

IV. Fuentes visuales en la cultura de masas: producción y consumo de estereótipos

El blanqueamiento de Blanquita: las imágenes del ascenso social y la disputa identitaria de la población negra en Colombia

Andrés Pérez Carvajal

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

PÉREZ CARVAJAL, A. El blanqueamiento de Blanquita: las imágenes del ascenso social y la disputa identitaria de la población negra en Colombia. In: SCHUSTER, S., and HERNÁNDEZ QUIÑONES, Ó.D., eds. *Imaginando América Latina: historia y cultura visual, siglos XIX al XXI* [online]. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2017, pp. 317-344. Textos de ciencias Humanas collection. ISBN: 978-958-738-945-6. Available from: <http://books.scielo.org/id/cw5zr/pdf/schuster-9789587389456-14.pdf>. <https://doi.org/10.12804/th9789587389456>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

IV. Fuentes visuales en la cultura de masas: producción y consumo de estereotipos

El blanqueamiento de Blanquita: las imágenes del ascenso social y la disputa identitaria de la población negra en Colombia

ANDRÉS PÉREZ CARVAJAL

En 2011, la revista española *HOLA*, con circulación en Colombia, presentó como apoyo a un reportaje sobre las mujeres de la clase alta del Valle del Cauca (“Las mujeres más poderosas del Valle del Cauca, en Colombia, en la formidable mansión hollywoodiense de Sonia Zarzur, en el Beverly Hills de Cali”) una fotografía en la que Sonia Zarzur, cabeza de una de las familias más adineradas e importantes de Colombia, junto a su hija, nieta y bisnieta en su ostentosa casa de la ciudad de Cali. La imagen no habría causado mayor impacto si no fuera porque, además de la señora Zarzur y su familia, en el fondo de la imagen aparecían dos mujeres negras, vestidas como empleadas del servicio doméstico, sosteniendo el elegante juego de té de la poderosa familia caleña.¹ A pesar de la sorpresa de Sonia Zarzur y de Andrea Savini (fotógrafa), quienes declararon que su intención únicamente fue incluir en la fotografía a las personas que trabajaban para la familia caleña (casi a modo de escenografía), la foto generó un importante debate en los medios de comunicación y la sociedad colombiana, que perduró durante semanas.²

En términos generales, la controversia se centró en la indignación que la fotografía causó entre múltiples agrupaciones sociales, entre ellas varias enfocadas en los derechos y el reconocimiento de las comunidades afrodescendientes en

¹ *Revista Cromos*, “Polémica por fotografía del ‘Beverly Hills caleño’”, 5 de diciembre de 2011, <http://www.cromos.com.co/personajes/actualidad/articulo-142915-polemica-fotografia-del-beverly-hills-caleno> (31/03/2017).

² *Ibid.*

Colombia, para quienes la fotografía contenía evidentes rasgos racistas y clasistas que resultaban en extremo ofensivos e incluso rememoraban la época de la esclavitud. La situación resultó tan molesta para estos grupos que la Fundación para el Desarrollo de la Raza Negra denunció de manera pública y penal a la revista por la divulgación de este material controversial.³ Tan significativo fue el rechazo de esta imagen por parte de la población afro en Colombia que dicha publicación estimuló el lanzamiento de una de las campañas contra la discriminación más importantes y exitosas en la historia del país, titulada “chao racismo”, que, bajo el liderazgo de Ray Charrupi, se convirtió en una de las organizaciones más representativas del país en la defensa de los derechos de las personas negras.⁴

La presión social y mediática llegó tan alto que Andrea Savini y la revista *HOLA* tuvieron que disculparse públicamente por la fotografía; mientras que Sonia Zarrur se mantuvo por varias semanas en el centro de los medios de comunicación, tras declarar que no podía entender el debate generado por la imagen, puesto que ella, como empresaria caleña, lo único que hacía con estas dos mujeres era generar empleo en Cali, y que en todo caso el trabajo manual que ellas realizaban no era una deshonra para nadie.⁵

Este debate fue apenas el primer acto de una controversia que envolvió a múltiples medios de comunicación (revistas *HOLA*, *Soho* y *Universo Centro*), la academia y la sociedad colombiana, en relación con una fotografía donde se confrontaban nuevas y viejas formas de representar a la población afrodescendiente en el país. La siguiente aproximación busca destacar la naturaleza histórica del problema, puesto que la manera en la que las mujeres negras fueron presentadas en la fotografía de *HOLA* evocó entre los colombianos a uno de los íconos más reconocidos dentro de la publicidad del país: Blanquita, el personaje emblemático del líquido blanqueador Límpido, que por más de tres décadas estuvo presente en la televisión, la prensa y la radio colombiana.⁶

En términos generales, Blanquita hace referencia al personaje central de una extensa campaña publicitaria (la imagen se utilizó desde la década de los ochenta

³ *Revista Kienyke*, “Los negros de Cali se rebelaron contra la revista Hola”, s. f., <http://www.kienyke.com/historias/los-negros-de-cali-se-rebelaron-contra-la-revista-hola/> (31/03/2017).

⁴ *Ibid.*

⁵ *Revista Cromos*, “Polémica por fotografía”.

⁶ Alicia García, “Yo soy Blanquita, la del Límpido”, *Soho*, 19 de julio de 2007, <http://www.soho.com.co/testimonio/articulo/yo-soy-blanquita-la-de-limpido/5619> (31/03/2017).

hasta el 2012, de forma reiterada), en la que una mujer afrodescendiente, debido su labor como trabajadora doméstica, y luego como ama de casa, poseía un conocimiento avanzado en cuáles eran los mejores productos de aseo disponibles en el mercado. El lema de la campaña era que el blanqueador podía dejar la ropa blanquita, como ella (que siendo negra, se llamaba Blanquita), en un juego de palabras que involucraba su condición racial y su posición socioeconómica a través de la labor que desempeñaba. En este sentido, a pesar de las transformaciones regulares que evidencia cualquier pieza publicitaria, y del cambio de actriz (Blanquita) en tres oportunidades, la publicidad siempre apeló a referencias raciales, de clase y, en ciertos contextos, de género para la venta de un producto de aseo.⁷ De esta forma, el parecido entre la fotografía de *HOLA* y los comerciales de Blanquita resulta en el menor de los casos significativa, puesto que, más allá de la coincidencia temática que suscita la imagen de empleadas domésticas negras con patronas blancas, se reproducen parámetros e ideas a propósito de la condición social y racial de las mujeres afrodescendientes en el país.

En este caso, lo que resulta particularmente interesante es la respuesta diferenciada que la sociedad tuvo con respecto al contenido de las dos imágenes, que resultan muy parecidas, puesto que si bien organizaciones a favor de los derechos de la población afrodescendiente criticaron en su momento la imagen de Blanquita, la publicidad se reprodujo de forma continua durante tres décadas; mientras que la presión alrededor de las fotografías de la revista *HOLA* obligó en un par de semanas a que los involucrados se disculparan o quedaran inmersos en fuertes acusaciones de tipo racista. Dicho fenómeno revela, cuando menos, un cambio en las formas socialmente aceptadas en las que la población afrodescendiente puede ser retratada en los medios de comunicación en Colombia. En este sentido, vale la pena preguntarse cuál fue el cambio en las condiciones válidas de representación de la población afrodescendiente desde los años ochenta hasta el presente y cuáles fueron los procesos sociales que alimentaron este cambio, para luego analizar la manera en que la revista *HOLA* transgredió dichos consensos con su fotografía de 2011. En este caso, la imagen de Blanquita se convierte en una herramienta adecuada para rastrear los cambios cualitativos en la forma como fue representada la población afrodescendiente del país, puesto que su tiempo de exposición es ideal para rastrear estas viejas y nuevas formas de presentar a los afros en los medios de comunicación colombianos.

⁷ *Ibid.*

Para alcanzar los anteriores objetivos, el presente texto se divide en cuatro grandes partes. En primer lugar, se describen los instrumentos teórico-analíticos y metodológicos usados para examinar las imágenes de Blanquita, *HOLA*, *Soho* y *Universo Centro*. En segundo lugar, se exponen los elementos más significativos de la evolución interna de la imagen de Blanquita, en dimensiones como la raza, la clase y el género. En tercer lugar, se presenta el componente externo de las imágenes, es decir, el momento social en el que se inscriben y desarrollan como representación de la población negra en el país. Por último, el texto se concentra en el episodio de la revista *HOLA* y la forma como la evolución de Blanquita permite entender la dimensión histórica del problema de la representación de la población afrodescendiente en Colombia. Con la anterior división no estoy planteando un divorcio o separación entre las dimensiones interna y externa de las imágenes; ambas son complementarias, pues una forma parte de la otra, pero sí es necesario señalar que en su condición de ícono, la imagen Blanquita no puede ser leída únicamente a través de lo que se buscaba representar por medio de ella, puesto que una dimensión fundamental de su observación radica en las maneras en que fue apropiada, tanto en sintonía con la imagen proyectada por la pieza publicitaria como en el desafío o crítica a los valores e ideales de ascenso social planteados por Blanquita.

Instrumentos teórico-analíticos

La comprensión de la imagen de Blanquita demanda observar una serie de categorías analíticas a través de las cuales se mueve la pieza publicitaria y que servirán como insumo teórico en el momento de analizar los cambios en la representación de la población afrodescendiente en el país. Dentro de estas están la racialización, la interseccionalidad, la ideología del mestizaje y el blanqueamiento, la representación y el ícono.

Como punto de partida se debe establecer una clara distinción entre la raza y la racialización. Es un hecho evidente que los seres humanos no son todos físicamente iguales y que un componente de esa diferencia se encuentra en la pigmentación de la piel.⁸ Sin embargo, la asignación de atributos, contenidos y características que se hace con respecto a esa diferencia —la del color de piel— no es un hecho natural ni evidente, sino que es el resultado de un proceso social en el que esas características se

⁸ Claude Lévi-Strauss, *Antropología estructural: mito, sociedad, humanidades* (México: Siglo XXI, 2004), 305-308.

asumen como esenciales y naturales para ese grupo particular.⁹ La cuestión, y así lo propone Klára Hellebrandová, es que esta asignación de atributos que llamaremos *racialización* “es un proceso de construcción de relaciones de dominación, a través de la determinación de diferencias humanas —culturales y fenotípicas— y de las relaciones sociales. Es un proceso dialéctico-político, social, cultural y cognitivo de construcción de diferencias que sirven de base para la jerarquización de grupos humanos”.¹⁰ La racialización es, entonces, uno de los procesos por los cuales las sociedades construyen diferencias jerarquizadas, para organizar a los individuos bajo parámetros de dominación.¹¹ No obstante, es clave advertir que este proceso no es estático ni mucho menos completo o perfecto. Los grupos racializados se mueven bajo constantes procesos de negociación, donde se enfrentan y resisten la construcción de significados raciales, todo ello bajo las transformaciones sociales, políticas y económicas que se dan en los grupos humanos.¹²

Por otro lado, siguiendo a Hellebrandová y a Pietro Pisano,¹³ es imposible pensar la racialización como un proceso únicamente vinculado a la pigmentación de la piel. La raza, pensada como categoría socialmente construida, es parte de un conjunto de elementos en diálogo, en los que tanto el género como la clase social hacen parte integral de la construcción y definición de significados, y en este sentido, de las particularidades que una sociedad le asigna a un grupo.¹⁴ La interseccionalidad, así, se refiere a la forma cómo estas tres dimensiones (raza, clase y género) interactúan en el momento de esencializar a un individuo.¹⁵ Entonces, a una persona afrodescendiente no solo se le atribuyen dimensiones y características en función de cómo se inscribe en términos raciales, sino de cómo se ubica con respecto al género (como es el caso de Blanquita) y al segmento social (siendo precisamente

⁹ *Ibid.*, 305-308.

¹⁰ Klára Hellebrandová, “El proceso de etno-racialización y resistencia en la era multicultural: ser negro en Bogotá”, *Universitas Humanística*, n.º 77 (2014): 88.

¹¹ *Ibid.*, 87-90.

¹² *Ibid.*, 87-90.

¹³ Pietro Pisano, “Triunfadores, desplazados sociales y cenicientas: representaciones sobre raza y ascenso social en la segunda mitad del siglo XX”, *Universitas Humanística*, n.º 77 (2014): 95-119.

¹⁴ *Ibid.*, 95-105.

¹⁵ *Ibid.*, 95-105.

la idea de una clase media-alta negra, la que desafía los parámetros atribuidos a la población afrodescendiente).¹⁶

Teniendo en cuenta lo anterior, al referirse a la ideología del mestizaje y del blanqueamiento, se está aludiendo a una particular combinación de estas tres dimensiones. La idea, expuesta por Pietro Pisano, es que desde la Colonia, y luego con marcado relieve en la República, las sociedades latinoamericanas se fundaron bajo la idea del mestizaje, es decir, de la idea de la combinación racial como un elemento significativo de su propia identidad.¹⁷ Sin embargo, la lógica de racialización que acompañó este proceso se hizo en clave de blanqueamiento, es decir, que no todas las combinaciones raciales eran positivas. En este sentido, solo aquella que apuntaba hacia el acercamiento de las personas a la condición de blanco, en términos europeos, como forma de jerarquizar a la sociedad, resultaban positivas, debido a la supuesta condición racial superior de estos últimos.¹⁸ Esta lógica de blanqueamiento implicó también significaciones de género y clase, puesto que el hecho de aspirar a la blancura, que al mismo tiempo era entendida como la posibilidad de formar parte de las élites, implica la adopción de una serie de comportamientos morales aceptados por esa misma élite, como el conjunto de conductas que les eran propias a los blanco y a los no blancos.¹⁹ En este sentido, el poder económico es solo uno de los componentes de la estructura de clase, porque el ser de las élites también implica ser blanco o aspirar a serlo (blanqueamiento), lo que significa aplicar de forma evidente y pública la moral y el accionar de lo entendido como blanco.

Los anteriores son los elementos que podríamos denominar como estrictamente vinculados a la problemática social en la que se inscribe la investigación. Ahora, es necesario también mirar los insumos vinculados al análisis y comprensión de las imágenes seleccionadas. Estos componentes permitirán rastrear las categorías mencionadas, dentro de los productos visuales escogidos.

En el primer caso, cuando se hace referencia a las representaciones, de lo que se habla es de los medios materiales, posibles de historizar (ubicar en un determinado contexto y tiempo), a través de los cuales dentro de una sociedad se trató de dar sen-

¹⁶ *Ibid.*, 95-105.

¹⁷ *Ibid.*, 95-105.

¹⁸ *Ibid.*, 95-105.

¹⁹ *Ibid.*, 106-119.

tido a un determinado proceso.²⁰ Las representaciones entonces no son reflejos de la realidad, sino instrumentos, insertos en un entramado simbólico construido socialmente, que buscan dar sentido a la realidad de un determinado grupo humano.²¹ Así, la manera como los grupos son representados, en sus elementos constitutivos, es el resultado de las luchas y negociaciones por la jerarquización social, y en este sentido, su efectividad depende de elementos como la producción, la distribución y las formas de consumo.²² Aquí es clave dejar en claro que la sola existencia de una determinada forma de representar no da cuenta del proceso social, sino que es un modo particular de darle sentido a la realidad, por parte de un grupo, en medio de complejas disputas sociales.

En cuanto a los íconos, en este caso se entienden las imágenes icónicas como aquellos productos visuales que, debido a su tiempo de exposición y a la expansión de los espacios y públicos que tienen acceso a ellas o que las consumen, desarrollan una historia o existencia propia, por fuera del propósito inicial de su creación.²³ En este sentido, tales imágenes se independizan de los propósitos de su formación;²⁴ por ejemplo, al vender un producto de aseo (un blanqueador), se crea la imagen de Blanquita como un referente en las representaciones de los afrodescendientes en Colombia. Por esto, además de observar la evolución interna de la imagen, su comprensión demanda estudiar los significados que los públicos le dan a esta representación y el uso que hacen de ella.

En concordancia con lo anterior, el análisis de la imagen de Blanquita se hizo en dos planos: uno interno y otro externo. Para el primero se adoptó una doble metodología de estudio, dependiendo de la naturaleza de la fuente visual. Primero, para los productos audiovisuales complejos, los comerciales de televisión, se empleó una descripción a profundidad del material, apelando a las conexiones y diferencias entre las cuatro piezas comerciales seleccionadas, destacando en todos los casos el sentido global del conjunto de piezas publicitarias. Segundo, para las imágenes simples (fotografías de *HOLA*, *Soho* y *Universo Centro*) se empleó un análisis

²⁰ Max Hering y Amada Pérez, “Apuntes introductorios para una historia cultural desde Colombia”, en *Historia cultural desde Colombia: debates y categorías*, ed. por Max Hering y Amada Pérez (Bogotá: Universidad Nacional; Universidad Javeriana; Universidad de los Andes, 2012), 32-34.

²¹ *Ibid.*, 32-34.

²² *Ibid.*, 32-34.

²³ Gerhard Paul, “Visual History”, Docupedia-Zeitgeschichte, 7 de noviembre de 2011, https://docupedia.de/zg/Visual_History_%28english_version%29#artikel_inhalt_zitation (31/03/2017).

²⁴ *Ibid.*

fundado en los preceptos de la psicología de la Gestalt.²⁵ En términos generales, esta metodología propende a comprender las imágenes como un todo funcional e interconectado, y no las partes como unidades independientes dentro de la percepción. La idea es que el observador obtiene la mayor cantidad de información posible de la imagen con la que se relaciona, en el menor tiempo, a través de operaciones que le dan un sentido general a la imagen con la que se está relacionando, por medio de las conexiones que puede hacer entre lo que conoce y la forma como son presentadas en la imagen que observa. Desde esta perspectiva, al ver la fotografía de un bosque, quien visualiza la imagen no la entenderá como un conjunto de árboles en un espacio, sino que se relacionará con ella como un todo, es decir, por lo que él entiende como un bosque.²⁶ Entre los principios de percepción y análisis visual que se proponen desde la psicología de la Gestalt, se usaron los siguientes: *pregnancia*, *proximidad*, *semejanza* y *relación figura-fondo*.²⁷

La *pregnancia* dicta que las abstracciones se realizan dentro de la mayor simplicidad posible, agrupando los múltiples componentes que crean una imagen a través de la regularidad, la simetría, la homogeneidad, el equilibrio y la sencillez. El punto está en que la visualización se hace con respecto a la coherencia estructural de la imagen y no a su descomposición por elementos. La *proximidad* establece que se tiende a agrupar los elementos por su cercanía. La *semejanza* premia la homogeneidad de lo percibido para aglomerar los componentes de la abstracción. La *relación figura-fondo* es un principio bajo el cual la percepción separa los elementos o figuras que se destacan dentro de una imagen de las características del fondo. Lo anterior sucede bajo el entendido de que el fondo ofrece al espectador una serie de características constantes, fácilmente categorizables, que le permiten enfocar su atención en las figuras que rompen la homogeneidad de la base y le dan sentido a lo percibido.²⁸

²⁵ Gilberto Oviedo, “La definición del concepto de percepción en Psicología con base en la teoría Gestalt”, *Revista de Estudios Sociales*, n.º 18 (2004): 89-96.

²⁶ Según Oviedo “La conciencia, en el momento de percibir un objeto externo como la mesa, no solo tiene un conjunto de informaciones sobre este objeto llamado mesa, sino que tiende a tener noción de la meseadad. Es decir, esta mesa es un objeto que en esencia es algo plenamente identificado, ordenable, reconocible y con el cual puedo relacionarme como algo que conozco y puedo imaginar mentalmente, recordar, rotar imaginariamente y hacer cálculos y predicciones”. Véase: Oviedo, “La definición del concepto”, 93.

²⁷ *Ibid.*, 89-96.

²⁸ *Ibid.*, 89-96.

Para el segundo nivel, el externo, se buscó entender las diferentes transformaciones que ha tenido el grupo representado a través de Blanquita, durante el periodo de exposición y desarrollo del ícono publicitario. Para ello se llevó a cabo una revisión general del material bibliográfico existente a propósito de esta temática, centrándose especialmente en las dinámicas de representación de este grupo social, y su situación social frente al proceso de urbanización que experimentó como grupo durante la segunda parte del siglo XX.

Blanqueando a Blanquita: las imágenes del blanqueamiento

Las razones que llevan a considerar a Blanquita como un ícono fundamental en la historia de la publicidad en Colombia no se queda únicamente en su tiempo de exposición, sino que trascienden la órbita de las representaciones sociales, puesto que dicha imagen creó una serie de referencias que la vinculan directamente con los imaginarios a propósito de la población afrodescendiente en el país.²⁹ Una muestra de lo anterior la dieron la agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y BrandAsset Consulting, que en marzo de 2014 realizaron un sondeo de las marcas y elementos que más relacionaban los colombianos con la población afrodescendiente, en cuyos resultados apareció en primer lugar precisamente la imagen de Blanquita, por encima de políticos de alto reconocimiento nacional como Piedad Córdoba.³⁰

Es importante señalar como punto de arranque que aun cuando el personaje de las campañas de Límpido no varió en el tiempo (siempre fue Blanquita, una mujer negra, de mediana edad, en un contexto urbano y vinculada a los quehaceres y cuidado de la casa), la forma en la que ella fue representada sí se alteró de múltiples maneras con el paso de los años. Para mostrar lo anterior, a continuación, paso a describir cuatro piezas publicitarias en las que estuvo presente la imagen de Blanquita, que abarcan un margen temporal de 26 años (1986-2012), y en las que

²⁹ Autores como Pietro Pisano han trabajado el caso de otros personajes icónicos de la representación afrodescendiente en Colombia, como es el caso de Pambelé. En estos casos también se evidencia la existencia de lógicas de racialización que dan forma a los procesos de ascenso social.

³⁰ Redacción Negocios, "Límpido y Piedad Córdoba, las marcas que más identifican a la comunidad afro", *El Espectador*, 1 de marzo de 2014, <http://www.elspectador.com/noticias/economia/limpido-y-piedad-cordoba-marcas-mas-identifican-comunidad-articulo-477948> (31/03/2017).

es posible rastrear elementos significativos de las transformaciones experimentadas por Blanquita.³¹

En términos generales, en la primera pieza publicitaria analizada, de 1986, la escena se desenvuelve cuando una mujer blanca, al revisar la ropa recién lavada en el patio de su casa, exclama “¡Blanquita!”, palabra a la que su empleada del servicio doméstico responde de forma casi inmediata “llamaba, mi señora”, pues esta última supuso que su empleadora la estaba llamando. Sin embargo, la mujer advierte que se refería a la ropa, y no a su empleada, que acto seguido pasa a describir al blanqueador Límpido de JGB como rendidor y efectivo, todo ello mientras realiza el lavado de la ropa de su patrona con dicho producto. El comercial termina cuando en medio de su actividad, la mujer blanca exclama nuevamente “¡Blanquita!” y acto seguido Blanquita sale presurosa al encuentro de su patrona.³²

En esta pieza publicitaria, el personaje de Blanquita fue interpretado por una mujer negra, con un acento marcado de la costa pacífica colombiana, que es fácilmente identificable como empleada del servicio doméstico, tanto por su indumentaria como por el contexto general del video, al servicio de una mujer blanca. En términos de escenografía, las dos mujeres están vestidas de blanco y las acciones se desenvuelven entre ropa blanca, siendo únicamente el tono de piel de Blanquita lo que rompe la homogeneidad del cuadro.

En el segundo comercial, perteneciente a la década de los noventa, el contexto es diferente, pues la figura de la patrona blanca desaparece, y ahora Blanquita (segunda actriz) con un acento aún del Pacífico pero matizado interactúa con otra mujer que, al igual que ella, porta la indumentaria tradicionalmente asignada a las empleadas del servicio doméstico; pero ella es blanca, aunque con un acento que la identifica fácilmente como de origen campesino.³³

Las acciones inician cuando la segunda empleada le pregunta a Blanquita por la manera como hizo para encontrar novio, situación a la que ella responde que es el resultado del uso de blanqueador Límpido, pues este deja la ropa en una tonalidad blanca que se nota y llama la atención (en la escena ella aplica el producto en su

³¹ Las cuatro piezas publicitarias son de acceso público y se encuentran en los cuatro casos disponibles a través de internet, en los sitios que se referenciarán cuando se analice su contenido.

³² Archivo audiovisual de Colombia, “Comercial de Límpido JGB con blanquita 1986” [1986], video de YouTube, 0:42; octubre de 2007, <https://www.youtube.com/watch?v=Jbsed8p1nU4>.

³³ Flambil, “j”, s. f., video de YouTube, 0:17; julio de 2007, <https://www.youtube.com/watch?v=i4Rik7JqCX4>.

indumentaria laboral). Posteriormente, la mujer campesina le pregunta a Blanquita cómo es el novio que ha conseguido, a lo que ella responde “divino, blanquito, aseadito”, momento en el que aparece el novio de Blanquita, un hombre negro vestido completamente de blanco, con un acento marcado de la costa pacífica colombiana. Al final, la pieza publicitaria cierra con un plano cerrado sobre Blanquita, en la cual ella advierte que Límpido por tradición es blancura y desinfección. En este comercial, nuevamente, todas las interacciones se desenvuelven en medio de una escenografía marcada por el blanco, pues todos los personajes visten de este color y dialogan en medio de la ropa blanca recién lavada. La uniformidad del entorno es únicamente rota por la presencia del negro, que aportan tanto blanquita como su novio.

En el tercer comercial, aún con la segunda actriz que interpretó a Blanquita y su acento de la costa pacífica matizado, el cambio de contexto es absoluto, puesto que en este caso el único personaje de toda la pieza es Blanquita, que ahora, desprovista de su uniforme, y utilizando el producto Límpido en un contexto que refiere a la limpieza de su propio hogar, no da ningún indicio de estar al servicio de nadie. En este caso es fácil proponer que ahora Blanquita es un ama de casa que comenta la efectividad del producto de limpieza. Las acciones, en este caso, son muy básicas, pues Blanquita inicia el comercial reflexionando desde el sofá de su casa, a propósito de la aparición de nuevos productos de limpieza, pero ninguno de la calidad de Límpido (que ahora es multiusos), puesto que al momento de limpiar y desinfectar nada se compara con la versatilidad de esta marca y su economía, tesis que ella comprueba al hacer por sí misma las actividades hogareñas. Hacia el final de la pauta, Blanquita usa una de sus frases más representativas, en la que advierte que Límpido deja la ropa blanquita, como ella, y cierra con la expresión “bueno limpiando y el bolsillo cuidando”.³⁴

En este caso, en la primera parte del comercial, la escenografía ha perdido la preponderancia del blanco, pues las acciones se desarrollan en medio de la sala de una casa convencional; sin embargo, en el momento en que Blanquita se da a la tarea de demostrar la versatilidad y poder del límpido, el color blanco se apodera de la imagen, esta vez no solo en el patio de la casa, sino en la cocina, en los baños y corredores pues, como dice Blanquita, Límpido le permite mantener las paredes, los pisos y la ropa blanquitos, como ella.

³⁴ 57FmVideos, “Límpido”, s. f., video de YouTube, 0:31; julio de 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=3OZbjcOOdYk>.

En el último comercial, este del 2011, una de las piezas finales de la exitosa campaña publicitaria, muestra a la tercera actriz que interpretó a Blanquita, a la que se le puede calificar de morena o incluso trigueña antes que de negra, vestida de forma convencional y sin ningún tipo de acento posible de ubicar. En este caso, las acciones nuevamente se centran en Blanquita, único personaje del comercial, que inicia aclarando que ella no tiene un posgrado, ni trabaja en la bolsa de valores, pero sí tiene un conocimiento experto en la economía familiar, pues ella sí sabe cómo hacer rendir la *platica* en su hogar.³⁵

En este caso no hay duda de que Blanquita realiza la limpieza en su propia casa, incluso se podría formular nuevamente que es un ama de casa, aunque no da evidencia de que estar casada (no porta anillo de matrimonio) y tampoco se evidencia en absoluto la presencia de niños en el hogar. Esto contrasta con la recurrente alusión de Blanquita al ahorro familiar, pues, visto en perspectiva, en el comercial Blanquita no parece estar a cargo de nadie en particular. Lo anterior conduciría a pensar en dos hipótesis: o Blanquita vive sola y su obsesión con el ahorro deriva de sus bajos ingresos, situación descartable si se tiene en cuenta el tipo de casa en la que habita (de clase media, sin duda), o Blanquita convive con su pareja, situación en la que la omisión del anillo podría ser simplemente un descuido de producción, subsanable por el contexto que la identifica como ama de casa. En este caso, el suponer las connotaciones de una unión libre u otro tipo de vínculo informal sería caer en la sobreinterpretación de la pieza publicitaria. En todo caso, el color blanco ha perdido su preponderancia, porque, aunque todavía está presente, no se impone sobre la imagen en ningún momento; incluso es marginal cuando Blanquita se refiere al poder limpiador y desinfectante del producto.

Al revisar la transformación cualitativa que evidencia la pieza publicitaria, en un periodo de treinta años, el salto es drástico en términos raciales, de clase social y género. En cuestión de tres décadas, en lo racial, Blanquita pasó de ser una persona negra a morena (las actrices que se han escogido son de un color de piel cada vez más claro) y sin acento regional posible de vincular a una zona predominantemente de afrodescendientes de Colombia. Desde una oposición total, demarcada por la relación patrón blanco a empleada negra, aclimatado en una escenografía construida con el propósito de resaltar esa diferencia, se pasa a una situación donde el componente racial es sistemáticamente matizado y flexibilizado, solo rastreado

³⁵ Canal de Límpido Colombia, "Ahorrando con Blanquita", s. f., video de YouTube, 0:25; 18 de octubre 2011, https://www.youtube.com/watch?v=kCaU8Q_79gc.

discursivamente en las imágenes y en enunciaciones como “deja la ropa blanquita, como yo”, hasta terminar en un contexto donde la dimensión de la racialización es únicamente evidente al hacer una lectura visual y contextual de la pieza.

En cuanto a su clase social, Blanquita evidencia un claro ascenso social y económico, pasando de empleada del servicio a ama de casa, elemento que da cuenta de una situación económica acomodada, que le permite abstenerse de trabajar; pero que no le permite tener excesos económicos, pues ella es “la autoridad en el cuidado del bolsillo”. Es interesante cómo Blanquita pasa de trabajar en la casa de su patrona, en el patio o en el cuarto de lavado, hasta desempeñarse en medio de su hogar, que por contexto se puede asociar con una vivienda de clase media.

En lo que se refiere al género, Blanquita transitó entre tener un novio negro, que evidenciaba ser también empleado no calificado, y al que define como “divino, blanquito, aseadito”, a ser una mujer que da nociones de estar casada, sin ningún tipo de referencia a ser madre, incluso a una avanzada edad, advirtiendo que ella se declara a sí misma como carente de alta formación universitaria, pero sí experta en economía familiar. De esta forma, Blanquita pasó de tener un novio a dar la impresión de estar casada, pero siempre manteniendo la idea de que no tiene hijos. Todo esto en un personaje que, salvo en el caso de la segunda publicidad analizada, es prácticamente asexual o, cuando mínimo, de una sexualidad plenamente controlada, que se asienta de la mano del ascenso social y del cambio racial hacia una tonalidad cada vez más blanca.

Lo anterior permite ver cómo Blanquita combina, en treinta años de historia, cambios cuando menos en tres perspectivas: de raza, clase y género, que da saltos gigantes en cada una de esas categorías, en plena sintonía con lo que antes se denominó *ideología del blanqueamiento*. Estas transformaciones difícilmente se podrían entender solo desde la dimensión interna de la imagen, por lo que en el siguiente apartado se pasa a indagar sobre el contexto social en el que se presentaron estos cambios.

La formación de una población urbana afrocolombiana en el siglo XX

Un componente fundamental en la comprensión de las transformaciones que experimentó Blanquita durante la segunda parte del siglo XX se encuentra en la dimensión externa de la imagen, es decir, en las condiciones contextuales de producción y el momento histórico en el que se dieron las diferentes versiones del ícono publicitario. Por lo anterior, a continuación, se abordan, primero, algunos elementos relacionados con la formación de las clases medias urbanas negras en

las principales ciudades del país, dentro del marco de la formación de una identidad negra en la segunda parte del siglo XX. En un segundo momento se llama la atención sobre la aparición de la Constitución del 1991, y cómo este momento fue clave en la formación de una nueva perspectiva institucional y social a propósito de la población negra en Colombia.

Para la segunda parte del siglo XX, ciudades como Bogotá y Cali se convirtieron en escenarios de recepción de una creciente población afrocolombiana de clase media.³⁶ La mayoría de los sujetos migrantes compartían el haber acumulado cantidades significativas de recursos (bienes, tierras, capital, etc.) en sus zonas de origen, a finales del XIX y comienzos del XX, lo que les permitía enviar a sus hijos a estudiar en la capital o Cali; mientras que en otros casos eran los mismos propietarios quienes se desplazaban hacia las urbes para crear un núcleo migrante base, y a partir de allí vincular a toda su estructura familiar en una dinámica de ascenso social a través de los recursos acumulados de generación en generación.³⁷ También se presentaba el caso, mayoritariamente para la población mulata y de ascendencia sirio-libanesa en lugares como Cartagena, que siendo parte de las élites de esa ciudad, se trasladaban hacia Bogotá a desempeñar cargos públicos, o en sectores privados como el derecho y la medicina, alcanzando la estabilidad económica, e iniciando una vida en Bogotá o Cali.³⁸

En este sentido, según Fernando Urrea Giraldo, fue la educación superior, tanto la universitaria como la impartida en las escuelas normales, la que en muchos casos actuó como dinamizadora de un sector social afro que se fue integrando a la población urbana de clase media, a partir del desempeño de labores cada vez más calificadas y del abandono sistemático de las zonas económicamente deprimidas. Aunque compartían ciertas dinámicas, la situación en Cali y Bogotá resultaba diferente, puesto que mientras en la segunda era posible un ascenso social limitado, pero relativamente ágil, en la primera las condiciones eran mucho más complicadas por unas élites blancas tradicionalmente asentadas en concepciones racistas, y más reacias a la vinculación de población afrodescendiente en cargos de poder.³⁹

³⁶ Fernando Urrea Giraldo, "La conformación paulatina de clases medias negras en Cali y Bogotá a lo largo del siglo XX y la primera década del XXI", *Revista de Estudios Sociales*, n.º 39 (2011): 24-41.

³⁷ *Ibid.*, 24-41.

³⁸ *Ibid.*, 24-41.

³⁹ *Ibid.*, 24-41.

Más allá de estas diferencias, en general, según Pietro Pisano, la conformación de estas clases medias creaba una situación social nueva, pues en los centros urbanos donde la población afrodescendiente no había tenido gran participación o visibilidad, estas clases medias relativamente acomodadas desafiaban el estereotipo o imagen que se tenía de los negros entre la población blanca de clase alta o media: mientras que estos últimos gozaban de educación universitaria y puestos relativamente importantes, los imaginarios tradicionales los vinculaban con la pobreza, la sexualidad desbordada, el desorden y la ignorancia.⁴⁰ De esta forma, la consolidación de este grupo afrodescendiente de clase media abrió una serie de procesos de lucha y negociación en torno a la definición de sus propias representaciones, puesto que el choque entre los imaginarios tradicionales (que continuaron operando para las comunidades aún existentes en el Pacífico) y las nuevas realidades sociales urbanas hizo necesaria la adecuación de los elementos con los que se relacionaba a la población afrocolombiana.⁴¹

En este sentido, se abrieron dos caminos en el proceso de readaptación de los imaginarios sobre la población negra. Por un lado, apareció lo que Pisano ha denominado *máscaras de blancura*, como una serie de prácticas e ideas que debía adoptar la población negra en ascenso socioeconómico para poder integrarse de forma limitada y controlada en las élites predominantemente blancas.⁴² Aquí Pisano explica que para hacerse parte de la estima social, las personas negras de clase media debían adquirir los valores y comportamientos atribuidos socialmente a su contraparte blanca, para que así las élites urbanas pudieran entenderlos como alejados de sus condiciones de origen (zonas mayoritariamente negras, como los palenques), y así fuera factible que los consideraran parte de su mundo, sin llegar nunca a tener el mismo nivel que un blanco.⁴³

Por otro lado, en una forma diferente de comprensión del ascenso social, la educación y el contacto con las ideas del movimiento de los derechos civiles en Estados Unidos dio forma a la creación, por parte de un sector de esa misma población migrante, de agrupaciones contra el racismo y por los derechos de las

⁴⁰ Pisano, "Triunfadores, desplazados sociales y cenicientas", 95-105.

⁴¹ *Ibid.*, 95-105.

⁴² *Ibid.*, 95-105.

⁴³ *Ibid.*, 95-105.

comunidades afrodescendientes.⁴⁴ Aquí, según el mismo Pisano, se formaron las bases para los liderazgos populares negros en las décadas de los ochenta y de los noventa, que permitían visiones alternativas de lo que se requería por parte de la población afro para ascender socialmente.⁴⁵ Grupos como El Club Negro, el CID-CUN y el Centro de Estudios Afrocolombianos, en los años sesenta y setenta; la Organización Cimarrones, en los años ochenta, y Chao Racismo, en la actualidad, fueron creando formas de identificación alternativas a través de publicaciones como *Presencia Negra* y *Negritudes*, en las décadas de los setenta y de los ochenta, donde los límites de la identificación racial y de clase eran borrosos, lo que les permitía a esas clases medias acomodadas entenderse en clave de grupos oprimidos similares a los obreros o el campesinado. El factor central en estos casos era la exaltación del hombre negro y de su condición que, en clave de lucha racial y de clase, se manifestaba contra la oligarquía blanca.⁴⁶

Estos debates por la identidad de la población negra urbana en Colombia tomaron un nuevo rumbo con la aparición de la Constitución de 1991. El elemento central del texto constitucional, en referencia a la población afro e indígena, fue la aparición de las ideas del multiculturalismo, que entraron a remplazar las del reconocimiento positivo básico, que antes de ese año entremezclaban problemas de clase, raza y género.⁴⁷

Bajo la tutela de esta nueva perspectiva, según Peter Wade y Klára Hellebrandová, se produjo una transformación general en la manera como fueron entendidos en el plano institucional los negros en Colombia, puesto que entraron a ser asimilados por el Estado como un grupo diferenciado al prototipo nacional mestizo, en cuanto a sus particularidades culturales y étnicas, lo que los identificaba como un

⁴⁴ Pietro Pisano, “Movilidad social e identidad negra en la segunda parte del siglo XX”, *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, n.º 41 (2014): 179-199.

⁴⁵ *Ibid.*, 179-199.

⁴⁶ *Ibid.*, 179-199.

⁴⁷ En el caso de los indígenas, único grupo minoritario con representación directa en la Asamblea Nacional Constituyente, se generó una lógica de integración basada en las particularidades étnico-raciales de estas comunidades, que se entendieron como un segmento de la sociedad con su propio sistema de creencias, representaciones y comportamientos. En razón de estas particularidades, que dentro de las lógicas del multiculturalismo se deben respetar y proteger, se establecieron mecanismos como la consulta previa y una jurisdicción legal especial para el tratamiento de sus conflictos internos. Peter Wade, “Definiendo la negritud en Colombia”, en *Estudios afrocolombianos hoy: aportes a un campo transdisciplinario*, ed. por Eduardo Restrepo (Popayán: Universidad de Popayán, 2013), 21-42.

grupo externo al que era necesario integrar.⁴⁸ En este sentido, lo que sucedió con la Constitución de 1991 fue un reconocimiento de la población negra en términos de etnización, lo que produjo un discurso único y hegemónico de las diferencias étnicas y culturales de la población negra frente a la mestiza o blanca, como una manera de demarcar y valorar sus raíces africanas y de liberación esclavista.⁴⁹ Elementos como la noción de diáspora africana y de particularidad cultural se convirtieron en el lenguaje básico del reconocimiento de una comunidad como “genuinamente negra”, por su pertenencia a espacios y prácticas entendidas como tradicionales.⁵⁰

La anterior situación recayó en beneficio exclusivo de las comunidades negras de las zonas periféricas, vinculadas en muchas ocasiones a la idea de los palenques ancestrales y entendidas como aquellas donde prevalecían dichas particularidades culturales. Sin embargo, esta resignificación institucional de la identidad negra excluyó de forma directa a las poblaciones afrocolombianas urbanas, puesto que ellos, al estar insertos dentro de las ciudades, perdían de forma indirecta la pertenencia al grupo ancestral y quedaron en un limbo incierto, en cuanto al reconocimiento de sus particularidades y de sus problemas como grupo dentro de la sociedad, estos últimos claramente diferentes a los de las comunidades institucionalmente reconocidas como negras.⁵¹ De esta forma, desde la institucionalidad se negó en cierta medida los procesos y realidades que se venían configurando desde los años ochenta, a propósito de la inserción de las clases medias negras en las principales ciudades del país, al invisibilizarlos como parte de un conjunto social urbano, que en este caso se homogeneiza en detrimento de sus intereses particulares.

Para Klára Hellebrandová, lo que se produjo fue entonces una escisión entre esas comunidades etnizadas y la población negra urbana, puesto que mientras los problemas de una parte de ellos fueron reconocidos, los de la segunda porción quedaron ocultos tras la idea del reconocimiento a la diferencia étnica.⁵² Lo anterior le permite a Hellebrandová proponer que las políticas del multiculturalismo actual, en lugar de redefinir los elementos básicos de la ideología del blanqueamiento, demarcan más las diferencias, que si bien les traen algunos beneficios limitados a

⁴⁸ *Ibid.*, 21-42.

⁴⁹ *Ibid.*, 21-42.

⁵⁰ Klára Hellebrandová, “Escapando a los estereotipos (sexuales) racializados: el caso de las personas afro descendientes de clase media en Bogotá”, *Revista de Estudios Sociales*, n.º 49 (2014): 87-100.

⁵¹ Wade, “Definiendo la negritud”, 21-42.

⁵² Hellebrandová, “Escapando a los estereotipos”, 87-100.

las comunidades etnizadas, en el caso de la población urbana se convierten en un nuevo aliciente para las ideologías del blanqueamiento y el mestizaje, debido al limbo de identidad en el que quedan dichos individuos.⁵³ Peter Wade describe esta misma problemática cuando plantea la existencia de una especie de hegemonía en el entendimiento de lo negro, como un factor que en cierto sentido ha conducido a la esencialización de las diferencias.⁵⁴ No obstante, de la misma forma que sucedió en la década de los ochenta con El Club Negro, en la actualidad, organizaciones como Chao Racismo están conduciendo una visibilización de estas problemáticas directamente asociadas a las poblaciones negras en zonas urbanas, exponiendo que es imposible limitar el reconocimiento de lo afro a las poblaciones palenqueras exclusivamente.⁵⁵

Esta distinción entre población etnizada y la población negra urbana se transmite también al campo de las representaciones, pues mientras que desde el Estado se crea un escenario de valorización de las diferencias culturales de la población afrocolombiana a través de la imagen del palenque y sus prácticas, las referencias a propósito de la población negra urbana pasan a un segundo plano para la institucionalidad colombiana, sin que el problema de las máscaras de la blancura sea realmente atajado; ello en la medida en que, a partir del punto de vista del Estado, la población genuinamente negra es aquella que se mantiene periférica para conservar sus valores étnicos y culturales. De esta forma, como lo evidencia Klára Hellebrandová en su investigación a propósito de la racialización de las personas afrodescendientes de clase media en Bogotá, la ideología del blanqueamiento continúa siendo el patrón general de ascenso social en élites urbanas, que siguen resistiendo la integración de la población negra, que queda relegada a una posición ambigua de homogeneización o exclusión social.⁵⁶

⁵³ *Ibid.*, 87-100.

⁵⁴ Wade, "Definiendo la negritud en Colombia", 21-42.

⁵⁵ El término *población palenquera* se refiere al grupo humano descendiente de las poblaciones creadas por esclavos, que han desarrollado una identidad propia y un conjunto de prácticas culturales particulares. Véase: Pisano, "Triunfadores, desplazados sociales", 95-105.

⁵⁶ Klára Hellebrandová, "Escapando a los estereotipos", 87-100.

La vía de Blanquita: el camino del blanqueamiento como ascenso social

Los anteriores apartados nos han presentado la evolución interna de Blanquita, en cuanto pieza audiovisual, y el escenario social en el que esta representación se inscribe. Ahora, aprovechando esos insumos y el acervo teórico y conceptual al que me referí en la primera parte del texto, se plantea un diálogo entre la dimensión externa e interna que caracterizó a Blanquita.

En primer lugar, se puede establecer que para la segunda parte del siglo xx, la urbanización y consolidación de una clase media afrodescendiente en las principales ciudades de Colombia era una realidad y que este proceso se caracterizó por la aparición de personas negras en múltiples espacios y ámbitos que en el pasado eran monopolio absoluto de élites blancas. En este sentido, al igual que lo han propuesto otros autores como Prieto Pisano, los imaginarios y estereotipos pensaban a los afrocolombianos como ubicados en zonas periféricas no urbanas; en pésimas condiciones económicas y carentes de cualquier nivel de educación; además de dueños de una sexualidad desbordada; tendientes a la violencia y carentes de autocontrol, que resultaban simplemente inadecuados para las realidades que evidenciaba esta población negra urbana, que en general se encontraba en condiciones económicas y sociales similares a las de su contraparte blanca, y ahora estaba demandando el acceso a espacios de poder y prestigio social que les eran negados por esa élite tradicional.

Este desbarajuste entre la realidad y el imaginario demandó un cambio de la forma en la que eran representados los afrocolombianos, a los que ya no se les podía encuadrar o resistir su progreso social dentro de lógicas raciales anteriores. Así, en medio de la contraposición de formas de representación que se planteaban, en la segunda parte del siglo xx, entre las máscaras de blancura y el autorreconocimiento de la población negra en clave de exaltación, aparece una figura icónica como la de Blanquita, que entra a convertirse en una excelente representación del blanqueamiento como forma de ascenso social, a través del abandono sistemático de lo que podríamos denominar *condiciones de origen* y la adopción paulatina de una conducta y moral supuestamente blancas. De esta forma, se puede leer a Blanquita como un ejemplo visual de la manera en que las élites tradicionales blancas planteaban la integración controlada de la población negra dentro de algunos espacios sociales, sin que ello significara una integración completa, puesto que en todo caso se mantiene a los negros en una posición subordinada al poder de los blancos.

En general no resulta difícil apoyar las anteriores apreciaciones sobre el material empírico analizado, pues, por una parte, además del aclaramiento de piel que experimentó Blanquita con el paso de los años; por otra, su comportamiento social y como mujer responde a las lógicas del blanqueamiento, en las que se experimenta un progreso económico basado en el autocontrol y total manejo de los impulsos y deseos personales bajo la noción del ahorro familiar (tema en el que Blanquita es experta). En cuanto al género, se presenta una eliminación total del componente sexual del ícono, planteando entre líneas discursivas que Blanquita hace parte de una relación matrimonial, que en total control de los impulsos sexuales desafortunados propios de los negros no presenta evidencia alguna de tener hijos.

Aquí aplica un factor interesante de la interseccionalidad, pues no resultaría desatinado pensar que uno de los bastiones del progreso económico de Blanquita se asienta precisamente en el no tener hijos, como evidencia de las ventajas financieras que otorga estar en control de su sexualidad, originalmente desafortunada. Tal situación se consolida en el hecho de que Blanquita pasa de trabajadora doméstica a ama de casa, sin ninguna referencia a tener un oficio en particular, pues junto a su ascenso social no se registra un progreso educativo, situación por la cual, ahora que su trabajo no es requerido como parte del sustento económico familiar, el mejor lugar que puede ocupar es el de ama de casa, alejada de posibles situaciones que corrompan su nueva condición moral de estricto autocontrol.

Uno de los elementos más significativos del ícono Blanquita está precisamente en las sutilezas a través de las cuales se evidencia una integración subordinada o limitada de las personas negras en el mundo urbano. En este sentido, es dicente, por ejemplo, cómo a pesar de adoptar un comportamiento y una moral plenos del blanqueamiento, Blanquita nunca llega a contar con la holgura económica que le permita abandonar su obsesión por el autocontrol económico y reproductivo. Todo el tiempo las piezas publicitarias le recuerdan al espectador que el fundamento de todo el ascenso social de Blanquita es la inexistencia de excesos de ningún tipo, incluso el que representaría que ella trabajase. De igual forma, es central observar cómo los conocimientos superiores que ella adquirió en economía familiar son el resultado de su experiencia empírica, pues si bien no se descarta que tenga algún tipo de formación académica, este no alcanza la de un posgrado, pues eso mismo representaría uno de los temidos excesos económicos o morales que podrían hacer que Blanquita retornara a su condición de origen, es decir, volver a ser negra.

Desde aquí entonces proponemos, bajo la lógica con la que fue construida Blanquita, al afrocolombiano urbano de las máscaras de la blancura como aquel

negro blanqueado que ha logrado controlar sus excesos físicos, económicos y morales, casi con la total neutralización del deseo individual. De igual forma, es una persona, en el mejor caso, trigueña, pues con ello se evidencia el contacto racial con los blancos en algún momento de su línea familiar, y que de algún modo posee nivel de educación, sin que el mismo sea excepcionalmente alto, puesto que la formación académica y empírica hace parte de los sistemas de autocontrol que le permitieron el progreso social; pero que en general es muy reducido para permitirle exigir o incluso demandar algún acceso al poder.

La imagen de la discordia

Como se mencionó en la introducción, en 2011, la revista española *HOLA* presentó como apoyo a un reportaje titulado “Las mujeres más poderosas del Valle del Cauca, en Colombia, en la formidable mansión hollywoodiense de Sonia Zarzur, en el Beverly Hills de Cali”, una fotografía en la que mujeres de la élite blanca caleña posaban con las que, se supone, eran sus empleadas del servicio, de raza negra. En el presente apartado me refiero de manera detallada a los acontecimientos que rodearon la polémica suscitada por la revista *HOLA*, manteniendo un diálogo entre el análisis formal de las imágenes involucradas y las reacciones y apropiaciones sociales que dichas publicaciones hicieron de los imaginarios de la población negra en Colombia. El ejercicio es valioso, puesto que confronta un caso extremo en el que una serie de publicaciones prestigiosas se ven envueltas en controversias racistas, clasistas y de género, por haber presentado a la población afrodescendiente bajo parámetros que resultaban inadecuados a la evolución histórica de su imagen o, como se llamó antes, a la evolución del afrodescendiente urbano de las máscaras de la blancura (casos *HOLA* y *Soho*). Dicho proceso luego choca con la indefinición de una representación o imagen clara de las personas negras urbanas, cuya imagen se mantiene en la indefinición causada por la Constitución de 1991 (caso *Universo Centro*).

Al analizar la imagen original (*HOLA*) bajo los postulados de la psicología de la Gestalt, se puede plantear que la fotografía de la revista *HOLA* combina tres fenómenos de la percepción: semejanza, proximidad y la relación fondo-figura.⁵⁷ Así, en

⁵⁷ La idea original de este capítulo era presentar directamente la imagen para que los lectores pudieran confrontar de primera mano los análisis realizados; sin embargo, al solicitar permiso de la publicación para la reproducción de la imagen, la revista se negó aduciendo derechos de exclusividad sobre el material. En cualquier caso, se pueden consultar la imagen aquí: *Revista Cromos*, “Polémica por fotografía del ‘Beverly Hills caleño’”.

un plano general, es posible percibir en la imagen la existencia de dos órbitas separadas que le dan coherencia estructural por medio de una relación de fondo-figura, que ubica a Sonia Zarzur y a su hija mayor en una posición al centro y al frente de la fotografía, mientras que sus empleadas, que se mantienen en un lugar relegado de la imagen, se convierten casi en instrumentos de escenografía periférica de baja importancia. Lo anterior crea una sensación, en el espectador, de jerarquización en los protagonistas de la fotografía, pues se relacionan a través de dos espacios diferentes, en el que el rol que desempeñan las mujeres Zarzur dentro del marco general de las fotos es de primacía o importancia absoluta sobre sus empleadas domésticas, que aun estando presentes en la fotografía, no se atreven a mirar directamente a la cámara, como sí lo hacen sus patronas.

Esta división de los sujetos se consolida dándole un sentido de semejanza y proximidad aún mayor a los sujetos diferenciados en la fotografía, puesto que al observar la manera en la que las seis mujeres presentes visten ropa blanca, en una escenificación donde este es el color predominante, la homogeneidad de la imagen se rompe únicamente por las empleadas domésticas que, al ser negras, marcan una diferencia insalvable con las mujeres Zarzur. Para el espectador se crea inmediatamente un vínculo no solo a partir de los espacios diferenciados que ocupan, sino de las lógicas raciales y sociales que las distancian, al crearse dos grupos que si bien puede estar próximos, son evidentemente diferentes, pues la semejanza y proximidad apuntan nuevamente a una relación jerarquizada, en la que las patronas blancas y las empleadas negras constituyen dos universos cercanos aunque diferenciados.

La anterior referencia de distancia social, basada en los componentes de raza y clase, nos remite a los factores que eran referenciados en la primera versión de *Blanquita*, que para 2011, cuando aparece la imagen de *HOLA*, habían desaparecido ya hace largo tiempo del panorama de representaciones aceptadas sobre las personas afrodescendientes en el país. La situación desencadenada por la fotografía no resulta exagerada, como argumentaba Sonia Zarzur, pues las sensaciones y las referencias que la fotografía despiertan en el espectador son extrañas y de rechazo, puesto que en este punto es inválida la manera directamente jerarquizada de representar a la población afrodescendiente.

Aquí solo habría que hacer una comparación entre la *Blanquita* de 2012 y su exitoso blanqueamiento, con las dos empleadas domésticas de la familia Zarzur, para comprender el tamaño del desajuste simbólico en que cayó la revista *HOLA* con sus fotografías. Este choque en relación con las formas de representación explica en parte por qué la controversia no paró en ese punto y, simplemente, fue escalando a

través de las maneras cada vez más desafortunadas de asumir y tratar de explicar los problemas estructurales de la fotografía. En este sentido, a las pocas semanas de la publicación de *HOLA*, en una reacción que merece el mismo análisis de la primera fotografía, la revista *Sobo* trató de parodiar la imagen invirtiendo los papeles de la representación con mujeres de raza blanca presentadas como empleadas del servicio doméstico; pero en esta ocasión el espacio central de la imagen era para modelos negras posando desnudas.⁵⁸ Bajo el título, “Elogio de la mujer negra”, las relaciones de semejanza, proximidad y fondo-figura, que fueron destacadas para la primera fotografía, se mantienen, pero ahora los elementos de referencia que dan sentido estructural a la imagen cambian de manera totalmente desafortunada para el título que puso la revista, pues en dicha representación se resaltó la exacerbación sexual como lógica de representación de la segunda imagen.

De esta forma, si en el primer caso la oposición entre blancura y negritud era evidente, en la fotografía de *Sobo* el hilo conductor de la representación se situó en una clara connotación sexual de las mujeres negras, pues precisamente este es el elemento de semejanza y proximidad que hermana al grupo destacado; mientras que la relación sujeto-fondo termina por distanciar a su contraparte blanca que se percibe como alejada de la situación de hipersexualización en el que caen las primeras. En este caso, la escenografía que rodea a las modelos no demarca ninguna relación de contraste particularmente racial, como sí sucede en la fotografía original, pues en este caso la raza es un elemento vinculado, pero solo es un plus, sobre un espacio central sexualizado a través de las modelos, y un fondo neutral. De esta forma, los personajes del fondo de la imagen cambian por la transformación en el hilo conductor o elemento armonizado en esta segunda imagen, pues al reconocer que ahora el elemento que produce semejanza y proximidad no es la raza, sino la connotación sexual, el lugar social delimitado por la referencia al trabajo doméstico y su raza blanca, pasa a un segundo plano.

Esta última imagen, la de *Sobo*, por su connotación sexual, que como vimos en el caso de Blanquita está íntimamente ligada a la idea de la raza negra y su blanqueamiento, despertó igual o mayor rechazo que la producida por *HOLA*. Evidencia de la incomodidad surgida por la fotografía de *Sobo* dio una carta enviada a la

⁵⁸ La idea original de este capítulo era presentar directamente la imagen para que los lectores pudieran confrontar de primera mano los análisis realizados. Sin embargo, al solicitar permiso de la publicación para la reproducción de la imagen, la revista se negó aduciendo derechos de exclusividad sobre el material. En cualquier caso, se pueden consultar la imagen aquí: *Sobo*, “Elogio de la mujer negra”.

revista por varios profesores de la Universidad Autónoma de Occidente⁵⁹ titulada: “La respuesta desatinada de SoHo a Hola”, en la que acusaban a la publicación de continuar reproduciendo la imagen de las mujeres negras como objetos netamente sexuales, incapaces de valer por su intelecto o capacidad artística, al mismo tiempo que reproducía la idea del patriarcado machista.⁶⁰ De esta forma, señalaban que la parodia era aún más ofensiva, puesto que incluso dentro del juego propuesto por *Soho* las mujeres presentadas como empleadas del servicio no eran blancas, pues presentaban notorios rasgos mestizos que daban cuenta de los estereotipos hacia otro sector poblacional que, al igual que los negros, es objeto de constante discriminación.⁶¹ La protesta proveniente de los profesores de la Universidad Autónoma de Occidente estuvo, precisamente, enfocada en el cambio de hilo conductor o factor de semejanza y proximidad en la segunda foto, y de cómo esa nueva relación logró profundizar en la hipersexualización de las protagonistas afrodescendientes, y no su reconocimiento o dignificación en términos raciales.

En este caso cabe destacar también la respuesta de las directivas de la revista *Soho* ante los cuestionamientos surgidos por la connotación sexual y racial de su fotografía, pues respondieron, en un tono de indignación similar al de Sonia Zarzur, que ellos solo parodiaban la publicación de *HOLA* al estilo de su revista, con desnudos y actos de exposición corporal, y que para ellos la fotografía lograba el efecto deseado de inversión de los papeles y roles asignados a las razas.⁶² Incluso el director de *Soho*, Daniel Samper Ospina, llegó a acusar públicamente a los académicos de la Universidad Autónoma de Occidente de retrógrados y anquilosados, por lo que él entiende es su incapacidad de comprender la naturaleza erótica de su publicación, situación que podría equipararse al reclamo de Sonia Zarzur cuando en medio de la polémica declaró que su intención nunca fue racista, pues ella únicamente da trabajo a las personas de las clases populares en Cali.⁶³ En ambos

⁵⁹ Profesores Elizabeth Gómez Etayo, Hernando Uribe Castro, Germán Ayala Osorio, Guido Germán Hurtado Vera y Carmen Jimena Holguín.

⁶⁰ Elizabeth Gómez, Hernando Uribe, Germán Ayala, Guido Hurtado y Carmen Holguín, “La respuesta desatinada de SoHo a Hola”, *Revista Semana*, 14 de marzo de 2012, <http://www.semana.com/nacion/articulo/la-respuesta-desatinada-soho-hola/254875-3> (31/03/2017).

⁶¹ *Ibid.*

⁶² Daniel Samper Ospina, “La acertada respuesta de Soho a la Revista ¡Hola!”, *Soho*, 23 de marzo de 2012, <http://www.soho.com.co/web/articulo/la-acertada-respuesta-soho-revista-hola/26202> (31/03/2017).

⁶³ *Ibid.*

casos, los dos personajes desconocen la relación clase-raza y género-raza y cómo esos vínculos refieren a una serie de representaciones a propósito del lugar social de la población afrodescendiente en Colombia.

Lo anterior nos remite inevitablemente a una característica que ya se había mencionado a propósito de la imagen de Blanquita, y es el lugar que ocupa la sexualidad en el progreso social evidenciado por el personaje, puesto que bajo la tesis del blanqueamiento, la oposición o juego racial que plantea *Soho* en su imagen se invalida a través de la hipersexualización de las protagonistas, puesto que el vínculo entre raza y sexualidad termina por apelar al conjunto viejo de referencias que bien representaba Blanquita en sus inicios, y que para este momento resulta claramente atípico y molesto para los espectadores, que esperan encontrar a una Blanquita asexualizada y de impulsos plenamente controlados.

Tiempo después, en lo que se podría llamar la última escena de esta controversia, en un nuevo intento por parodiar la imagen de la revista *HOLA*, y en cierto sentido también la producida por *Soho*, el diario *Universo Centro*, de la ciudad de Medellín, realizó una nueva fotografía en la que varios de los elementos criticados por los profesores de la Universidad Autónoma de Occidente desaparecieron y se planteó una oposición básica entre los elementos destacados en la imagen original.⁶⁴

En dicha ocasión, la imagen se invirtió manteniendo los patrones fundamentales de la foto original y se les dio la centralidad a las mujeres afrodescendientes, ahora vestidas; mientras que su contraparte blanca es enviada al fondo de la imagen a modo de empleadas del servicio.⁶⁵ Sin embargo, incluso dentro de esta representación donde la connotación sexual de la imagen está neutralizada, se matizaron y suavizaron varios de los componentes raciales con respecto a la fotografía original. Si bien se mantiene una relación de clase que trata de vincular a las mujeres blancas con el oficio de empleadas domésticas, en la imagen se presentan algunos cambios que se podrían pensar como menores; pero que, al final, cambian el sentido estructural de la fotografía. Así, por ejemplo, en la fotografía de *Universo Centro*, además de que las mujeres del fondo miran hacia la cámara y rompen la idea de ser simple escenografía, tampoco se presenta una oposición racial total, puesto que no se hace un juego equivalente al de la primera fotografía con la ropa y la indumentaria, lo que produce que al final se pierda la condición de subordinación presente en las

⁶⁴ Juan Ospina, "Arte central", *Universo Centro*, 2011, <http://www.universocentro.com/NUMERO30/Artecentral.aspx> (31/03/2017).

⁶⁵ Ospina, "Arte Central".

imágenes de *HOLA*. Aquí, para el espectador, los personajes del fondo y el centro están ubicados casi en el mismo plano, situación que, aunque no elimina la oposición grupal, que se sucede por la relación objeto-fondo, sí se matiza en alto grado. En general, aunque se invierten las relaciones raciales y de clase, además de eliminar la de género, el poder de la representación es mucho menor y la fotografía termina por ser simplemente anecdótica dentro de los hechos.

Una explicación alternativa a la poca contundencia de la fotografía de *Universo Centro* se encuentra también en el proceso de etnización de la población negra, que se explicó en apartados anteriores. Si partimos de que gran parte de la controversia producida por *HOLA* y *Soho* se encuentra en el uso de representaciones sociales no acordes con la evolución de la imagen de los afrocolombianos en la publicidad, se tendría que advertir que en el caso de *Universo Centro* ni las mujeres blancas asociadas al trabajo doméstico, ni las mujeres negras urbanas llevan a algún tipo de referencia que choque con los preceptos de representación de algún grupo social, como sí lo hicieron la primera y segunda versión de esta fotografía. Aquí se podría argumentar, hasta cierto punto, que al igual que Blanquita las mujeres de las tres fotografías caen en el limbo de indeterminación que se ha sucedido desde la introducción del multiculturalismo, pues en su condición urbana no denotan elementos que las acerquen o alejen del proceso de blanqueamiento o de alguna de las vertientes de reconocimiento afro en clave de exaltación.

En este sentido, el sistemático fracaso en el que caen los intentos de parodiar a la revista *HOLA* puede estar precisamente en que no existe un referente claro con el cual combatir los componentes racistas, clasistas y sexistas de la fotografía original. Aquí bien valdría preguntarse, ¿cuál es el símbolo afrodescendiente no blanqueado al que podrían haber apelado las respuestas a *HOLA*? La anterior es una pregunta que, por lo pronto, no tiene respuesta, pero que en cualquier caso debería tenerla en el futuro cercano.

Conclusiones

A partir de las páginas anteriores se estableció cómo uno de los íconos fundamentales de la publicidad en Colombia, Blanquita, representa una de las maneras en las que se le dio sentido y canalización al progreso de la población afrodescendiente en el país, en términos de blanqueamiento. Así es como se identificaron las líneas generales de los presupuestos morales y de comportamiento que caracterizaron y caracterizan dicho proceso. De esta forma, y no solo a partir del modelo de análisis visual aquí utilizado, se pueden multiplicar las fuentes para la comprensión de

los referentes visuales del ascenso social, tanto para la población afrodescendiente como para otros grupos sociales (campesinos, indígenas, etc.) que entran en el juego ambivalente del blanqueamiento como lógica de funcionamiento social.

En este sentido, las fuentes visuales se presentaron como una herramienta a través de la cual es posible rastrear las ideas y significados con los que se ha vinculado esta población, bajo la noción que un producto audiovisual de consumo masivo durante un tiempo prolongado puede influir en la sociedad y su capacidad de generar referentes o imágenes a propósito de los grupos que la componen. Además, las imágenes de la discordia (*HOLA, Soho y Universo Centro*) me llevaron a observar cómo los patrones creados a partir de herramientas como Blanquita crean marcos por medio de los cuales se mueven las representaciones que, al ser desconocidas en cualquier dirección, generan en la sociedad una sensación de rechazo y oposición. También establecí nuevas preguntas a propósito de no solo la actual representación de la población negra urbana en Colombia por fuera del blanqueamiento, sino respecto de la necesidad de explorar a fondo la evolución de los referentes de la población afrocolombiana en clave de exaltación, pues en esta investigación únicamente se recrea una de las partes de dicha disputa.

Así mismo, también establecí una de las múltiples formas en las que las fuentes de tipo visual pueden entrar en diálogo con los referentes teóricos de diferentes disciplinas, como la historia y la antropología, todo ello para crear nuevas aproximaciones a las problemáticas sociales. Por lo anterior, es siempre significativo el llamado a observar en los demás trabajos de este libro, y en otras publicaciones, la manera en la que la cultura visual empieza a crear un lugar dentro de la investigación en humanidades y ciencias sociales.

Bibliografía

Fuentes primarias

Canales de YouTube

Archivo audiovisual de Colombia, 2007. <https://www.youtube.com/watch?v=Jbsed8p1nU4>.

Canal de Limpido Colombia, 2011. https://www.youtube.com/watch?v=kCaU8Q_79gc.

Flambil, 2007. <https://www.youtube.com/watch?v=i4Rik7JqCX4>.

57FmVideos, 2009. <https://www.youtube.com/watch?v=3OZbjcOOdYk>.

Publicaciones periódicas

Revista Cromos. Bogotá, 2011.

Soho. Bogotá, 2011.

Universo Centro. Medellín, 2011.

Fuentes secundarias

Hellebrandová, Klára. “El proceso de etno-racialización y resistencia en la era multicultural: ser negro en Bogotá”. *Universitas Humanística*, n.º 77 (2014): 145-168.

Hellebrandová, Klára. “Escapando a los estereotipos (sexuales) racializados: el caso de las personas afrodescendientes de clase media en Bogotá”. *Revista de Estudios Sociales*, n.º 49 (2014): 87-100.

Hering, Max y Amada Pérez. “Apuntes introductorios para una historia cultural desde Colombia”. En *Historia cultural desde Colombia: debates y categorías*, editado por Max Hering y Amada Pérez, 15-51. Bogotá: Universidad Nacional; Pontificia Universidad Javeriana; Universidad de los Andes, 2012.

Lévi-Strauss, Claude. *Antropología estructural: mito, sociedad, humanidades*. México: Siglo XXI, 2004.

Oviedo, Gilberto. “La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt”. *Revista de Estudios Sociales*, n.º 18 (2004): 89-96.

Pisano, Pietro. “Triunfadores, desplazados sociales y cenicientas: representaciones sobre raza y ascenso social en la segunda mitad del siglo XX”. *Universitas Humanística*, n.º 77 (2014): 95-119.

Pisano, Pietro. “Movilidad social e identidad negra en la segunda parte del siglo XX”. *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, n.º 41 (2014): 179-199.

Urrea Giraldo, Fernando, “La conformación paulatina de clases medias negras en Cali y Bogotá a lo largo del siglo XX y la primera década del XXI”. *Revista de Estudios Sociales*, n.º 39 (2011): 24-41.

Wade, Peter. “Definiendo la negritud en Colombia”. En *Estudios afrocolombianos hoy: aportes a un campo transdisciplinario*, editado por Eduardo Restrepo, 21-42. Popayán: Universidad de Popayán, 2013.