de la nota me encendió de nuevo la obsesión por aquel viaje: «George H. W. Bush fue el que frenó la tregua que pretendía hacer Pablo Escobar con el Gobierno». Sé que es absolutamente antiperiodístico lo que voy a decir, pero apuesto a que la frustrada entrega del complejo de laboratorios tuvo todo que ver con la visita de Bush a Cartagena durante la cumbre y la agenda extraoficial que seguramente cumplió con el presidente Virgilio Barco.

Al regreso encontré a la gente de mi casa con los nervios de punta y a mi mamá al borde de un colapso. Nunca había estado cuatro días sin reportarme, pero cuando le conté la aventura, ella, suspicaz y fanática del análisis de la actualidad, me soltó una teoría que no me parece nada descabellada. «Póngale la firma, hija. El asunto fue de la siguiente manera: se los llevaron a ustedes y los dejaron cerquita del complejo de laboratorios esperanzados en que si Bush le decía a Barco que le jalaba a lo de abolir la extradición, el Pablo entregaba su entable y ustedes serían los mensajeros de esa noticia gorda que les prometieron, pero como el gringo dijo que no, los devolvieron con el rabo entre

las patas. Y claro, todo eso lo hablaron en secreto aprovechando la cumbre».

Esa versión extraoficial de doña Sofía me sonó desde el primer momento en que la oí por el dramatismo que aporta a la trama de esa película que algún día haré. Sueño con Carlos Mario Correa en el papel principal. Me lo imagino como un narrador invisible, con una presencia potente y poderosa. La de la voz que «mira» discreta, pero con las vísceras afuera y la piel en carne viva, porque así es él, quien cambió la carnicería por el oficio de periodista desde que entró a estudiar en la Universidad de Antioquia. Desde siempre su sueño fue escribir en el *Magazín Dominical* de *El Espectador*. «Yo que me imaginaba mi nombre en letras de molde, firmando nada más y nada menos que en *El Espectador*, me tuve que abstener de hacerlo como cuatro años porque Pablo me quería matar». Aun así, lo cubrió todo.

Especialmente sus excompañeros de Caracol Radio, y todos los demás, le ayudábamos siempre. Le prestábamos ojos y oídos para que viera y oyera sobre los horrores de las bombas, los atentados y demás atrocidades. Otras veces él se aparecía de incógnito, disfrazado de curioso, para hacer su trabajo de campo y recogía información privilegiada de esa que la gente entrega desprevenida porque no le está hablando a ningún periodista. Los datos oficiales y detalles sobre circunstancias de modo, tiempo y lugar se los entregábamos nosotros. Eso era suficiente para que hiciera maravillas. Nunca se dejó *chivar*. Siempre, aun fuera de cuadro, escribía unos textos que no podía firmar.

Pablo Escobar había asesinado a don Guillermo Cano, director de *El Espectador*, el 17 de diciembre de 1986. Lo que vino después fue la persecución más despiadada a todo lo que oliera al periódico, que no volvió a circular en Antioquia durante mucho tiempo. Escobar ordenó la muerte de las personas que trabajaban en Medellín para el diario. Asesinó a Marta Luz López, Miguel Soler, Hernando Tavera, Daniel Chaparro y Jorge Enrique Torres. Ellos eran los encargados de la administración y la operación. Los únicos que se salvaron fueron Mario Atehortúa, el jefe de redacción, Carlos Mario y José Guillermo, otro redactor que ya se había ido para Bogotá a refugiarse.

Carlos Mario entró al periódico sin mucha información sobre los detalles de las amenazas. Todavía no habían matado a sus compañeros. Mario, su jefe, un hombre muy callado, ahora sí que lo estaba. Carlos se fue dando cuenta solito de la locura en la que se había metido. Aún no sabe por qué siguió cuatro años más arriesgando su pellejo y trabajando clandestinamente, escondiéndose como si el delincuente fuera él. ¿Por qué no saliste de allá volado, Carlos? ¿En qué pensabas? No sabe, no responde. Yo creo dos cosas: que le pudo la pasión por un oficio que lleva clavado hasta en las uñas y porque uno a los veintidós es inmortal.

En tiempos del biper, el télex y las microondas, las amenazas de muerte le llegaban a Carlos Mario al teléfono fijo de su casa. Lo amenazaban con trovas, le ponían «Thriller», de Michel Jackson, a él que desde chiquito les ha tenido pavor a los muertos. Otras veces le mandaban sufragios o coronas fúnebres. «Presentes» que recibía su mamá, una mujer del campo más intuitiva que los pájaros. Entonces ella le suplicaba que dejara ese empleo y se volviera para la carnicería donde trabajaba desde los diecisiete. «Allá le ha ido bien, mijo, y lo quieren mucho y esto no es vida». También se lo dijeron las hermanas Mejía, las dueñas de la agencia que distribuía la prensa local y nacional en Caldas, su pueblo. «Devuélvase pa la carnicería mejor. No hay carnicero pobre y usted cuándo ha visto un periodista con plata». La respuesta de Carlos fue irse de la casa para que su familia no sufriera tanto.

Este muchacho seguía en el ruedo, abriendo y cerrando oficinas clandestinas, camuflado en edificios donde abundaran contadores públicos, abogados o arquitectos. Era como un fantasma que llegaba a Medellín después del mediodía porque salía de Caldas en el bus de las diez de la mañana después de haber oído radio toda la mañana. Llamaba al periódico para ofrecer el menú de noticias de la jornada y se atrincheraba para inventarse los días, uno por uno, hasta que que entregó *Las llaves del periódico* (2009), el libro que escribió junto a Marco Antonio Mejía en el que narra con detalle cómo era ser invisible en tiempos tan mediáticos, movido por unas ganas irrefrenables de ser periodista.

«Cuando Alonso Salazar estaba escribiendo *La parábola de Pablo* me contó que el mismo Escobar le había hablado de lo mortificado que se sentía por un periodista que trabajaba para *El Espectador* al que no había podido pescar». Lo supo en medio de una conversación de las muchas que tuvo con Salazar para su trabajo. Luego se enteró por otra fuente de que era el mismísimo «Chopo», el más sanguinario de los sicarios de Pablo Escobar, el elegido para matarlo. A Carlos le dio mucho miedo, pero siguió escribiendo sus noticias anónimas.

Cuando uno habla con él y percibe este ser tímido, modesto al extremo y con la ingenuidad de los hombres limpios, entiende que en su infinita bondad es de esas personas que cree que todo el mundo es como él. Ni la maldad de Pablo con sus horrores ni la vida a la cual lo condenó le dañaron el corazón. Es el mismo muchacho de hace treinta y tantos años, todo el tiempo en trabajo de campo porque donde pone el ojo encuentra una historia.

Era invisible, pero lo perseguían las noticias. Más de una vez llegaron hasta la puerta de sus escondites. Una de las cuatro oficinas que abrió para cerrar después quedaba en el centro, en un edificio donde además había residencias. Varias veces coincidió en

el ascensor con un señor al que llegó a saludar, como cuenta él, levantándole la ceja amablemente. El tipo se bajaba del ascensor rumbo a los apartamentos y Carlos a su oficina. Así pasaron dos años.

Cierta vez salió tarde a almorzar. El edificio estaba invadido de hombres del Bloque de Búsqueda armados hasta los dientes, exaltados, enloquecidos. Sintió disparos. Se asomó a la calle por una ventana de vidrio, aterrorizado. Cuando lo vimos, no entendíamos cómo había logrado colarse en el operativo. Los reporteros de televisión estábamos desesperados tratando de conseguir alguna imagen para registrar en video la muerte de una de las más macabras leyendas del mal y la crueldad. Había muerto «Chopo», el mismo que llevaba rato buscando a Carlos Mario, el mismo al que le levantaba la ceja y le sonreía cortés en el ascensor.

En medio del correcorre, uno de los policías estrujó a Carlos Mario. «¿Qué hacés aquí? ¿Quién sos vos?» Asustado, le dijo que era periodista. El policía lo subió a empujones para que tomara la foto y le contara al mundo que el Bloque de Búsqueda había dado con el asesino que había puesto precio a sus cabezas, que habían destruido la máquina de muerte del cartel de Medellín. Estaba tan impactado que no pudo explicarle la diferencia entre un periodista y un reportero gráfico. Le quería decir: «No empuje, carajo, yo no tengo cámara». No le salió, pero cuando entró al cuarto donde estaba el cadáver se lo aclaró al coronel Aguilar como pudo, porque cuando Carlos Mario está asustado gaguea un poco.

Aguilar, enfurecido y frustrado, sacó a Carlos Mario de la escena a los gritos mientras le restregaba en la cara que se había perdido la oportunidad de una gran chiva, la de informar que le habían dado un golpe mortal al rey de los sicarios. Antes de salir, Carlos Mario miró al muerto. «Lo reconocí. Era el extraño del ascensor. Yo no podía creer que había estado escondido dos años al lado del que tenía la tarea de matarme». Esa fue una de las pocas veces que vi a Carlos Mario en vivo y en directo.

Treinta y pico de años después lo vuelvo a ver, ahora en su oficina de profesor de periodismo en Eafit, donde trabaja desde hace dos décadas. La sensación que me produce es que para él no ha pasado el tiempo. Es el mismo muchacho asustado, sumergido en el mundo de sus historias, cercado por pilas de libros, periódicos viejos y recortes de prensa clasificados en carpetas de cartón. «Qué emoción volverte a ver, Carlos Mario. Qué ha sido de tu vida. ¿Te casaste, tuviste prole?». Se queda mirándome con una sonrisita que no pude descifrar: «¿Sabés qué, Silvia María? No me ha quedado tiempo». Casi me muero de la risa. «Me acostumbré a andar solo y lo he disfrutado. Mi pasión es este oficio». Salí de esa oficina conmovida con semejante personaje, convencida de que quiero hacer esta película.



La serpiente y los relámpagos

La introducción de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones impactó antiguos códigos de representación, formas habituales de percepción, imaginarios y prácticas sociales. ¿Cuál ha sido la influencia de las comunidades en la producción audiovisual y cómo se enfrentan hoy a esta industria?

«De una manera u otra uno puede protegerse de los espíritus malignos retratándolos». Michael Taussig tituló así el primer capítulo de su obra *Mímesis y alteridad*, sobre chamanismo cuna en San Blas. La frase había sido escrita treinta y dos años atrás por el antropólogo Gerardo Reichel-Dolmatoff y se refería al poder que tenían distintos artefactos entre los indígenas del Chocó, utilizados para su representación visual. Taussig demostró la potencia de la mimética en figurillas de madera, un ejemplo de encarnación de espíritus benevolentes con propósitos de curación. Lo curioso es que esas figurillas tenían la apariencia de los agentes colonizadores blancos. Al contrario, la magia de la mimesis fotográfica fue vista como maligna por indígenas amazónicos del bajo Caquetá. El cantor José Yukuna, de Puerto Córdoba, protagonista del documental *El baile de muñeco* (2001) —un ritual sobre el origen mítico de los animales de la selva—, argumentó que dejarse retratar o grabar es peligroso porque quien obtenga la imagen técnica de un humano puede utilizarla para causarle daño.

—Cuando vimos por primera vez la cámara nos pareció muy difícil aceptarla. Al retratar a una persona o meterla en un video, la imagen se lleva su espíritu. Por eso tenemos miedo —dijo con la certeza de quien conoce la eficacia de prácticas habituales de *brujería* («o magia simpática», según la denominación desarrollada por James Frazer en *La rama dorada*).

—Si tiene tanto miedo, ¿por qué se deja grabar? —le repliqué con el lente de la cámara enfocando su cara.

El documental tenía la apuesta adicional de transferir el dispositivo de video y sus lenguajes al seno de la comunidad. La donación de una cámara y el aprestamiento en su manejo produjo una pequeña conmoción. El chamán Lucas Yepes Yukuna, hermano de José, dudaba del valor del regalo. Al terminar de grabar el ritual sobre los animales me atreví a preguntarles:

—El video que hemos hecho juntos está guardando unas imágenes de todos los que participaron y de ese baile que ya sucedió. Ahora que tienen esas imágenes, ¿serán útiles?

—Tener una foto o un video es muy importante para los blancos —repuso José—. Los indígenas no necesitamos ese recuerdo pues el recuerdo nos causa tristeza, por eso es mejor acabar con esas imágenes.

—Entonces, ¿van a quemar todas las cintas de registro? —le contesté con picardía.

Todos nos reímos de la ocurrencia, pero José continuó:

—Los únicos recuerdos que nos quedan a nosotros son el pilón, la macana, las plumas y todos los demás objetos rituales de la maloca. No se puede acabar con ellos.

Con todo, en contravía de sus convicciones culturales, José intuyó que el nuevo aparato podía servir a intereses políticos de visibilización y defensa de su cultura.

La introducción de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones en los pueblos indígenas impactó antiguos códigos de representación, formas habituales de percepción, imaginarios y prácticas sociales. Al consultarles a los mamos o autoridades espirituales del pueblo Arhuaco contestaron enfáticamente:

Pretender articular la televisión a nuestra comunicación espiritual es, en principio, imposible. Si un vestido es blanco y se cubre de rojo, queda rojo. Así pasa con nuestra comunicación y con la que otros hermanos indígenas llaman «apropiada». De manera que debemos ser firmes con lo que nos fue dejado desde el nacer de la vida para mantenerlo y protegerlo; y ser cuidadosos con lo que no es propio, para analizarlo bien y sin prisa.

El impacto de introducir la televisión en territorio sagrado, en la opinión iconoclasta de los mamos, tal vez pueda compararse con el uso de la electricidad en el mundo europeo a principios del siglo pasado. «Nuestra

Después de un proceso que tomó más de ocho años y en un hecho sin precedentes, las organizaciones representativas del gobierno indígena del orden nacional, discutieron y acordaron sus aspiraciones en materia de política pública de comunicación. A finales de 2017 redactaron un documento que definió planes, programas y proyectos necesarios para garantizar el acceso permanente de los pueblos indígenas al uso del espectro electromagnético y a los servicios públicos de telecomunicaciones y medios masivos del Estado.

era técnica no necesita de la serpiente para explicar y controlar los relámpagos. Los relámpagos ya no aterrorizan a los habitantes de la ciudad», escribía Aby Warburg en 1939, constatando el fin de la visión mítica del mundo y cómo el telégrafo y el teléfono aniquilaron el cosmos. Y añadió: «El contacto eléctrico instantáneo destruye la devoción y el pensamiento en términos de mitos y símbolos». ¿Ocurrió lo mismo en los territorios colombianos, ahora que la participación de indígenas, afrocolombianos, raizales y el pueblo Rrom en la televisión pública, la conectividad masiva de la telefonía celular, la universalización del acceso a internet y, en general, las nuevas ciudadanías digitales están a la orden del día en las políticas estatales y las demandas étnicas?

La adopción de tecnologías ajenas a las culturas indígenas tiene una larga y compleja historia que se remonta a finales de los años ochenta del siglo pasado. La demanda de los movimientos indígenas latinoamericanos por el derecho a la información, la comunicación y la libre expresión fue una estrategia política de lucha por el reconocimiento y la conquista de una imagen de ciudadanía en tiempos de globalización. Si bien la fuerza autonómica de las organizaciones indígenas en América Latina sentó las bases en la década de los setenta para definir en los foros mundiales un camino de defensa y reconocimiento de la situación agobiante que padecían a causa del colonialismo y, diez años después, de reivindicación de su capacidad de autodeterminación y autogestión, los derechos a la comunicación tomaron más tiempo. Rossana Reguillo, investigadora en ciencias sociales, mostró que la visibilidad mediática adquirida por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional en 1994 fue un antecedente influyente en la inclusión de la diferencia cultural en el espacio público y, más importante aún, de develamiento, a través de la prensa y la televisión, de las limitaciones de un proyecto moderno de nación. La agenda indígena por «otra comunicación» se volvió imperativa y estuvo sustentada en un malestar por la forma como se ha representado a los pueblos originarios.

Durante siglos, las imágenes predominantes sobre lo indígena han provenido de visiones externas, que han diseminado estereotipos de incivilización, exotismo, salvajismo y atraso. Estas visiones justificaron la barbarie de la conquista y la colonización violenta. La representación de los indígenas durante la primera mitad del siglo xx fue predominantemente en tonos exóticos y evangelizantes. Sus voces fueron enmudecidas, sus rostros deformados y sus pensamientos estigmatizados. En la década de los sesenta, cambios culturales, políticos, discursivos y tecnológicos permitieron un giro indigenista en el que autores comprometidos con las visiones traumáticas de los indígenas denunciaron su situación oprobiosa y pusieron el énfasis en las masacres y torturas cometidas.

Aunque falta investigar la historia de las representaciones indígenas en la «pantalla chica» colombiana, sabemos que la televisión pública (y no privada), desde su nacimiento en 1954, ha difundido algunos temas relacionados con los pueblos indígenas, pero son muy pocas las películas comprometidas con la denuncia del genocidio indígena que conquistaron las parrillas de programación. Por el contrario, durante al menos cuatro generaciones, los televidentes crecieron con la imagen del Llanero Solitario y Tonto (como se nombró originariamente a Toro). La serie del *ranger* texano y su amigo indio potawatomi, creada para radio por George W. Trendle y Fran Striker en 1933 y después llevada al cine, la televisión y el cómic, no fue para nada inocente en sus intenciones de divertir. Es evidente que Toro encarna el arquetipo del indio bueno porque es fiel y servil al vaquero enmascarado. Pero, como lo ha explicado David Hernández Palmar, la gran industria norteamericana del western ha atentado rotundamente contra los imaginarios de los pueblos nativos, ha justificado su extinción y ha magnificado una memoria falsa. En la mayoría de las películas de este género el indio es malo, agresivo, cortador de cabelleras y violador de mujeres blancas, narrativa que justifica la reacción violenta del héroe. Los blancos (y con ellos los televidentes) no odian a los indios por ser indios sino por ser malos. Y hay muchos que son muy malos. Al indio bueno como Toro lo acogen y aprecian.

Sin duda, la voluntad de la Compañía de Fomento Cinematográfico (Focine) de financiar mediotrajados para televisión en la década de los ochenta empezó a transformar estos imaginarios construidos por la gran industria norteamericana. La serie *Yuruparí* conquistó la pantalla chica y los televidentes pudieron asomarse a los mundos indígenas reales. Ese fue el caso del documental *Cerro Nariz, la aldea proscrita*, dirigido en 1985 por Gloria Triana y Jorge Ruiz, en el que se mostró la vida tradicional de los indígenas puinave del río Inírida. El trabajo prolífico del equipo de realizadores produjo entre 1984 y 1990 sesenta y cuatro capítulos filmados en 16 milímetros que introdujeron a los espectadores urbanos en las expresiones festivas de los pueblos afrodescendientes, indígenas y mestizos de Colombia.

Es de resaltar no solo el carácter pionero del proyecto y su calidad cinematográfica, sino también la relación apasionada, afectiva y antropológica de Gloria Triana con esos universos rituales. Como lo confesó Triana en una entrevista de 1987, los primeros documentales fueron criticados por los antropólogos en su época de ser superficiales etnográficamente y por los críticos de televisión de carecer de estructura dramática y lenguaje televisivo. Hoy nadie cuestiona su valor de memoria ni discute su condición patrimonial.

En los años más recientes, como señaló Germán Rey, algunas telenovelas y buena parte de la agenda noticiosa de los grandes medios han construido un

imaginario hostil hacia los indígenas, acudiendo al racismo, el exotismo, la estereotipación, la estigmatización, la discriminación, la victimización, la criminalización, la arcaización y la invisibilización. Semejantes prácticas explican por qué los pueblos indígenas le exigieron al Estado colombiano el derecho a definir con autonomía su cultura y su identidad, a tener la posibilidad de representarse a sí mismos a través de lenguajes audiovisuales y a comunicar públicamente sus visiones y conocimientos.

Después de un proceso que tomó más de ocho años y en un hecho sin precedentes, las organizaciones representativas del gobierno indígena del orden nacional con asiento en la Mesa Permanente de Concertación reflexionaron, discutieron y acordaron sus aspiraciones en materia de política pública de comunicación. A finales de 2017 terminaron de redactar un documento de planeación y gestión que definió fundamentos jurídicos, principios, objetivos, metas, ejes de acción, planes, programas y proyectos necesarios para garantizar, en el plazo de una década, el acceso permanente de los pueblos indígenas al uso del espectro electromagnético y a los servicios públicos de telecomunicaciones y medios masivos de comunicación del Estado.

La implementación de esa política ha sido un gran reto y ha tenido muchas dificultades. Con todo, sus resultados van en la dirección deseada por las organizaciones indígenas; es decir, la incorporación por parte de las entidades competentes de un enfoque distinto en su oferta institucional y las garantías para que efectivamente se propicie un diálogo armónico entre la comunicación ancestral y la comunicación apropiada, en particular la de los medios masivos, tan proclives a la banalización y la mercantilización de sus contenidos. El aumento de las ofertas de financiación a través de becas y premios, y la apertura de espacios de difusión de contenidos indígenas en los canales públicos de televisión, ha permitido que los televidentes empiecen a reconocer la vulnerabilidad manifiesta de los pueblos indígenas y también la riqueza plural de sus universos simbólicos, así como sus propuestas de vida y de convivencia pacífica.

Lo vemos reflejado en los números: los informes de audiencias de las dos series de televisión indígena más importantes transmitidas por Canal Trece —*El buen vivir* (seis temporadas) y *Territorios y voces indígenas* (cuatro temporadas)— confirman la respuesta creciente de los televidentes a este tipo de contenidos: un poco más de ciento quince mil televidentes el año pasado en el primer caso y trescientos mil en el segundo.

Atrás han quedado la sospecha y la suspicacia por los aparatos occidentales. Los y las realizadoras indígenas que han incursionado por años en las plataformas mediáticas son conscientes de la importancia de seguir «indigenizando» las pantallas. Amado Villafaña

Chaparro, del pueblo Arhuaco, y Rafael Mojica, del pueblo Wiwa, pioneros en la producción audiovisual indígena de la Sierra Nevada de Santa Marta, entendieron que era necesario no solamente aprender de tecnologías y lenguajes audiovisuales ajenos, sino domesticar e incorporar esas nuevas tecnologías de la visión a las matrices culturales y espirituales más profundas de sus culturas. El comunicador nasa Gustavo Ulcué ha reconocido que el uso del video ya no es exclusivo para el fortalecimiento interno de las movilizaciones, las mingas de la palabra o los videoforos, sino que es clave en la conquista de nuevos públicos a través de espacios televisivos masivos (Canal Telepacífico, por ejemplo); las directoras del pueblo Wayúu, Leiqui Uriana y Marbel Vanegas Jusayu, han planteado la importancia estratégica de participar en los festivales de la gran industria audiovisual colombiana (FICCI); Mauricio Telpiz, del pueblo Pasto, ha aceptado liderar la dirección de la serie de televisión indígena *El buen vivir* (Canal Trece); Nelly Kuiru, del pueblo Murui-Muina, ha defendido con valentía la soberanía audiovisual de los comunicadores amazónicos y ha llamado la atención sobre los peligros de exponer las narrativas propias para que otros se las apropien audiovisualmente. Olowaily Green, del pueblo Guna Dule, y Mileidy Orozco Domicó, del pueblo Embera Eyabida, han subvertido las convenciones del lenguaje televisivo, inspirando con sus enfoques estéticos y narrativos los modos indígenas de contar historias.

Falta mucho para la formación, el acceso y la apropiación de la televisión; para el fomento a la innovación, la investigación y la creatividad audiovisuales expuestos en el capítulo sobre televisión y contenidos audiovisuales de la Política Pública de Comunicación

Indígena. A mi juicio, también es deseable que las sensibilidades y los tratamientos audiovisuales de la creación indígena encuentren novedosas rutas de imaginación y conquisten los corazones de los televidentes destrinando convenciones habituales de ritmo, tiempo y estructura dramática.

Por ejemplo, representar los universos invisibles de las cosmogonías americanas, avanzar más allá de las urgencias documentales hacia el videoensayo o las animaciones basadas en relatos de origen, permitirá, entre otros desafíos, incursionar en lenguajes y estéticas innovadoras. Estar a tono con los más recientes adelantos de la transmedia y expandir las narrativas a múltiples formatos aproximará las imágenes técnicas del cine y el video a esos *lugares-otros* que provienen del mundo onírico y mítico de los pueblos indígenas. Porque, aunque la imagen esté informada por la técnica, como afirmaba Arlindo Machado en *El paisaje mediático*, reconocemos que la tecnología de las imágenes en movimiento practicada por los y las realizadoras indígenas puede establecer un nexo de continuidad con otras tecnologías de visión y de percepción aumentada que han existido en las formas de ver y conocer de taitas, jaibanás o the'walas.

El vínculo entre experiencias extáticas y cinematográficas fue *adivinado* por el chamán Lucas del pueblo Yukuna cuando recibió la cámara de video con la que ayudó a registrar *El baile de muñeco*.

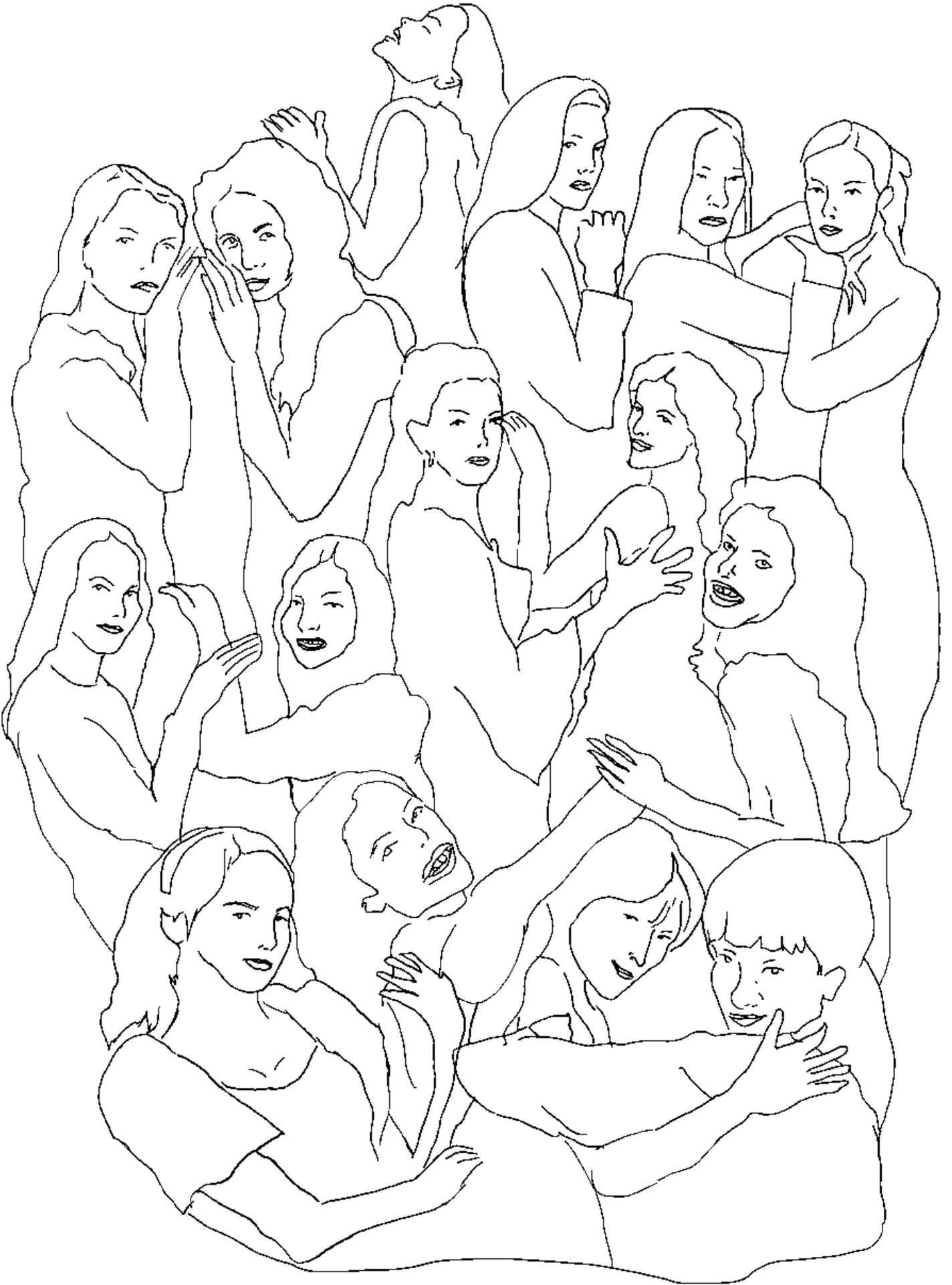
—Lo que debe permanecer en esta maloca es el canto, el baile y la brujería —dijo el chamán—. Todo eso nos pertenece. Pero ahora estoy *mirando bien* y las imágenes del video deben quedar con nosotros.

p. 48 El chamán y videasta Lucas Yepes Yukuna, durante el rodaje del documental *Crónica de un baile de muñeco* dirigido por Pablo Mora Calderón (2003). Cortesía de Pablo Mora Calderón.

→ Un pintor de escenografía trabaja en un paisaje para un set de televisión. S. d., ca. 1980. Cortesía del archivo ACOTV.

* Las expresiones adivinar o mirar se refieren a un conjunto de procedimientos chamánicos mediante los cuales el chamán «arregla el mundo», es decir, «negocia» con potencias sobrenaturales (llamados también espíritus o dueños) para que estas no causen males o enfermedades.





La troupe de extranjeras

Las primeras mujeres en la televisión nacional fueron extranjeras. Este es el recuento de su llegada y su presencia en nuestros sets. ¿Por qué la mayoría de nuestras actrices no fueron colombianas?

En los inicios de la televisión colombiana llegó un nutrido grupo de artistas extranjeras, sobre todo del sur del continente y de España, para enriquecer con su experiencia el nuevo medio. Algunas se quedaron solo hasta cuando la televisión cultural dio un giro hacia lo comercial, a comienzos de los años sesenta; a partir de entonces dejó de haber suficiente trabajo para las actrices, que hasta ese momento habían representado grandes obras de la dramaturgia universal y nacional en los espacios de teleteatro. Otras, casadas con colombianos, terminaron adoptando el acento criollo y se establecieron en Colombia. Pero todas contribuyeron con denuedo al desarrollo de la televisión y abrieron el camino a las jóvenes actrices nacionales, sin desconocer que estas venían fogueadas del radioteatro.

En junio de 1954, Fernando Gómez Agudelo —que dirigía la Radio Nacional y recibió el encargo presidencial de montar la televisión— envió a Bernardo Romero Lozano a Buenos Aires para reclutar directores y actores con experiencia ante las cámaras que contribuyeran a la profesionalización del oficio. En esa primera avanzada llegaron Axel Anderson y su esposa Helena Montalbán, Pedro I. Martínez, y Mabel Jaramillo. Anderson y Montalbán salieron del país a los pocos meses porque la Oficina de Información y Prensa del Estado (Odipe) ejerció una «sutil» presión para que renunciaran. Mabel Jaramillo resistió hasta que finalmente le avisaron que recogiera el pasaje para Argentina porque no le renovarían la visa. Ese diciembre se regresó casi al tiempo con el expulsado maestro japonés Seki Sano, acusado de comunista, quien duró tan solo tres meses en el país.

Según informó *El Espectador*, el detonante fue una carta de protesta que enviaron los argentinos a Jorge Luis Arango, director de la Odipe, por las extenuantes jornadas laborales, ya que no tenían tiempo ni para ensayar las obras, que se presentaban en vivo, y por los pagos de Presidencia, siempre retrasados.

Manuel Drezner, quien fue arte y parte de esos inicios de la televisión como dramaturgo, director y actor, explica que el Régimen debió aprovechar esa excusa para terminar contratos onerosos.

En adelante, y debido a las críticas que recibió el Gobierno por la contratación de extranjeros *in situ*, considerada «antipatriótica» por varios periodistas, los interesados se aventuraron a venir al país por su cuenta y riesgo. Quizá por ello Marta Traba, que realizó una serie de reportajes en 1955 en la revista *Estampa*, a propósito de sus coterráneas Helena Montalbán y Mabel Jaramillo, precisó que no «vinieron a desplazar a nadie, ni a competir con los elementos nacionales, ni en tren de *vedettes* espectaculares; y no tienen más empresario que su propio talento». Su único afán, le manifestaron las actrices a la periodista, era colaborar con la gente joven que tuviera verdadera vocación para formar un teatro nacional.

Que la xenofobia circulaba por los rayos catódicos se constata en una carta que enviaron en 1957 los afiliados al recién creado Círculo Colombiano de Actores (Cica) al secretario de Palacio por la campaña insidiosa contra «distinguidos elementos extranjeros» que trabajaban honradamente en la Radiotelevisora Nacional. Romero Lozano encabezaba las firmas del documento.

En esta inmigración artística dominaron las españolas, unas porque huían del régimen de Franco —y el destino les tenía reservado otro régimen en Colombia— y otras porque buscaban el estrellato en tierra ajena. La actriz con más larga figuración fue Carmen de Lugo (cuyo verdadero nombre era Anuncia Pereiro López), quien desde muy joven inició su carrera en teatro y radioteatro junto a su marido, Bernardo Romero Lozano. Hizo parte del grupo de teatro de la Universidad Nacional y de la Radiodifusora Nacional de Colombia. En la inauguración de la televisión colombiana, el 13 de junio de 1954, actuó en el dramatizado *El niño del pantano*, dirigido por su esposo y protagonizado por el hijo de ambos, Bernardo Romero Pereiro, de doce años. Lucila de Alba (nombre artístico de Lucila Pereiro), hermana menor de Carmen, también fue actriz de radioteatro y televisión, aunque tuvo escasa trayectoria; años después presentó el noticiero *Teletigre*. Se casó con Manuel Medina Mesa («el hombre de las tres m») y así quedaron emparentadas las dos parejas.

La actriz con más larga figuración fue Carmen de Lugo (cuyo verdadero nombre era Anuncia Pereiro López), e hizo parte del grupo de teatro de la Universidad Nacional y de la Radiodifusora Nacional de Colombia. En la inauguración de la televisión colombiana, el 13 de junio de 1954, actuó en el dramatizado *El niño del pantano*.

Otra española memorable fue Mari Carmen Gordon, que trabajó con casi todos los directores de teleteatro de la época y demostró su vibrante fibra dramática y cómica. Actuó en *La máscara*, dirigida por su esposo, José Caparrós; en *Tormenta en la calle del Roble* (sobre conflictos raciales en Estados Unidos) que protagonizó con su marido, dirigida por Manuel Drezner; en *Nuestro pueblo*, de Thornton Wilder, dirigida por el argentino Boris Roth y acompañada de Gaspar Ospina, su compañero en numerosas obras, y en *Escenas callejeras*, de Elmer Rice, bajo la dirección del español Fausto Cabrera, entre muchísimas más. En 1959 recibió el Nemqueteba de Plata por interpretar a la decapitada María Estuardo. Cuando empezaron a apagarse las luces del teatro televisivo, Mari Carmen regresó con su galán de verdad a España.

Pero, sin duda, fue la madrileña Alicia del Carpio, actriz, directora y libretista de la comedia más exitosa de la televisión colombiana durante dos décadas, *Yo y tú*, la favorita de los televidentes. La revista *Semana* celebró la nacionalización de Alicia en 1959, al tiempo que aplaudió *Yo y tú*, «en torno al tema inagotable de las peripecias, del lenguaje y de la psicología de una familia promedio». Esta comedia le granjeó tantos premios y satisfacciones que, ya retirada, publicó unas memorias apócrifas de doña Alicita, *una señora del montón*, dignas de saborear. Menos recordado es el programa *El mundo maravilloso de los libros*, de comentarios y entrevistas con reconocidos autores, del que Alicia del Carpio fue directora y presentadora con sobradas aptitudes por su amplia cultura, su gracia para conversar y su «voz de oro», como la calificó Marta Traba. Como otras colegas, empezó como locutora y presentadora en 1950 gracias a la invitación que le hizo el director de la Radiodifusora Nacional de Colombia, Rafael Maya. Tenía veinticinco años.

De las argentinas que hicieron su palmarés en la televisión colombiana figura Irma Roy, quien creó con su esposo, Eduardo Cuitiño, *¡Cómo te quiero, Irma!*, una versión criolla de la legendaria comedia gringa *El show de Lucy*. La produjo Manuel Medina Mesa y se emitió entre 1956 y 1957 con rotundo éxito. Los Cuitiño, célebres en Argentina por su extensa filmografía, llegaron a Colombia exiliados tras la caída de Juan Domingo Perón, en 1955, porque eran peronistas declarados. Además de hacer televisión, conformaron un grupo de teatro; de esta manera, Irma trabajaba con su marido, que no permitía que la dirigiera nadie más. En 1961 retornaron a Buenos Aires y dos años después murió Eduardo. Según cuenta Carolina Papaleo, hija de su segundo marido, su mamá llegó a ser tan famosa en Colombia que vendían muñecas con su rostro y su pelo rubio.

Elsa Aldao entró a la televisión en 1955 y dos años después recibió el premio Nemqueteba Cámara de Plata. En 1961 hizo parte de los elencos de varios teatros, como *Lo que no fue*, de Noel Coward, dirigida

por Bernardo Romero Lozano, y en *Los bajos fondos*, de Máximo Gorki, dirigida por Fausto Cabrera. En adelante se incorporó a elencos de telenovelas, género en auge, hasta interpretar a la inolvidable Pepita Mendieta de la comedia *Dejémonos de vainas*, con libretos de Daniel Samper Pizano y dirigida por Romero Pereiro.

Pero la que llegó como una tromba en 1958 a revolucionar los escenarios fue Fanny Mikey. Se vino

cuando se radicó en Colombia en 1956 y debutó en el espacio Teatro de Cámara de Fausto Cabrera. En la televisión conoció a su marido, el productor y escenógrafo Fernando Laverde. Ya metida en su nuevo rol participó en numerosos montajes, y luego integró los elencos de telenovelas de RTI.

Maruja Orrequia, que era hija del actor español Agustín Orrequia, llegó a Colombia en 1956 con su



detrás de su novio Pedro I. Martínez, con quien se había iniciado en la actuación en Buenos Aires. Cuenta Drezner que Mikey debutó en la televisión en una obra de teatro dirigida por él: *Las sillas*, de Ionesco. Pero al año siguiente, y después de haber demostrado su talento en varias obras de teleteatro, se fue a vivir a Cali con Martínez y pasó los siguientes siete años en el Teatro Escuela de Cali (TEC), de Enrique Buenaventura, segundo acto de una carrera triunfal, harto conocida, que finalmente la trajo a Bogotá.

De Chile llegaron Maruja Orrequia y Ana Gómez de Laverde («Karina»), una cantante que se volvió actriz

marido, el cantante Mario Arancibia Sotomayor. A finales de la década era considerada una de las mejores actrices de la pantalla y representó una memorable Juana de Arco en *La alondra*, de Jean Anouilh, dirigida por Drezner. Alternó su trabajo con el doblaje de películas y después de hacer parte de esa primera generación de actores de televisión en Colombia se fue para Venezuela, que ofrecía salarios más atractivos y todavía le apostaba a la programación cultural.

A finales de los cincuenta hubo una reducción de las obras de teatro para garantizar mayor calidad y quedaron solo cuatro espacios mensuales de teleteatro.

A este género también se destinaba el espacio *Historias*, de Marcos Tychbrojcher, quien se atrevió a montar *Antígona* con lo difícil que era llevar el teatro griego al set televisivo por las dificultades escenográficas. Por su parte, Romero Lozano se arriesgó al representar por primera vez en la televisión *Espectros*, de Henrik Ibsen, en 1959, con la actriz española Lolita Villaespesa, que en uno de los viajes de su compañía teatral aprovechó para proyectarse en el canal masivo.

Lo que quedó comprobado es que los montajes hechos expresamente para teatro perdían su dimensión en la televisión debido a los conflictos técnicos; eso le ocurrió a la actriz y directora española Ana Lasalle cuando llevó la comedia *Los mosquitos* —de los hermanos Álvarez Quintero— en el Teatro Colón a los estudios de la calle 24. Con todo y sus altibajos, el teleteatro era el espacio favorito de los televidentes, los cuales se volvieron insomnes por los tardíos horarios de emisión, que se corrieron a las once de la noche! Luego pasaron de cuatro obras al mes a solo dos, lo que obligó a muchas de las actrices de esta *troupe* a hacer mutis por la pantalla.

Otras extranjeras no hicieron parte del teleteatro sino de espacios culturales, como la carismática y controversial crítica de arte Marta Traba, que con su verbo envolvente daba cátedra sin matar de aburrimiento a la teleaudiencia (como sí lo hacía el docto Enrique Uribe White, de ahí el chiste que circulaba: «Vendo televisor: motivo Uribe White»). En octubre de 1954, Traba inauguró su programa *La rosa de los vientos*, en el que mostraba recorridos por países europeos para hablar de su patrimonio artístico, espacio por el que recibió el premio Nemqueteba de Plata en 1955. Pese a ser tan vista, respetada y querida como Gloria Valencia de Castaño, fue censurada al año siguiente por presunta injerencia en política (en justicia, el Régimen también censuró a la «Primera Dama» de la televisión colombiana su programa *El lápiz mágico* por promover la oposición con humor).

En el mismo círculo artístico de Marta Traba estaba Alicia Baraibar, hija del embajador español, que llegó a Colombia en 1955. Ese mismo año, la rubia de melena corta fue portada de *Estampa*, revista del español Fernando Martínez Dorrien. Y, de nuevo en 1958, posó para la portada de *Cromos* sosteniendo un cigarrillo, bajo el título: «TV con diplomacia». Nos enteramos por el reportero Eduardo Gómez de que la elegante joven hablaba tres idiomas y consideraba a Colombia como el «país de las maravillas», después de haberlo recorrido desde su llegada. En la televisión participó en un programa sobre *jazz*, género musical que le apasionaba, y dirigió el programa *Haga usted mismo su ropero*, en el que hacía entrevistas y modelaba; además, fue animadora de *Entrevistas de la semana*.

Entre las músicas que pasaron por los estudios televisivos estuvieron Hilde Adler y Sylvia Moscovitz. La austriaca acompañó en el piano a su paisano, el

violinista Frank Preuss, en la inauguración de la televisión, y siguió acompañando a muchos solistas en los conciertos de la Televisora Nacional hasta que murió en Bogotá en 1968. Una de esas solistas era la *mezzosoprano* brasileña Sylvia Moscovitz, pionera de la pedagogía musical en la televisión. En unas breves memorias que escribió cuenta que su marido, Gustavo Vasco, le dijo un día: «Sylvia, me gusta mucho cuando cantas tus *lieders* y cuando haces conciertos, pero ¿no sería mucho más divertido si usas tu experiencia en televisión para divulgar el repertorio infantil?». Ella hizo caso y así nació *Rondas y canciones*, con Hilde Adler al piano y la eventual participación de su amiga Leonor González Mina. «Todo esto acabó un día porque la Televisora Nacional se convirtió en una entidad comercial», escribió. Después nació *Caracolito mágico*, que se emitía en vivo y en directo. Aunque era exitoso, lo cancelaron al año y ella hizo una segunda temporada, además de otros dos programas: *El taller del búho* y *La abuela Zaza*. La actriz uruguaya Betty Rolando representaba el personaje de un cartero, que servía de vínculo entre los animales y los niños. También cuenta en esas memorias que su hermana Dina Moscovitz la reemplazó en algunas emisiones del *Caracolito mágico* e hizo el montaje de *Bastián y Bastiana*, la ópera que Mozart compuso a los doce años. Dina, casada en París con el poeta Jorge Gaitán Durán, y con amplia formación teatral y cinematográfica, fue directora ocasional del *Teleteatro de los jueves*, según recuerda su sobrina Irene Vasco.

No faltaron las bailarinas de *ballet* clásico en la naciente televisión. En 1958, la bellísima argentina Graciela Danielle, amiga de Fanny Mikey, daba todos los domingos un espectáculo coreográfico en su programa *Ballet* —emitido entre 1958 y 1965—, que complementaba con la historia de ese exquisito arte.

Cambiando de oficio, detrás de los reflectores había una berlinesa: Cristina Schneider de Peñaranda. Desde que llegó a Colombia a mediados de los cincuenta trabajó en Producciones Punch, fundada en 1956 por su marido, Alberto Peñaranda. La historiadora Teresa Morales hace esta estampa de ella: «Era una alemana muy bonita, rubia y de ojos claros, que contaba los minutos de las cuñas de televisión, llevaba la contabilidad de Punch y salía de su casa al amanecer a poner los avisos».

p. 54 Sostenerse, 2024. Dibujo a rapidógrafo para GACETA de Raquel Sofía Moreno (28 × 21,5 cm): «¿Cómo nos vemos las mujeres en la tv? ¿Cómo nos ven? ¿Qué lugar ocupamos en las historias? Dibujé a estas mujeres sin fondo ni acompañantes: abrazando a la nada. Luego las uní, creando un abrazo inmenso que cambia la narrativa de las historias de telenovela».

p. 57 Helena Montalbán y Pedro Martínez en la adaptación de Manuel Medina Mesa de *Botón de abril* (1955), una obra de Bernard Zimmer (según la inscripción en la fotografía). Cortesía del archivo de ACOV.

Una nación de chiste

Preguntarnos por el origen y las formas a través de las cuales hemos construido y representado nuestro humor en la televisión es también preguntarnos por nuestras violencias cotidianas. Un recorrido por la ironía asesinada y las risas que consolidaron estereotipos en nuestra pantalla.

El 13 de junio de 1954, cuando nació la televisión en nuestro país, en la primera emisión ya aparecía esa alma de cuentachistes con *Estampas colombianas* de Emeterio y Felipe, Los Tolimenses. Reconocernos pasa por mirarnos en ese humor y ese modo de reír.

Reír es tan importante en Colombia que las telenovelas se volvieron comedias con éxitos sublimes: *Yo soy Betty, la fea* (1999) de Fernando Gaitán, *Pedro el escamoso* (2000) de Dago García y Felipe Salamanca o *El man es Germán* (2010) de Juan Manuel Cáceres.

Una nación de risas que se ha expresado en *Yo y tú* (1956-1976); *Operación Ja-ja* (1970-1971); *Sábados felices* (desde 1972); *Salustiano Tapias* y *El maestro Talavera*, de Martínez Salcedo (años sesenta); *Dejémonos de vainas* (1983-1998) de Romero Pereiro; *Romeo y Buseta* (1987-2003) de Pepe Sánchez; *Vuelo secreto* (1992-1999) de Mario Rivero; *Zoociedad* (1990) y *iQuac! El Noticero* (1995) de Jaime Garzón; *Hombres* (1996) de Mónica Agudelo; *El siguiente programa* (1997) de Martín de Francisco y Santiago Moure.

Humor del bueno

El humor del bueno, que ironiza el poder con el lenguaje, los personajes y los formatos, el humor de Jaime Garzón, a ese humor lo mataron porque nuestros poderosos no saben reír. Y es que el humor es algo que los autoritarios y maleantes poco aceptan porque no entienden que, en los juegos de sentido, está lo humano. Con Garzón se mató una forma de pensar en Colombia: la disidencia sabrosa.

Si tuviéramos buen humor, nos reiríamos de nosotros mismos, practicaríamos la autocrítica, seríamos capaces de pensarnos en la risa. Por ahora solo tenemos una nación cuentachiste. Vaya patria tonta.

Humor del malo

La risa que nos quedó de herencia se hace vida en *Sábados felices*. Esa costumbre nacional demuestra



que somos una nación de humor del malo, una nación de cuentachistes.

Sábados felices se define como la «universidad del humor». Y a fe que lo ha logrado: su mal humor es ahora tendencia nacional en todos los programas de radio, televisión, *influencers* y animadores nacionales. Toda una prueba irrefutable de que los colombianos no tenemos buen humor. Desde allí nos mostramos como ese país patético que goza a costillas del otro.

Que el chiste sea nuestro género preferido para pensarnos como sociedad no es culpa de *Sábados felices*, es que somos así: una patria donde los políticos viven haciendo y diciendo chistes, los periodistas y locutores chistean, los *influencers* son un chiste, los conferencistas hacen chistes, para enamorar chistiamos. Todo por un chiste.

Que en Colombia pensemos en modo chiste no es tan terrible ya que nuestro modo de convivir es la risa. Somos el país que ríe. Reímos mucho. Nos reímos de todo.

El único problema es que ese amor por el chiste es mal humor. Exhibimos una risa basada en el *bullying*, la montadera, el morbo, la sexualización, el machismo, el racismo, la homofobia, la pobreza idiomática, la parodia burlesca, el grotesco cotidiano, la discriminación. Ante la ausencia de sentido, información, conocimiento, ejercemos la ignorancia y se la montamos al otro. Una forma de «mostrarnos» superiores desde la ignorancia. Vaya patria boba.

Sábados felices nos *espeja* en chistes y risas que celebran nuestras violencias cotidianas, hechas de las diversas formas de machismos, burlas de las diversidades sexuales, sexualización de las mujeres, racismo contra afros, indígenas y boyacenses, xenofobia...

Nos resulta muy colombiano porque practica semanalmente todo un manual de discriminación y violencias. Todo por la risa fácil y sin ironía. La crítica no es a *Sábados felices*, es al nosotros (los colombianos) y nuestros modos de reír y hacer humor. Tenemos mal humor porque somos incapaces de ejercer y comprender la ironía.

Humor involuntario

Ya no tenemos a Garzón, pero para salir del mal humor, nos queda la telenovela. El formato que siempre nos

salva: como los noticieros no cuentan al país, la telenovela sí lo ha hecho; como somos muy conservadores, la telenovela nos libera con sus historias; como no sabemos reír, la telenovela nos documenta en nuestro humor involuntario, ese de la vida cotidiana.

La telenovela asumió el tono de comedia como prioritario para contar historias porque en Colombia todo conflicto se resuelve con humor. Creamos telenovelas/comedia, un formato heredero del éxito de *Pedro el escamoso* y que se repite casi de la misma manera con *Los Reyes*, *Nuevo rico, nuevo pobre*, *Vecinos*, *Muñoz vale x 2*, *Bermúdez*, *Las detectivas y el Víctor*, *Los hombres las prefieren brutas*, *La bella Ceci y el imprudente*, *El encantador*, *Chepe Fortuna*, *Clase ejecutiva*, *El secretario*, *Los canarios*, *Germán es el man*, *¿Dónde carajos está Umaña?*, *Pobres Rico*, *Amo de casa o Rigo*.

La forma en que la telenovela asume la resolución de los conflictos con humor reflexiona sobre nuestros modos de convivir, ya que nos afirma que el humor es necesario ante la tragedia nuestra de cada día (Mauricio Navas Talero), sobre cómo para sobrevivir debemos olvidar o reír (Dago García), sobre cómo lo ingenioso es una manera para no enfrentar o resolver los problemas (Vladdo), amén.

¿Mucha risa?

Tres humores distintos, tres naciones: *la Colombia cuentachiste* ignorante que celebra la xenofobia y la burla del pobre, el clasismo, el racismo, el machismo; *la Colombia que se hace ironía y critica al poder*, las élites y sus modos históricos de joder a la sociedad; *la Colombia de humor involuntario* que cuenta historias de mujeres poderosas y machos básicos, precarios y niños que para salir de la tontera son dicharacheros, abusivos, montadores, torpes, culebreros, sin ideas pero carretudos, tiernos y hasta encantadores. Este macho del que todos se ríen es el personaje más recurrente y exitoso de la ficción televisiva nacional, tal vez, porque se parece mucho al macho colombiano que conquista a punta de chistes y carreta. Un macho sin atributos.

Somos una nación donde reinan los machos patéticos y sobrevivimos a punta de mujeres berracas y ambiguas. Y eso se puede leer en el humor televisivo. Tal vez, no tenemos tan mal humor, sino uno muy bueno que nos *espeja* como somos.

← *Telecirco*. El chileno Alejandro Michel Talento llegó a Colombia a trabajar en la radio, pero con la inauguración de la televisión en 1954 se convirtió en uno de los animadores más queridos por la teleaudiencia nacional. El *Club del Tío Alejandro* y *Telecirco* fueron programas de concurso innovadores y exitosos, e incluyeron por primera vez en la televisión nacional a los payasos. Imagen, cortesía del archivo de ACOTV.

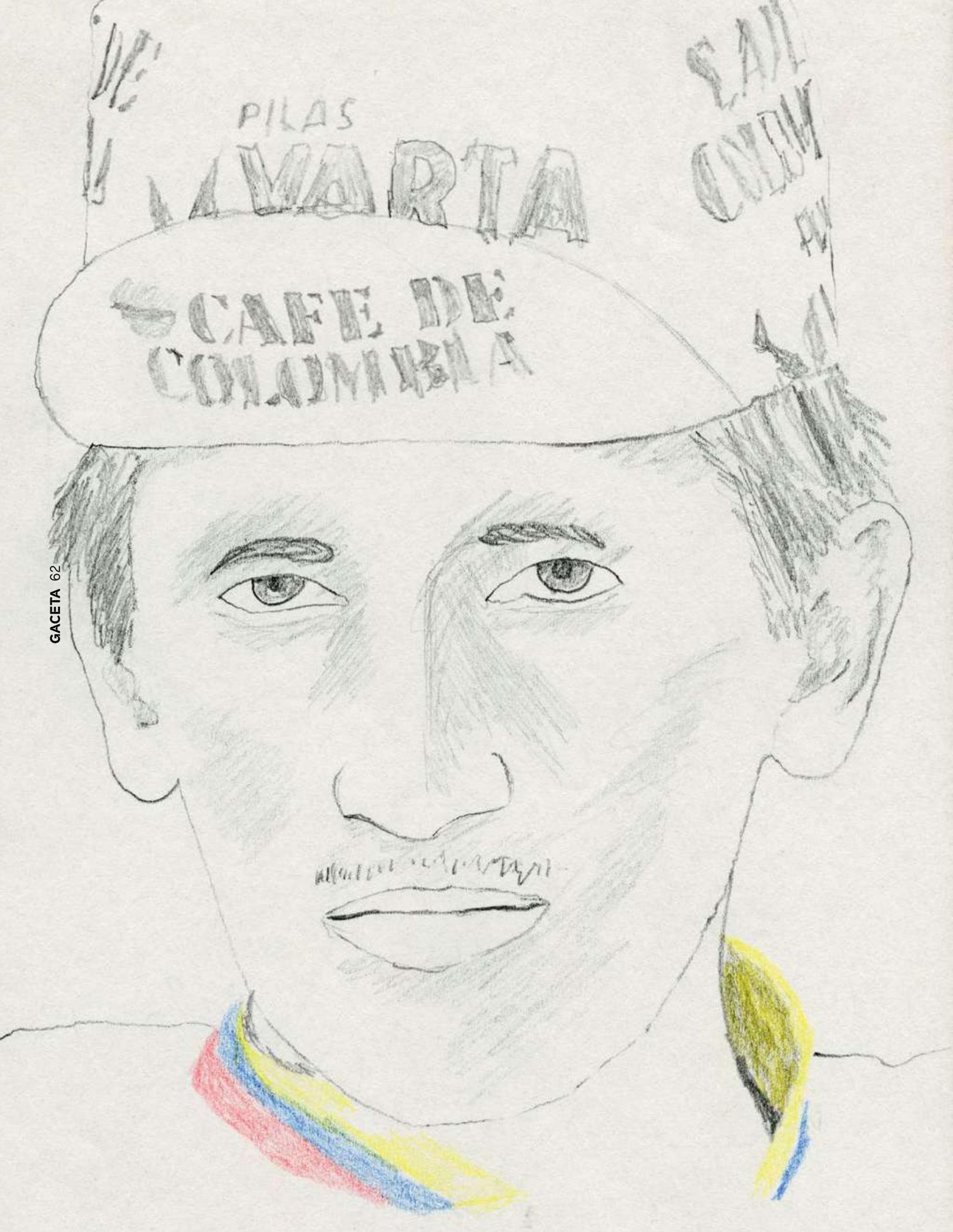
PILAS

MARTA

SAL
ONDA

CAFE DE
COLOMBIA

GACETA 62



Un país en busca de héroes

En un país sin verdaderos logros deportivos, ¿qué significó para Colombia su primer gran triunfo ciclístico en 1985? Mientras la televisión progresaba, el ciclismo se posicionó como un ingrediente primario en la mezcla de nuestra identidad nacional.

Fueron doce meses violentos: el Palacio de Justicia ardió en un asalto y una avalancha sepultó el pueblo de Armero, en el Tolima; la Unión Patriótica, el partido que nació tras un acuerdo de paz, desde su fundación se vio obligado a enterrar a millares de militantes bajo una cacería sistemática, mientras el cartel de Medellín asesinaba jueces y policías en racimo; las masacres y los secuestros de civiles también sucedían con rutina y las guerrillas mantenían al Ejército en jaque. En sus archivos, saturados por tanto duelo, los medios de Colombia recuerdan 1985 como un año «ominoso».

Ninguna sociedad avanza sin muletas después de padecer el horror. Para superarlo es preciso un desquite que active la esperanza nacional. El nuestro llegó a través del deporte, el fenómeno que tantas veces unió e impulsó a otras naciones desgajadas.

Ejemplo de posguerra: en Italia, durante el verano de 1948, la derecha atentó contra el líder comunista Palmiro Togliatti y el país empezó a deslizarse hacia la guerra civil. Desesperado, Alcide de Gasperi, presidente del Consejo de Ministros, pensó en un hombre que podía unir a su pueblo dividido: Gino Bartali, el ídolo del ciclismo italiano, que en esos días disputaba el Tour de Francia. La orden por teléfono fue a la vez una súplica: «Gana, campeón. ¡Salva a tu país!». Y Bartali llegó a París con el maillot amarillo del líder. La dicha unánime por su título apaciguó las hostilidades en casa.

En Colombia, a mediados de los ochenta, para mitigar tanta inquina, la opción más fácil hubiera sido el fútbol, siempre popular y masivo. Pero no había una selección capaz de lograr victorias épicas. Y las necesitábamos. Urgía una revancha para conjurar nuestra realidad cruenta; una epopeya que lavara nuestros pecados en el altar de la gloria deportiva.

Buscábamos un héroe nacional y llegó en bicicleta. Una figura solitaria surgida del campo relegado. Un tipo menudo, tímido y común, que personificó a

millones de colombianos y convocó en sus piernas de garza el esfuerzo de un país. Contra la incredulidad y el derrotismo tradicional, «el Jardinerito de Fusagasugá» floreció en las carreteras de Europa, rodeado de adversarios que lo apuntaban como espinas. Entre la desolación nacional, vimos su consagración en directo. En 1985, aquel *annus horribilis*, muchos ya teníamos televisión a color. Y a través de la pantalla, con el maillot amarillo, azul y rojo, presenciábamos la compensación que nos regaló Lucho Herrera.

El ciclismo como manifestación social palpita desde hace más de un siglo en Colombia. A fines del XIX ya había clubes de ciclistas en Santander y otros departamentos. Y por esa misma época, cuenta el libro *La Magdalena*, escrito por Camilo Moreno Iregui, se inauguró en este viejo barrio de Bogotá el primer velódromo, donde la burguesía se congregaba en torno al espectáculo.

Las grandes carreras de bicicletas, que se propusieron recorrer Francia, Italia, España y, más tarde, Colombia, nacieron promovidas por editores que querían vender muchos periódicos y revistas. La épica de esos viajes por vías intransitables despertaba la curiosidad de los lectores, que demandaban retos excesivos. Al papel se sumó la radio, que recreó también con palabras unas aventuras invisibles, pero imaginables. En el principio el ciclismo fue solo verbo, hasta que llegó la televisión.

«Y lo hizo un poco tarde, o cuando pudo. Los medios impresos y la radio llevaban décadas cubriendo carreras en Colombia, dedicándole varias páginas, con reporteros enviados a las carreras. *El Tiempo* comenzó a escribir sobre ciclismo desde los años cuarenta», dice Ricardo Montezuma, asesor de movilidad, coleccionista y erudito del pedal, mientras saca de su archivo una página de prensa y escudriña la fotografía con los ojos entrecerrados. En la imagen blanco y negro, de 1955, junto a la multitud que rodea a decenas de ciclistas en el centro de Bogotá, Montezuma distingue la unidad móvil: un bus oscuro, traído desde Estados Unidos en septiembre de 1954, que entró por Buenaventura y se usó para cubrir en exteriores los eventos que luego aparecían en la nueva televisión nacional. Entre otros, aquella quinta edición de la Vuelta a Colombia en bicicleta, la primera que apareció en la pantalla chica.

Las grandes carreras de bicicletas, que se propusieron recorrer Francia, Italia, España y más tarde Colombia, nacieron promovidas por editores que querían vender muchos periódicos y revistas. La épica de esos viajes por vías intransitables despertaba la curiosidad de los lectores, que demandaban retos excesivos.

En los años cincuenta germinó el virus ciclista. En 1951 se inauguró en Bogotá el velódromo de la avenida Primero de Mayo, a cuya apertura fue invitado José Beyaert, un francés que había ganado la medalla de oro en los Juegos Olímpicos de 1948. Beyaert se quedó, ganó la Vuelta a Colombia de 1952, fundó escuelas de ciclismo y entrenó a muchos aspirantes por petición del Gobierno. En 1955, Gabriel García Márquez publicó en *El Espectador* una biografía de Ramón Hoyos, cinco veces ganador de esa prueba. Y en 1959, como para cerrar la década, Fernando Botero presentó *La apoteosis de Ramón Hoyos*, una obra que muestra al campeón en la meta. Matt Rendell la describe en su libro *Reyes de las montañas*: «El ciclista se alza por encima de una pila de cadáveres de rostro sereno, algunos en descomposición, todos hinchados, las manos levantadas como si la muerte los hubiera sorprendido rezando». Por encima de la violencia, Botero proponía el triunfo de las bielas.

Julián Sánchez, ciclista aficionado e historiador, describe el ciclismo como una golosina visual que sedujo a los grandes fotógrafos de la época: Horacio Gil Ochoa, Carlos Caicedo, Sady González, Luis Alberto Gaitán, Tito Celis. «En los cincuenta estalla la popularidad de la Vuelta a Colombia, cuando era ya un evento anual consolidado, itinerante y muy popular», cuenta. Muchas de esas imágenes se transmitieron por televisión y ayudaron a fijar el pelotón en el imaginario popular.

La Vuelta, en el ámbito de una sociedad insatisfecha, sirvió además para distraer a la población durante el gobierno conservador de Laureano Gómez; y en la dictadura de Gustavo Rojas Pinilla, bajo un creciente malestar social y político. El régimen militar, dice Sánchez, a través de las fuerzas armadas y hasta del servicio postal, usó la bicicleta para promover un relato común y cohesionar a distintos sectores de la fragmentada sociedad colombiana.

«La Vuelta ayudó a liberar las tensiones regionales que existían en este país desconectado. Fue un instrumento político que buscó generar empatía entre la gente alrededor de la dictadura», dice Sánchez.

Y también de la democracia, en los primeros años del Frente Nacional. Porque el ciclismo, más que la religión, ha unido en Colombia a todos los bandos. «Ha expresado algo sobre esta nación que no es violento ni desesperado», dice Rendell en su libro, donde resume nuestro conflicto a mediados del siglo anterior: «El país era presa de la inquietud, el descontento y la agresividad; había un escuadrón de la muerte para cada color del espectro político. Sin embargo, Colombia se reunió a lado y lado de sus carreteras para seguir a los ciclistas».

Mientras la televisión progresaba, el ciclismo se posesionó como un ingrediente primario en la mezcla de nuestra identidad nacional. Gracias a ella empezó un proceso gradual que sumó la bicicleta a nuestros

símbolos populares. Colombia desde entonces es café, acordeón, sombrero vueltiao, carriel, chiva y bicicleta.

«El deporte como fenómeno social tiene mucho que ver con la idea de nación», dice Julián Sánchez, el historiador. Su idea remite a la relevancia cultural que tiene el fútbol en Brasil y Argentina; o el béisbol en los países del Caribe; o el básquetbol y el fútbol americano en Estados Unidos. Detrás del deporte hay patriotismo y autoestima nacional. Y en nuestro caso debería haber algo de gratitud, porque el ciclismo puso a Colombia en el mapa global, a partir de un momento que podemos ubicar con claridad.

En 1983, por primera vez, un equipo local debutó en el Tour de Francia, la competencia ciclista más importante del mundo. «El Tour de 1983 es el punto de quiebre», dice Montezuma. La cadena de relevos que empezó en los cincuenta con Efraín Forero, Ramón Hoyos y otros corredores pioneros; y que continuó con Cochise Rodríguez como eslabón crucial entre los sesenta y setenta, cuajó en los ochenta con una generación que terminó de enraizar el sentido de posibilidad en nuestra memoria colectiva. El país recibía señal de televisión a color, y en la mitad de esta década vivimos varios años decisivos, cuando la pantalla transmitió las gestas de Patrocinio Jiménez, Edgar Corredor, Fabio Parra y muchos otros. Pero ninguno fraguó un mayor poder simbólico sobre sí como lo hizo Lucho Herrera.

César Betancur, escritor de televisión, lo recuerda como un héroe nacional. «En el 84 y 85, Lucho en el Tour paralizaba el país. La gente se reunía en la calle para verlo ganar. En mi colegio, estudiantes y profesores nos íbamos al único televisor que había. En esa época era el hombre más querido de Colombia». Parecía que el porvenir nacional estaba ligado al de Herrera. Betancur describe las escenas: «Lucho se caía y se levantaba, Lucho sangraba y parecía que perdía. Pero al final ganaba. No hay guionista que logre eso. Era pura épica. Era la construcción de un héroe».

En septiembre de 1972, Helmut Bellingrodt ganó la primera medalla olímpica para Colombia. Un mes antes de que Pambelé ganara su primer título mundial. Estábamos habituados a los puestos subalternos. Pero con Lucho descubrimos que podíamos conseguir la victoria.

El éxito de Lucho, un joven de origen popular, confirma el valor que tiene el esfuerzo detrás del

éxito de nuestros «escarabajos»: una visión épica de lo que significa ser colombiano y la idea del ascenso social. «Ver a Lucho ganando configura el relato de la nación afuera: Colombia en el mundo. Con él decimos que existimos, y que venimos a lograr grandes cosas. Los ciclistas escalan montañas. Tienen que subir para superarse, y subir es sinónimo de progresar y salir adelante. En resumen, triunfar», reflexiona Julián Sánchez. La mayoría de nuestros ciclistas son campesinos, y emergieron desde allí con la bicicleta y la tracción a sangre como motor del cambio.

Nuestra televisión retomó la cobertura del ciclismo con los éxitos taquilleros de Nairo Quintana y Egan Bernal. Pero el mayor protagonista actual de este fenómeno es Rigoberto Urán, un personaje que resume casi todos los rasgos del colombiano promedio: nació en la pobreza, su padre fue asesinado por un grupo ilegal, casi termina reclutado para la guerra en Antioquia y, tras muchas otras dificultades, consiguió éxito y fortuna parado en los pedales. Su historia es irresistible, y por eso César Betancur escribió una serie sobre su vida para RCN y Amazon Prime.

«El ciclismo es un espectáculo: vemos el riesgo, la aventura, el esfuerzo. Pero además la historia de Rigo es perfecta para la televisión. Es el camino del héroe, es una comedia romántica, es una historia de superación. Y es también un canto de amor de él a su papá», explica Betancur. En Colombia necesitamos a estos ídolos, y los queremos más cuando por fin se salen con la suya. Lucho Herrera, dice Betancur, fue la contracara de Pablo Escobar. Mientras este ponía bombas, él ganaba trofeos en Europa: «Era un colombiano de mostrar».

Las carreras en bicicleta, que nacieron para ser contadas, encontraron en la televisión su medio natural, pero hubo resistencia. En Colombia, dice Ricardo Montezuma, estamos en deuda con la televisión pública, que en este nuevo siglo cubrió las grandes carreras europeas y registró las victorias de los colombianos cuando ningún canal privado lo hacía. Betancur, el guionista que piensa en términos narrativos, opina que desde el sillín de una bicicleta, retorcidos de esfuerzo en las subidas y abismados por el vértigo en las bajadas, es donde mejor se resume lo que significa vivir en esta tierra: «Colombia nos pone en una lucha constante. Todo nos cuesta, nuestra realidad es muy dura, de mucho conflicto, todo es apremiante. Eso es lo que vemos en el ciclismo».

p. 62 *Tête de la course*, 2002. Serie de dibujos de Manuel Quintero sobre Lucho Herrera (cada uno de 15 x 10,5 cm, 70 en total). Creativamente, Quintero se ha interesado en incluir el mundo del ciclismo en su obra gráfica, objetos escultóricos e instalaciones. En *Tête de la course*, dibujó a Lucho Herrera a partir de una misma matriz fotográfica con diferentes implementos (lápiz de grafito, sanguina, lápices de colores, bolígrafo y marcador). Esto le permitió acentuar matices en el rostro de Herrera que sugieren diferentes registros anímicos del ciclista. Cortesía del artista.



El reality: una isla vigilada

¿De dónde surge el expansivo interés por este género? Desde siempre, a la gente le gusta oír detrás de la puerta. Basta que algo sea secreto para querer saberlo. El *reality* tiene el atractivo de lo que se conoce «a traición».

GACETA presenta un adelanto del próximo libro del autor: *No soy un robot*.

Desde hace años proliferan los programas de televisión donde la gente se insulta y reconcilia en tiempo real. La justificación de esos arrebatos es que no son actuados. El público no contempla: espía. Mientras los participantes sucumben a revueltas emociones, los espectadores se comportan como los guardias que supervisan un sistema de circuito cerrado.

A medida que la realidad se desdibuja, surgen espacios que la sustituyen. ¿Cómo convencer de que eso es auténtico? Si los poetas románticos buscaban la esquiva flor azul, los protagonistas cautivos ofrecen total indiscreción. El encierro sirve para decir cosas agraviantes, incómodas, próximas, en una palabra: *genuinas*.

El *reality* y los tribunales televisivos, como *Caso cerrado*, que difunde los sinsabores de la comunidad latina de Miami, refutan un viejo lema de conducta: «La ropa sucia se lava en casa». Convencidos de que los siglos que promovieron la discreción no llevaron a nada útil, demuestran que la impudicia vende. Personas de las que no sabíamos nada se convierten en celebridades de las que solo conocemos su vida íntima.

¿De dónde surge el expansivo interés por este género? Desde siempre, a la gente le gusta oír detrás de la puerta. Basta que algo sea secreto para querer saberlo. El *reality* tiene el atractivo de lo que se conoce «a traición». Javier Marías invita a leer su novela *Corazón tan blanco* con un comienzo irresistible: «No he querido saber, pero he sabido».

El atractivo del *reality* tiene que ver con la revelación de intimidades, pero también con la inesperada apropiación de un escenario narrativo: la isla desierta.

Pensé en esto al leer *Robinson ante el abismo*, bitácora de un notable coleccionista de islas literarias: Bruno Hernández Piché. De *Robinson Crusoe* a *La isla de concreto*, de J. G. Ballard, la llegada a ese sitio de excepción ha dependido de un rito de paso: el extravío

o el naufragio. Horizonte de salvación, la isla también es un lugar de encierro.

Al caer en el espumoso mar, Crusoe encuentra dos zapatos que no hacen juego. Estamos ante la más condensada metáfora del caos: los objetos han dejado de rimar entre sí. Una vez en la isla, el sobreviviente debe sobreponerse a su soledad, convirtiéndose en industrioso jefe de sí mismo, hasta que encara algo aún más difícil: una huella aparece en la arena, y debe convivir con otro.

Defoe convierte al segundo habitante de la isla en súbdito del primero. En *Viernes o los limbos del Pacífico*, Michel Tournier agrega posibilidades homoeróticas a ese trato, y en *Foe*, J. M. Coetzee introduce a una mujer en la ecuación, tan inquietante como «La intrusa» de Borges.

La isla regresa siempre. Dale una hoja en blanco a una persona y lo primero que dibujará es un trazo circular, el decantado contorno de un lugar y un desafío. Eso le sucedió a Robert Louis Stevenson cuando su hijastro le pidió que hiciera un dibujo. El escritor escocés bautizó ese sencillo mapa del deseo como *La isla del tesoro*.

Hernández Piché asocia la isla con las tribulaciones de la soledad. Toda zona de aislamiento es un reto existencial. Ahí las relaciones solo pueden darse como anomalía. No hay nada más contradictorio, a fin de cuentas, que tener contactos en un sitio desierto. Por lo tanto, la llegada del otro garantiza una relación extrema y potencialmente disfuncional. Estamos ante el antecedente mítico del *reality*.

En los años sesenta, *La isla de Gilligan* llevó el tema a la comedia televisiva. Un heterogéneo grupo de naufragos experimentaba el desafío de convivir. El *reality* actualiza y exagera esta dinámica. Ahí el naufragio no es marítimo sino nervioso y provoca tormentas emocionales. En esa isla impera el mal clima.

A cuarenta años de *La isla de Gilligan*, la televisión produjo una serie de ficción no ajena a la alta fantasía: *Lost*. En 2010, el último episodio llevó a discusiones multinacionales sobre el destino de los naufragos. Una vez más se puso de manifiesto el atractivo de un espacio restringido para liberar la imaginación. El *reality show* se apropia de ese escenario, pero se limita a usarlo para satisfacer el ancestral deseo de mirar la intimidad ajena. En esa dinámica no es necesario identificarse con los protagonistas. Su lógica es la del jardín zoológico, donde los animales observados en confinamiento cautivan por su peculiaridad.

¿Es interesante contemplar personas peores que nosotros? Podría pensarse que el *reality* surgió para realzar nuestra superioridad ante la gente que se equivoca en tiempo real en la pantalla, pero la percepción mediática de las emociones ha cambiado. Cada vez son más frecuentes las sagas televisivas en las que todos los personajes resultan desagradables. Un caso emblemático es el de *Succession*, que genera una

atractiva adhesión negativa; no esperas la salvación de los héroes, sino atestiguar hasta dónde llegan o hasta dónde se hunden.

En el *reality*, formar parte del cautiverio vale más que salir del encierro: quien se libera pierde. La misión de las islas literarias es la opuesta. La llegada a esa lengua de arena puede ser dramática, pero la supervivencia activa la mente. Solo ahí podía ocurrir *La invención de Morel*, espejismo en el que un fugitivo se enamora de una mujer de maravillosa irrealidad que aparece cuando la máquina que produce su imagen es activada por las mareas. En este caso, la isla depara una doble alteridad: el protagonista está aislado y su amada es virtual.

Con excepción de personajes como Jekyll y Hyde o el vizconde demediado, de Italo Calvino, ningún ser humano es completamente malo ni completamente bueno. Quien duerme de un lado a veces explora el otro. Las posibilidades del horror reposan en el interior del santo.

El *reality* aspira a acabar con las ambigüedades con el pretexto de la supervivencia, en la que todos los instintos son primarios. En 1987, Gordon Gekko, el magnate que protagoniza la película *Wall Street*, de Oliver Stone, inmortalizó un lema del descaro: «*Greed is good* [la codicia es buena]». La trama se inscribe en una tendencia que podríamos denominar el «éxito de los defectos». Con diferentes niveles de ingenio, tanto *Succession* como los *realities* conjugan esta gramática.

A medida que el *reality* se fue asentando en la cultura de masas, la percepción de los seres que sobreviven desnudos en la naturaleza o tratan de copular en un cuarto donde no se cambian las sábanas adquirió otra valoración. Lo que en un principio se veía por morbo ahora se ve con un interés no desprovisto de reverencia. La premisa básica se mantiene (lo que ahí ocurre es primario y, en esa medida, desagradable), pero el trance garantiza un incuestionable beneficio: la celebridad. No cambió la isla, cambió el océano que la rodea.

En México, el *reality* ha dado apariencia *cool* al lenguaje y los códigos corporales y de vestuario del crimen organizado. La pista sonora de esa subcultura es aportada por bandas como el Cartel de Santa, grupo de hip-hop que, desde su nombre hasta sus letras, pasando por su *look* sicario y su conducta (dos de sus miembros han sido detenidos por cargos de homicidio), procura asociarse con el ámbito delictivo.

En un reportaje de septiembre de 2023, la revista *Science* informó que el crimen organizado es el quinto empleador en México. El narcotráfico y sus negocios aledaños generan más puestos de trabajo que Petróleos Mexicanos (Pemex). El emporio de lo ilícito solo es superado por Femsá (embotelladora de Coca-Cola), Walmart, Manpower y América Móvil. Si el crimen determina nuestra economía, no es casual que genere nuevos comportamientos. El *branding* narco promueve un diferenciado estilo de vida.

La elaborada y muchas veces inútil cortesía mexicana, que había cambiado poco desde el virreinato, se ha transformado en un teatro de la procacidad y el descaro cuyo máximo foro es el *reality*. Con todo, el principal atractivo de contemplar la impudicia ajena proviene de lo que mencioné antes: el éxito de los defectos. En una sociedad donde el triunfo legal es casi imposible, destacar ejerciendo instintos representa una venganza.

En octubre de 2023 fui a la Feria del Libro de Monterrey. En el avión coincidí con dos jóvenes que hablaban con la estruendosa espontaneidad de quienes desean llamar la atención. De inmediato obtuvieron la mía.

A unas filas viajaba una conocida cantante pop, a mi lado, un rubicundo magnate de Monterrey. Desde el despegue, los jóvenes se convirtieron en el alma de la cabina. Ella tenía un cuerpo que revelaba adicción al bisturí y un maquillaje que parecía a prueba de cremas disolventes. Él llevaba una camiseta de basquetbolista estampada con una calavera que dejaba ver sus brazos tatuados. Aunque hablaban entre ellos, el diálogo ocurría en voz alta, en función de los demás. Él acababa de pasar por una crisis amorosa y estaba feliz de haberse separado muy bien de su pareja. Ella lo felicitaba por esa ruptura tan cordial.

El intercambio podría haber pertenecido a una novela de Jane Austen de no ser porque la palabra más usada era «verga». Además, la conducta del muchacho desconocía los protocolos: trató de ir al baño cuando el avión estaba en la pista, olvidó ponerse el cinturón de seguridad y tuvo que acomodar un bulto que tenía sobre los pies. En todas esas ocasiones, la azafata se dirigió a él con firmeza y él pidió disculpas con amabilidad. ¿Qué clase de persona era? Me pareció un buen chico que había errado el rumbo. Durante la hora de viaje a Monterrey pensé en el destino de ese joven. ¿Aspiraba a imitar al Cartel de Santa? ¿Era el hijo agradable y dispendioso de un narco?

Cuando aterrizamos, el chico se dirigió al empresario que había dormitado en el asiento vecino al mío y exclamó: «¡A ver si hacemos un *reality*!».

Fue la primera señal de que estaba ante un astro mediático. En el vestíbulo del aeropuerto encontré a una multitud armada de cámaras y celulares. Pensé que venían a recibir a la cantante pop, pero la persona más famosa del avión no era ella, sino el muchacho por el que yo había sentido una absurda preocupación. Se trataba de una celebridad de *reality*. Había salido de su isla y demostraba que la realidad es un naufragio.

La intimidad célebre

Quienes ya son famosos no necesitan someterse a la reclusión del *reality*; sin embargo, de vez en cuando se sienten obligados a alimentar la curiosidad de su auditorio.

Como dije antes, la información ya forma parte de la atmósfera: resulta imposible localizar la fuente

de la que proviene. En algún momento de 2022 supe algo que no me interesaba: Ben Affleck y Jennifer Lopez se habían reconciliado. El dato llegó a mí como una hoja caída de un árbol.

Llama la atención que las noticias sean parte del ambiente, pero llama más la atención que se trate de esas noticias. Si dos famosos se aman o se detestan o se vuelven a amar modifican el clima.

China controla la deuda externa, la basura, el tráfico fluvial y el mercado de innumerables cachivaches en el planeta. Pero Estados Unidos controla la celebridad. Si los griegos estaban atentos a los arrebatos de Zeus y los aztecas al designio fatal de Tezcatlipoca, en la teodicea contemporánea ningún sistema de valores supera al *rating* o a los seguidores.

Sabemos, por las Kardashian y Paris Hilton, que se puede ser conocido sin virtud específica. La curiosidad humana surge de distintas formas y una de ellas consiste en seguir a la gente «famosa por ser famosa». En el siglo XIX, las novelas satisfacían el deseo de llevar existencias paralelas; hoy, ese placer vicario se sacia de modo más simple, conociendo la colección de zapatos o la nueva mascota de una *influencer*. En 2013, Sofia Coppola dirigió *The Bling Ring*, película basada en hechos ocurridos en 2008. Un grupo de adolescentes decidió apoderarse de las pertenencias de sus ídolos de Hollywood. Deseaban poseer de manera fetichista los collares de las divas, pero sobre todo llamar la atención. En la dinámica de la fama, no hay publicidad mala. Esta certeza se perfecciona con otra: el horror obtiene más *rating* que la bondad.

El documental *Anna Nicole Smith: You Don't Know Me* aborda el tema. La modelo muerta a los treinta y nueve años construyó una identidad falaz para cautivar a los medios. Tuvo una infancia agradable, junto a una madre que la quería; sin embargo, en cuanto ganó notoriedad y fue entrevistada en televisión, dijo que había padecido abusos en la infancia, provocados por una madre cruel. Sus anécdotas eran convincentes porque en verdad habían ocurrido, pero pertenecían a otra chica, con la que tuvo una relación sentimental. Cuando la amiga le preguntó por qué mentía de esa manera, apropiándose de un pasado

A medida que el *reality* se fue asentando en la cultura de masas, la percepción de los seres que sobreviven desnudos en la naturaleza o tratan de copular en un cuarto donde no se cambian las sábanas adquirió otra valoración. Lo que en un principio se veía por morbo ahora se ve con un interés no desprovisto de reverencia. La premisa básica se mantiene: lo que ahí ocurre es primario y, en esa medida, desagradable.

ajeno, la modelo comentó que las malas noticias promovían su carrera con más fuerza que las buenas.

También los ladrones del Bling Ring aspiraban a un prestigio negativo. Las joyas sustraídas a Paris Hilton, Lindsay Lohan, Megan Fox, Orlando Bloom y otras luminarias superaban los dos millones y medio de dólares; sin embargo, algunos de los afectados vivían en tal opulencia o tal despegue de la realidad que ni siquiera advirtieron que les faltaban cosas. Los ladrones eran *fans* deseosos de apropiarse de la identidad ajena, pero apenas modificaron la desmesurada vida de las víctimas. Su «éxito» fue otro: la notoriedad. Con acierto, Elsa Fernández-Santos describió a *The Bling Ring* como «el *Bonnie and Clyde* de las *influencers*». En 2022, Netflix estrenó una serie documental con los auténticos protagonistas de esos robos que confirmó la ávida curiosidad con que la gente sigue a las celebridades.

Pero no basta entrar al Salón de la Fama para permanecer en él. Una vez que se recibe el escrutinio del ojo público hay que retener su atención. Esto lleva a una paradoja. La gente anhela conocer a los famosos con íntima crudeza, pero la «naturalidad» de esas personas no puede ser como la nuestra. La audiencia exige el tigre blanco en el jardín, el *jacuzzi* con capacidad para un *ballet* acuático, la colección de diez mil gorras de béisbol, la efigie de oro en tamaño natural de la dueña de la casa. La fama enrarece a sus favoritos hasta volverlos casi irreales: su normalidad es la extravagancia. Desayunan corazón de pájaro y se casan varias veces con la misma persona. Fue asombroso que Michael Jackson quisiera comprar los restos del Hombre Elefante, procurara blanquear su piel y durmiera en un pulmón de acero, pero habría sorprendido más que no hiciera nada de eso.

Cuando un actor «entra en personaje», se conduce con una *espontaneidad ajena*, borrando todo rasgo de impostura: no *actúa* como Hamlet, *es* Hamlet;

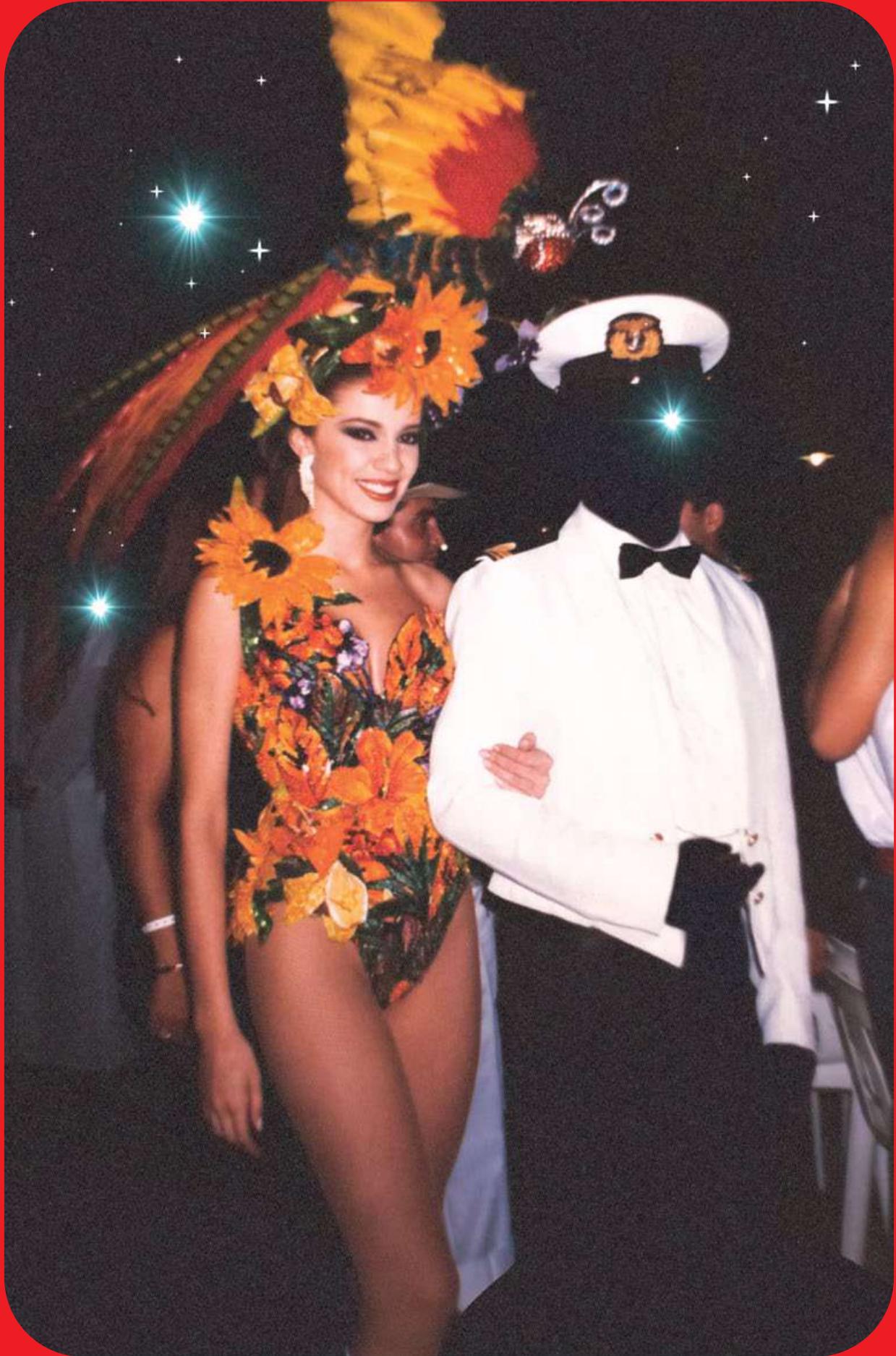
se vacía en favor del papel que representa; en cambio, la celebridad construye un artificio. Cada prenda que compra, cada frase que tuitea, cada foto que sube a las redes aumenta su capital simbólico.

Vuelvo a la noticia de la que me enteré sin saber cómo: JLo y Ben se amaban otra vez. Pero al guiso le faltaba un jalapeño. Los medios lo aportaron de inmediato, informando de la peculiar obligación contraída en el romance recalentado. Una cláusula del nuevo acuerdo prenupcial comprometía a los actores a tener relaciones sexuales al menos cuatro veces a la semana.

El País abordó el tema en plan jurídico. ¿Es legítimo someter la libido a un criterio contractual? Entrevistado al respecto, Juan Pablo González, titular del Juzgado de Primera Instancia 24 de Madrid, comentó que en su mesa de trabajo ese acuerdo «sería declarado nulo, sin valor ni efecto alguno, por ser contrario a la libertad y dignidad personal». La opinión del juez resulta irrefutable: nadie puede excitarse por decreto.

Pero la sociedad del espectáculo no es legislada por la ley sino por la percepción. ¿Cómo fue posible que la cláusula sobre el rendimiento erótico de la pareja se filtrara a los medios? Tratándose de un asunto que se podía mantener en cuidadosa reserva, lo más probable es que haya sido divulgado por los propios protagonistas. Convertidos en objeto del deseo colectivo, los actores decidieron agregar una estadística al morbo. En riguroso cumplimiento de lo que la cultura de masas espera de dos personas tan apuestas, JLo y Ben harían el amor doscientas ocho veces al año. Se ignora si hay un bono por rebasar la cifra o si habrá una disminución progresiva de las obligaciones.

Lo único verosímil para una celebridad es el exceso. Al llegar al milenio coital, los abajo firmantes podrán ser vistos como atletas o mártires del sexo. Lo decisivo es la condición pública de su intimidad.



Televisión a tres canales

**Beatriz González:
señal Colombia**

Dos años después de la llegada a la presidencia de Julio César Turbay Ayala, Beatriz González parodió, de manera sutil, la implementación de la tecnología de transmisión audiovisual a color en nuestro país. En la obra titulada *Televisor en color* (1980), González tomó un televisor de rayo catódico y pintó sobre la pantalla, con pintura de esmalte y laca en aerosol, el rostro de Turbay Ayala; así *conmemoraba* la transmisión que registró al presidente, y a su entonces ministro de Comunicaciones José Manuel Arias Carrizosa, con encuadres de la Casa de Nariño, un sábado 1 de diciembre de 1979. Las palabras del presentador que anunció el evento televisivo se escucharon en tono emotivo: «Colombia ingresa hoy en la era de la televisión en colores. Desde aquí, sede del Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión), el presidente... pone en marcha... una de las más trascendentales decisiones políticas de las últimas décadas: televisión en colores para los hogares de los veinticinco millones de colombianos...»

Si bien la transmisión de 1979 no fue la primera en un sentido estricto, las imágenes de Turbay Ayala son las más recordadas hoy en día por haber utilizado la señal de transmisión del canal 7 de Inravisión. Ya en 1966 se transmitieron las primeras pruebas para televisión en color con la norma SECAM, sistema para la codificación de televisión analógica que fue reemplazado por las normas NTSC y PAL (usadas combinadamente hasta finales de los años noventa, momento en que se adoptó la norma NTSC de manera uniforme en el país).

Cuando pensamos en la fotografía, el cine o la grabación musical, es común centrarnos en el resultado de la imagen estática y proyectada tanto como en el sonido que escuchamos, pasando por alto el dispositivo, medio de soporte y transmisión que hace posible su registro, reproducción y espacialización. En *Televisor en color*, González fue consciente del artefacto físico o *mueble*. Y no uno cualquiera, si pensamos en la profunda influencia cultural y política que tuvo la televisión desde su llegada en la segunda mitad del siglo xx, al llevar la señal audiovisual del mundo a la intimidad de los ambientes domésticos *en una caja*. Este aparato ingresó al inventario creativo con el que la artista expandió su *output* pictórico en soportes que ponen en entredicho el *input* colonialista de la pintura de caballete. A su vez, sirvió de bisagra entre las obras en las que asoció la reproductibilidad del arte enciclopédico

Señal de información audiovisual, recurso de memoria histórica y medio de propaganda: la televisión a través de Beatriz González, Miguel Ángel Cárdenas y José Alejandro Restrepo son los factores que aglutinan el dossier de esta edición. Tres visiones complementarias de una tecnología de la información y la comunicación.



Televisor en color, 1980. **Beatriz González**. Pintura de esmalte y laca en aerosol sobre televisor, 45 × 64 × 40 cm. Cortesía de la artista. Registro de Laura Jiménez.

con el diseño de mobiliario vernáculo y el inicio de un periodo creativo con un definido contenido político.

Turbay Ayala fue un *leitmotiv* de largo aliento para González, en obras en las que siguió de cerca el manejo folclórico de la política en su Gobierno, en un momento de alto despliegue de acciones del M-19, con la cada vez más notoria influencia del narcotráfico en la vida social y política, y con el surgimiento del paramilitarismo.

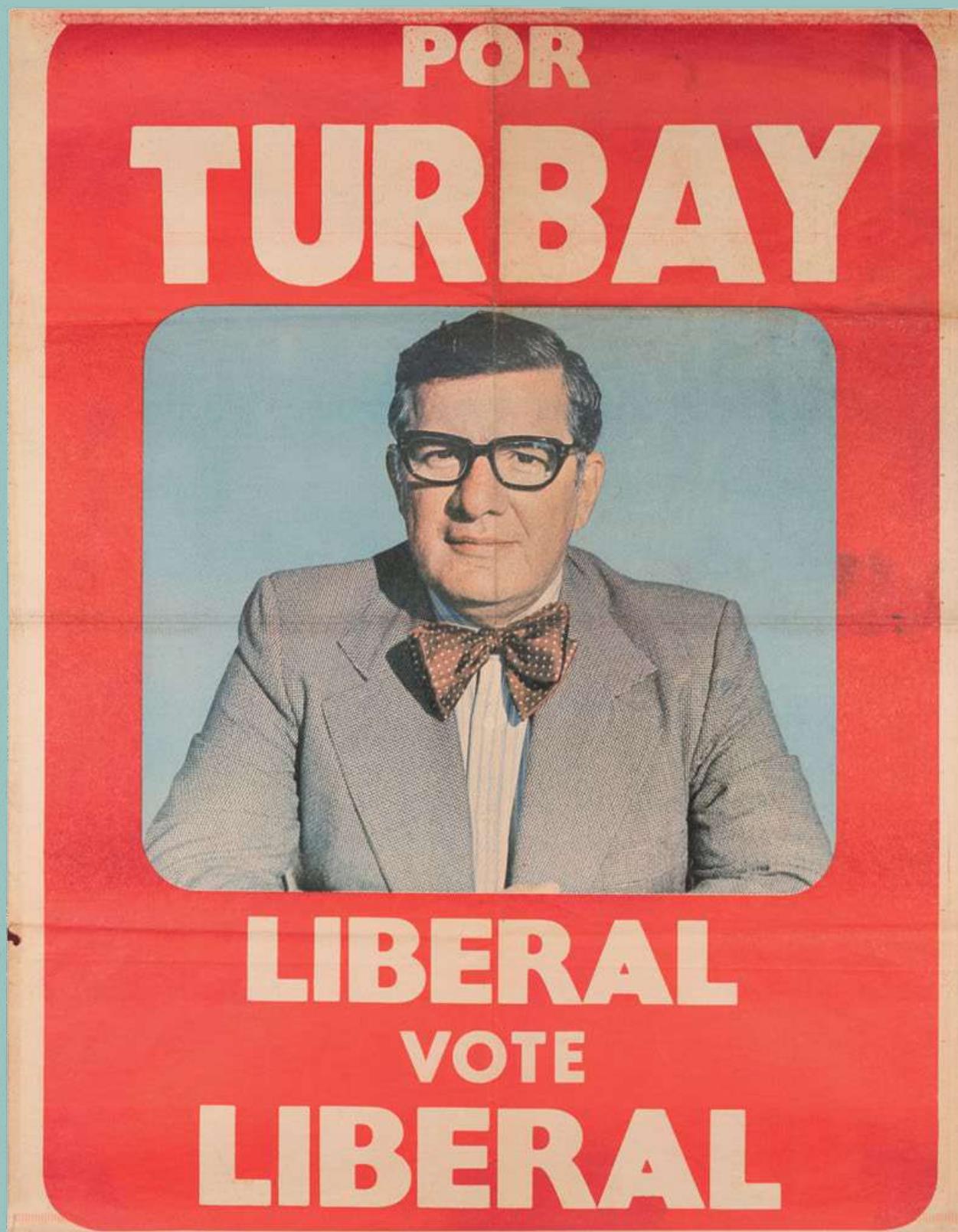
En este *ready-made* hecho a mano, González no retrató a Turbay Ayala directamente. Su matriz—según Natalia Gutiérrez, su asistente— fue la imagen saturada de un cartel político de su campaña presidencial, impreso en litografía *offset*: realidad vicaria que comparte la mayoría de sus obras, basadas en reproducciones que la artista ha recolectado sistemáticamente por décadas. En detalle, vemos cómo González hizo evidente el desfase cromático derivado de un refinado lenguaje pictórico, donde el trazo surge en el intersticio de los campos de color —*cubrimientos* que realiza con la ayuda de plantillas—. Su gusto por la falta de registro en las artes gráficas, se cruza con el efecto visual que ocurre en la imagen televisiva cuando se presenta una falta de alineación de sus tres colores básicos, produciendo líneas de contorno en las siluetas. Su título refrenda la ironía materialista del arte pop y su fisicalidad pone en clave mediática el soporte y el límite del encuadre pictórico. Como espectadores, en palabras de Saul Anton —a propósito de su análisis sobre las

fotografías con televisores de Lee Friedlander—, «quedamos suspendidos entre la cara artificial de una persona y el antropomorfismo de la tecnología».

El rostro de Turbay Ayala está igualmente suspendido: la temporalidad fugaz de la señal televisiva quedó fijada por efecto de la pintura. El color aditivo de la imagen electrónica deviene color sustractivo de los pigmentos. Y como pieza *contemplativa*, se desprendió de la relación con el muro: una realidad *pictórica* que se puede *instalar* indistintamente en el espacio.

En *Televisor en color*, la cabeza *parlante* de Turbay Ayala es —con sarcasmo—, un retrato autónomo, toda vez que excluye cualquier muestra de expresión o de ejecución de una acción por parte del personaje para centrar el interés en el sujeto mismo. El lenguaje de este género pictórico, como lo señala Jean-Luc Nancy en su análisis sobre el retrato, proyecta su contenido hacia el exterior de la representación y «pone al descubierto la estructura del sujeto».

En la síntesis de González, la identidad del retrato se ampara en elementos distintivos de Turbay Ayala: su grueso marco de gafas, su corbatín y el traje sastre, signos que lo identifican en su «ausencia». Y la mirada, como también lo sugiere Nancy, no es solo de sus ojos. En *Televisor en color* toda la pintura/pantalla nos mira, tal como nos miran las pantallas lumínicas cuando están encendidas.



Como propone Anton, «todos nos parecemos a esos torpes aparatos. No solo porque fuimos atrapados por las fauces del capitalismo, o porque seamos físicamente como televisiones —compuestos de circuitos, sinapsis y señales; satisfechos de estar en reposo ocupando el espacio-tiempo aún en las horas muertas

sin transmisión, un hábito que adquirimos al repetir lo mismo una y otra vez—, sino porque somos literalmente *telegénicos*».

↑ Cartel para la candidatura presidencial de Julio César Turbay Ayala, s. d. (60 × 75 cm), ca. 1978. Cortesía del archivo de Beatriz González. Registro de Tangrama.

Miguel Ángel Cárdenas: la temperatura de la cultura

Miguel Ángel Cárdenas para algunos, Michel Cardena para otros; una adaptación de su nombre para aco- plarse al medio foráneo. De origen tolimense, Miguel Ángel Cárdenas estudió Arquitectura y Artes Visuales en Bogotá, a principios de los años cincuenta, y Artes Gráficas en Barcelona a principios de los sesenta, para luego instalarse en Holanda (primero en La Haya, entre 1962 y 1969, y luego en Ámsterdam).

En su trabajo, Cárdenas desarrolló el concepto de calor, una estrategia para transformar –con su cálido espíritu latinoamericano– una cultura holandesa fría y racional. En la práctica, el *calentamiento* implicaba el suministro de calor a través del contacto corporal o eléctrico, consumo de alimentos y bebidas alcohólicas, o la incorporación de textos eróticos e imágenes sexualmente explícitas en acciones que registraba en formato de video. En 1968, Cárdenas creó una empresa para la distribución de *calor*, la llamó Cardena Warming Up etc. etc. etc. Company. Su emblema gráfico tiene la forma de una flor de lis-útero.

Fue su contacto con el nuevo realismo en Europa lo que alejó a Cárdenas de la *fría* abstracción de sus años de formación. En su nuevo hogar desarrolló obras artísticas con una estética que cruza ideas sobre el intercambio en el mundo social, la relación anímica con el ámbito cultural y el erotismo como mercancía en los medios de comunicación. A la vez, Cárdenas planteó una relación más cercana con el espectador y su nuevo entorno creativo: en un relieve metálico titulado *Hot vagina* (1969) instaló una resistencia eléctrica que emite calor desde su centro; en la *performance Cardena réchauffe le Reguliersgracht* (1972) sumergió otra resistencia para calentar las aguas de un canal de Ámsterdam; en *Cardena réchauffe Mondrian, Ives Klein et Malewitch* (1972-1973) creó, con la asistencia de la escultora Hetty Huisman, versiones en arcilla de ese *arte frío*, para luego enrollarlas y brasearlas en un horno Moulinex. También en el 72 (y por dos años consecutivos), creó junto con Ulises Carrión, Hreinn Friðfinnsson, Kristján y Sigurður Guðmundsson, Hetty Huisman, Raúl Marroquín, Pieter Laurens Mol y Gerrit Jan de Rook, el primer espacio expositivo autogestionado en Holanda: el In-Out Center –un referente de colectividad y experimentación para lugares como de Appel (Wies Smals) y Other Books and So (Ulises Carrión), que surgieron poco después del cierre del In-Out–.

A finales de los años setenta, Cárdenas, como tantos creadores de su generación, adquirió una cámara de video portátil con la que realizó un conjunto de cortos experimentales en los que exploró temas en torno a la relación entre la vida social y la intimidad, la diversidad de la sexualidad humana, la representación del tiempo

y la alteración de la percepción por medio del encuadre, el montaje y la posproducción.

Algo muy afín con su época creativa fue la reflexión en torno a los conceptos de redundancia y autorreferencia *codificados* a través de la imagen-símbolo de video. *My thumb is fatter than my finger but just as agile* (1977) es una escultura de video compuesta por cinco monitores. Andreia Magalhães lo describe así para el Instituto Holandés de Arte Mediático: «en un monitor grande a la derecha, vemos un pulgar tamborileando contra una superficie. En los cuatro monitores más pequeños adyacentes, los otros cuatro dedos realizan una acción similar. Todos juntos crean un sonido potente y rítmico». Aquí, como lo sugiere Magalhães, Cárdenas evolucionó el lenguaje *sobrio* del registro corporal a una propuesta más integrada al lenguaje audiovisual: «un medio que se puede utilizar para manipular la percepción» donde los monitores y la señal *televisada* componen la figura metonímica de una mano.

Somos Libres!? (1981) es un video de veintidós minutos de duración en el que Cárdenas despliega su capacidad creativa y narrativa. Hecho para el formato de televisión y transmitido un año después de su producción en un canal de televisión nacional de Holanda, *Somos Libres!?* es una declaración autobiográfica que circula –inicialmente– en dirección opuesta a las proyecciones que se presentan en los guetos artísticos como *videoarte*. En esta producción sin parlamentos y con la música del chileno Patricio Wang, Cárdenas narra la experiencia de una joven pareja gay que huye de la represión de su país de origen en búsqueda de su libertad social y sexual. Hay escenas cercanas a la experiencia de su propia migración: encuentros y desencuentros de quienes buscan un lugar para emanciparse de sus realidades atávicas.

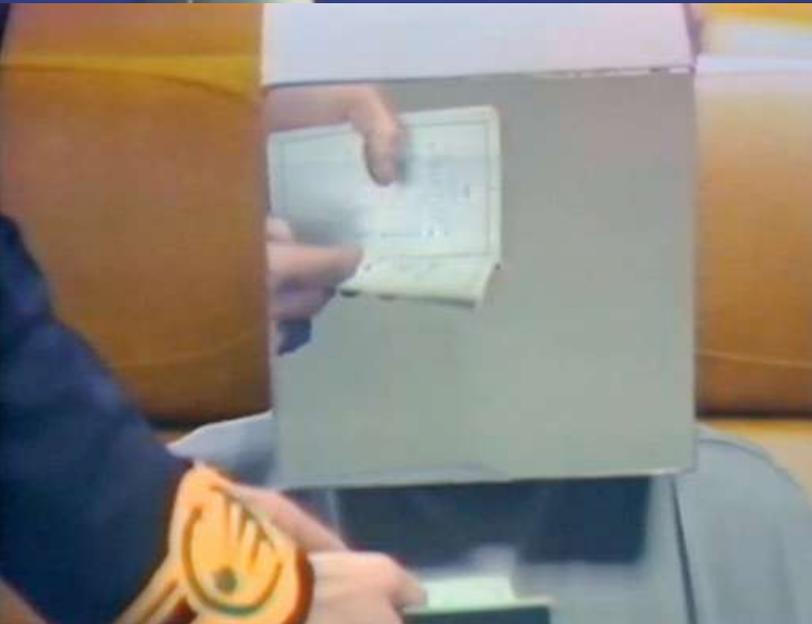
Las referencias simbólicas y literarias de *Somos Libres!?*, como lo plantean Paola Peña y Juan Bermúdez en su análisis sobre la trayectoria creativa de Cárdenas, se suman en un montaje ecléctico donde la prosa de Hans Giese, William S. Burroughs y Jean Genet circula como amuleto literario de la pareja. En este video, la singular integración de referencias concuerda con el concepto de Craig Owens sobre el retorno del interés por la alegoría en distintos ámbitos de la cultura contemporánea. Y es en su especificidad espaciotemporal, en su apropiación, transitoriedad, acumulación, discursividad e hibridación –parafraseando a Owens– que *Somos Libres!?* es una alegoría de la búsqueda de tolerancia a la libertad sexual a través de imágenes y símbolos reinterpretados.

En el video, vemos cómo uno de los personajes devora el mundo –posible referencia a la ambición– y, acto seguido, muerde su propia mano –relación simbólica entre la sociedad y el individuo–. La pareja viste con varios atuendos que responden a sus registros anímicos. Y uno de ellos resalta por la túnica que cubre

sus cuerpos y un cubo reflectante que trueca sus cabezas en un visor *cuasitelevísivo*; una apariencia que toman para afrontar los intercambios *fríos* o apáticos con la nueva sociedad que los recibe. Este *look* puede ser un guiño a la alienación del individuo en términos marxistas, en el que las personas se vuelven ajenas al mundo en el que viven, bien sea por su desconexión con el producto de su trabajo o por la reificación de las relaciones sociales y de la cultura. Sea como sea, las *imágenes* de Cárdenas nos plantean significados probables, pero no definitivos. El significado alegórico, como lo propone Owens, «suplanta otro significado antecedente; es un suplemento».

En el título de la obra, *Somos Libres!?* hay conjugadas una exclamación y una pregunta: un preámbulo para que los televidentes entren en ese espacio que celebra la libertad en un mundo donde la fobia al *otro* subyace en todos los ámbitos culturales.





José Alejandro Restrepo: Trópicos catódicos

La expresión *república bananera* tiene un origen literario: en *Cabbages and Kings* (1904) del escritor estadounidense O. Henry, se hace referencia a Anchuria, una *volátil* república bananera. Su modelo fue Honduras —de ahí el juego de palabras entre ancho y hondo—, país donde William Sydney Porter (su nombre de pila) se ocultó en un hotel en la ciudad costera de Trujillo, por seis meses, entre 1896 y 1897, para escribir su primera y única novela.

Porter llegó a Honduras para evadir la ley de su país luego de malversar fondos como agente financiero del First National Bank en Austin, Texas. En su ficción tropical, con la estructura discontinua y episódica de un *vaudeville*, O. Henry se refiere a Anchuria como un país que es, junto con Bélgica, de los únicos lugares en el mundo que no tienen pactos comerciales con Estados Unidos. Porter llega allí porque en aquel momento no había un tratado de extradición entre Honduras y Estados Unidos. Se entregó a las autoridades estadounidenses cuando supo que su esposa se estaba muriendo de tuberculosis en Austin y cumplió una sentencia de cinco años de prisión en la Penitenciaría de Ohio, donde se desempeñó como farmacéutico nocturno. Desde la prisión escribió ficciones bajo varios seudónimos (uno de ellos O. Henry) para que sus editores no supieran que era un presidiario. En 1901, ya libre, se trasladó a Nueva York (la «Bagdad en el subterráneo», como él la llamaría), lugar donde tuvo más cercanía con sus editores y donde desplegó su talento para escribir cuentos cortos —mal valorados por los críticos *gringos*, pero apreciados por los formalistas rusos—.

Como lo propone el sociólogo e historiador Héctor Pérez-Brignoli, la representación de la república bananera de O. Henry expone «cinco dimensiones diferentes: el trópico, las peculiaridades de las razas latinas, la dominación neocolonial a través de la corrupción, la política como ópera cómica» y un espacio territorial «fragmentado». A su vez, refiere de «forma implícita o si se quiere inconsciente» a sus opuestos binarios: «las zonas templadas, las razas anglosajonas, la situación de un país independiente y poderoso, una política racional y moderna y un espacio territorialmente unificado». El trópico es para O. Henry un «otro negativo, caracterizado por la corrupción, la arbitrariedad y la indecencia», un «infierno y paraíso y un lugar que devora e incluso embrutece».

En la obra de José Alejandro Restrepo, las fuentes literarias, botánicas, religiosas, ideológicas y mediáticas convergen en una red de conexiones complejas. Su relación con la señal de televisión es íntima y creativamente versátil, al nivel de entender la exploración entrelazada (*interlaced scanning*) de los monitores de

rayo catódico, con los surcos generados en la estampación xilográfica a fibra.

Una de sus obras más interesantes es *Musa paradisiaca* (1996), una instalación que involucra un conjunto de racimos de banano colgados del techo del espacio expositivo. Algunos de los racimos soportan pequeños monitores de rayo catódico en blanco y negro, cuyos cables recorren la instalación longitudinalmente a la manera de una enredadera.

En la parte inferior de los racimos, donde remata la voluminosa flor masculina, Restrepo descuelga un monitor cuya imagen se proyecta en un espejo circular con aumento, ubicado en el suelo y sobre el mismo eje del racimo. Las imágenes reflejadas combinan realidades dispares: escena de una pareja *originaria* que posa frente a una planta de banano como si fuera el árbol del paraíso; los registros de las secuelas de la lucha entre paramilitares y guerrilleros en la zona de Urabá, tomadas de noticieros colombianos de principios de la década de 1990; acercamientos a *Études de bananier* (*Musa paradisiaca*), un grabado de Félix Leblanc, basado en un dibujo de Alphonse de Neuville para el fascículo sobre la Nueva Granada y América equinoccial (*Le Tour du monde: Nouveau journal des voyages*, Charles Saffray, 1860). En síntesis, una alegoría del paraíso sangriento de una república bananera como la nuestra.

En los análisis de esta obra, se relaciona la maduración y degradación vegetal propia de los racimos durante su periodo de exhibición con las pérdidas humanas de las imágenes en video. No obstante, la historia biológica de esta planta puede agregar otra capa de información en la obra de Restrepo. Por ser una planta que se propaga naturalmente sin semillas y en sistema de monocultivo entre dos subespecies principalmente (*Gross Michel* desde finales del siglo XIX hasta la década de 1960 y el *Cavendish* desde 1960 en adelante), la planta se volvió poco resistente a las plagas. El hongo *Fusarium oxysporum*, conocido como *mal de Panamá*, ataca el sistema vascular de la planta impidiendo que pueda hidratarse y distribuir los nutrientes correctamente. La única manera de controlar este hongo es con estrictas medidas sanitarias en los cultivos. Curiosamente, el *Fusarium* no afecta el fruto del banano (su producto comercializable), pero la mortalidad de las plantas se cuenta por miles de hectáreas. Esta relación asimétrica entre usufructo y muerte de una planta en vías de extinción manifiesta el desbalance biológico y social propiciado por los cultivos masivos de banano iniciados por una sola compañía estadounidense en Latinoamérica a lo largo de siete décadas del siglo XX: la United Fruit Company.



En *Musa paradisiaca*, la relación con la tecnología va más allá de los aparatos que llevan la señal de rayo catódico y del desarrollo del sistema de clasificación botánica de Carlos Linneo*. Sugiere también la relación entre la mecanización agrícola y las tácticas para alterar y controlar la geopolítica de las zonas tropicales en beneficio de estrategias capitalistas.

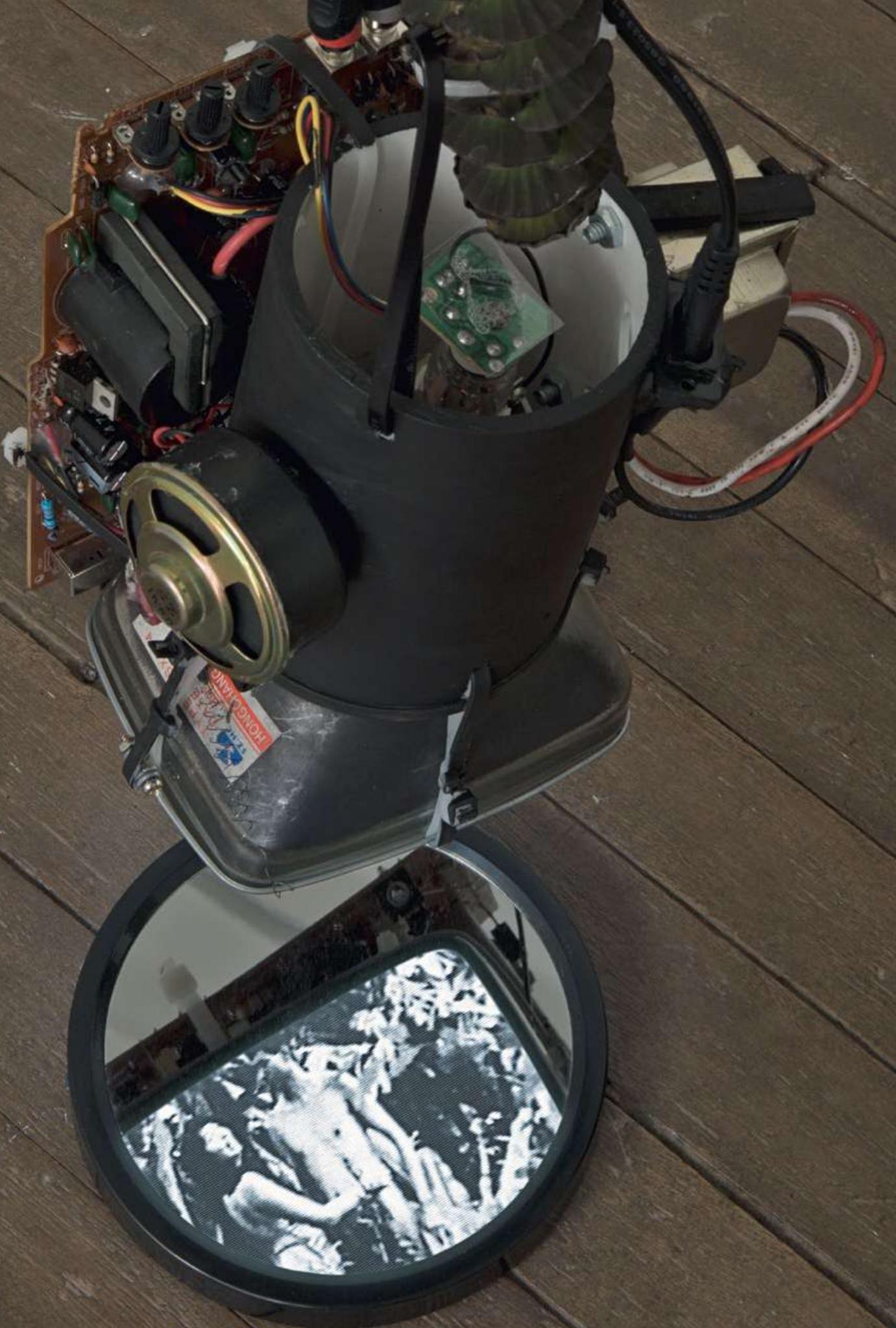
La instalación de líneas telegráficas, sistemas de irrigación, construcción de redes ferroviarias (o apropiación de líneas nacionales ya existentes) y puertos de embarque, así como el control de las vías marítimas, resultó en un sistema de monopolio económico sin parangón para mantener la frescura de la fruta en su tránsito al hemisferio norte y el bajo costo de venta que garantizó su masificación.

Sabemos de los altos costos humanos que esta fruta de la felicidad ha traído a nivel mundial, más allá del intervencionismo norteamericano aplicado en Centroamérica y el Caribe, entre la guerra hispanoestadounidense y la política del *garrote del buen vecino*. En los archivos visuales de *Musa paradisiaca*, la lucha armada en el Urabá, nos remonta a las maniobras que la United Fruit Company usó mientras estuvo en el país: presionando política y económicamente a los nacionales para que garantizaran la seguridad de las zonas de plantación (muchas de ellas inutilizadas y a la espera de activarse según los flujos de demanda de la fruta en Estados Unidos), para así evitar que su organización se implicara directamente en los conflictos generados por la inequidad del manejo territorial y los exiguos acuerdos laborales en la región. Al reestructurarse como Chiquita Brands, el panorama se hizo más complejo, luego de que la multinacional hiciera pagos encubiertos a guerrillas y paramilitares a cambio de la seguridad de sus trabajadores.

Los monitores en *Musa paradisiaca* nos transmiten el registro de hechos lejanos para el ciudadano, producto —para algunos— de la ficción literaria que une por cable las historias ocurridas entre Anchuria y Macondo.

* Paradójicamente, la limitada información que tuvo el biólogo sueco sobre la planta del banano, junto con la nomenclatura binaria que propuso, lo llevó a confundir dos subespecies que producen fruta comestible (*Musa paradisiaca*, un plátano rico en almidón que se cocina y *Musa sapientum*, un banano dulce que se come crudo) por especies, una inconsistencia que tomó dos siglos en ser resuelta.





El fantástico teatro de la televisión en México

Una semblanza personal escrita por la libretista, espectadora y protagonista de la historia de la televisión, tanto en México como en Colombia, sobre la evolución de los relatos que moldearon la educación sentimental de una generación desde los años cincuenta hasta el presente.

Es domingo y la hora del crepúsculo. Y yo siento emoción y tristeza. El domingo se acaba, y mañana a la escuela y, al mismo tiempo, la hora del programa estrella de televisión se acerca.

El programa se llama *Teatro fantástico*, qué mejor título para la aventura que empezaba ya por entonces. La conmoción viene de un personaje de nombre provocador, Cachirulo, un muchacho lleno de vitalidad y con peluca roja, gran corbatón de moño rojo y camisa de rayas rojas, ¿qué más puedo pedir a los seis años? Y es que todo parecía hermoso, no solo su cabello: los cuentos blancos y fábulas morales, las obritas de teatro —con personajes como las tías Altamira y Altagracia, o la Bruja Escaldufa y Fanfarrón—, y las escenografías de cartón, pintadas.

El mejor momento era cuando el héroe cruzaba el bosque en busca de la chica pura y etérea, y daba numerosas vueltas alrededor del mismo y único árbol de cartón y papel del estudio, haciéndonos creer, por obra y gracia de dos ángulos de cámara, que había recorrido kilómetros, leguas enteras, que había cruzado cielo, mar y tierra para llegar a ella.

El *Teatro fantástico*, que inició sus transmisiones en 1955 en la televisión mexicana, duró quince años como el predilecto de «los niños, los papás de los niños y los papás de los papás de los niños», como el mismo Cachirulo espetaba al final del programa, entre palabras atropelladas, ininteligibles y anuncios del Chocolatote Express, que nos exhortaba a beber en casa y a llevarlo, en barra, a la escuela, al paseo, a misa o a donde fuera, el tema era que lo comiéramos a toda hora.

Para entonces ya estaba yo enamorada de la televisión, aunque desde su arranque fuera aquella desalentadora combinación de magia y comercio. Pero no importaba que hubiera que comprar el chocolatote si, a cambio, podía yo viajar con Cachirulo y seguirlo en sus historias. El *crush* se había dado, irremediable, con lo que pronto llamarían «la caja idiota»,

ahora «la caja de sastre», porque va a la medida con la programación que yo misma escojo a la hora que quiero y en la dosis que mi compulsión aguante: maratón de Netflix, Amazon Prime, Apple, Blim, Mubi, Max, Universal megasuperextraplús, quien tú quieras.

El mueble de baquelita

Lo trajeron dos señores y lo acomodaron en la esquina de la recámara, junto al buró de la cama de aquel departamento en el mero centro de la ciudad: era de baquelita negra, grande y muy suave al tacto. No imaginé entonces lo que ese mueble iba a significar para mí. Tenía una pantalla verde olivo, dos botones grandes de encendido y cambio de canales, a uno y otro lado, y cuatro botones pequeños justo debajo de la pantalla para los ajustes finos. Papá se acercó, dio vuelta al botón de la derecha y empezó la historia.

La pantalla se fue iluminando poco a poco, la cruzaban unas rayas transversales, y después de una lluvia de puntos y ruidos apareció la imagen: héroes, hadas, ogros, niños que cantan y bailan en concursos y ganan premios, adultos que entonan melodías de amor para chicas inmóviles que ahí, quietecitas, sin mover una ceja, se dejaban ver y admirar, porque supuestamente para eso eran las mujeres, solo para verlas sin que hablaran, ¿qué necesidad?; también abundaban en la televisión transmisiones de deportes o coreografías desplegadas en estudios reducidos (no importa que nos tropecemos), y especialmente anuncios. Un regalo, pues, y solo quedaba sentarse, y mirar, y mirar.

La televisión comercial despegó

Aquellos programas los transmitía Telesistema Mexicano (después Televisión y hoy Televisa), compañía que agrupó en 1955 a tres empresarios: O’Farril, Azcárraga y Camarena.

Rómulo O’Farril era dueño del Canal 4 de México (XHTV-Televisión), que transmitía la señal comercial desde agosto de 1950; Emilio Azcárraga Vidaurreta (fundador de la estación de radio XEW) había iniciado transmisiones en marzo de 1951 con el Canal 2 de Televimex. Y el Canal 5 de Guillermo González Camarena empezó sus emisiones en mayo de 1952.

Camarena era un ingeniero mecánico electricista del Politécnico Nacional, que construyó su primera cámara de televisión en 1934, transmitió en blanco y negro entrevistas durante todos los sábados de 1946 a 1948, a través de su estación experimental de televisión, XEIGC, y desarrolló el primer sistema de transmisión a color para la televisión, patentado en 1940, en México y Estados Unidos, al tiempo que el escocés John Logie Baird lanzaba el suyo. Después surgirían y se usarían sistemas más elaborados.

La televisión comercial que se consolidó con aquellas tres empresas en 1955 como Telesistema Mexicano, bajo la dirección de Azcárraga, contaba con veintiún estudios, tres con público para seiscientas

personas y dieciocho más pequeños, en avenida Chapultepec, y con equipo General Electric y RCA. La dicha derivada de aquella unión, para mí, era poder mirar todo tipo de programas.

Entre ellos había uno muy especial que pasaba a medianoche, el último del día, *El programa de un solo hombre*, que duró diecisiete años al aire, en el que Humberto G. Tamayo, con sombrero y solito frente a cámara, soltaba frases ingeniosas o «tamayogramas» sin parar: «Dice la Biblia, con palabras de oro, busca un amigo y encontrarás un tesoro; más yo receloso digo: busca el tesoro, ya vendrá el amigo».

Tamayo, que había trabajado para la radio, era publicista y, ahora, pionero de la tele, anunciaba: «¡Bárbara, bárbara!, bárbara es la leche de la Hacienda Santa Bárbara, leche que hace tres horas... era pasto». Y despedía su programa con una retadora frase: «Ahí les dejo mi reputación para que la hagan pedazos». Para mí era un enigma ese señor que hablaba como tarabilla y brincaba de uno a otro tema sin pudor alguno, al que hoy recuerdo como una experiencia única, antecedente de los «standuperos» por TV.

La primera tribuna

El mueble de baquelita modelo Admiral 1950 llegó a nuestro departamentito en el centro de la Ciudad de México hasta 1957 y nos hizo felices durante meses.

Pero un día la tele no encendió, solo emitía un sonido, como un chiflido persistente, y por más golpes que le dábamos —lo que era común cuando presentaba rayas, convencidos nosotros de que, a fuerza de porrazos, entendía— no prendió. El técnico quitó con cuidado los tornillos de la tapa trasera del mueble de baquelita y la ingeniería quedó a la vista: varias hileras de bulbos de cristal de distintos tamaños y formas, y cables enredados por doquier. También me fascinaron. El técnico cambió varios bulbos, pero no sirvió de nada y tuvo que llevarse el alma de la tele y dejar solamente el caparazón. Cuando el técnico salió solo quedó ahí el mueble vacío. La aventura se había acabado, reconocí con cierto terror, presagiando a la adicta a las series que sería en el futuro lejano.

Entonces pensé que eso no era totalmente cierto. La aventura podía continuar si yo la seguía, así que abrí de nuevo la parte trasera de la tele, me metí en el mueble de baquelita, me asomé y me dirigí al mundo desde el otro lado de la pantalla. Heme aquí haciendo uso de mi primera tribuna, transmitiendo para nadie o para mis papás y, en el mejor de los casos, para mi tía y la empleada doméstica, para que la televisión no parara. El *show* continuaba, el *Teatro fantástico* no se detenía y debo reconocer que la sensación me encantó. Ni idea de que muchos años después me iba a dedicar a escribir para distintos canales de la pantalla chica, entre ellos el Canal Once, XEIPN, del Politécnico Nacional, que dio inicio a la televisión educativa y cultural en México, en 1959.



IRRITADA, EXLCAMÓ.



EL NIÑO SE PUSO A LLORAR.



menosprecian a las mujeres humildes, pero de buen corazón; donde las mujeres hermosas muy a menudo son ciegas y se enamoran de los doctores que las atienden, donde las villanas son siempre las mejores vestidas y las más divertidas, donde es posible incendiar casas, envenenar mujeres, desajustar frenos de autos solo para no caer a menos y donde en general los hombres ricos viven de fortunas heredadas, custodiadas por sus madres o por mujeres malvadas que la mayoría de las veces tienen pelo corto. Me las vi casi todas».

de una mujer sino acerca de las penurias de un hombre humillado por su esposa y del que todos se burlaban. El personaje, Ángel Gutiérrez, fue interpretado por Rafael Banquells y la telenovela, producida en 1958 por Valentín Pimstein, era la segunda que se hacía en México (la primera fue *Senda prohibida*, de Fernanda Villeli, producida ese mismo año por Jesús Gómez Obregón).

Todo México se angustiaba por Gutierrez y quería saber de qué nueva trastada era objeto, quizá por eso la venta de televisores aumentó considerablemente en el país y muchos mexicanos empezaron a ser tildados de «Gutierrezitos» por sus compañeros de trabajo.

Ya por los años sesenta, mi media hermana Marissa, que se había criado en una talentosa familia de teatro de revista, escribía telenovelas. Su primera radionovela fue *El pan de los pobres*, a la que siguieron muchas otras. Más adelante, ya en televisión, elaboró ciento veinte libretos que representaron tres años de transmisiones del *Teatro Familiar de la Azteca*, con Lorenzo de Rodas y Carmen Molina.

Y en 1959, dos años después de que el mueble de baquelita llegó a mi casa, Marissa se lanzó a teclear en su máquina Remington su primera telenovela, *El conflicto*, seguida por *La leona*, que escribió para el productor Ernesto Alonso, «el Señor Telenovela», protagonizada por Amparo Rivelles.

Marissa escribió cuarenta y cuatro telenovelas originales y quince en colaboración con otras escritoras y escritores, entre ellas *Paloma*, *Encadenados* y *Pasión y poder*, que se transmitió en 1988.

Para entonces yo había terminado la carrera de Comunicación y la de Guion Cinematográfico, y mi amor por la televisión había disminuido considerablemente. Ahora me apasionaban el cine y el teatro. Y las telenovelas no me gustaban, pero decidí ver *Pasión y poder*. ¿Cómo no, si la escribía mi hermana querida?

Me atrapó de inmediato. Una noche vi un capítulo en casa de Marissa y cada vez que hablaba el actor Enrique Rocha, el gran antagonista, un celoso obsesivo y delirante, yo me reía: Marissa había logrado captar los rasgos más característicos de su patología. Mi hermana, sorprendida, me preguntó: «¿De qué te ríes? ¡Es un canalla!». «Es perfecto», le contesté.

Mi hermana, aparte de amorosa, era lo que se dice *un hacha*. Lo mismo se podía decir de otras y otros escritores mexicanos y extranjeros que se anotaron grandes éxitos e hicieron crecer las telenovelas mexicanas, que viajaron por todo el mundo, como Caridad Bravo Adams, Fernanda Villeli, Cuauhtémoc Blanco, Carlos Romero, Carlos Olmos, Gabriela Ortigoza, Verónica Suárez, Carlos Téllez, Eric Vonn, Yolanda Vargas Dulché y María Zarattini. Algo similar pasaba paralelamente en otros países de Latinoamérica, donde el género encontró grandes expresiones, como Venezuela, Argentina, Colombia, Cuba y Brasil.

Poco después del éxito de *Pasión y poder*, Marissa me propuso que escribiera una telenovela. Y aunque yo no quería, Marissa insistió y me llevó a Televisa.

Televisa

¡Tremendos estudios aquellos! Cuando los vi me di cuenta de por qué mi hermana quería que yo entrara a esa gran industria. La televisora de avenida Chapultepec, a la que íbamos con mi mamá a recoger a mi papá, en los años sesenta, y por cuya puerta salía don Emilio saludando a los empleados, se había convertido en una gigantesca productora con espectaculares instalaciones en San Ángel, dirigida ahora por el hijo, Emilio Azcárraga Milmo, «el Tigre».

Empujada literalmente por mi hermana recibí un encargo: adaptar la obra para radio, de la cubana Olga Ruilópez, *Yo compro a esa mujer*, para lo que había que leer en una semana todo lo escrito por ella y presentar la propuesta de adaptación a la televisión y a nuestro país. Debo confesar que el título me puso mal. Era algo totalmente machista para una joven, supuestamente feminista, que había estudiado la especialidad en guion cinematográfico y odiaba los estereotipos. «¿No habrá otra historia que adaptar?», pregunté. Marissa me dijo: «Yo te ayudo a leer los capítulos».

El caso es que la adapté a la época en que se estaba gestando la Revolución mexicana, pensé que la protagonista podía ser una joven amante de la fotografía e inventé un personaje que se volvía su amiga inseparable, una gitana polizona que se colaba a la primera clase de un barco durante una fiesta de disfraces. Les gustó mucho. Escribí la telenovela y cuando faltaban diez capítulos para terminarla me mandaron a entrevistarme con Ernesto Alonso, pues quería producirla.

Yo lo admiraba, no por sus telenovelas (que no había visto), sino por la película *Ensayo de un crimen*, de Luis Buñuel, en la que actúa como Archibaldo, un hombre de mente perturbada por fantasías criminales y deseos fetichistas, pero nunca pude decírselo.

Alonso, que era un personaje idolatrado, me preguntó por qué mi historia sucedía en Tampico, «que era tan feo», y dijo que era mejor que pasara en Campeche. Yo me desencajé. Por desgracia no conocía Campeche y había hecho una investigación muy

documentada de lugares en Tampico en esa época y se lo dije, inquieta. Luego me preguntó por qué había agregado a una gitana y cómo creía que ella se iba a meter en una fiesta en primera clase en un barco sin que la descubrieran. Contesté que porque era una fiesta de disfraces y que, además, la gitana a partir de entonces se volvería gran amiga de la protagonista, con sus propias luchas y un toque de humor.

Nunca lo volví a ver. Creo que a él no se le respondía más que con un «sí, señor».

Terminé la novela, Alonso se la pasó completa a otra escritora, a quien le dieron el crédito, se produjo y fue un éxito: sucedía en Campeche, en los albores de la Revolución mexicana, y había una gitana que se colaba a primera clase en una fiesta de disfraces y se convertía en gran amiga de la protagonista. Los diálogos se conservaron en su mayor parte, en lo poco que vi. Así es también la tele.

Escribí después algunas telenovelas más para distintas productoras (Televisa incluida), no tan frecuentemente como mi hermana hubiera querido, y las «campechaneé» con la televisión cultural, algo de cine, algo de teatro, algo de radio, hasta que mi amiga Socorro González me invitó a trabajar en Colombia.

Otra en mí

A Socorro la conocí en el buró «Borrón y cuento nuevo» de García Márquez. Era un taller de guionistas que habíamos egresado del curso «Cómo se cuenta un cuento» que daba el Gabo en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños en Cuba. Socorro encontró la oportunidad de escribir un dramatizado para Tevecine, que iba a dirigir Jorge Alí Triana, y nos ofreció a Olga Cáceres y a mí escribirlo con ella. Lo llamamos *Otra en mí*, una historia semanal de dos gemelas, una de las cuales tenía poderes telequinéticos y ansias de control.

Y así llegué a la bella ciudad color terracota de Bogotá. Fue una sorpresa ver que las telenovelas mexicanas se transmitían solo por la mañana en Colombia y conocer las producciones del país. En especial porque estaban al aire dos de ellas, extraordinarias: *Café con aroma de mujer*, con la única Gaviota del mundo para mí, Margarita Rosa de Francisco, y *En cuerpo ajeno*, con Amparo Grisales. Cuánta imaginación, naturalidad, libertad y apertura de criterio encontré en una y en otra. Y mujeres libres, no inmóviles ni en jaulas.

Vino entonces una etapa de escribir para televisión fuera de México, como hizo mi hermana Marissa, primero para TV Cine, después para RTI y luego para Telemundo, entre escritores, actores, directores y productores de todos lados, escribiendo obras de diferentes procedencias. La televisión seguía expandiéndose.

Me enamoré de nuevo de ella e hice algunos buenos amigos entre la gente con la que he escrito series y telenovelas. Las telenovelas son todo un oficio laborioso, difícil y fascinante, un *tour de force* no tan

Mucho de lo que se nos ofrece, aunque sea digital, es material desechable. De todos modos, si uno busca con lupa, puede encontrar los mejores contenidos, las mejores historias y las mujeres más reales de este siglo. La televisión, antes íntima y familiar, ahora es global, a la carta y abierta, como la pantalla plana en la que se puede ver. No más muebles de baquelita.

bien valorado como pagado. Algunas de las claves de ese increíble género me las compartió mi hermana, a quien puedo ver ahora mismo sonreír divertida, dondequiera que esté. Y las productoras extranjeras de series, que proliferan día con día, siguen empleado varias de esas técnicas con mucho éxito.

Las películas, las series y los programas los veo hoy en México por canales abiertos, cable, plataformas, internet o hasta en el teléfono celular, lo mismo que todo el mundo, pero mucho de lo que se nos ofrece, aunque sea digital, es material desechable. De todos modos, si uno busca con lupa, puede encontrar los mejores contenidos, las mejores historias y las mujeres más reales de este siglo.

La televisión, antes íntima y familiar, ahora es global, a la carta y abierta, como la pantalla plana en la que se puede ver. No más muebles de baquelita. Y, sin embargo, creo que para mí conserva su calidad íntima, por la que siempre puedo volver sobre mis pasos a la sensación primera: ¿no fue esto lo que pasó durante la pandemia?

Encerrada en mi casa y después en mi cuarto, como todos, leí y escribí, pero también me quedé frente a la televisión y la encendí y vi maratones, uno tras otro, hechizada por las historias que me contaban, como hechizada estuve en 1957 con el mueble de baquelita que me permitía acercarme a esas sombras, idénticas a mí, que hacían cosas a las que yo no me atrevía, en un tiempo que no era el mío y que iban de una peripecia a otra por caminos que no conocía y que, tal vez, nunca tomaría.

Hablo siempre de la ficción sin darle su lugar al inmenso documental, vivo y poderoso. Pido perdón por eso. Y es que el *Teatro fantástico* (*Theatron Phantastikos*, lugar donde se mira lo que solo existe en el ensueño), esa oportunidad de salir de la realidad, de explorar en la magia de lo imaginario, dejó su huella.



Marissa Garrido Arozamena: *La señora telenovela*. S. d., Cortesía del archivo de Consuelo Garrido.



Coser y tejer historias

La script y editora caleña María Vásquez se propuso llevar el cine a la televisión para mejorar su calidad visual. Se tropezó con un medio en el que se aseguraba que las señoras oían pero no veían las telenovelas mientras preparaban el almuerzo. Con el tiempo y gracias a su trabajo y al de varios cineastas —Elsa Vásquez, Sara Libis, Carlos Mayolo, Sergio Cabrera—, la televisión colombiana empezó a descubrir la poesía de las imágenes.

María Vásquez estuvo predestinada desde su infancia a una paradoja que la dejaría perpleja: nacer al mismo tiempo que la televisión en Colombia, no ver nada de televisión hasta que bordeó los treinta años de edad y trabajar desde entonces, con una exactitud pasmosa, durante los siguientes treinta años de su vida, en la televisión.

Su padre, Jaime Vásquez, un industrial que representaba en Cali a la Compañía Colombiana de Tejidos (Coltejer), protegió a sus hijos de lo que consideraba una amenaza para la educación visual y cultural de su familia.

«¡Pobre papá! ¡De sus siete hijos, cinco trabajamos en la televisión! ¡Un psicoanalista lo llamaría un acto fallido de su parte, pero un acto fallido gigantesco!», dice Vásquez con el vigor que anima a esta mujer de estatura mediana, cabello largo y plateado al estilo de la cantante Buffy Sainte-Marie, lentes oscuros que habría envidiado Andy Warhol, delgada y de gestos enfáticos, que subraya sus ideas con una voz que proyecta la energía de búfalo con la que se ha ganado y defendido su lugar en el mundo.

Para explicar la tevefobia de su padre recuerda el apostolado cinematográfico por el que proyectaba en el garaje de su casa, para los setenta niños del vecindario donde vivía en el barrio La Flora de Cali, las películas que eran una fiesta cada fin de semana; su interés por difundir el evangelio de la gran pantalla en los distintos cineclubs que dirigía en la ciudad; su labor infatigable para compartir los hallazgos del cine en contraste con su apatía absoluta por la televisión, heredada a María, «pues hasta que cumplí treinta años nunca tuve un televisor ni me interesó jamás comprar uno».

Y aunque el sueño de María de estudiar Cine en Praga se postergó cuando tuvo a su hija, el aprendizaje continuó tratando de que el cine fuera una profesión.

«Para mí fue muy importante trabajar en rodajes como *script* ya que no se puede hablar de edición sin hablar del *script*. El *script* en cine tenía que ser meticuloso porque en los años ochenta avanzábamos a ciegas, pues el material, algunas veces, llegaba cuando se terminaba de rodar la película, algo que era aterrador cuando no sabíamos qué errores habríamos cometido porque el *script* tiene que saber de todo, de fotografía, de lentes, de continuidad, de vestuario y de maquillaje, de planos. Por eso el paso del *script* a la televisión fue tan importante».

Un oficio milimétrico por su precisión para cuidar la continuidad visual de una película y la lógica de los planos con los que se organiza una historia.

«Pero en vista de que el cine en Colombia ha tenido un movimiento cíclico —arrancamos, llegamos a un punto muerto y resucitamos—, también trabajé en publicidad para pagar el colegio de mi hija mientras esperaba a que se concretaran proyectos que fracasaban. Entonces me llamó Sara Libis, que también había trabajado en cine, para que la reemplazara haciendo *script* en una telenovela: *Gallito Ramírez*. Le dije que no sabía absolutamente nada de televisión, pero me convenció asegurándome que si uno había hecho *script* en cine estaba sobrado para hacerlo en televisión, sobre todo teniendo en cuenta que la televisión en esa época estaba saliendo de una precariedad absoluta y se podía hacer una preedición con el cómodo sistema del 1, 2, 3, como lo llamaba Pepe Sánchez, pues los actores, como si estuvieran en el teatro, trabajaban solo con tres cámaras y uno escogía la que hiciera el plano general, el plano o el contraplano. Llegué entonces con el purismo del *script* cinematográfico —y el rigor de planearlo todo para una filmación— a un medio en el que todo estaba preeditado desde la grabación, lo que me desconcertó, tanto como empezar a conocer en ese mundo quién era quién: en la primera reunión que tuve me quedó al lado un director que se llamaba Julio César Luna y yo le pregunté a mi vecina del otro lado quién era él y Luna me miró sorprendido de que hubieran contratado a una niña que no lo conocía, pues estaba convencido de su fama».

Una «niña» como Margarita Rosa de Francisco, las dos amigas desde sus tiempos en Cali a pesar de su diferencia de edad, «que se arrancaba el pelo, porque tanto ella como yo entramos al mismo tiempo a la televisión, y estaba convencida de que engañaba al país, consciente de que no era una actriz profesional. Aún así, *Gallito Ramírez* fue un éxito, como suele suceder, inversamente proporcional detrás de cámaras cuando el caos de una telenovela exacerba las neurosis».

Para calmar los ánimos, María Vásquez se propuso mejorar la gimnasia visual de las producciones en las que trabajara.

«Así como me parecía insólito que el oficio del *script* se redujera a la continuidad en el vestuario, sin

considerar que también podía trabajar en la edición, a la gente de la televisión también le pareció insólito que alguien como yo, recién llegada, se atreviera a suspender escenas durante una grabación porque ciertos planos no funcionaban. El poder en la televisión era entonces vertical y cuando yo paraba una escena, Julio César Luna gritaba y todo el mundo se congelaba porque antes que opinar se debía obedecer. Y a pesar de que mi entrada a la televisión fue un tanto brusca, Luna me pidió que me quedara como su asistente de dirección, por lo que me moví de Cali a Bogotá. Fue entonces cuando tuve la fortuna de conocer a Pepe Sánchez, a quien le debo todo lo que sé de televisión. Pepe, que también había trabajado en cine, me enseñó muchas cosas de un medio en el que había mucha improvisación y al que empezó a llegar gente del cine».

El destino recompensó su terquedad y su encuentro con Pepe Sánchez la entrenó también para enfrentarse a los tiburones de la producción.

«Me asombraba la capacidad de Pepe para trabajar; que fuera capaz de dirigir al mismo tiempo *Don Chinche* y *El cuento del domingo*; que sacara su máquina de escribir en el carro que le manejaba un chofer y escribiera un capítulo del *Chinche* mientras sus dos hijas y la mía brincaban todo el tiempo; que sacara tiempo para reírse y divertirse, porque para él todo era lo mismo, la vida y la risa; que no fuera como esos directores que miran cada capítulo cuando se emite para quejarse de la edición y prefiriera irse a conversar con alguien, hacer algo distinto a ver telenovelas. ¡Y me encantaba que habláramos de cine! Recuerdo que me hizo un regalo maravilloso: demostrarme cómo en televisión se podían trabajar ciertas cosas como en el cine. ¡Grabó entonces un capítulo del *Chinche* en homenaje a *La sogá*, de Hitchcock, haciéndolo en un plano secuencia!».

El ejemplo de Pepe Sánchez hizo que su panorama creativo se ampliara sin medir las consecuencias.

«Algo nada fácil, trabajar como *script* y editar, cuando hacer una disolvencia, que ahora es posible con un celular, se podía tardar cerca de cuarenta minutos porque se usaba una palanca para sacar una toma y meter otra de manera totalmente artesanal. Así que armar un capítulo era un trabajo inmenso. Además, me gustaba escoger la música. Extrañamente las productoras no pagaban derechos por nada. Entonces me iba con mis discos de *rock* y ponía temas de los Rolling Stones para una carrera de carros o música de Bach para mejorar escenas aburridísimas, porque Bach me recordaba a mi papá, que los domingos oía música clásica mientras yo estaba en el muro de la calle con mi novio. Hasta que un día me llamó de presidencia Fernando Gómez Agudelo, el dueño de RTL, y me dijo: “¿Usted es la niña que está maltratando *mi* música? ¡Eso es prohibido en esta empresa! ¡Nadie puede usar a Bach!”. Era un atrevimiento de mi parte usar a Bach en algo tan frívolo como la televisión. ¡Y también

maltratar el *rock*! ¡Mis amigos de Cali me regañaban! ¿Cómo era posible poner un tema de Deep Purple para telenovelas tan estúpidas?».

Los riesgos le fueron dando a María Vásquez un lugar en el medio con el que tuvo un matrimonio a punto del divorcio, salvado por su pasión creativa para mejorar la relación.

«Pepe Sánchez me llevó a RCN para trabajar en *Café*. Cuando edité los primeros capítulos lo hice como si fuera cine, analizando los puntos de giro de la historia y el tiempo que debían durar. Hice entonces dos versiones, la que respetaba el libreto de Fernando Gaitán y una versión personal por la que edité tres capítulos del libreto en uno solo. A las doce de la noche me llamó el presidente de RCN y me dijo: “Mijita, ¿usted sí sabe de esto?”».

Sin anestesia, recordándole el estilo vertical del poder, las reglas que han definido una historia en la que se recompensa a los que comprenden que solo lo difícil es estimulante.

«No fue fácil. Recuerdo lo que decía Bernardo Romero Pereiro: “Las señoras no *ven* televisión, *oyen* televisión”. Según él, las señoras picaban cebolla y hacían el almuerzo mientras *oían* televisión. Así que no tenía sentido gastarse la plata en hacer planos de paisajes cuando lo que importaba era la televisión que venía de la radio. Un criterio que chocaba con mi interés por llevar el cine a la televisión y que además no era cierto. Cuando estábamos en Valledupar y transmitían *Escalona*, los domingos a las seis de la tarde no había nadie en las calles, lo único que se escuchaba eran las guacamayas de las casas y los ladridos de algún perro, así que la gente sí veía los paisajes, por eso fue tan afortunado que entrara el cine a la televisión».

Las radionovelas ilustradas por el televisor fueron entonces un concepto que se transformó cuando se tuvo consciencia de la manera como la edición puede mejorar o arruinar una historia y la puede enriquecer visualmente.

«No hay tecnología que pueda sostener una historia mal escrita y mal dirigida. Si la dirección tiene que ver con la actuación y con hacer creíbles a los personajes, también la edición es determinante cuando les ayuda a los actores para disimular sus carencias. Editar es un oficio de manipulación. Se parece a los *realities*: la gente piensa que suceden como si fueran verdad, pero todo está libretado y manipulado. Por eso uno de los fracasos más caros de la historia de la televisión colombiana y, específicamente, de RCN, fue *María*. Escrita por Gabriel García Márquez y dirigida por Lisandro Duque, fue un fracaso que habría salvado la edición.

Es un ejemplo de lo que no se debe hacer en televisión como es *leer*, porque la puesta en escena de *María* fue el adorno de una lectura, y no hay nada más aburrido que alguien lea en televisión y no se traduzca a una puesta en escena. Por eso es que las editoras hacemos remiendos, cosemos y tejemos historias».

Y mientras las estrellas con su resplandor en la pantalla son visibles, el editor tiene que soportar las presiones del director, del libretista o de los presidentes de la empresa.

«Llegan al descaro de proponerle al editor que alargue una telenovela si tiene éxito. Un día un ejecutivo se apareció en mi sala de edición, cuando ya estaba cerrando *La hija del mariachi*, que tuvo un éxito inusitado, sobre todo al final, y la historia ya no daba para más, tanto así que decidí dejar las canciones completas porque no había qué meter, y el ejecutivo, cinco capítulos antes de que terminara la telenovela, me dijo: “Por favor, a mí me contaron que usted es muy brava, pero le ruego que alarguemos una o dos semanas la telenovela”. ¡Parecía moviendo el tarro igual que un mendigo! Entonces le dije que viera el libreto y se diera cuenta de que no había manera de alargar la historia, pero el ejecutivo insistía a pesar de que yo también le insistiera, así que no hice lo que me pidió. Es decir, si el libretista ya no importaba para nada, era a mí a la que le tocaba equilibrar la calidad con la plata».

¿La calidad vs. el *rating*?

«Pepe Sánchez decía que los canales, por ahorrarse un millón de pesos, gastaban un millón de dólares. Si una grúa costaba un montón de plata, trataban de ahorrársela. A Sergio Cabrera casi lo despiden porque en *Escalona* se tomaba todo el tiempo del mundo preparando un plano, algo que a los del canal les parecía pésimo, hasta que empezaron a entender que Sergio filmaba exteriores y hacía planos secuencia con los que buscaba la poesía de la imagen. Pero durante mucho tiempo lo que importó fue la efectividad antes que la calidad».

Una ecuación por la que ciertas telenovelas tuvieron la suerte de algo tan impredecible como el éxito.

«La televisión es un arma muy importante, pero también muy peligrosa, porque capturar a un país y sentarlo a ver una telenovela puede ser peligrosísimo según la historia que se cuente».

Memorias de otro tiempo, el tiempo de los pioneros, cuando María Vásquez se enfrentó a la rutina de un medio que aprendía sobre la marcha y tuvo la fortuna de contar con una editora que venía del cine y sabía cómo remendar, coser y tejer historias de la mejor manera posible.

p. 88 Dibujo a lápices de colores para GACETA por Humberto Junca Casas (28 x 21,5 cm) de «El Fercho Durango», personaje de *Gallito Ramírez* (1986). Interpretado por el actor Bruno Díaz, «El Fercho» supo encarnar el desparpajo y la sabrosura de los camajanes. Fue el antagonista perfecto para «Gallito Ramírez», el joven boxeador que quiere ser

campeón del mundo en la telenovela dirigida por Julio César Luna. Los libretos de Martha Bossio la llevaron a ganar el premio India Catalina a Mejor historia y libreto original de telenovela en 1987 y el Simón Bolívar a Mejor libreto adaptado en 1988 por su trabajo inspirado en *El Flecha*, historia original escrita por David Sánchez Juliao.



Culebras

¿Cómo se entremezclan las fobias y el arte? A través de la producción de *La vorágine* (1989), Duque supera su miedo a las culebras a la fuerza. El testimonio del director recuerda los diferentes peligros que se presentaron durante el rodaje.

En septiembre de 1973 fui expulsado de la Universidad Nacional por «agitar doctrinas foráneas» —según reza la resolución del rector Luis Duque Gómez—, junto a 143 estudiantes más. cursaba penúltimo semestre de Antropología y, con la ligereza de la juventud, sentí alivio por esa medida: me permitía escapar de la inminencia del trabajo de campo. Por entonces era habitual que la tesis versara sobre alguna comunidad indígena, había toda una masa crítica y una logística favorable a ello. Esto me intimidaba. Me obligaría a desplazarme a una zona del país que fuera asentamiento de aborígenes, es decir, a cualquier lugar de lo que por entonces se llamaba «territorios nacionales», en la nación no-andina, «marginal», según la terminología de la época, que ha comenzado a llamarse «Región» después de la Constitución del 91. Mi desinterés por ese desplazamiento radicaba estrictamente en el miedo a las culebras. Ya había tenido tres o cuatro experiencias, en algunas breves vacaciones escolares en fincas de La Dorada o en Melgar, que me bastaron para incubar un bíblico miedo.

En 1989 me ofrecieron en RCN Televisión adaptar y dirigir *La vorágine*, de José Eustasio Rivera. Ya en la preproducción, y con ingenuidad, me fui a buscar locaciones al Caquetá, a orillas del río Orteguzaza, en donde contacté a una comunidad indígena casi urbana. Sus integrantes, los koreguajes, hablaban castellano y solo uno que otro, ancianos ya, recordaban algunas palabras en lengua nativa. Su vestimenta era de paisanos de ciudad. Su maloca era prácticamente una junta de acción comunal, con techo pajizo, reforzado con madera contrachapada, lugar de visitas frecuentes de turistas y políticos que pretendían encontrar allí «tribus antiguas», pues por entonces no existía la expresión «pueblos originarios». Vivían en chozas con techo de plástico, PVC, y el caserío tenía un urbanismo español. En sus roperos guardaban taparrabos, adornos de plumas y arcos y flechas comprados en Artesanías de Colombia,

para el caso de que los visitaran algunos colegios. La «selva» era rala, modesta, insuficiente para producir la sensación de manigua. Y lo peor: en la orilla del frente del Orteguaza estaba la base militar Larandia, donde los soldados cantaban himnos y aterrizaban y despegaban aviones y helicópteros para enfrentar a las FARC. Aquello era «zona roja». Mi ingenuidad consistió en suponer que en un paraje recostado al piedemonte estaría seguro con mis fobias, aunque allí también había culebras. Pero no, el lugar no era adecuado en ningún sentido y tuve que decidirme por viajar a Leticia.

El río allí era el verdadero Amazonas, había infraestructura hotelera y una selva digna de *La vorágine* estaba disponible a pocos pasos del hotel Tikuna. Abundaban las lanchas y los barcos grandes para alquilar, personal de asistentes experimentados y varias comunidades indígenas organizadas con malocas de verdad, baquianas en filmaciones, los huitotos y los yaguas. Todavía no se usaba el término *catering* para la provisión alimentaria, y el tema de la comida para sesenta personas, que podía ascender a ciento veinte, estaba resuelto. Ese era el lugar. Había un caserón de madera, inmenso como la Casa Arana, y muy parecido: era la sede abandonada del aserrío de Mike Tsalikis, narcotraficante huido a Grecia, y estaba disponible.

Kapax, el «Tarzán» colombiano, famoso por haber nadado por el Magdalena desde La Dorada hasta Barranquilla entre una flota de periodistas que acompañaron su hazaña, nos esperaba en el aeropuerto con una boa constrictora de ocho metros enroscada en el pecho. Sería nuestro guía durante los dos meses de rodaje.

Tal vez ese animal manso, al que le tocábamos la piel y se nos enroscaba también en el cuerpo para posar en las fotos, me quitó de súbito el terror a las culebras. Desde el primer día, cuando pisé tierra de Leticia en el aeropuerto, experimenté el sentimiento gratificante de que me había «devorado la selva», literalmente, al igual que la frase de José Eustasio Rivera que cierra *La vorágine*.

En vísperas del rodaje instruí con vehemencia al personal para usar siempre botas pantaneras en los desplazamientos por la selva y así prevenirnos del envenenamiento por mordeduras de culebras. Pero nada más pasar tres o cuatro días, todo el mundo caminaba en chanclas por el pantanero, con los dedos al aire, pues el calor hacía insoportables las botas altas que les sacaban ampollas. En cierta medida, esa confianza en la indumentaria ligera demostraba que todos habíamos caído bajo el hechizo.

En las filmaciones nocturnas, y como el Caladryl era insuficiente para espantar los zancudos, nos palmoteábamos los brazos y rostros, y aquello sonaba como, al decir de Edmundo Rivero en su milonga, «una noche de estreno en el Colón».

Un día, Rodrigo Lalinde, el fotógrafo, ponía su curia en meter en el encuadre de la cámara una hoja de alguna maleza, para que el cuadro no saliera tan limpio, y de repente dio un salto hacia atrás, cayó de espaldas y gritó: «¡Una culebra!». Nos reímos todos en lugar de asustarnos: Rodrigo había perturbado el sueño de una «cuatro narices» que dormía enroscada en el tallo. El animal, viendo el gentío de intrusos, se escabulló. Poco después, en la gran ceiba de Amacayacu, donde grabábamos el nacimiento del hijo de Alicia Fernández y Arturo Cova, al sentarnos todos a mirar la escena por el monitor, la actriz Florina Lemaitre gritó: «¡Una culebra!». Y todos nos quedamos callados y quietos. La buscamos en el suelo con los ojos sin mover la cabeza y la vimos: era una talla x de un metro que avanzaba por debajo de las sillas cuyas patas estaban hundidas en el fango, casi haciendo contactar nuestras posaderas con el suelo. El zoólogo que siempre nos acompañó nos dijo susurrado: «Quédense quietos», y le obedecimos, contemplando al reptil avanzar por debajo de nuestros culos, inspeccionando minuciosamente las seis sillas hundidas en la tierra. Yo sentí un cosquilleo por la espalda cuando pasó por debajo de la mía. Llegó al centro del círculo de personas, se posó en una ruana amarilla de plástico y, alzando la cabeza, nos miró uno a uno. El zoólogo nos dijo cuchicheando: «¿Ustedes van a permanecer más días en este set?». «Sí, tres días», le dije. Y nos respondió, mientras la talla x seguía con atención su discurso: «Le invadimos su hábitat, su nido está debajo del monitor, y está furiosa. Ella va a atacar. Y les advierto que su veneno es fulminante». «El problema —le dije, continuando con el cuchicheo— es que si levantamos este set vamos a perder todo lo filmado aquí los tres días anteriores. Y si seguimos en otra parte, la continuidad va a irse para el carajo. Tocaría repetir la escena desde el comienzo». La jefa de producción, Liuba Hleap, sin que el susurro le demeritara su angustia, dijo: «Lisandro, estamos colgados en cuatro días de rodaje». «Eso no es problema mío», pareció pensar la culebra.

Es conmovedor e indigno de detalles, pero el zoólogo dio de baja la culebra del inventario de Amacayacu, y se la llevó chapaleando en la punta de una vara. Era ella o la vida de alguno de nosotros, que permanecemos aplastados en nuestras sillas. Todavía me persigue el recuerdo de ese animal inmolado a una serie de televisión.

Días después, João, el hijo del capitán del barco, echó un anzuelo en un paraje penumbroso del río adecuado para la pelea final entre Arturo Cova y Narciso Barrera. Al sacar el anzuelo, de su garfio colgaban, sacudiéndose, unas diez pirañas, cada una mordiendo la cola de la otra. Miré a Frank Ramírez y a Armando Gutiérrez —Barrera y Cova en la obra—. Ya poseídos por la violencia de la naturaleza, me dijeron: «Hagámosla aquí». Y yo, impelido por su coraje, me arrojé al agua. Después lo

hicieron ellos y grabamos la escena de la pelea, en la que Cova ahoga a Barrera.

Era la estética de la época: una «obra» que no tuviera riesgos no valía la pena. Sentíamos en los pies el cosquilleo de las pirañas, pero ninguna llegó a mordernos. Fue mucho después cuando aprendí de Orson Welles que «ningún arte merece que uno muera por él». Aprendí mucho de *La vorágine*: dos meses después de terminado el rodaje, ya en Bogotá, tuvimos que viajar a Melgar a completar unos tres planos, poca cosa, en realidad. Se me atravesó una culebra en mi camino, la pateé con el zapato y la mandé lejos. Suena solemne, pero los dos meses amazónicos habían logrado que me trajera conmigo la selva.

p. 92 Lisandro Duque conversando con el actor Waldo Urrego durante la producción de *La vorágine*: adaptación de la novela de José Eustasio Rivera para televisión. Atrás: el actor Armando Gutiérrez y un miembro de la comunidad Huitoto de Leticia, 1990. Cortesía del archivo de Lisandro Duque.

p. 96 Set del noticiero *24 Horas*. Fue producido por la programadora del mismo nombre y estuvo al aire desde 1977 hasta el año 2000. Aquí, el presentador de deportes Ricardo Henao (izquierda) y la presentadora general Mónica Tapias (derecha), ca. 1998. Foto de Jairo Escobar.

↓ Miembros de la comunidad Huitoto de Leticia en conversación con Lisandro Duque. El primero a la izquierda, es el jefe Jitoma, 1990. Cortesía del archivo de Lisandro Duque.







No llegaron

Ocasionalmente, las funciones en las salas de exhibición podrían ser canceladas por diversas circunstancias extraordinarias.

**Pasaje de autor anónimo
plagiado repetidas veces
por salas de cine y teatro**

Hay objetos que anuncian
otros objetos

el portalámparas digamos
sugiere el bombillo

el parqueadero,
el carro.

Muchas sillas actúan
como la multitud
ausente.

Aquí colindan
la belleza y la burocracia:

a algunos teatros les prohíben
suspender la proyección de una película
aun si no ha llegado

Nadie.

Juan Afanador

El escape
de una cueva
luz vertida en tandas
por un ojo solitario.

Alguien deja el grifo abierto
la televisión

alguien deja el mar prendido
la pantalla
y se va.

Es tan sencillo desperdiciar
no ver las formas.

Los coloristas sufren
porque una superficie no ajustada
altera todo su trabajo.

Para quién es una pregunta indirecta
y lleva tilde en la e.

Un cocodrilo celebra el temblor del río

Eran los noventa en Colombia, mi mamá hacía parte de la primera generación de mujeres clase media que salían masivamente a trabajar. Así que quien nos crio fue Rita. Ella era lo opuesto a mi madre; morena, abundante, pechugona. Tenía algo que después supe era sensualidad. Mostraba sus piernas, cantaba vallenatos mientras limpiaba la casa, sabía jugar con picardía y me ayudaba a aprender las tablas de multiplicar.

Rita me hacía un lugar en su cama a la noche, y yo, sigilosa, como una culebra de tierra caliente, me escabullía por la cocina en la oscuridad hasta hacer golpecitos en su puerta. Bajo las cobijas, me narraba historias de apariciones en el Tolima. Podía sentir el olor a aire tibio rozando la tierra. Sentía celos de sus sobrinas, de esas niñas que entre los arrozales sabían que Rita era su familia.

A Rita le interesaba el culebrón. A mí me interesaba Rita. Me interesaba la sensación de que algo grande estaba batiéndose en el subtexto de mi casa. Un ser enorme y sexuado caminaba bajo la manta reconfortante de la cotidianidad. Presentía la densidad de un secreto que reptaba por los tapetes. Como parte de la educación, Rita me dio las telenovelas: *Marimar*, *Dos mujeres un camino* y *Gorrión*. También me regaló las melodías de *Bronco* y *Los Fugitivos*, que funcionaban como los canticuentos. Narraciones de amor, dolor y venganza al estilo grupero. Posibles claves para entender algo, algo de un no sé qué. Le insistía a Rita para que adelantara el casete hasta mi canción favorita, *La loca*, y juntas a todo pulmón la cantábamos:

Y los muchachos del barrio le llamaban «loca».
Y unos hombres vestidos de blanco le dijeron: «Ven».
Y ella gritó: «No, señor, ya lo ven, yo no estoy loca.
Estuve loca ayer, pero fue por amor».

La emocionalidad de Rita hacía eco en mi cuerpo pequeño. Su voz que parecía salir de mi plexo. Mientras cantábamos yo espiaba el dolor de perder el pecho, de perder el pájaro calentito del amor, el dolor de perder el cobijo y el sentido. Y era yo misma la muchacha a la que le gritaban «loca» y unos enfermeros me ataban violentamente en una camisa de fuerza. Espiaba a Rita y espiaba el desamor.

ㄱ ㄱ ㄱ

Aún no sabía escribir, pero tenía un cuaderno pequeño. Me gustaba encerrarme en el baño de las visitas y esconderme debajo del lavamanos. Allí *anotaba* en el cuaderno, con signos secretos, las observaciones del día. La mano se inventaba unos gusanitos enroscados, que transcribían a velocidad supersónica mis observaciones. Consignaba cada movimiento de la casa y sentía en mi esternón de niña una alegría arrogante, la alegría de la que ve con distancia.

Era una espía: juntaba los secretos con el placer. Resguardada bajo el lavamanos: *lo sabía todo* y podía consignar la vida en papelitos. Disfrutaba de un triple secreto: la vida ajena, mis garabatos indescifrables y la guarida en el baño. Sufría de un precoz delirio de narradora omnisciente.

O tal vez de algo más triste.

Todos a mi alrededor eran dignos de ser espíados. De pronto intuía la complejidad de lo humano en lo doméstico. Estaba entrenando una sensibilidad de telenovela. Los adultos eran el sujeto de observación favorito; presas fáciles y torpes de mi *performance* de mirona.



De espía me iba bien porque era sigilosa y porque los adultos eran muy tontos con las niñas. Se delataban cambiando el tono significativamente y hacían guiños o incluían palabras en inglés. Esperaban a que estuviera jugando para hablar. Y yo jugaba a espíar.

Me gustaban las conversaciones de mi tía divorciada con sus amigas que no eran madres. Un grupo de señoras treintonas que veían *Melrose Place* y grababan *Medias de seda* en el VHS. Había una a la que llamaban «la fea». A mí me parecía una mujer de mundo, es decir, una mujer de *Melrose Place*. De grande comprendí que siempre hablaba de sexo. Un sexo mojigato y noventero. De sentir cosquillas en las nalgas viendo a hombres atractivos. Así, para mí, por mucho tiempo el sexo se sintió como cosquillas en la cola.

En una misión de riesgo encontré condones y me dijeron que eran un antídoto para la picadura de culebras. Se rieron como brujas, celebrando un autochiste, más vulgar que audaz. Durante un tiempo tuve miedo de mi tía bruja, de sus amigas solteras y de las probables serpientes de su casa.

Mi madre y mi tía chismoseaban en los trancones. Bajo la luz sucia de la lluvia yo jugaba a pasar la bayetilla por la ventana trasera y espíaba como un gato, arqueando la cabeza para atrás. Decían que «la fea» hace años era *la moza, pobrecita, como es fea no le queda de otra*. Yo intentaba guardar esa palabra dentro de mí: «moza». Para esconderla dentro de mí, la pegué a otra palabra cercana: «hermosa». «La fea» era hermosa.



En las noches todas las mujeres de la casa participábamos del ritual del sentido, con el éxito nacional: *Café con aroma de mujer*. Mi madre, mi hermana, Rita y yo nos sentábamos a ver a Margarita Rosa de Francisco interpretar a la Gaviota, una recolectora de café que se enamora del dueño de la hacienda Casablanca, llegando a ser una exitosa ejecutiva en el mundo de la exportación de café.

Eran los noventa. Colombia exportaba masivamente cocaína. El cartel de Medellín estallaba bombas en las ciudades casi todos los días, pero en la ficción emocional éramos la Colombia del café, el paraíso rural y moderno que llenaba de aroma las tazas del primer mundo. *Café con aroma de mujer* tenía la estructura clásica del culebrón: dos mujeres

peleando por el amor, la atención y la fortuna de un hombre. Lo novedoso de *Café* era que la Gaviota era el amor legítimo, aunque no la esposa. Un giro que le daba vuelta entera a mi cabeza binaria de niña espía. «La otra» era la una. Sebastián, enamorado de Gaviota, nunca había podido consumar con su esposa, así, la mujer pobre pasaba a ser legítima. El inicio y el fin. Gaviota, el alfa y el omega.

Mientras veíamos *Café* el monstruo del culebrón tácito me acechaba. Yo sospechaba y espiaba. La telenovela me daba claves confusas para descifrar lo que estaba pasando en casa. Un cierto mutismo obvio. Una mutilación cotidiana.



Mi papá no estaba en las noches, pero en las mañanas sí. Era un mal humor sombrío, un macho empañado. Yo lloraba todos los días a las cinco de la madrugada cuando Rita me desnudaba para el baño. Mi padre se levantaba, gritaba y me pegaba. Rita me defendía.

Esto no podía espiarlo. Era lo abyecto. Era arrinconada por el cinturón de mi padre, que me devolvía a mi tamaño real: un cuerpo desnudo de seis años. Nada de saber, ni de placer. Incomprensión y mutismo. Y agarrarse fuerte detrás de las piernas abundantes de Rita.

Mamá no estaba.

¿Rita era la una o «la otra»?

¿Era la Gaviota o la Lucía?

¿Era la mujer deseable o mi madre?

¿Por qué Rita insistía en hablarme de sus sobrinas?

¿Y yo, era familia de quién?

Un hombre enorme me quería matar. Un terror peor que los enfermeros que se llevaban a la fuerza a la muchacha que estaba loca de amor. Un terror atávico, idéntico al terror infantil de mi padre a manos de mi abuelo. Una herencia que no era estar loco de amor. Una herencia de todo lo contrario. Lo que se le escapa a la niña espía, lo que se me ha escapado siempre en mis garabatos. La escena recurrente. La peor. La que es imposible escribir.



Los mejores días para espiar eran los domingos en la casa de mi abuela. Entre tantos adultos y tantos niños, la confusión generaba camuflaje y la información era jugosa. Mi abuela dijo entre susurros: «Se van a separar».

Sentí placer, tenía en mis manos el último secreto. Sentí alivio, se iba la deformidad de mi casa. Sin embargo, pasó mucho tiempo y no había «separación». Lo veía de vez en cuando, su ropa seguía ahí, pero ya no me pegaba en las mañanas. Perdí las esperanzas. Tal vez EL SECRETO que oí en casa de la abuela era una invención. Lo malo de ser niña espía es que la información recabada era poco fiable: estaba siempre teñida de mi propia mitología personal.

Al poco tiempo mi mamá comenzó con una campaña de lo obvio. Todas las noches, antes de *Café*, tomaba alguna revista y nos hacía una charla pedagógica sobre diversidad familiar.

«Miren niñas, cada familia es distinta», decía.

Mi hermana, aunque mayor, seguía las explicaciones de mamá sin sospecha, como si se tratara de información objetiva. Mi espía, en cambio, sentía compasión por ambas, tan comprometidas en el teatro de lo evidente.



Yo estaba contenta con la separación, pero no quería perder a Rita, que seguro era «la otra», la legítima, la Gaviota. La mujer abundante que no era mi madre. La que me criaba. Seguro se separaban por Rita, porque ella era sensual, morena y pobre. Y por eso era heroína, *Marimar*, *Gorrión* y mi madre.

Tal vez podía detenerlo, reorganizar el mundo, hacerme familia de Rita de alguna manera. Le pedí que me hiciera una trenza como la de sus sobrinas. Esas trenzas hermosas que se aferraban al cráneo, tirantes como el ADN, trenzas del color tibio del Tolima. Rita terminó por doblegarse ante mi insistencia. Ya en la ruta del bus, las niñas se mofaron de mi peinado. En el primer recreo, llorando frente al espejo desarmé mi fantasía de niña campesina.



El día de la noticia nos sentaron al borde la cama, Rita y mi mamá se arrodillaron al frente nuestro, con caras compungidas, con una tensión incómoda en sus cuerpos. Nos miraban las dos, desde el fondo de una caída. Después de mucho rodeo mi mamá lo dijo: «Su papá y yo nos vamos a separar». Mi hermana lloraba, la imité.

Lágrimas de cocodrilo. Un cocodrilo celebra el temblor del río.
Mi papá no estuvo durante la revelación del secreto.
Al parecer no era por Rita que se separaban.
Tal vez Rita era mi padre.
Un papá capaz de reacomodar el mundo, de cancelar las herencias.

Una vez se secaron las lágrimas, con el aire trémulo, mi mamá prendió el televisor. Me aferré a la mano de Rita durante todo el capítulo de *Café*. Tuteladas por la luminosidad de la pantalla y el perfume Lancôme de mi mamá. Susurré adentro de mi cabecita: *Estuve loca ayer, pero fue por amor*. Lo escribí con letras mayúsculas en mi memoria. Espié ese instante de felicidad agridulce. Cierta plenitud de niña triste que espío de nuevo.

Juan Afanador

Escritor y antropólogo. Es compilador en *Sobre las macetas. Antología de poetas nacidos después de los ochenta en Colombia* (Amargord, 2018) y coeditor de *Emilia Ayarza. Antología* (Editorial Magisterio, 2020). Es autor de *El bosque* (Volcán Ediciones, 2022), *Algoblando en cada trámite* (La Jaula Publicaciones, 2023) y «Poesía y atención» (Revista *Liebre Lunarn.* n.º 1, 2024). Realiza el podcast *Poesía para la vida* desde BiblioRed. Hace intervenciones poéticas en el espacio público con otras a través de Contaminación Cruzada.

Marino Aguado

Director, productor y documentalista. Sus producciones exploran temas como la música y las manifestaciones propias de la diáspora africana. En televisión, sus intereses se han enfocado en la producción de contenido cultural y educativo. Productor delegado en Señal Colombia durante diez años. Actualmente es director de producción de Telepáfcico.

Sinar Alvarado

Ha escrito para *The New York Times* y las revistas *El Malpensante*, *Gatopardo*, *SoHo*, *5w*, *Travesías*, *Semana* y *Letras Libres*. Su libro *Retrato de un canibal* ganó el Premio de Periodismo de Investigación Random House Mondadori. Finalista del Premio Gabo en 2019 y del Premio a la Excelencia Periodística de la Sociedad Interamericana de Prensa en 2015. Su trabajo ha sido traducido al inglés, al francés y al italiano. Figura en varias antologías de crónica latinoamericana.

Julia Bejarano

Artista visual y compositora musical. Sus proyectos de tipo acústico cruzan su interés por la instalación artística y el concierto electroacústico. Ha expuesto en Colombia, España, México, Francia, Perú, Bolivia, Italia, Cuba, Alemania, Países Bajos, Venezuela, Argentina, Estados Unidos y Panamá. Actualmente explora la poesía espacializada y la arqueoacústica.

Hugo Chaparro

Valderrama

Escritor, periodista, crítico e historiador de cine. Ha publicado varias novelas; dos libros que han merecido el Premio Nacional de Poesía otorgado por el MinCulturas; escribió el libreto para la ópera *Orfeo Chamán*, publicada por el sello Erato/Warner Classics, así como también varios libros sobre la historia del cine en Colombia, entre los que destaca *Álbum del Sagrado Corazón del cine colombiano*.

Colectivo Bricolaje

Conformado por los artistas visuales y docentes Pablo Adarme, Sandra Mayorga y Carolina Salazar entre 2002 y 2007.

Nicolás Consuegra

Artista visual y diseñador gráfico. Hizo un pregrado en Bellas Artes en la Universidad de los Andes y una maestría en Ciencias en el programa de Arte Cultura y Tecnología (ACT) del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT).

La Decanatura

Colectivo integrado por los artistas Elkin Calderón y Diego Piñeros. Su trabajo creativo gira en torno al desplazamiento, entendido como metáfora para conectar lugares distantes y como vínculo con hechos históricos del pasado. Con una praxis transmedial, La Decanatura ha desarrollado audiovisuales, series fotográficas e instalaciones.

Diana Díaz Soto

Comunicadora social con énfasis en Comunicación y Televisión Educativa de la Universidad Javeriana (Bogotá). Especialista en Educación/Comunicación de la Universidad Central, y magíster en Estudios Culturales de la Universidad Javeriana. Formada en autorregulación de contenidos en entornos democráticos. Ha ocupado distintos cargos estatales como coordinadora y jefe de contenidos audiovisuales. Actualmente es directora de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos en MinCulturas.

Lisandro Duque Naranjo

Guionista, director de cine y televisión y columnista. Fue profesor en la Universidad Central, donde creó y dirigió la carrera de Cine. Ha dictado clases en la Maestría de Escrituras Creativas de la Universidad Nacional de Colombia. En 1990 adaptó y dirigió para tv *La vorágine*, basada en la novela José Eustasio Rivera. En 1991 dirigió la miniserie *María*, basada en la novela de Jorge Isaacs, con guion de Gabriel García Márquez. En 2022 publicó su novela *Las reglas del fuego*.

Jairo Escobar

Fotógrafo y realizador de documentales históricos, experto en investigación de archivos filmicos y fotográficos. Iniciador del rescate del archivo de Inravisión, lo que dio nacimiento a los programas y videoclips llamados *Teleyer*, que impulsaron la importancia de este archivo. Produjo la serie *Remedio para la memoria* con RTVC.

Dago García

Libretista, productor y cineasta. Vicepresidente de Producción y Contenidos de Caracol Televisión.

Consuelo Garrido

Libretista, directora literaria y analista. Estudios de Comunicación en la Universidad Iberoamericana y de Guionismo en México y Cuba. Escribió *Mi querido Tom Mix* en el buró de guionistas de Gabriel García Márquez, premio Vigía a la Mejor película en el XIII Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de La Habana. Su guion más reciente es *Carlos Monsiváis, amor perdido* (2024). Publicó «No ser héroes» en el libro *Las mujeres y la dramaturgia mexicana del siglo XX*.

Beatriz González

Estudió Bellas Artes en la Universidad de los Andes y Grabado en la Rijksakademie van Beeldende Kunsten (Ámsterdam). Desde inicios de los años sesenta, González empezó a reinterpretar obras icónicas del arte occidental como un medio para reflexionar sobre las maneras en que la cultura eurocentrista era asimilada en Colombia. Su singular perspectiva de la producción material vernácula y la política en el país le ha permitido desarrollar una obra que sintetiza como pocas nuestra idiosincrasia nacional.

Nadia Granados

Artista visual. Su producción audiovisual ha sido incluida en tres ocasiones por el festival de cortometrajes de Oberhausen (Alemania), donde recibió una mención de honor en 2015. Entre sus distinciones se cuenta el premio de la Tercera Bienal de Artes Visuales Bogotá (IDCT, 2013); el Franklin Furnace Fund (Nueva York, 2013); ganadora del XI Premio Luis Caballero (Idartes, 2022); el Ken Burns Award for Best of the Festival del Ann Arbor Film Festival (2019); y el premio para corto experimental en el Athens International Film+Video Festival (Athens, Ohio, EE. UU., 2019).

Silvia María Hoyos

Periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana, con maestría en Creación de Guiones Cinematográficos y Escrituras para Cine, Televisión y Transmedia en las universidades de La Rioja y Autónoma de Barcelona. Docente en crónica y reportaje. Directora y realizadora audiovisual de reportajes y documentales. Es autora del libro *Los días del dragón* sobre la época del narcoterrorismo en Colombia.

Francisca Jiménez

Artista y editora audiovisual. Sus obras combinan fotografía, cine y publicaciones impresas. Su filmografía ha sido presentada en festivales como FICCI, MIDBO, Festival de Cine de San Sebastián (España), FICUNAM (México), Frontera Sur (Chile) y la Bienal de la Imagen en Movimiento (Argentina). Ha expuesto en Bogotá, Cartagena, Nueva York, San Juan, Buenos Aires y Madrid.

Humberto Junca Casas

Artista plástico de la Universidad Nacional de Colombia. Ha expuesto su obra localmente y en países como Alemania, Brasil, Corea del Sur, Cuba, Estados Unidos, Finlandia, Guatemala, México, Noruega, Reino Unido y Turquía.

Juan David Laserna

Egresado de la Escuela de Artes Plásticas (2004) y la maestría en Artes Plásticas y Visuales (2010) de la Universidad Nacional de Colombia. En 2018 fue ganador del IX Premio Luis Caballero (Idartes). Recibió la beca de creación del MinCulturas (2015).

María Paula Martínez

Politóloga, periodista y feminista. Profesora e investigadora del Centro de Estudios en Periodismo de la Universidad de los Andes. Hace crítica de medios en *Presunto Pódcast* desde 2018. Dirigió el proyecto de convergencia informativa de canal Capital, fue subdirectora de la FLIP y directora de Comunicaciones del MinCulturas.

Pablo Mora Calderón

Antropólogo y máster en Antropología de la Universidad de los Andes. Director y realizador de documentales y series para radio y televisión. Asesor de colectivos indígenas y comunitarios de realización audiovisual. Presidió la Corporación Colombiana de Documentalistas-alados y la Muestra Internacional Documental de Bogotá (MIDBO) y ha sido asesor de la Comisión Nacional de Comunicación Indígena. Actualmente impulsa la Muestra de Cine y Video Indígena de Colombia (Daupará) y es docente del Departamento de Artes Visuales de la Universidad Javeriana.

Raquel Sofía Moreno

Dibujante e ilustradora. Estudió Artes Visuales con énfasis Gráfico en la Pontificia Universidad Javeriana. Se interesa por la representación de la mujer y la intimidad humana. Ganó el Premio Arte Joven 2022 (Colsanitas y la embajada de España en Colombia). Ha ilustrado para diferentes revistas nacionales.

Laura Ortiz Gómez

Estudió Literatura en la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Realizó la Maestría de Escritura Creativa en la Untref (Buenos Aires). *Sofoco*, su primer libro de cuentos, ganó el Premio Nacional de Narrativa Elisa Mújica (Idartes, 2020) y ha sido publicado en Colombia, España, Argentina, Chile, México e Italia.

Natalia Ospina Arango

Comunicadora Social con énfasis en Televisión Educativa de la Universidad Javeriana. Guionista con treinta años de experiencia. Ha trabajado como creadora, argumentista y adaptadora de dramatizados

de gran éxito y recordación. Entre sus obras más reconocidas se encuentran: *El Joe, la leyenda, Perro amor, Tiempos difíciles y De pies a cabeza*. Ha ganado los premios India Catalina, Simón Bolívar y TV & Novelas como mejor libretista.

Manuel Quintero

Egresado de la facultad de Bellas Artes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y de la maestría en Artes Plásticas de la Universidad Nacional de Colombia. En 2002 fue becario de la Fundación Carolina para Iberoamérica. En 2012 recibió la mención de honor en el VII Premio Luis Caballero (Idartes).

José Alejandro Restrepo

Uno de los pioneros en el campo del video experimental en Colombia. Su trabajo conjuga contenidos que extrae de las artes visuales, la historia universal, los medios masivos de comunicación, la religión católica y la política nacional. Su campo de acción abarca la producción de obra gráfica, videos monocal, *video-performances* e instalaciones de video. Es también investigador y docente.

Germán Rey

Psicólogo de la Universidad Nacional de Colombia e investigador de la cultura y la comunicación. Ha sido profesor de la Universidad Javeriana y la Universidad de los Andes. Dirigió el Centro Ático de Tecnologías para la Comunicación, las Artes, la Arquitectura y el Diseño de la Universidad Javeriana. Fue jefe de investigaciones de Cenpro Televisión y escribió en *Cromos* bajo el pseudónimo «León Nafta» y en *El Tiempo* bajo «Santiago Coronado». Escribió *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva* con Jesús Martín Barbero en 1999 y participó en *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, coordinado por Omar Rincón en 2001.

Omar Rincón

Periodista, académico y ensayista colombiano en temas de cultura mediática y periodismo, entretenimiento y comunicación política.

Sandro Romero Rey

Escritor, realizador audiovisual, director de teatro, docente y periodista cultural. Profesor de la Facultad de Artes ASAB. Estudios teatrales en el Instituto de Bellas Artes de Cali. Máster de la Universidad de París VIII. Doctor de la Universidad de Barcelona. Entre sus montajes recientes se destacan *Fascinación mariana* y *Pola ardiente*, ambas de su autoría. Algunos de sus libros publicados: *Oraciones a una película virgen* y *¿Qué pasó con Seki Sano?*.

María Isabel Rueda

Nació en Cartagena y vive en Puerto Colombia. Integró el hoy desaparecido espacio artístico El Bodegón, Bogotá. En los últimos años codirigió el proyecto autogestionado La Usurpadora, en Puerto Colombia,

y actualmente participa en el espacio de experimentación La Casa de Meira, antiguo hogar de la poeta Meira Delmar en Barranquilla.

Santiago Rivas

Artista visual convertido, por gracia del rebusque y del programa de televisión *Los Puros Criollos*, en periodista y opinador. Profesor universitario y hacedor de *collage*. Hasta diciembre del 2023 se desempeñó como líder del área de contenidos sonoros del canal Capital. Director y presentador de *El Lunes* de canal Capital. Actualmente y desde hace seis años, hace parte de *Presunto Pódcast*, un medio independiente que hace crítica de medios. Presenta cuando puede su monólogo en vivo.

Ana Silva Fry

Artista visual francocolombiana. Tiene una maestría en Artes Visuales de la Pontificia Universidad Javeriana. Ha trabajado como asistente editorial en Colombia y Argentina. Su trabajo creativo ha sido publicado por las editoriales nacionales Tormenta, N13BL4 y Cajón de sastre. Actualmente trabaja en su primera novela gráfica.

Maryluz Vallejo Mejía

Periodista cultural, investigadora y escritora. Comunicadora social y periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana y doctora en Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra. Profesora de periodismo en las universidades de Antioquia y Javeriana. Ha publicado *A plomo herido. Una crónica del periodismo en Colombia 1880-1980*, *Xenofobia al rojo vivo en Colombia* y *Eduardo Santos. Estrictamente confidencial*, entre otros.

Paola Villamarín

Comunicadora Social de la Pontificia Universidad Javeriana con veinticinco años de experiencia como periodista y editora en distintos medios del país. Ha sido ganadora de los premios Rey de España de Periodismo Digital y Simón Bolívar.

Juan Villoro

Define a la crónica como el ornitorrinco de la prosa por la forma como reúne varios géneros narrativos. Con el tiempo se ha transformado en una versión del ornitorrinco: cuentista, novelista, ensayista, cronista, dramaturgo. Su escritura no admite fronteras. Desde que publicó su primer libro, *El mariscal de campo* (1978), hasta su libro de ensayos *No soy un robot* (2024), sus cerca de cincuenta títulos componen una de las obras más versátiles y lúcidas de la literatura actual.

VIDAS EN CAMPAÑA

ASCENSOS Y AUSENCIAS EN
LA INDEPENDENCIA (1810-1824)

Hasta el 14 de julio de 2024

Gabinete de Adquisiciones Recientes,
segundo piso del Museo Nacional de Colombia



Culturas

EN ASOCIO CON





Culturas



Prográmate

Las culturas y las artes viven en el Delia

28 de junio

Festival Lúcido Delirio

Bia Ferreira

Brasil

Junio

Danza 8 de junio

D'Raza
Colombia

Concierto 14 - 15 de junio

¿De dónde salen los autistas y los raros?
Volumen II Alvinch

Julio

Concierto 6 - 7 de julio

Luis Pescetti
Argentina

Concierto 12 de julio

Amirtha Kidambi
India

Artes expandidas

26 al 28 de julio
MOS - Ioanna Paraskevopoulou
Grecia

Agosto

9 al 11 de agosto

Encuentro de pueblos originarios
Colombia

Teatro 21 al 25 de agosto

La Vorágine Expandida
Perderse no perderse
Teatro Petra - Colombia

Concierto 29 de agosto

Temporada de Cámara
Cuarteto de cuerdas
Carlos Gómez
Brasil



Más información
eneldelia.gov.co

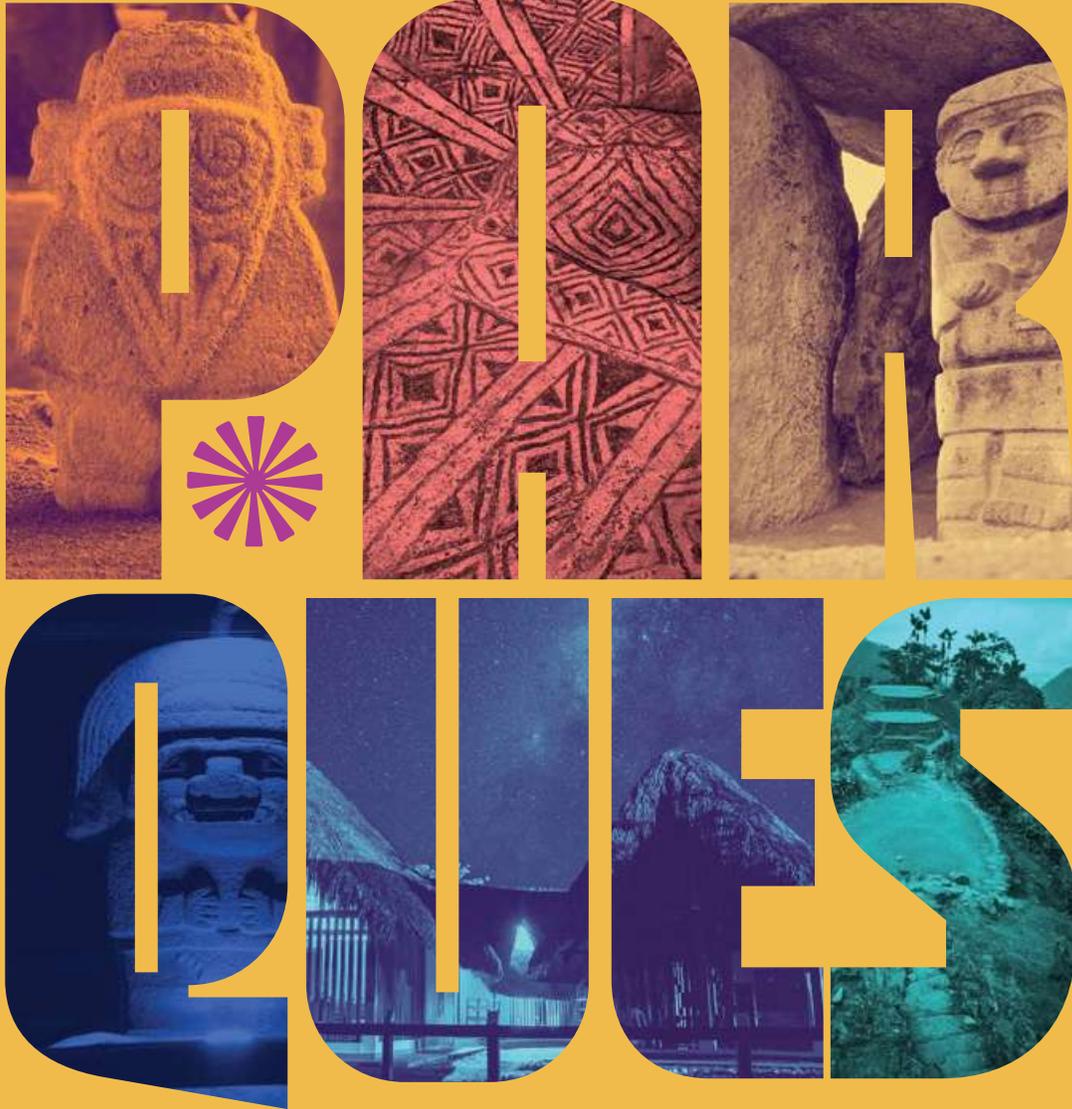
Delia
Centro Nacional de las Artes
Delia Zapata Olivella



Culturas

CONOCE

📷 ◊ NUESTROS 📷 ◊



📷 ◊ 📷 ◊ 📷 ◊ ARQUEOLÓGICOS 📷 ◊ 📷 ◊ 📷 ◊

TIERRADENTRO EN INZÁ, CAUCA | TEYUNA EN SANTA MARTA, MAGDALENA | ALTO DE LOS ÍDOLOS EN ISNOS, HUILA | ALTO DE LAS PIEDRAS EN ISNOS, HUILA | SAN AGUSTÍN, HUILA | SANTA MARÍA ANTIGUA DEL DARIÉN EN UNGUÍA, CHOCÓ

Instituto Caro y Cuervo

81 años en pro de preservar nuestras lenguas nativas

A través de importantes investigaciones y acciones, el Instituto Caro y Cuervo ha contribuido a la publicación de obras como:

- *Estado actual de la clasificación de las lenguas indígenas de Colombia*, 1993
- *Lenguas indígenas de Colombia, una visión descriptiva*, 2000
- *Manual de divulgación de las lenguas indígenas de Colombia*, 2011
- *Palenque: Colombia oralidad, identidad y resistencia*, 2011
- *El hombre sin miedo: la historia de Sixto Muñoz, el último tinigua*, 2019
- *Baud Mos. Cantos, juegos, cuentos y rogativas wounaan*, 2021
- *Atlas tipológico de alternancias sonoras de lenguas indígenas de Colombia (Atasolico)*, 2024

Estos libros visibilizan la riqueza lingüística, literaria y cultural de Colombia, donde existen más de 68 lenguas nativas habladas por cerca de 850.000 personas.

Imagen: Sixto Muñoz, el último tinigua. Foto de Carlos Sanabría.



Culturas



caroycuervo.gov.co

Biblioteca Vorá — gine.



La

vo gi

José
Eustasio
Rivera

Los infier- nos del

Jer Bro segu Rui des

Pedro
Gómez
Valder

Una tribu cosmo-

Holocausto en el

Ar

Edición y c
Marcel
María

Un

de

Ar

Roberto
Pineda
Camaci

Vastas soledades.

de

en

de

Edición y c
Carlos
Guiller
Páramo

de

de

de

de

de

de

Raíces históricas

de

Mujeres frente

a la

de

La historia

de

Anastasia Candre.

Po

am

pa

mu

Edición y c
Juan
Carlos
Flórez

de

de

de

Historia de Orocué

Roberto
Franco
García



Descarga los diez títulos
de esta colección en
bit.ly/bibliotecavoragine
o en este código QR:

Con el apoyo de:



Archivos del Río Magdalena

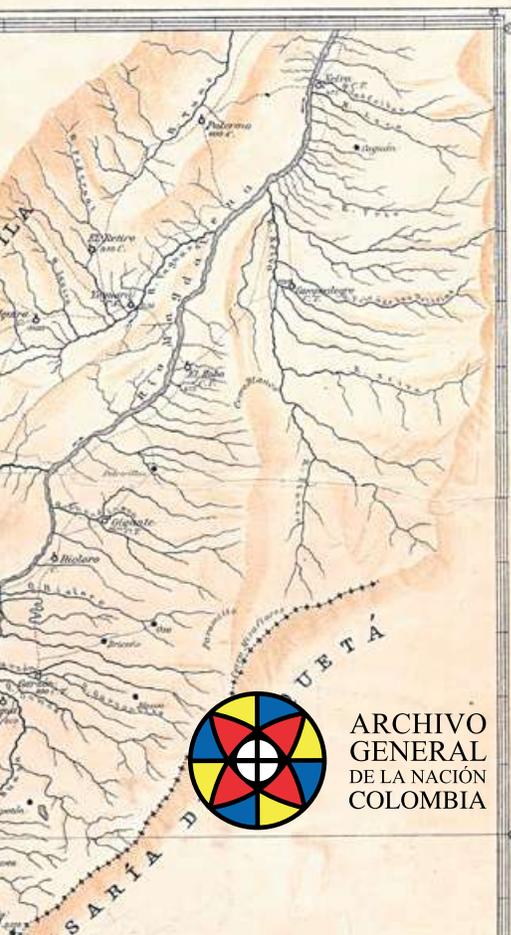
Queremos recuperar la importancia histórica del río Magdalena y de las poblaciones bañadas por sus aguas.

Un Archivo que dialoga con Colombia.



273.0
306.0
326.0
0.85
0.0
34.5
54.5
71.5
96.0
0.1
0.0
40.0
56.5
77.5
85.5
90.5
98.5
106.0
0.17
15.0
0.25
0.0
75.0
83.0
28.0
789.0
141.0 9300kmts.
37.5

asajeros y carga, velocidad, me-
dad total de 12,000 toneladas.
asajeros y carga, velocidad
total de 2,000 toneladas.



ARCHIVO
GENERAL
DE LA NACIÓN
COLOMBIA

Coordenadas de Bogotá

Latitud	4° 35' - 5° 37'
Longitud con relación a Paris	76° 05' - 76° 36' - 09' 76
Greenwich	76° 05' - 76° 30' 76
Washington	7° 11' - 48' 29" - 2° 37' - 15' 23
Altura sobre el mar	2.640
Presión barométrica media	560
Temperatura media	13° 0 C
Temperatura de ebullición del agua	91° 2 C
Declinación magnética	3° 25'

Imagen: detalle del mapa del río Magdalena levantado con base en una red astronómica por la Oficina de Longitudes del Ministerio de Relaciones Exteriores. Impreso por la Sociedad de mapas geográficos Kummerly & Frey, Berna, 1920.



Pantallazos	Sandro Romero Rey	11
Las persistentes premoniciones	Germán Rey	17
De la TV a la <i>poli-TikTok</i>	María Paula Martínez	20
Dudar de todo	Diana Díaz Soto – Dago García – Santiago Rivas	24
Contra los estereotipos	Marino Aguado	33
Exportar lo nuestro	Natalia Ospina Arango	36
En tiempos del <i>streaming</i>	Paola Villamarín	40
Fuera de cuadro	Silvia María Hoyos	44
La serpiente y los relámpagos	Pablo Mora Calderón	49
La <i>troupe</i> de extranjeras	Maryluz Vallejo	55
Una nación de chiste	Omar Rincón	59
Un país en busca de héroes	Sinar Alvarado	63
El <i>reality</i> : una isla vigilada	Juan Villoro	67
Televisión a tres canales	Nicolás Consuegra	72
El fantástico teatro de la televisión en México	Consuelo Garrido	82
Coser y tejer historias	Hugo Chaparro Valderrama	89
Culebras	Lisandro Duque	93
No llegaron	Juan Afanador	98
Un cocodrilo celebra el temblor del río	Laura Ortiz Gómez	100

TELEVISIÓN

es una revista que recorre setenta años de historia y se pregunta por la manera en que nos hemos mirado en la pantalla chica. Héroes, divas, villanos, artistas, sus ardidés y apuestas: la TV colombiana bajo el ojo crítico de GACETA.

Editorial	7
Colaboradores	104