

**HOMBRE, MASCULINIDAD Y CRISIS DE LA MASCULINIDAD
EN LA REVISTA CROMOS 1950-1970**

MARILYN MILDRED GÓMEZ ARANGO

Trabajo de grado para optar al título de Magister en Estudios Humanísticos

Asesor: PATRICIA CARDONA Z.

**MEDELLÍN
UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE HUMANIDADES
Departamento de Humanidades
2017**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellín (día, mes, año)

Dedicada a Gabriel Hernández Valencia, mi amado compañero y testigo de mi vida, con quien he compartido aventuras, viajes, sueños y alegría. A mi hermosa hija Alegra con quien sonrío permanentemente en esta nueva vida. A Gloria Elizabeth Arango García y Roviro Antonio Gómez Ochoa, mis padres, quienes siempre han estado ahí para mí y han sido un ejemplo de honestidad y perseverancia.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todos los profesores de la Maestría en Estudios Humanísticos de la Universidad EAFIT- Medellín, en especial a mi asesora Alba Patricia Cardona Zuluaga por su dedicación, sus sugerencias, su amabilidad, su tranquilidad y comprensión. Al Grupo de Investigación de Historia Empresarial de la Universidad EAFIT- Medellín, por leer mis notas iniciales y hacerme sugerencias tan cariñosas y asertivas. A todos mis compañeros de aula por su compañerismo y su alegría cada semestre. A Gabriel Hernández Valencia, mi compañero, quien escuchó mis lecturas una y otra vez y me prestó su ayuda cada vez que la necesité. A todos los que de una u otra manera estuvieron ahí para mí alentándome y escuchándome.

Contenido

INTRODUCCIÓN	11
1. Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad	20
1.1 Hombre	20
1.1.1 Los atributos del hombre	22
1.1.1.1 La Hombría.....	22
1.1.1.2 La Virilidad	27
1.1.1.3 Contrarios al Caballero.....	32
1.2 La Masculinidad	37
1.2.1 El Género Masculino	37
1.2.2 El ideal.....	38
1.2.2.1 Estereotipos de la Masculinidad.....	40
1.2.2.1.1 El Hombre Moderno	40
1.2.2.1.2 El Hombre Feo o contrario al Hombre Moderno	43
1.2.2.1.3 El Hombre Machista	44
1.3 Crisis de la Masculinidad	45
2. La Revista Cromos	48
2.1 Una revista gráfica semanal para cautivar	48
2.2 Contenidos de la revista en la década del cincuenta	51
2.3 Contenidos de la revista en los años sesenta	58
2.4 La Publicidad entre 1950- 1970	67
3. Contexto	70
3.1 Antecedentes	70
3.1.1 El Mundo	70
3.1.2 Latinoamérica	73
3.1.3 Colombia	76
3.2 La década del cincuenta	78
3.3 La década del sesenta	82
3.4 Clases sociales	87
4. Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad en la Revista Cromos de la década del cincuenta	91
4.1 La Hombría	91
4.1.1 El Hombre Militar	91
4.1.2 El Torero.....	91
4.2 La Virilidad	92
4.2.1 El hombre fuerte y voluntarioso.....	92
4.2.2 El hombre sublimado por la mujer	95
4.3 Estereotipos contrarios a la virilidad	98
4.3.1 El Don Juan	98
4.4 La Masculinidad	100

4.4.1 Hombre Moderno	100
4.4.2 El Hombre Machista.....	111
4.5. Crisis de la Masculinidad.....	111
5. Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad en la Revista Cromos de la	
década del sesenta.....	115
5.1 La Hombría y la Virilidad	115
5.1.1 J. F. K: el hombre más poderoso del mundo	115
5.2 Virilidad.....	117
5.2.1 El Hombre Deportista.....	117
5.2.2 Hombre de Hogar	119
5.2.4 Estereotipos contrarios a la virilidad	120
5.2.4.1 El “Playboy”	120
5.2.4.2 El Casanova	122
5.2.4.3 El Dandy	124
5.3 La Masculinidad	126
5.3.1 El Hombre Moderno o El Ejecutivo	126
5.3.2 Estereotipos contrarios al Hombre Moderno o El Ejecutivo.....	133
5.3.2.1 El Hombre Machista.....	134
5.3.2.2 El Hippie.....	134
5.4 Crisis de la Masculinidad.....	137
5.4.1 El Feminismo.....	138
5.4.2 El Hombre Feminizado.....	142
5.4.2.1 El hombre que vistió como mujer	142
5.4.2.2 ¿Es hombre o mujer?	143
6. CONCLUSIÓN	148
LISTA DE REFERENCIAS	153

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Unidades de Análisis	14
Tabla 2. Material seleccionado del rastreo de fuente en la Revista Cromos 1950-1970	15
Tabla 3. Materiales y secciones de la Revista Cromos	16
Tabla 4. Secciones y Unidades de Análisis	17
Tabla 5. Rastreo de fuente en la Revista Cromos década del cincuenta	59
Tabla 6. Rastreo de fuente en la Revista Cromos década del sesenta	68
Tabla 7. Anuncios publicitarios	70

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Acontecimientos del Mundo. (1951). Revista Cromos, LXXI (1767), p. 23.	91
Figura 2. Rojas Pinilla. (1953). Revista Cromos, LXXV(1891). p. 29.	92
Figura 3. Sr. Presidente General Gustavo Rojas Pinilla. (1954). Revista Cromos, 78(1938), p. 1	92
Figura 4. Deportes. (1950). Revista Cromos, LXIX(1735), p. 24.	94
Figura 5. Mike. (1950). Las bajas recaudaciones justifican la Copa Colombia. Revista Cromos, LXX(1753), p. 32.	94
Figura 6. Mennen. (1950). Revista Cromos, LXIX(1718), p. 25.	95
Figura 7. Lantik: Old Lavander. (1955). Revista Cromos, 80(1985), p. 62.	95
Figura 8. Aqua Velva. (1956). Revista Cromos, 82(2032), p. 51.	95
Figura 9. Paramí. (1951). Revista Cromos, LXXI(1765), p. 39	96
Figura 10. Hinds. (1951). Revista Cromos, LXXI(1765), p. 46.	96
Figura 11. Kasmir Bouquet: Más belleza para usted. (1951). Revista Cromos, LXXI(1793), p. 31.	96
Figura 12. Chiclets Adamas. (1958). Revista Cromos, 86(2136), p. 59.	97
Figura 13. Sociedad. (1953). Revista Cromos, LXXV(1869), p. 32	97
Figura 14. Revista Cromos. (1955). 80(1993), p. 7.	97
Figura 15. Riverón. Caricatura. (1953). Revista Cromos, LXXV(1884), p. 12.	98
Figura 16. Crema Nivea. (1954). Revista Cromos, 79(1954). p. 5.	101
Figura 17. Philishave. (1959). Revista Cromos, 88(2180), p. 21.	101
Figura 18. FIT y VLOT. (1959). Revista Cromos, 88(2210), p. 8.	101
Figura 19. Cuando el hombre se arregla. (1959). <i>Revista Cromos</i> , 88(2186), p. 5.	102
Figura 20. Cerveza Andina. (1950). Revista Cromos, LXIX(1740), p. 3	104
Figura 21. Carrera, Dianne. (1950). Así es Humphrey Bogart. Revista Cromos, LXIX(1714), p.10.	105
Figura 22. Robert Taylor. (1950). Revista Cromos, LXIX(1716), p. 10.	105
Figura 23. Clark Gable. (1950). Revista Cromos, LXIX(1719), p. 24.	105
Figura 24. Revista Cromos, (1951). LXXI(1795), p. 1.	105
Figura 25. Marilyn. Vuelve la N° 1. (1959). Revista Cromos, 88(2184), p. 47.	105
Figura 26. Revista Cromos. (1950). LXIX(1714), p.13.	106
Figura 27. Jockey. Revista Cromos. (1953). LXXV(1907), p. 5.	106
Figura 28. Quina Loroche. Paris. Vino estomáquico. (1950). Revista Cromos, LXIX(1724), p. 16.	106
Figura 29. Histogénol. (1953). Revista Cromos, LXXV(1887), p. 41.	106
Figura 30, Herring. (1951). Revista Cromos, LXXI(1789), p. 35.	107
Figura 31. Reloj Suizo. (1954). Revista Cromos, 78(1940), p. 9.	107
Figura 32. Philips BCL 735 A. (1955). Revista Cromos, 80(1973), p. 21.	107

Figura 33. Pesadilla. (1950). Revista Cromos, LXX (1747), p. 50.	109
Figura 34. Un desfile que termina mal. (1950). Revista Cromos, LXIX(1742), p.1.	109
Figura 35. O' Malley, Bill. (1955). Revista Cromos, 80(1995), p. 52.	109
Figura 36. Plácido. (1953). Revista Cromos, LXXV(1871), p. 13.	109
Figura 37. El último varón sobre la tierra o "un naufrago sospechoso". (1950). Revista Cromos, LXX(1753), p. 48.	110
Figura 38. Por meterse a redentor... (1950). Revista Cromos, LXIX(1744), p. 47.	111
Figura 39. Revista Cromos. (1960). 90(2266), p. 1.	116
Figura 40. En la intimidad: Los Kennedy. (1961). Revista Cromos, 90(2318), p. 23.	116
Figura 41. Homenaje de héroes para el seleccionado. (1962). Revista Cromos. 91(2342), p. 25.	119
Figura 42. Pelé. (1962). Revista Cromos, 91(2323), p. 26.	119
Figura 43. "Cochise": El Campeón. (1964). Revista Cromos, 93(2447), p. 44.	119
Figura 44. Méndez Puig, H. (1967, 29 de mayo). La imagen del ejecutivo. Revista Cromos, 120(2588), p. 20	126
Figura 45. Old Lavander. (1960). Revista Cromos, 90(2264), p. 49.	127
Figura 46. D' Mac. (1968). Revista Cromos, 124(2646), p. 58.	127
Figura 47. Everfit 70. (1968). Revista Cromos, 124(2648), p. 43.	128
Figura 48. Everfit 70. (1967). Revista Cromos, 120(2592), p. 5.	128
Figura 49. Gef de Paris. (1968). Revista Cromos, 125(2665), p. 16.	128
Figura 50. Cary Grant estrena canas. (1965). Revista Cromos, 112(2484), p. 8.	128
Figura 51. Frank Sinatra. Revista Cromos. (1962). 91(2356), p. 50.	128
Figura 52. Sean Connery en James Bond. La fabulosa leyenda de James Bond. (1966). Revista Cromos, 117(2553), p. 8.	128
Figura 53. Marilyn sigue en primera fila. (1961). Revista Cromos, 90(2294), p. 7.	129
Figura 54. Por qué se mató Marilyn. (1962). Revista Cromos, 91(2350), p. 1.	129
Figura 55. Brigitte Bardot. (1969). Revista Cromos, 127(2802), p. 64	129
Figura 56. Caballero, Antonio. (1962). La extraña historia de los colombianos. Revista Cromos, 91(2327), p. 63.	130
Figura 57. Planex. (1967). Revista Cromos, 120(2592), p. 4.	131
Figura 58. Lord Buxton. (1960). Revista Cromos, 90(2256), p. 27.	131
Figura 59. Mac Donal. (1967). Revista Cromos, 120(2592), p. 3.	131
Figura 60. Revista Cromos. (1962). 91(2342), p. 58.	132
Figura 61. Recién Casados. (1964). Revista Cromos, 93(2453), p. 64.	134
Figura 62. Hinestrosa, Dukardo. (1967). Los Hippies. Última locura alucinante. Revista Cromos, 122(2610), p. 9.	136
Figura 63. Restrepo Trujillo, J. (1965). Adivinen cual es el hombre? Revista Cromos, 111(2475), p. 18.	143
Figura 64. El hombre que se volvió mujer. (1962). Revista Cromos, 91(2352), p. 16.	144
Figura 65. El hombre que se volvió mujer. (1962). Revista Cromos, 91(2352), p. 17.	144
Figura 66. El hombre que se volvió mujer. (1962). Revista Cromos, 91(2352), p. 18.	144

RESUMEN

Esta investigación analiza los significados de *Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad* en la Revista Cromos 1950-1970, propios de la clase alta y media colombiana, inmersas en los procesos de modernización y capitalismo. La revista difundió estereotipos e ideales que empezaban a ser cuestionados y deconstruidos en medio de acontecimientos políticos, económicos, sociales y culturales nacionales e internacionales y, además de proveer información sobre los sucesos que transformaban el mundo, quiso hacer circular ideales entre sus lectores a través de secciones, columnas y publicidad, en estos se escribían e ilustraban los roles del hombre y la mujer, los bienes de consumo, las posturas políticas, etc.

Es un texto descriptivo resultado del rastreo de 472 ejemplares de la revista, que arrojaron 1362 materiales, de los cuales se seleccionaron y sistematizaron 686, a través de 972 fotografías y una matriz de datos. Estos fueron contrastados con la reflexión que guiaron fuentes teóricas relacionadas con la historia, la sociología, la antropología del cuerpo, etc.; además, de los planteamientos de autores como Georges Mosse, Pierre Bourdieu, Desmond Morris, Sam Keen, Rafael Montesinos, entre otros.

Palabras Clave: Hombre, Masculinidad, Crisis De La Masculinidad, Revista Cromos, Estereotipos, Ideales y Modernidad.

INTRODUCCIÓN

Cromos ha sido una fuente primaria por excelencia para las investigaciones sobre el siglo XX en Colombia. Es la revista más antigua de Latinoamérica, su información continua ha reflejado el acontecer de Colombia y el mundo, constituyéndose en un medio de alta circulación en la cotidianidad de sus lectores (la clase media-alta colombiana) a través de la publicidad, la moda, el arte, la literatura, los deportes, el entretenimiento, la política, la economía, etc.; en una época en la que los medios de comunicación escritos eran de amplia difusión y la radio y la televisión apenas se imponían.

El interés de la Revista Cromos por presentar acontecimientos e historias sobre la sociedad, el poder y la belleza (Dueñas, 2011), además de su preferencia por privilegiar la imagen (fotografías, grabados y dibujos) en sus contenidos, hacen de este medio una fuente rica en materiales diversos, donde se pueden rastrear distintos temas, y ha sido un ámbito de consulta usado con frecuencia en trabajos académicos como tesis de pregrado y posgrado. La mayoría de estas tesis usaron la revista como una fuente fundamental de análisis, abordaron preguntas relacionadas con la publicidad, la crítica del arte, la modernidad en Colombia, la moda, el tratamiento de la imagen en la revista, la modistería, el cuerpo y, generalmente, la mujer y lo femenino. De éste último interés surgió, para esta investigación, la inquietud por el hombre y lo masculino, una pregunta poco abordada en los precedentes académicos del presente estudio.

Sobre el hombre y la masculinidad no se encontraron referencias hasta junio del 2016, donde se halló el artículo *Representaciones de la masculinidad en la Revista Cromos en la primera mitad del siglo XX en Colombia*, en la revista *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, escrito por Ani Yadira Niño Delgado, texto que se enfocó en el Hombre Guerrero y los roles ordinarios de la mujer de la época (mujer: esposa y mujer: madre). En vista de estos hallazgos, se configuró como pregunta de investigación: ¿Cuál es el hombre, la masculinidad y la crisis de la masculinidad que presenta la Revista Cromos entre 1950-1970?

El periodo se eligió con la intención de contribuir en la comprensión de los ideales

construidos en las décadas del cincuenta y el sesenta en Colombia. Se buscaron cambios significativos en las representaciones del cuerpo, la mentalidad del hombre y la masculinidad entre una década y otra, mientras tenía lugar el proceso de modernización, a su vez, enmarcado en la posguerra, *Segunda Guerra Mundial* (1939-1945), y los conflictos de la *Guerra Fría* (1953-1962); mientras tanto, Colombia pasaba por la denominada *Época de la Violencia* (1948-1957) y el *Frente Nacional* (1958 a 1974). En este contexto político el país enfrentó fenómenos sociales y económicos como el desarrollo urbano, el crecimiento industrial, la migración del campo a la ciudad, entre otros; además de procesos culturales relacionados con las artes, la moda, la liberación sexual, los inicios de la cultura laica, el capitalismo y la influencia de la cultura inglesa y norteamericana (Melo, 1990).

Para abordar la pregunta de investigación se realizó un análisis de las nociones de *Hombre*, *Masculinidad* y *Crisis de la Masculinidad* en la Revista Cromos, entre 1950-1970, configurándose ésta acción como el objetivo general. Para ello fue preciso abordar y contrastar las diferentes acepciones de estas nociones (*Hombre*, *Masculinidad* y *Crisis de la Masculinidad*) y su despliegue teórico en autores como Georges Mosse, Desmond Morris, Pierre Bourdieu, Sam Keen, Carlos Monsiváis, Alfonso Hernández Rodríguez, Rafael Montesinos Carrera, Mara Viveros Vigoya, entre otros. Además, se hizo un seguimiento histórico en distintas ediciones del diccionario de la Real Academia Española (RAE) de significados como *Hombre*, *Hombría* y *Virilidad*, con la intención de tener conceptos estandarizados y encontrar cambios en las concepciones de éstos a través del tiempo.

Los autores trabajados aportaron a la investigación diferentes enfoques disciplinarios (historia, antropología, sociología, economía, política, psicoanálisis, etc.), no obstante, Georges Mosse fue el autor directriz de este proceso con su texto llamado *La imagen del hombre. La creación de la masculinidad moderna*, publicado en el 2000. Para este autor la masculinidad representa una herencia y un ideal propio de la naturaleza y de las acciones humanas que ha permeado y moldeado la sociedad y la cultura moderna. El enfoque histórico de este texto señala la evolución del concepto, mediante un recorrido en la línea de tiempo que inicia con el estereotipo masculino griego, avanzando progresivamente, hasta fundamentar la visión masculina propia de los siglos XVII-XIX, cimentada en las virtudes del hombre: fuerza de voluntad, honor y valor. Continúa en el siglo XX

deteniéndose en el ideal de belleza corporal, progreso y los valores morales de la castidad, la honestidad y el autocontrol. Finaliza con una proyección futura que se pregunta por una posible “nueva masculinidad”, opuesta a las cualidades masculinas de tiempos anteriores (hombre física, mental y emocionalmente fuerte, proveedor, esposo y caballero), ya que promueve el disfrute de la expresión, el movimiento corporal y la liberación indisciplinada de los sentimientos, planteando entonces el término Crisis de la Masculinidad.

En este marco, y con el material rastreado y seleccionado de la Revista Cromos, fue posible identificar los ideales construidos sobre el hombre, la masculinidad y la crisis de la masculinidad en el camino de la modernidad en Colombia. Los contextos políticos, económicos, sociales y culturales fueron fundamentales para comprender la idea de modernidad y cómo la revista fue uno de los medios de su difusión. La identificación de los ideales permitió describir las características del hombre y la masculinidad a través de estereotipos o imágenes estandarizadas. La crisis de la masculinidad fue presentada mediante la exposición de algunos acontecimientos relacionados con el feminismo, la homosexualidad y la transexualidad.

Metodología

La metodología usada para desarrollar esta investigación fue la descriptiva y se apropió de algunos procedimientos del *Análisis de Contenido*, una técnica que permite la descripción objetiva y sistemática del contenido manifiesto de las comunicaciones, con el fin de interpretarlas (Berelson, 1952). En el desarrollo de este proceso se siguieron los siguientes pasos:

1. Preanálisis

Se eligió como el documento que se sometería al análisis La Revista Cromos del periodo (1950-1970). El rastreo de esta material planteaba abordar un promedio 1.040 revistas en total. En vista del volumen de números que esa revisión demandaba, se consideró la selección de una muestra representativa de 520 revistas, ya que Cromos era de publicación

semanal, por lo cual se tomaron dos revistas por mes (primera y tercera semana). En este rastreo hubo un vacío en la muestra en el año de 1957, del cual no se halló material en la Sala Patrimonio de la Universidad de Antioquia que posee, en la ciudad, la colección más completa de la publicación. Esto generó que la muestra fuera de 48 números menos, para un total de 472 revistas.

2. Elección de las unidades de análisis

De las 472 revistas rastreadas se extrajeron 1362 materiales que se clasificaron de acuerdo a las unidades de análisis en artículos, fotografías, grabados, dibujos y anuncios publicitarios.

Tabla 1
Unidades de Análisis

Cantidad de material rastreado				
Artículos	Fotografías	Grabados	Dibujos (caricaturas)	Anuncios Publicitarios
317	423	115	98	409
Total				1362

De estos 1362 materiales se hizo otra selección aplicando los siguientes criterios:

1. *Material en condiciones técnicas favorables:* en el caso de los artículos se eligieron los que presentaban textos legibles. En cuanto a las fotografías, grabados, dibujos y anuncios publicitarios se seleccionaron las más nítidas y definidas. Además se eliminaron materiales con roturas que afectaban los textos o la composición de las imágenes, en este caso se descartaron varias portadas de las revistas, ya que fue el material rastreado que presentó mayor deterioro.
2. *Material no repetido:* se encontró que la revista, en diferentes números, presentó información repetida como: artículos internacionales, fotografías de sucesos internacionales como la I y II Guerra Mundial, nacionales como el ferrocarril en Colombia, fotografías de diferentes personajes de la política, la sociedad y el arte, grabados que ilustraron cuentos, noticias o secciones de temas con temáticas como el engaño, la mujer, la moda, etc., dibujos (caricaturas) de diferentes

personajes como líderes políticos, deportistas o para representar chistes, anuncios publicitarios iguales, de las mismas marcas y referentes a los mismos productos. Todo este material identificado se eliminó.

3. *Material sin continuidad en otros números*: este criterio aplicó para los artículos, algunos de ellos eran textos que venían como continuación de uno o dos números anteriores de la revista, al no tener el contenido completo se eliminaron.
4. *Material claro y simple en la exposición del contenido*: se seleccionaron los materiales que expusieron los contenidos de forma clara, se eliminaron aquellos que presentaron información especializada, generalmente los relacionados con análisis económico, político, avances científicos e industriales, los cuáles usaban terminología específica y estuvieron acompañados por fórmulas y cálculos.

Después de esta depuración quedaron 686 materiales conformados por:

Tabla 2
Material seleccionado del rastreo de fuente en la Revista Cromos 1950-1970

Cantidad de material seleccionado				
Artículos	Fotografías	Grabados	Dibujos (caricaturas)	Anuncios Publicitarios
191	221	12	31	231
Total				686

3. Proceso de categorización

Los criterios de categorización fueron *semánticos* y *léxicos*, ya que se seleccionaron materiales relacionados con temáticas o términos como hombre, mujer en relación con el hombre, masculinidad, crisis de la masculinidad, homosexualidad, etc.; *sintácticos*, ya que se identificaron verbos y adjetivos relacionados con el hombre, la masculinidad y la crisis de la masculinidad, tales como: trabajar, socializar, estudiar, negociar, cuidar, proteger, bello, feo, fuerte, débil, apuesto, fino, elegante, exitoso, varonil, viril, etc.; *expresivos*, los cuales se vieron reflejados en materiales como las fotografías, los grabados, los dibujos (caricaturas) y la publicidad, ya que en estos se evidencian posturas corporales, gestos, modas, hábitos y acontecimientos.

4. Sistematización

Estos materiales categorizados fueron sistematizado en una matriz de datos bajo los siguientes ítems: SECCIÓN/ DATOS DE LA REVISTA/ TÍTULO DEL ARTÍCULO O MATERIAL/ PALABRAS CLAVES/ N° DE MATERIALES/ N° DE FOTOGRAFÍAS. El ítem N° DE MATERIALES responde a lo descrito en la Tabla 2, anteriormente citada, y el ítem N° DE FOTOGRAFÍAS, responde a la fotografía tomada de cada página perteneciente a cada material, teniendo en cuenta que se encontraron materiales de 1 a 10 páginas, por ello, de los 686 materiales rastreados, figuran en la matriz 972 fotografías. De acuerdo con esta matriz los materiales se agruparon por secciones de la siguiente manera:

Tabla 3
Materiales y secciones de la Revista Cromos

Materiales y Secciones de la revista	
Secciones	Cantidad de Material
Portada	32
Exclusivo para Cromos	53
Cartas de Nueva York/ El Mundo desde Nueva York	21
Acontecimientos del Mundo/ Así va el Mundo/ El Mundo Marcha/ Observatorio	39
Nacional	36
Cultural/ Efemérides y Conocimientos Generales/ Cosas que se han dicho/ Pitigrilli habla de Pitigrilli/ El humor en el mundo/ Caricaturas/ Humor de Feiffer	85
Literatura	18
1950- Mujer/ Siempre Bella / Eterno Femenino/ 1960- Cromos para ellas/ Pregúntele a Soledad	24
Moda	9
Deportes y Toros	37
Cine y Espectáculo	48
Publicidad	231
Sociedad/ Sociales	53
Total	686

En este proceso de sistematización se identificó la presencia frecuente de diferentes unidades de análisis (artículos, fotografías, grabados, dibujos y anuncios publicitarios) en determinadas secciones:

Tabla 4
Secciones y Unidades de Análisis

Secciones y Unidades de Análisis	
Secciones	Unidades de Análisis
Portada	Fotografías
Exclusivo para Cromos	Artículos Fotografías
Cartas de Nueva York/ El Mundo desde Nueva York	Artículos Fotografías
Acontecimientos del Mundo/ Así va el Mundo/ El Mundo Marcha/ Observatorio	Fotografías
Nacional	Artículos Fotografías
Cultural/ Efemérides y Conocimientos Generales/ Cosas que se han dicho/ Pitigrilli habla de Pitigrilli/ El humor en el mundo/ Caricaturas/ Humor de Feiffer	Artículos cortos Fotografías Dibujos (Caricaturas)
Literatura	Grabados Artículos
1950- Mujer/ Siempre Bella / Eterno Femenino/ 1960- Cromos para ellas/ Pregúntele a Soledad	Artículos Fotografías Grabados
Moda	Artículos Fotografías
Deportes y Toros	Artículos Fotografías
Cine y Espectáculo	Artículos Fotografías
Publicidad	Anuncios Publicitarios
Sociedad/ Sociales	Fotografías

5. Interpretación y descripción

Además de estudiar la Revista Cromos, se consultaron diferentes trabajos académicos (tesis de pregrado y posgrados) que se hicieron sobre ella, su lectura permitió la elección del tema, como se expresó anteriormente, proporcionó el reconocimiento de diferentes tipos de metodologías de investigación, remitió a otras fuentes de consulta que aportaron al análisis de conceptos y de contextos sobre el proceso de modernización en Colombia¹. Las tesis

¹ *La Americanización de la Revista Cromos 1944-1950* por Marisol Cruz Ramírez; *Una mirada a la sociedad urbana moderna de los años 50 y 60 en Colombia, a través de la publicidad de jabones de tocador pautada en la Revista Cromos* por Laura Aulí Giraldo y Marcela Carrasquilla; *Sentidos sobre el cuerpo en la Revista Cromos* por Harvey Murcia Quiñones; *La imagen en la Revista Cromos 1916- 1966. Valor visual y Estético*

sobre mujer y feminidad aportaron en la estructuración conceptual respecto a términos como *Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad*².

La interpretación de la fuente fue guiada por líneas teóricas como la Historia, la Antropología del Cuerpo y la Historia Cultural, a la luz de diferentes conceptos planteados por autores como Alain Corbin, Jean- Jaques Courtine, Georges Vigarello, David Le Breton, Georges Mosse, Sam Keen, Pierre Bourdieu, Norbert Elías, entre otros.

Se construyó un texto de carácter descriptivo, compuesto por cinco capítulos. En el primer capítulo, *Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad*, se presentan diferentes definiciones de estos términos a la luz de los planteamientos de varios teóricos y disciplinas. También, se exponen los Atributos del Hombre (hombría y virilidad) y sus cambios en el tiempo, mediante extractos de textos literarios propios de periodos como la antigüedad griega, el medioevo, el renacimiento y la modernidad. En el segundo capítulo se presenta una reseña histórica de la Revista Cromos y los contenidos de ésta, de acuerdo con sus secciones en las décadas del cincuenta y el sesenta. En el tercer capítulo, *Contexto*, se exponen diferentes acontecimientos históricos del mundo y el país que configuraron los ideales de hombre y masculinidad, además de cuestionarlos y reconfigurarlos en la crisis de la masculinidad; este capítulo está compuesto por *Antecedentes* (El mundo, Latinoamérica y Colombia); *Década del cincuenta*, *Década del sesenta* y *Clases Sociales*.

Los capítulos cuatro y cinco son las descripciones de las acepciones y estereotipos de *Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad en la Revista Cromos de la década del cincuenta y del sesenta*. Estos dos capítulos enlazan los contenidos de los apartados anteriores; usan los textos, ilustraciones, las fotografías y la publicidad que se rastrearon en Cromos entre 1950-1970, caracterizando el hombre y la masculinidad a través de la identificación y la descripción de la hombría, la virilidad y los estereotipos masculinos

por Clara María González Jaramillo y *Cambios en los elementos visuales de las portadas de la Revista Cromos desde su creación hasta hoy* por Andrés Peñaranda.

² *Discursos de la mujer colombiana en publicidades de la Revista Cromos de los años 68 y 69: Arraigo cultural o apatía a la transformación social* y *Las transformaciones en el aspecto corporal de la mujer colombiana a través de la Revista Cromos* por Sandra Lucía Peña Bernal; *Las mujeres de Cromos: Un recorrido por la publicidad para establecer quién es la mujer representada* por Catalina Beltrán Parra; *Bellas, víctimas y luchadoras: la construcción de la imagen de la mujer en la Revista Cromos, 1958-1975* por Diana Cristina Charry y *Las transformaciones en el aspecto corporal de la mujer colombiana a través de la Revista Cromos* por Sandra Liliana Suárez Quintero y Adriana González Eslava.

propios de las clases alta y media de Colombia, lectores a quienes estuvo dirigida la revista, en medio de la modernidad y el sistema de consumo capitalista. También, se exponen los cambios en el ideal de la masculinidad, es decir, la *Crisis de la Masculinidad*, que llevan al cuestionamiento del poder y la hegemonía del hombre, ya que la revista le dio un lugar político a la mujer y al feminismo, además de visibilizar acontecimientos y movimientos que trastocaron los ideales tradicionales en el mundo y en el país, replanteando el proceder económico, político, social y cultural de la modernidad.

1. Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad

En este capítulo se describen las acepciones de Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad como fundamento del análisis del material encontrado en la Revista Cromos entre 1950-1970. Estos conceptos se rastrearon en materiales diversos como diccionarios y textos académicos de historia, sociología, antropología, etc. Se usaron obras literarias para exponer como se representaron en ellas los atributos del hombre. Se presentan estereotipos de hombre y masculinidad, entendiendo el término estereotipo, tal como lo presenta George Mosse (2000): “hombres y mujeres se homogenizan, se consideran no como individuos sino como tipos. [...] Asignar a cada hombre todos los atributos del grupo al que se dice pertenece” (p. 10). Así, se configura una imagen mental que no da lugar a variaciones individuales y un molde que contiene ideales grupales.

1.1 Hombre

Para definir el término *Hombre* se hizo una búsqueda en varios diccionarios, teniendo en cuenta que éstos dan una idea de la manera en la que se fijan y configuran los significados de las palabras en una sociedad³. De acuerdo con esta búsqueda se consideró adecuado partir *Diccionario de la Lengua Española*, edición de 1956, propia para el periodo de investigación, en ella se definió Hombre como: “Animal Racional. Bajo esta acepción se comprende todo el género humano. **2. Varón.** **3.** El que ha llegado a la edad viril o adulta. **4. Cuerpo de hombre.** **5.** Entre el vulgo, marido” (Real Academia Español, 1956, p. 717). Esta definición permaneció hasta la edición del 2001, en la cual, algunos significados se ampliaron y permanecieron hasta la edición del 2014. De ella son de interés el numeral 2 que refiere la condición biológica (órganos reproductivos); los numerales 3 y 4 que

³ Se hizo una pesquisa en Diccionarios de Ciencias Humanas como: los de Louis-Marie Morfaux (1985), Georges Thinès y Agnès Lempereur (1978) y el de Feliciano Blázquez (1997); Diccionarios de Antropología como los de Thomas Barfield (2000) y Lorena A. Campo A. (2008); Diccionarios de Sociología como los de Luciano Gallino (2005) y el de Hugo de los Campos (2007); Diccionarios de Estudios Culturales como los de Mónica Szurmuk y Robert Mackee Irwin (2009) y el de Michael Payne (2002), pero en estos no aparecieron significados que atendieran al interés de este trabajo.

atienden a las condiciones sexuales, físicas y morales que determinan a un varón; y el numeral 5 que atiende a una relación con el otro y lo determina políticamente en cuanto a su lugar en la sociedad (marido o esposo).

La palabra Hombre, desde mediados del siglo XX hasta hoy, ha generado debate en diferentes espacios académicos, es el caso de los Estudios de Género. La postura del *Feminismo Radical* expone:

[...] pensamos que los usos de la palabra “hombre” no manifiestan un fenómeno polisémico, sino, más bien, instancian una metonimia conceptual, sintetizada en una sola forma. [...] Las mujeres aparecemos únicamente asociadas a la reproducción de la especie, lo que constituye un mandato de nuestra naturaleza o biología, y no un acto de lo humano. [...] El discurso oficial de la arqueología, entonces, cuando usa la palabra “hombre” para referirse a la humanidad, excluye a las mujeres: son los varones los que constituyen lo esencialmente humano en esta civilización” (Franulic, 2011, <http://www.mujePalabra.net/pensamiento/andreafranulic/analisispalabrahombre.htm>).

Lara Tudanca, novelista española, escribió su percepción sobre ciertas palabras que han generado controversia en el lenguaje, entre ellas está “Género” y en su reflexión plantea la siguiente referencia sobre la palabra Hombre propia de la masculinidad en relación con la mujer:

[...] cuando las mujeres escuchábamos o leíamos en obras literarias, históricas o científicas la palabra hombre u hombres, nos sentíamos aludidas o no [...] Siempre hemos sido lo bastante sutiles, como para poder distinguir entre “seres humanos” e “individuos del sexo masculino”, en cualquier contexto; [...] Aceptemos con valentía palabras como: prostitutas y prostitutas, canallas y canallos, poetas y artistas – claramente femeninas- y poetas y artistas, cantantes y cantantas y fantoches y fantochas, y sobre todo, es prioritario consagrar lo de votantes y votantas [...] Somos innumerables las personas que propugnamos la creación de un Consejo Superior de la Real Academia de la Lengua Española, que ponga al día todos estos olvidos consuetudinarios” (Tudanca, 2013, pp. 124-127).

Las dos citas anteriores remiten a otro debate que, en cuanto a lenguaje, se ha venido presentando en los últimos años, “el lenguaje no sexista”. El periódico mexicano *Excelsior*,

el 5 de marzo del 2012, publicó el artículo: “RAE ve innecesario feminizar palabras para huir del sexismo [...] descarta que el idioma español sea discriminatorio. [...] “el uso genérico del masculino para designar los dos sexos está muy asentado en el sistema gramatical” español y no tiene sentido “forzar las estructuras lingüísticas”” (Excelsior, 2012, <http://www.excelsior.com.mx/2012/03/05/nacional/815709#view-5>).

Estas percepciones sobre la palabra Hombre, que parten de la necesidad de promover la igualdad de género, permiten suponer que tal vez en unos años se replanteen los términos hombre y mujer, femenino y masculino cambiando sus condiciones semánticas; esto hará que la palabra hombre no tenga los significados actuales. Sin embargo, para este proceso investigativo, se usaron los significados de hombre y sus derivados que, a pesar de los debates ya señalados, expone el Diccionario de la Lengua Española en su edición de 1956; se usaron conceptos de diferentes autores con la intención de identificar los estereotipos de hombre de acuerdo con los ideales, las prácticas y la época, teniendo en cuenta virtudes morales como la fuerza de voluntad, el honor y el valor, y los atributos de la hombría y la virilidad que han definido al hombre históricamente de acuerdo con teóricos como George Mosse (2000).

1.1.1 Los atributos del hombre

El significado de Hombre contiene atributos como la *Hombría* y la *Virilidad*, relevantes para caracterizar los términos de hombre, masculinidad y crisis de la masculinidad que promueve la Revista Cromos entre 1950-1970. Estos atributos han ido cambiando a lo largo del tiempo y para mostrar esto se usaron obras literarias de periodos como la antigüedad griega, el medioevo, el renacimiento y la modernidad, ya que “la literatura no es un hecho aislado, es un reflejo, consciente o inconsciente, de la situación social, económica y política de un determinado momento histórico” (Lanzuela, (s.f), p. 1).

1.1.1.1 La Hombría

La palabra *Hombría* no está como tal en la edición de 1956 del Diccionario de la Lengua Española, en cambio aparece: “**Hombría de bien**: Honradez” (Real Academia Español,

1956, p. 718). De acuerdo con este significado puede decirse que, en las décadas del cincuenta y el sesenta, el hombre con el atributo de la hombría fue aquel que se distinguió por ser honrado. Sin embargo, no siempre fue así. El término como tal ha tenido otros significados que, desde Grecia hasta la actualidad, lo han caracterizado, y el periodo estudiado no escapa a estos a pesar de que en el diccionario esté definido sólo como la honradez.

La hombría ha sido definida como: “[...] una conducta a cumplir en cada ámbito social en el que el hombre se desenvuelve, dando prueba de que, efectivamente, es un hombre” (Montesinos, 2002, p. 109). Por tanto, el hombre que se ha caracterizado por su hombría ha sido aquel que ha buscado, como lo plantea Fernández (2004): “obtener un lugar de reconocimiento público mediante la adquisición del poder, el control de las emociones y el temor” (p. 33). También, ha sido el que consciente de su condición biológica (tener pene) ha cumplido con los deberes que le ha atribuido la sociedad, deberes que hasta finales del siglo XX no pudo eludir, uno de ellos era la guerra, quien no se asumió de esta manera era considerado un hombre pasivo, carente de hombría (Fernández, 2004).

En su libro *La Batalla de las Termopilas*, Heródoto narró cómo, durante dos días completos, una pequeña fuerza comandada por Leónidas I bloqueó el único camino que el inmenso ejército persa podía utilizar para acceder a Grecia. Sabiendo que había sido traicionado Leónidas despidió a la mayoría del ejército griego, permaneciendo para proteger su retirada junto con 300 espartanos. En esta historia Leónidas I demostró la hombría a la que se refiere Montesinos (2002):

[...] les permitió que se fueran, mientras que a él y a los espartiatas que le acompañaban el honor les impedía abandonar la posición que expresamente habían ido a defender. [...] para él constituía un baldón marcharse; además, si permanecía en su puesto, dejaría una fama gloriosa de su persona y la prosperidad de Esparta no se vería aniquilada (Heródoto, p. 7).

Leónidas tomó decisiones, direccionó, ordenó a su ejército y murió con gloria en el escenario de la guerra; dejó su honor en la batalla y se enfrentó con valor a sus enemigos; él cumplió con las características que, de acuerdo con Godelier (1986), han descrito la hombría:

[...] un hombre debe estar dispuesto a luchar e infligir dolor, pero también a sufrir y soportar dolor. Él busca aventuras y pruebas de su coraje y lleva las cicatrices de sus aventuras orgullosamente. [...] Un hombre tiene que aceptar el peligro libre y voluntariamente o si no él no es un hombre. [...] Un hombre sangra en la guerra, en los rituales y en los trabajos peligrosos que él asume para que las mujeres puedan criar a sus hijos en un ambiente seguro. El dominio social masculino debe ser visto como fruto del sacrificio del hombre. Un hombre busca el poder, la riqueza y el éxito no para sí mismo sino para otros. Él recibe honores por su disposición a servir o morir si es necesario. La hombría es un honor, pero a menudo es un honor mortal (p. 138).

Esta descripción parte de los estudios hechos por Godelier de Los Baruya en Nueva Guinea, siendo ésta una cultura que podría considerarse lejana a occidente, coincide con los ideales griegos, pilares de la construcción occidental de la masculinidad; uno de esos pilares era y ha sido el *honor* y la hombría ha estado cimentada en éste. El honor masculino en la antigüedad se caracterizó por la buena reputación para ejercer el poder a través de la violencia, la valentía y la capacidad para tener el control ejerciendo protección (Spierenburg, 2013).

En *La Ilíada* de Homero, donde se narran los acontecimientos ocurridos en la Guerra de Troya, conflicto en el que se enfrentaron ejércitos aqueos contra la ciudad de Troya y sus aliados, por el rapto de Helena de Esparta que hizo el príncipe Paris de Troya; los hombres valientes, heroicos, los no temerosos de la muerte y los que no huyeron eran considerados los poseedores de la hombría, en tanto eran hombres de honor:

[...] Fue Diomedes quien vino a salvarme. Llegó veloz en su carro y me hizo subir junto a él. Cogí las riendas y lancé los caballos hacia Héctor. Y cuando estuvimos lo bastante cerca, Diomedes le arrojó la lanza, con todas sus fuerzas. Cuando vi que la lanza no daba en el blanco, supe que teníamos la suerte en contra y que era mejor huir de allí. «¿Huir yo?», me dijo Diomedes. «¿Y saber que luego irá Héctor por ahí, jactándose y diciendo que Diomedes huyó al verse frente a él?» [...] la gente cree a los que ganan, no a los que pierden» (Homero, pp. 31-32).

La hombría en la antigüedad no era propia del desvergonzado, del hombre cobarde, del temeroso que huyó del campo de batalla en la guerra. Era un atributo concebido como el

honor del hombre en la guerra. En la Edad Media se concibió de la misma manera, Marco Polo en su relato *El Libro de las Maravillas*, contó las aventuras de sus viajes a China y expresó:

Al tercer día Berca llamó a sus hombres y les dijo: «Señores míos: Ya sabéis que desde que vine a esta tierra os he querido como hermanos y a hijos y varios de entre vosotros habéis peleado conmigo y me habéis ayudado a conquistar una gran parte de mi reino, así que debéis esforzaros en mantener nuestro honor. [...] tenemos derecho a mantenernos y darnos aliento los unos a los otros; así ganaremos la batalla (Polo, 2003, p. 195).

Las armas en la guerra le permitieron al hombre luchar, estar en la batalla, defenderse y atacar, era el caso de la espada, un objeto relevante para el hombre guerrero: en Grecia era un objeto para demostrar la destreza, la habilidad y el valor; en la Edad Media era el emblema del poder y los privilegios del caballero, quien trató dicho objeto como a una persona, muchos le dieron nombre de mujer asumiendo un compromiso como si fuera su esposa e hicieron de ella una muestra de su hombría (Duby, 1995). La espada ocupó un lugar significativo en el ideal medieval de la caballería y en una de sus principales instituciones como lo era el duelo, garante del honor caballeresco. Considerada el objeto de defensa del honor del caballero ante la injuria: proponer un duelo y aceptarlo era prueba de valor y honor, quien se abstenía de aceptar el desafío era considerado cobarde, sin valor, hombre sin honor, sin hombría.

En el Renacimiento la espada era un objeto personal de defensa que todo hombre de honor, es decir, hombre que se caracterizó por su hombría, llevaba consigo. La espada adjudicó poder y prestigio a su portador (Heras, 2015). El hombre con espada era un hombre de honor porque estaba dispuesto a usarla y su pérdida implicaba más que la pérdida de un objeto, así lo reflejó Shakespeare en su obra *Otelo*:

MONTANO: [...] Tomad el arma que le he quitado al moro. Guardad la puerta por fuera. Que no salga; antes le matáis [...]

Salen MONTANO y GRACIANO.

OTELO: Tampoco yo soy valiente. Cualquier monigote me quita la espada. Mas, ¿por qué la honra sobrevive al honor? Húndase todo (Shakespeare, 2003, p. 240).

Otelo era un general moro al servicio de Venecia, hombre con poder y, por tanto, hombre de espada que cumplió con los deberes que se le habían atribuido en la guerra. De acuerdo con lo anterior, sin su espada Otelo era un hombre honrado (prestigioso) pero no honorable, la pérdida de la espada llevaba aparejada la de la hombría, ya que era incapaz de defender su honor sin esgrimir su arma, objeto que reflejaba su poder.

Hasta finales del siglo XIX, el valor, el sacrificio, el heroísmo y la defensa del honor eran virtudes que le permitieron al hombre atribuirse la hombría ejerciendo el poder a través de la violencia y el control. Sin embargo, en los últimos años del siglo XIX el atributo de la hombría cambió, ya no sólo era propio del hombre que iba a la guerra y empuñaba un arma con valor y heroísmo para de esta forma alcanzar el poder y la gloria. La hombría también le pertenecía a quien era capaz de controlar sus emociones con valor, sin expresar dolor o angustia (Mosse, 2000). En *Drácula* de Bram Stoker, se ve el sufrimiento de un hombre por amor como signo de debilidad. En el sentido opuesto, su fuerza de voluntad para controlar las emociones (debilidad) fue considerada hombría:

A medida que hablaba mi pobre amigo daba muestras de estar terriblemente ansioso. Estaba en una tortura de inquietud por la mujer que amaba, y su total ignorancia del terrible misterio que parecía rodearla a ella intensificaba su dolor. Le sangraba el propio corazón, y se necesitó toda la hombría en él (de la cual había bastante, puedo asegurarlo) para evitar que cayera abatido (Stoker, p. 178).

Ya para la primera mitad del siglo XX, la hombría era un atributo propio del hombre que logró gobernarse a sí mismo, este era considerado un hombre de valor, honorable y honrado. Sin embargo, en el contexto de las Guerras Mundiales (I-II), se recuperaron las virtudes como el valor y el sacrificio del hombre guerrero, propio de Grecia. Así, el atributo de la hombría caracterizó al hombre de dos formas: el hombre de la vida militar y el hombre de buena forma moral, con fuerza de voluntad para controlar sus pasiones (Mosse, 2000).

Las décadas del cincuenta y el sesenta estuvieron enmarcadas por la modernidad y el capitalismo con sus procesos de industrialización, sus ideales de progreso y sus sistemas de consumo, estos requirieron la hombría del hombre en la vida militar y en la buena forma moral. El primero era necesario para participar en la Guerra Fría, ya fuera como soldado o

como simpatizante, en el caso de Occidente, era el partidario de la defensa del capitalismo y, por tanto, de la posición de los Estados Unidos de América. Sam Keen (1999) lo describe como: “aquel que sabía usar y acumular su poder: muscular, político y militar en la acción” (p. 121). El segundo era necesario para la economía, ya que con su fuerza de voluntad, para controlarse a sí mismo, logró tomar decisiones que favorecieron el capital, el progreso, la industria y el consumo en los proyectos de modernización. Este último perteneció a la élite y a la clase alta de la sociedad, en tanto contó con la capacidad económica, el poder y el reconocimiento para que sus decisiones fueran valoradas como honradas y honorables. Keen (1999) lo describe como: “el de las cualidades, poseedor de un ego robusto, carácter indomable, sociable, sólido, emprendedor, pragmático; despreció en él y en los demás el estado salvaje, las emociones, lo irracional y lo ilógico” (p. 135).

1.1.1.2 La Virilidad

El *Diccionario de la Lengua Española* de 1956 define *Virilidad* como: “**1.** Cualidad de Viril. **2.** Edad Viril” (Real Academia Española, 1956, p. 1340). El primer significado se refiere a la condición de ser varón y poseer las características biológicas propias, es decir, tener un miembro viril (pene). El segundo significado lo expone el diccionario así: “**Edad Viril:** en que el hombre ha adquirido ya todo el vigor de que es susceptible y no ha comenzado a declinar de él” (Real Academia Española, 1956, p. 410). Se refiere a la edad en la cual el hombre no es muy joven ni es muy viejo y se mantiene sexualmente activo: tiene la capacidad de sentir deseo sexual y despertar éste en otros y así satisfacerse y satisfacer.

De acuerdo con los anteriores significados, la virilidad se planteó como un atributo biológico. Pierre Bourdieu da una definición que refleja esta cuestión biológica como una condición que le ha garantizado al hombre distinguirse, ya que éste, desde la antigüedad, se ha caracterizado por su fuerza corporal, cualidad que lo ha llevado a ser nombrado como “un verdadero hombre” (Bourdieu, 2000, p. 61), palabras de reconocimiento que conllevan el aumento del honor. Así, la fuerza corporal es una característica que ha diferenciado al hombre de la mujer.

Los hombres y las mujeres en Grecia tuvieron derechos diferentes atribuidos por ciertas virtudes que eran definidas por las condiciones de los cuerpos y en ellos los grados de calor. Se creía que el cuerpo del hombre era caliente y que el de la mujer era una versión fría del hombre, esto estaba dado por el proceso de gestación: los fetos que habían recibido suficiente calor en el vientre de la madre se convertían en varones, los que carecían de ese calor se convertían en mujeres, los fetos masculinos que no lograban caldearse bien se hacían afeminados y los fetos femeninos excesivamente caldeados producían viragos (mujeres con características propias de un hombre) (Sennet, 1997). El calor del hombre estaba dado por la belleza de su cuerpo y su virilidad, por esta razón, la concepción atlética del cuerpo masculino era tan significativa y la exposición de éste permitió reconocer la fuerza, la energía, el valor y el deseo de actuar. Al ser la mujer una versión fría, que por tanto debía cubrirse, su presencia se mantuvo en los espacios privados, supeditada al poder del hombre y era propio de ella la debilidad y la incapacidad de actuar.

Las diferencias entre hombre y mujer, que definieron la virilidad, condición única y exclusiva del hombre, pueden verse reflejadas en la tragedia griega *Electra* de Eurípides. El personaje de Electra expone las desigualdades entre un hombre y una mujer griegos para defender el honor de su hermano Orestes, quien está siendo acusado de cobarde: “ELECTRA: ¿Crees que una cabellera que crece en los campos del deporte y se ejercita en viriles empresas, va a ser semejante a la que en el hogar, bajo el peine, se va suavizando? ¡No hay comparación!” (Eurípides, 2015, p. 10).

Ya en la Edad Media, la virilidad se vio reflejada en la *Caballerosidad* (de la caballería), un principio que educó al hombre para ser un caballero con virtudes físicas: “ancho, cuerpo bien formado, grande, vigoroso y bonachón” (Vigarello, 1991, p. 26), y morales: “fuerza, compostura, rectitud y honor” (Burke, 1987, p. 62), las cuales debía exponer en el momento en que se encontrara en su edad viril, edad en la cual estaba listo para relacionarse con la mujer, de ese modo, el hombre buscaba en ésta una compañera que diera fe de su virilidad (Mosse, 2000). En *Confesiones*, San Agustín reveló que en el caso de haber conocido una mujer que lo sublimara se habría casado y no hubiera tomado el camino de Dios:

¡Ojalá hubiera yo tenido entonces quien pusiera medida a mi agitación, quien me hubiera enseñado a usar con provecho la belleza fugitiva de las

cosas nuevas marcándoles una meta! Si tal hubiera sido, el hervoroso ímpetu de mi juventud se habría ido moderando rumbo al matrimonio y, a falta de poder conseguir la plena serenidad, me habría contentado con procrear hijos (San Agustín, 2007, p. 16).

En esta cita se presenta a la mujer y el matrimonio como canalizadores de la energía y la fuerza viril del hombre, al visibilizar su capacidad de ser esposo, procrear y ser padre, condiciones fundamentales de la virilidad.

En el Renacimiento y en los siglos XVIII y XIX se conservaron los ideales viriles de la Edad Media, a pesar de que se cuestionaron las estructuras monárquicas, el hombre noble preservó como virtudes la fuerza, la compostura, la rectitud y el honor, además de continuar considerando a la mujer como sublimación y testimonio de su virilidad. Más, en el siglo XIX, la caballerosidad se vio reflejada en el *Gentleman*, un tipo de hombre inglés que, de acuerdo con Umberto Eco (2007): “[...] era el hombre de aspecto digno, valor, estilo, habilidad y evidentes virtudes deportivas, militares y morales” (p. 23). Además de estas cualidades, el *Gentleman* era el dueño de una gran fortuna o aquel que emprendió la búsqueda de ésta, ya que la riqueza simbolizaba poder y daba prestigio, perderla era una muestra de debilidad, un hombre sin fortuna era un hombre sin honor. En la obra *Eugenia Grandet* de Balzac es identificable la relevancia de dicha característica:

He perdido a mi padre, a mi pobre padre...
[...] —Primo —dijo Eugenia—, ¡tenga usted valor! Su pérdida no tiene ya remedio; piense ahora en salvar su honor...
[...] —¿Mi honor...? [...] —¡Ah, es verdad! Mi padre, según dijo mi tío, ha quebrado. Lanzó un grito desgarrador y escondió la cara entre las manos (Balzac, 2010, p. 51).

Antes de ser considerada una posible esposa para el *Gentelman*, la mujer tuvo que dar cuenta de su educación y de poseer ciertas cualidades para ser una adecuada compañera que cumpliera con el propósito de sublimar al esposo. Jean Austen, en su libro *Orgullo y Prejuicio* describe:

—Entonces observó Elizabeth— debe ser que su concepto de la mujer perfecta es muy exigente.
[...] —¡Oh, desde luego! exclamó su fiel colaboradora—. [...] Una mujer debe tener un conocimiento profundo de música, canto, dibujo, baile y

lenguas modernas. Y además de todo esto, debe poseer un algo especial en su aire y manera de andar, en el tono de su voz, en su trato y modo de expresarse; pues de lo contrario no merecería el calificativo más que a medias. —Debe poseer todo esto —agregó Darcy—, y a ello hay que añadir algo más sustancial en el desarrollo de su inteligencia por medio de abundantes lecturas (Austen, 2009, p. 18).

La educación de la mujer y del hombre respondía a acuerdos sociales plasmados en los manuales de urbanidad y comportamiento. Inglaterra, Francia, Alemania y Estados Unidos, en la modernidad, instituyeron y promovieron estos manuales como una estrategia educativa para establecer la civilidad; los países hispanoamericanos, inmersos en los proyectos de modernización y progreso, apropiaron ciertas estructuras anglosajonas, francófonas, germanas y norteamericanas, entre ellas los manuales de urbanidad y comportamiento⁴. Estos expusieron las maneras adecuadas: deberes con la sociedad, el aseo, los modos de conducirse dentro de la casa y con la familia, en los establecimientos públicos, en las conversaciones, etc. En *El Manual de Carreño*, uno de los deberes de la mujer educada era:

[...] Piensen, pues, las jóvenes que se educan, que su alma, templada por el Criador para la virtud, debe nutrirse únicamente con los conocimientos útiles que sirven a ésta de precioso ornamento: que su corazón nacido para ser la felicidad de los hombres, debe caminar a su noble destino por la senda de la religión y el honor; y que en las gracias [...] tan sólo puede buscar aquellos atractivos que se hermanan bien con el pudor y la inocencia (Carreño, 1863, p. 34)

Y entre los deberes de los hombres educados se encontraba:

Mientras el hombre vive esa vida material de los primeros años, su sueño no debe ser tasado, porque dirigido exclusivamente por la sabia naturaleza, contribuye a su desarrollo físico y a su salud. Pasada la infancia, el cultivo de su inteligencia le exige ya parte del tiempo en el que antes dormía, y su sueño no debe exceder de ocho a nueve horas. Pero desde que la plenitud de su razón y los estudios y ocupaciones serias le dan entrada en la vida social,

⁴ Algunos de los manuales más destacados eran: *Manual de urbanidad y buenas maneras para uso de la juventud de ambos sexos* de Carreño (1863), *Protocolo Hispanoamericano* (1917) y *Cultura Social* (1922) (Afanador y Baez, 2015).

ya no le está permitido permanecer en la cama por más de siete horas (Carreño, 1863, p. 56)

El Manual de Carreño estuvo vigente hasta mediados del siglo XX y rigió las conductas de la clase alta de los países hispanoamericanos, inmersos en el proyecto modernizador y capitalista. En Occidente, sólo hasta la década del sesenta, dichas conductas tradicionales y heredadas eran cuestionadas por prácticas y movimientos culturales que replantearon, de forma contundente y masiva, el lugar de la mujer en la sociedad y, consecuentemente, el del hombre, el sexo, los modales, la etiqueta, etc. (Hobsbawm, 2013).

Además de la educación, la mujer debía testimoniar la virilidad del esposo a través de la fertilidad. Desde la antigüedad hasta la segunda mitad del siglo XX, la mujer estéril era considerada una figura patética, ya que la fertilidad conllevó a la maternidad y la paternidad, propósitos del matrimonio (Anderson & Zinsser, 2009). El caballero demostraba su virilidad a través de su paternidad (hijos) y para eso requirió de una esposa fértil y maternal. El matrimonio era para el caballero una condición ineludible en su vida, ya que le permitía exponer su honor. Austen inicia su libro *Orgullo y Prejuicio* con la siguiente frase: “Es una verdad mundialmente reconocida que un hombre soltero, poseedor de una gran fortuna, necesita una esposa” (Austen, 2009, p. 2).

El *Gentelman*, estereotipo de hombre caballero, propio de Inglaterra durante el siglo XIX, se había constituido en un referente significativo de virilidad que permanecería como ideal hasta mediados del siglo XX (Mosse, 2000). Dicho modelo inglés a seguir “fue adaptado de acuerdo con los contextos de cada uno de los países latinoamericanos pero, en general, cumplió con los ideales de civilidad y progreso propios de la modernidad” (Afanador y Baez, 2015, p. 62). El *Gentelman*, el caballero, se mantuvo hasta finales de los sesenta en Colombia. Era un estereotipo conservado por la clase alta del país, la cual mantuvo vigente los ideales tradicionales heredados de la cultura inglesa que se instaló en el territorio hispanoamericano desde el siglo XIX, difundida a través de diferentes medios de comunicación. En la década del sesenta, la relevancia social y cultural del *Gentleman* comenzó a desestructurarse y a cuestionarse por los nuevos derechos y espacios que reclamó la mujer, quien salió de la privacidad y la intimidad del hogar al mercado laboral y

lo público; la planificación familiar; la libertad sexual; la moda; el consumo y demás acontecimientos que llevaron a lo que se denominó la Crisis de la Masculinidad.

1.1.1.3 Contrarios al Caballero

Contrarios al caballero, surgieron tres estereotipos de hombre que no encarnaban la virilidad como una muestra de nobleza, sustentada en la idea de la mujer como compañía y del matrimonio como ámbito de la paternidad y fundamento de la familia, aspectos que denotaban el honor del hombre. Estos tres se configuraron a través de la reivindicación de la Edad Viril vinculada a la actividad sexual, resaltándose aquí la capacidad de sentir deseo sexual y así satisfacerse y satisfacer. Una herencia de la literatura europea y sus movimientos culturales que llegaron a los países del continente americano, siempre dispuestos a apropiarse de los conocimientos y las prácticas de los países que, a su consideración, ostentaron el mayor nivel de civilidad y cultura.

El primero se cimentó en un personaje de una obra de teatro, Don Juan; el segundo se basó en Giacomo Girolamo Casanova, quien escribió sus memorias en el libro *Historia de mi Vida* y, a partir de ese momento, su nombre quedó plasmado en la historia; el tercero era el Dandy, un estereotipo propio de los movimientos literarios de la sociedad inglesa y francesa del siglo XVIII. Dichas tipificaciones del hombre eran retomadas, en diferentes contextos y épocas, por la cultura occidental para caracterizar a los hombres que presentaron conductas similares a éstas.

Don Juan, personaje principal de *El Burlador de Sevilla y Convidado de Piedra* (1625), obra de Tirso de Molina. Cuenta la historia de un astuto caballero, noble español, llamado Don Juan Tenorio, quien sedujo a distintas mujeres mediante mentiras y engaños, y una vez había “gozado de ellas” (Saenz, 1968, p. 74), es decir, había saciado su necesidad de placer, huía. Don Juan era un personaje que no representaba virtudes como el heroísmo y el valor, propias del caballero, ya que huía de los lugares donde era sorprendido; tampoco era leal porque usó el engaño; ni generoso porque se aprovechó de la hospitalidad de quienes lo acogieron y no valoraba a la mujer porque la consideraba un medio para satisfacer el placer

de saberse hombre en el uso de su miembro viril. En el siguiente fragmento de la obra de Tirso de Molina, se narra su cobardía y, por tanto, su falta de honor:

Salen don JUAN y CATALINÓN, con las espadas desnudas

JUAN: ¿Quién está aquí?

GONZALO: La barbacana caída de la torre de ese honor que has combatido, traidor, donde era alcaide la vida.

JUAN: Déjame pasar.

GONZALO: ¿Pasar? Por la punta de esta espada.

JUAN: Morirás.

GONZALO: No importa nada.

JUAN: Mira que te he de matar.

GONZALO: Muere, ¡traidor!

JUAN: De esta suerte muero.

CATALINÓN: (Si escapo [yo] de ésta, Aparte no más burlas, no más fiesta).

GONZALO: ¡Ay, que me has dado la muerte!

JUAN: Tú la vida te quitaste.

GONZALO: ¿De qué la vida servía?

JUAN: ¡Huyamos! (Molina de, 2007, p. 43).

El estereotipo de Don Juan se consolidó en el tiempo porque, posterior a la obra de Tirso de Molina, aparecieron otras versiones en la literatura que no sólo se quedaron en los libros sino que se llevaron a la ópera, el teatro, el cine, etc.⁵. Siendo un personaje reiterativo en la literatura y en las artes, sus características se adjudicaron al hombre que: se afirmaba a través del dominio sexual; el adolescente perpetuo que necesitaba probar repetidamente su virilidad; el seductor que obtenía placer de la humillación de sus rivales y de las mujeres; el hombre que sintiéndose superior a otros hombres era cobarde y traidor; el hombre noble que despreciaba al campesino porque lo consideraba carente de honor; aquel cuyo honor no se reflejaba en una conducta ejemplar sino en la exhibición de la bravura y el brío; el que engañaba a la mujer para que se entregara sin ser forzada procurándose el placer de

⁵ Algunas de las versiones de Don Juan: Molière: *Dom Juan ou Le Festin de Pierre* (1665); Salvador Toscano Barragán: *Don Juan Tenorio* (1898) – película; José Ortega y Gasset: *Introducción a un Don Juan* (1921); Andreu Moragas: *El señor don Juan Tenorio* (1927) – película; Ingmar Bergman: *Don Juan*, teatro (1955); José Saramago: *Don Giovanni ou O Dissoluto Absolvido* (2005); entre otras.

poseerla a través de la mentira; su lema era “burlarse del otro sin ser sorprendido” (Mujica, 2008, p. 98).

A finales del siglo XIX y principios del XX, las teorías de Sigmund Freud sobre la homosexualidad latente en muchos hombres⁶, cambiaron la imagen tradicional del Don Juan como modelo de virilidad. Esas teorías demostraron que la actitud de Don Juan denotaba dificultades emocionales en el trato con las mujeres e incapacidad de establecer relaciones personales con ellas. En consecuencia, se consideró un hombre temeroso de entablar vínculos emocionales, de allí que se señalara a Don Juan como un bisexual u homosexual escondido (Cleminson, 2007). Pese a lo anterior, el estereotipo de Don Juan se mantuvo durante el siglo XX, y puede decirse que aún hoy pervive⁷, sigue considerándose un modelo de virilidad propio del hombre conquistador, quien por su dificultad para establecer una relación personal con la mujer, la asume como objeto de placer momentáneo, que una vez consumado, se desecha.

El segundo estereotipo de virilidad, Giacomo Girolamo Casanova, era un aventurero veneciano, escritor, diplomático, bibliotecario y agente secreto italiano del siglo XVIII. Adquirió su fama por sus 132 conquistas descritas en su autobiografía *Historia de mi vida*, lo que hizo de él, a través del tiempo, el ideal de amante y aventurero. Así, su apellido terminó denominando al estereotipo del hombre buen amante y complaciente.

De acuerdo con su autobiografía, Casanova se preció de poseer una sensibilidad que le permitió disfrutar de su virilidad con libertad: “Cultivar el placer de los sentidos, fue siempre mi principal ocupación. Me sentí nacido para el bello sexo; lo he querido toda mi vida, y me he dejado querer tanto como he podido” (Casanova, 2009, p. 10). Casanova, un hombre real y no un personaje, fue un caballero cuya virilidad no estuvo solo en su capacidad de seducción sino también en su intelecto:

La primera vez que hablé con Giacomo Casanova [...] había llegado a Londres precedido por su fama de consumado amante y hombre culto, experto conocedor de la alquimia de las artes [...] nada me interesaba la

⁶ Freud, S. (1948). *Ensayos sobre la vida sexual y la teoría de las neurosis*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

⁷ Existe, en el momento, una revista colombiana para hombres llamada *Don Juan*: <http://www.revistadonjuan.com/>

primera de sus presuntas habilidades, más la segunda despertaba mi curiosidad y suponía para mí un reto [...] En el fondo me negaba a admitir la posibilidad de que el caballero veneciano tuviera una mente además de un miembro, al parecer, tan activo (Acín, 1998, p. 167).

Historia de mi vida relató las aventuras de un hombre y configuró el estereotipo del amante ideal que se mantuvo durante el siglo XX hasta la actualidad⁸; un hombre de un intelecto cultivado, elegante, de buen gusto y, por supuesto, galante en la seducción. Se ha llamado Casanova al hombre que seduce a la mujer para conocer el mundo a través de sus sentidos; para él la mujer siempre excitará su curiosidad, sin que importen la belleza, la moralidad o la procedencia social; su deseo se satisface cuando puede descubrir en la mujer el placer y así compartir el gusto, la belleza y el amor; se trata de “un hombre contemplativo y paciente” (Summers, 2007, p. 62). No obstante, el Casanova no ve en la mujer una compañera, una esposa; la mujer es un medio para conocer el mundo, para adquirir experiencia y, en cierta medida, para ser reconocido. Su amor por la mujer está mediado por el deseo, el gusto y el placer, no por el ideal de honor, propio del caballero, que se materializa en el rol de esposo, jefe de familia y padre.

El tercer estereotipo, el *Dandy*, se generó en los movimientos literarios de Inglaterra y Francia, de los siglos XVIII y XIX. Sin embargo, se mantuvo en el siglo XX y ha permanecido en la actualidad, sobre todo en los aspectos que tienen que ver con moda y elegancia⁹.

El Dandy se caracterizó por apreciar la poesía y el arte; un amante de lo bello y de la elegancia; un hombre cuyo poder y fortaleza no radicaba en la forma física, ni en una vida propiamente activa (los deportes y la guerra) sino en el desarrollo de sus facultades intelectuales que requerían concentración, introspección y silencio, por lo que al Dandy se le asociaba con una vida pasiva (el pensamiento: la literatura, la poesía y el arte). No

⁸ En internet podemos encontrar artículos como: Hernández, Manuel. (2015). *Infidelidad*. (s.l): ¿Mujeriego, Don Juan o Casanova? Recuperado de <http://www.infidelidad.com.mx/articulos/psicologo/mujeriego-don-juan-o-casanova.html#.V-SVRpPhDeR>. Consultado el 15 marzo del 2016.

⁹ En internet podemos encontrar artículos como: Girela F., Javier. (2012). GQ Revista. España: Los más elegantes: Vuelve el Dandy. Recuperado de: <http://www.revistagq.com/moda/los-mas-elegantes/articulos/top-10-elegantes-vuelve-el-dandy/16314>. Consultado el 15 de marzo del 2016.

alardeaba un cuerpo musculoso, sin embargo, la elegancia en el vestido constituía una evidencia de su virilidad; la ropa le permitía distinguirse de los demás hombres y destacar sobre ellos, aunque no viniera de noble cuna o pudiera ostentar de su riqueza. Promulgaba el gusto por sí mismo (vanidad), profesaba el amor en libertad y el erotismo y manifestaba rebeldía frente a estructuras sociales como el uso del tiempo y la productividad (Umbral, 1999). En *El retrato de Dorian Grey* de Oscar Wilde, el personaje de Dorian era considerado un ejemplo del dandismo:

Para él, ciertamente, la vida era la primera y la más grande de las artes, y todas las demás no eran más que una preparación para ella. La moda, por medio de la cual lo puramente fantástico se hace por un momento universal, y el dandismo que, a su manera, trata de afirmar la modernidad absoluta de la belleza, le fascinaban. Su manera de vestir y los estilos peculiares, que de cuando en cuando propugnaba, tenían una marcada influencia en los jóvenes (Wilde, 2015, p. 240).

La virilidad del Dandy en la obra citada, se manifestó de tres formas: la primera era el gusto de Dorian por la moda, éste le permitió dar cuenta de su clase, elegancia y confianza en el actuar. La segunda era la seducción y el coqueteo como una forma de sentirse bello y de rendirse culto a sí mismo. La tercera era el deseo de mantenerse en su edad viril, edad en la que pudo disfrutar del amor libre y el erotismo de forma activa y no pasiva. Este amor libre que se describe en la obra de Wilde, replanteó la sexualidad del hombre, evidenció que ésta no estuvo limitada a las relaciones heterosexuales, develó como el dandismo promovió las relaciones homosexuales, que a pesar de ser consideradas reprochables en esa época, eran lícitas en ciertos espacios de la clase alta (Umbral, 1999).

El dandismo se caracterizó por una relación fuerte y dependiente entre el hombre y la juventud. Precisamente por ello debía mantenerse una apariencia joven, alargando la lozanía al máximo, para eso, el hombre trabajaba permanentemente en proyectar una imagen juvenil, no sólo en la forma de vestir, sino en su accionar: el coqueteo, el erotismo y la conquista de las mujeres (y hombres) le permitieron proyectar una imagen de hombre viril (Edad Viril) que le concedió un estado de juventud admirable (Pena,1998). El dandismo para el hombre era una forma de pensar la subjetividad y la libertad, una

búsqueda de la originalidad y la distinción en medio de la vida cotidiana, un deseo de ser único y de obtener el reconocimiento público (Balzac, 2013).

1.2 La Masculinidad

1.2.1 El Género Masculino

La palabra Hombre contiene en ella la palabra Género y ésta la palabra Masculino. *Género* tiene múltiples definiciones de acuerdo a ciertas disciplinas del conocimiento, sin embargo, interesa la que está relacionada con el significado de Hombre que se viene trabajando. El *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos* expone una definición apropiada: “Tiende a presentarse como el par complementario de “sexo”, el cual se vincularía con las diferencias biológicas que distinguen al hombre de la mujer y aquel se remitiría al ámbito de la cultura, pues aludiría a rasgos contruados socialmente” (Szurmuk, 2009, p. 113).

Esta definición, que ha sido replanteada por diferentes movimientos sociales de género, desde hace algunos años, es la apropiada para el periodo 1950-1970, ya que determinó los papeles que el sujeto debió desempeñar en la sociedad desde el momento de su nacimiento: si nacía con pene, era hombre y pertenecía al género masculino; si nacía con vagina, era mujer y pertenecía al género femenino. Estas condiciones biológicas señalaron diferencias irreconciliables entre hombres y mujeres en cuanto a comportamientos, prácticas, formas de hacer y de pensar, modas, etc. En los sesenta, se empezaron a presentar debates cuestionando estas diferencias irreconciliables, planteando reflexiones en las cuales se expuso que el sexo no era algo “dado” y el género algo “alcanzado”, por tanto, se crearon interrogantes para las premisas *masculino* y *femenino*, las cuales determinaban los sujetos desde su nacimiento y proyectaban su futuro en cuanto a su lugar en la sociedad, su identidad y su actuar.

Si bien, la existencia de los homosexuales, afeminados, viragos, castrados, etc. se ha nombrado a lo largo del tiempo, estos se mantuvieron en un lugar de la sociedad desde el cual no se les permitieron mayores cuestionamientos, se mantuvieron ocultos y se ignoraron, ya que no se consideraban normales (Mosse, 2000). Sólo hasta el siglo XX hubo un real interés académico y científico de estudiar el género y replantear sus categorías, así

fue como apareció el campo interdisciplinario de los *Estudios de Género*, con el propósito de reconsiderar los géneros tradicionales (masculino y femenino) para establecer que el género no está dado por la biología sino por condiciones psicológicas, sociales y culturales; por tanto, actualmente ya no sólo se caracteriza al sujeto como masculino y femenino, también se caracteriza como gay, lesbiana, bisexual, transexual, etc. Estos estudios han logrado ampliar las construcciones culturales de identidad, desmitificar el pensamiento y las prácticas, plantear otras legalidades y legitimidades, etc. (Szurmuk, 2009). Teniendo esta claridad, se expondrá la Masculinidad como el ideal en el que se agrupan diferentes características del tradicional género masculino que fue propio del periodo estudiado 1950-1970.

1.2.2 El ideal

El término *Ideal*, en este trabajo, se asume como lo define el *Diccionario de la Real Academia Española* (2015): “[...] **3.** Que se acopla perfectamente a una forma [...] **5.** Modelo perfecto que sirve de norma en cualquier dominio” (Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=KtRk4zi>). Significado que se relaciona con el presentado por Mosse (2000): “modelo normativo de moralidad y comportamiento” (p. 8).

La Masculinidad ha sido definida como un ideal que entró a formar parte de la historia moderna aproximadamente entre la segunda mitad del siglo XVIII y la primera mitad del siglo XIX. En periodos anteriores era nombrado como atributos del hombre (hombria y virilidad). Este ideal se fundó en la naturaleza del cuerpo del hombre, construyendo estereotipos masculinos que eran símbolos de lo moderno en un momento en que lo visual era fundamental (Revolución Francesa)¹⁰: “nuevos símbolos podían hacer nuevos hombres”

¹⁰ En la Revolución Francesa, Robespierre fundamentó su discurso y política en la obra de Rousseau, quien consideró que existía una desigualdad entre el hombre y la mujer, dada por la capacidad que estos dos sujetos tenían para el trabajo. Robespierre implementó varias ideas que retomó de la obra de Rousseau, una de ellas era el hacer prevalecer el principio de que el espacio público era lugar exclusivo para los hombres como símbolos de un nuevo poder, mientras que el espacio privado y doméstico continuaba siendo para las mujeres. Medel Toro, Juan Carlos. (2009). La mujer revolucionaria, Rousseau y Robespierre: Feminidad y masculinidad durante la Revolución Francesa. *Tiempo y Espacio*, 22. 131 -146. Recuperado de <http://ezproxy.eafit.edu.co:2141/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=8e20c5c3-dc60-4f7d-a762-580a6ab531fd@sessionmgr4010&vid=7&hid=4105>. Consultado el 23 de junio del 2016.

(Mosse, 2000, p. 10). Se definió mediante un ideal de belleza basado en la virtud: el hombre debía poseer virtudes como la fuerza de voluntad, el honor y el valor. Estas determinaron los modelos normativos de moralidad y comportamiento en el ámbito social, siendo consideradas hábitos buenos que le permitieron al hombre pensar y actuar rectamente, no podían tenerse a medias, se era o no virtuoso, ya que constituían una condición ética y moral en el sujeto (Blázquez, 1997).

La masculinidad era la armonía entre cuerpo y alma, apariencia externa y virtud interior, un ideal que construyó una imagen mental estandarizada que resaltaba la importancia de la relación equilibrada entre lo externo y lo interno permitiendo percibir al hombre y luego juzgarlo por su valor. Esta imagen estandarizada, instaurada a lo largo del siglo XVIII y XIX, se fundamentó en una vida recta y ordenada como decisión personal que le permitió al hombre crear su propia identidad, es decir, la percepción de sí mismo y de las orientaciones que daría a su vida, teniendo en cuenta que primero debía partir de una identidad social, constituida por acuerdos e ideales colectivos que validaría su identidad personal (Wagner, 1997).

En los siglos XVIII y XIX, la identidad fue un pilar fundamental sobre el que se sostuvieron la élite y la clase media de países como Inglaterra, Francia, Alemania y Norteamérica, culturas que se convirtieron en las difusoras de los ideales modernos, entre ellos el de la masculinidad, en el resto del mundo occidental. El capitalismo permitió la transmisión de esos ideales a través de los medios de comunicación, los objetos de consumo y las prácticas sociales y culturales. Dichos ideales eran incorporados por las clases altas y medias de los países latinoamericanos, las cuales tuvieron en su poder el liderazgo de la política, la economía y la cultura de sus Estados con la pretensión de alcanzar los niveles de progreso de los que gozaban las culturas anglosajona, francófona, germana y norteamericana (Wagner, 1997).

Estos ideales se mantuvieron durante el periodo de 1950-1970 estructurando los estereotipos de la masculinidad, determinando los atributos personales y de comportamiento de los sujetos pertenecientes al género masculino, y condicionando el desempeño de los roles del hombre y la mujer en diferentes ámbitos sociales y culturales (Quintero, 2008). Los estereotipos masculinos se reforzaron a través de los estereotipos

negativos del hombre, que no sólo no estaban a la altura del ideal, sino que eran su contrario, el reflejo de todo lo opuesto a la verdadera masculinidad, a estos se les denominó los *Extraños*: judíos, gitanos, negros; aquellos que habían rechazado las normas sociales, es decir, los vagabundos, los locos, los delincuentes, los hombres “poco varoniles” y los homosexuales (Mosse, 2000).

En cuanto a la mujer, esta mantuvo un estereotipo al que también se le adjudicaron los atributos del grupo de pertenencia, en un momento la mujer era definida como la madre y la educadora de los hijos, pero, una vez se instauró el ideal de masculinidad en el siglo XVIII, a ese estereotipo se le agregó la responsabilidad de ser el objeto visible del deseo y la dominación masculina: una mujer para satisfacer al hombre que la protege y, por tanto, al que ella le debe obediencia. El estereotipo femenino negativo, o contrario a éste, lo encarnaron las *Extrañas*: mujeres poco femeninas, “solteras”, infértiles y lesbianas (Mosse, 2000).

En la modernidad la masculinidad reflejó una sociedad sana y de progreso, la feminidad una sociedad de obediencia. Estos ideales eran apoyados por las clases altas y medias a través de la educación, cuyo objetivo era moldear un hombre con una vida virtuosa (fuerza de voluntad, honor y valor) y con la capacidad de mantener el autocontrol en todas las ocasiones; una mujer (obediente), compañera del hombre, que espiritualizaba su accionar. Así, masculinidad y feminidad eran reflejos de los valores tradicionales de la sociedad moderna y, en especial, de las clases altas y medias concentradas en la adquisición del poder y los bienes: la masculinidad con un rol activo y fuerte, la feminidad con un rol pasivo y débil (Mosse, 2000).

1.2.2.1 Estereotipos de la Masculinidad

1.2.2.1.1 El Hombre Moderno

La apariencia física cobró importancia como estándar de masculinidad, ya no solo primaban el comportamiento, la adquisición del poder y de los bienes, sino también el cuerpo. Surgió así una estética de la masculinidad para la formación del estereotipo de *Hombre Moderno*, un hombre consciente de cómo debía ser visto y percibido socialmente,

apoyado, fundamentalmente, en su corporeidad. Este estereotipo retomó la concepción griega de belleza masculina donde lo bello, la verdad y lo sagrado unidos conformaban un hombre dinámico que debía destacarse por su deseo de actuar y participar de los proyectos modernizadores. A este hombre el cuerpo en forma le servía para evidenciar el equilibrio del intelecto que era la base de una moral íntegra. Así, la belleza masculina era símbolo de valor moral que evidenciaba la capacidad de protección del débil (generalmente esposa e hijos) (Mosse, 2000).

El Hombre Moderno debía ser saludable, limpio y reflejar la práctica de deportes como la gimnasia, la esgrima, el rugby, el polo, el tenis, etc.; deportes que moldeaban un cuerpo fuerte, alto, bello y virtuoso. Su fundamento en la cultura griega, retomada permanentemente en la modernidad, consintió la construcción del estereotipo que buscó el ideal de la perfección; la Alemania nazi o nacional-socialista fue un ejemplo de ello al imponer y propagar este ideal (Mosse, 2000). No obstante, la modernidad dio lugar a otro hombre que despreció la condición física sin renunciar a comportamientos simbólicos y de identidad como el valor, la capacidad de riesgo, la cacería de objetos de consumo, el cuidado de sí, la protección del otro y la mejora de las herramientas tecnológicas, este hombre lo define Desmond Morris, en su texto *El Hombre Desnudo*, como el “Macho Cazador Moderno” (Morris, 2009, p. 12), cuyas características, como la condición física, eran afectadas por los modelos de producción y la tecnología que lo llevaron a desempeñar procesos sedentarios. Si bien en el ideal de la masculinidad primó el Hombre Moderno de apariencia atlética, el “Macho Cazador Moderno” mantuvo su lugar.

Fernández (2004), apoyado en Mosse (2000), expone como una característica propia del Hombre Moderno era su configuración como un *Hombre de Verdad*. Este hombre buscó ser ejemplar y se construyó por oposición entre lo masculino y lo femenino: “Si el estereotipo masculino define al hombre de verdad, el femenino conceptualiza a la mujer de verdad. De este modo, si el hombre es duro, la mujer ha de ser blanda; si el hombre es racional, la mujer será emocional; y así sucesivamente” (Fernández, 2004, p. 31). Al hombre y a la mujer se les tipifica para diferenciarlos uno de otro con la intención de adjudicarle una masculinidad y feminidad ideal. Así, el Hombre de Verdad, es validado por la Mujer de Verdad y viceversa. Una relación simbiótica y dependiente como lo plantea Kimmel

(1987): “La masculinidad y la feminidad son construcciones relacionales en donde la definición de uno depende de la definición del otro [...] uno no puede comprender la construcción social de cada masculinidad o feminidad sin hacer referencia al otro” (p.12).

En esta relación de opuestos aparecieron varias dicotomías como el *autocontrol/descontrol*; el Hombre de Verdad era quien sabía controlar las situaciones ejerciendo su poder de manera ordenada y pausada. El descontrol quedó atribuido a la Mujer Verdadera, considerándose en ella toda la secuencia de actos que suponían la pérdida del control: llorar, expresarse de manera dramática, reaccionar nerviosamente, etc. El Hombre Verdadero (autocontrol) era autónomo, proveedor y trabajador; la Mujer Verdadera (descontrol) era dependiente, protectora y se desempeñaba en la vida doméstica. El Hombre Verdadero (autocontrol) era activo, sabía llevar el mando, dirigía y lograba cumplir con sus propósitos y se exigía para conseguirlos. La Mujer Verdadera (descontrol) era pasiva, dócil y su lugar estaba en los espacios privados del hogar y en los públicos como acompañante del Hombre de Verdad (Fernández, 2004).

La masculinidad del Hombre de Verdad (Hombre Moderno) destacó la existencia de un opuesto, además de la mujer. Éste era el “hombre perverso, inmoral o desviado”. Fernández (2004) lo expresa como la *Oposición entre lo Heterosexual y lo Homosexual*. Lo heterosexual era considerado lo natural y lo normal, contraponiéndose y elevándose sobre lo homosexual como lo no natural y anormal. Lo heterosexual se comprendía como la unión adecuada y natural entre lo verdaderamente masculino y femenino, contrario a lo homosexual considerado como una unión antinatural, no verdadera ni buena, estigmatizada como rara y perversa. Para el Hombre Moderno y su condición social, esta oposición iba más allá de lo físico y lo corporal, se instaló de forma simbólica generando formas de relacionamiento:

[...] las relaciones interpersonales que se sustenten en emociones, sentimientos, intuiciones y roce físico serán consideradas por el estereotipo masculino como femeninas y serán eludidas. Esto afectará tanto a la relación con mujeres como con otros hombres. Por ello, un hombre que pida ayuda o se apoye en mujeres estará mostrando signos de debilidad, incompetencia y vulnerabilidad que deben ser controlados si quiere ser considerado un hombre de verdad. E, igualmente, la intimidad con otros hombres debe ser evitada porque ésta le vuelve vulnerable, pudiendo implicar afeminamiento

y homosexualidad, lo cual no encaja en el ideal propuesto (Fernández, 2004, p. 34).

La relación de opuestos también la expone Guttman (1998): “**1.** La masculinidad como cualquier cosa que los hombres piensen y hagan. **2.** La masculinidad como todo lo que los hombres piensen y hagan para ser hombres. **3.** La masculinidad que considera que “algunos hombres son “más hombres” que otros hombres” (p. 48). Aquí, es posible reconocer las características ya expuestas de lo que significa ser un Hombre Moderno: sujeto activo que se exige y busca destacarse en la vida pública; aquel que posee la capacidad de autocontrol para regular sus emociones y se opone al accionar femenino, pero se encuentra con éste para asumir los roles heterosexuales de proveedor, esposo, padre, entre otros; aquel cuyas prácticas son honorables, saludables y normales.

1.2.2.1.2 El Hombre Feo o contrario al Hombre Moderno

Opuesto al cuerpo bello del Hombre Moderno, estaba el cuerpo feo, definido por la decadencia, desproporción, desarreglo, flacidez y desfiguración. La *fisiognómica*, “seudociencia que asociaba los rasgos del rostro (y la forma de otros órganos) a características y disposiciones morales” (Eco, 2007, p. 257), argumentaba que el hombre cuya fisionomía presentaba rasgos burdos carecía de valores. En el Renacimiento, varios artistas dibujaron rostros y cuerpos partiendo de la fisiognómica y el filósofo Giovan Battista Della Porta describió a los hombres con labios gruesos como estúpidos, atendiendo los preceptos de Polemón, quien afirmaba que los labios grandes expresaban ignorancia por su semejanza con el asno y el simio (Eco, 2007). Así, la ética y la estética formaron un binomio inseparable en el hombre desde Grecia hasta la modernidad. Para el Hombre Moderno, su apariencia física era el reflejo de su condición moral. Lo contrario a éste era propio del *Hombre Feo* caracterizado por el cuerpo enfermo y perverso.

El *Cuerpo enfermo*, en el siglo XX, era reflejo de la falta de higiene (suciedad) y la decadencia (no progreso); el Hombre Feo era el alcohólico, el mal viviente, el criminal, etc. (Eco, 2007). El *Cuerpo Perverso* era propio del hombre que reflejó los vicios, la debilidad, el nerviosismo, la perversión y una condición antinatural, entre ellos el homosexual, el

nervioso y el loco. Se destacó el homosexual, categorizado por la medicina, la sicología y la psiquiatría como una sensación sexual contraria a lo masculino y lo femenino, de allí el término “invertido”. Esta sensación, en los siglos XIX y parte del XX, se trató como una perversión y por tanto se le negó legalidad y legitimidad, la sociedad moderna sólo legitimó la unión heterosexual y la homosexualidad se convirtió en una “fealdad perseguida” (Foucault, 2005, p. 97) que también era nombrada despectivamente, de ahí la palabra “marica”¹¹, que se usaba para referirse al hombre sin brío y afeminado.

1.2.2.1.3 El Hombre Machista

Mara Viveros Vigoya (2001), citando a R. W. Connell (1995), describe las características propias del hombre que ostentó una *Masculinidad Hegemónica*, éste adoptó ciertos modos de ser y comportarse asociados al dominio y al poder. Un hombre que tuvo dominio sobre sus emociones y sobre la mujer como esposo, sobre los hijos como padre y sobre la familia como proveedor; su forma de relacionarse con los otros estuvo cimentada en su superioridad: el protector del débil (la mujer y los niños), el hombre de verdad, el hombre bueno, el hombre correcto y acorde con la naturaleza; un hombre que se impuso a la debilidad, a los *Extraños*, a lo antinatural, a la perversión y al vicio.

Estas características de dominio y poder llevaron a este hombre a desarrollar actitudes violentas con los otros (débiles, antinaturales, perversos y viciosos), propias de un estado de dominación que configuró un tipo de orden sexual y de género jerarquizado al que se denominó *Machismo*. Macho es una palabra que nombra a este hombre dominante y que se

¹¹ El término Marica se acuñó originalmente como: “**Marica:** Lo mismo que Hurraca. **Marica:** Se llama el hombre afeminado y de pocos bríos que se deja supeditar y manejar aun de los que son inferiores. **Marica:** Se llama también el espárrago muy delgado y de poca substancia”. De este significado derivó el de “**Maricón:** El hombre afeminado y cobarde. Y lo mismo que marica”. Real Academia Española. (1734). *Diccionario de la Lengua Castellana en que se explica el verdadero sentido de las voces, su naturaleza y calidad, con las frases y modos de hablar, los proverbios o refranes y otras cosas convenientes al uso de la lengua*. Madrid: Imprenta de la Real Academia Española: Por los herederos de Francisco del Hierro. https://books.google.com.co/books?id=4HJUAAAAYAAJ&pg=PA499&lpg=PA499&dq=TORR.+Trad.+de+Oven.+tom.+1.+pl.+27.&source=bl&ots=I84DgWxQIm&sig=bA-ElsFVAcJ4whO0VEO-EHrsEkg&hl=es&sa=X&ved=0ahUKFwj6_ZPS66rPAhXJGx4KHb6MD5MQ6AEIHjAC#v=onepage&q=TORR.%20Trad.%20de%20Oven.%20tom.%201.%20pl.%2027.&f=false. Consultado el 3 de junio del 2016. Así, los términos Marica y Maricón han designado al homosexual, al hombre débil, al hombre con un cuerpo delgado y al hombre con gestos y movimientos femeninos.

impone mediante el poder sobre aquellos que considera débiles o inferiores:

El Macho representó la cúspide de un pacto presentado como “el arrojito de la especie”. Si el concepto de hombre contenía y exhibía la opulencia de la entrega bravía, su vocablo antagónico y complementario afirmó una actitud y la convirtió en herencia social: que nadie dude del valor supremo del *ser macho*, la virilidad es el mayor sentido de cualquier conducta y a la virilidad le expresa la indiferencia ante el peligro, el menosprecio de las virtudes femeninas y la afirmación de la autoridad en cualquier nivel. (Montesinos, 2002, p. 96)

El Machismo, derivado del Macho:

[...] es un concepto popular, mal típico de las clases inferiores, delito que se agrega a los otros de la pobreza. En principio, un macho es un pobre al que sólo le quedan como recursos para hacerse notar la indiferencia ante la muerte propia o el dolor ajeno. La burguesía se actualiza lo suficiente para sonreír irónicamente ante los albañiles que golpean a sus mujeres o tienen demasiados hijos en demasiadas partes [...] El machismo queda como el espejo deformado a donde se asomarán, sonrientes y sometidas, las clases subalternas. (Montesinos, 2002, p. 96)

Aunque los conceptos de Macho y Machismo se han caracterizado como exageraciones de los atributos del hombre (hombria y virilidad) y se han atribuido como propios de la clase obrera, dichos conceptos, de acuerdo con Montesinos (2002): “han calificado a cualquier individuo que, respondiendo a cualquier tipo de clase social o país de origen, ha denotado superioridad masculina subordinando a la mujer, entrando en conflicto con otros hombres por el poder y con aquellos a quienes ha considerado débiles por amenazar sus atributos de hombre” (p. 102). El machismo ha promulgado históricamente la superioridad y el dominio del hombre sobre la mujer; ha promovido como cualidades del hombre: la agresividad, la independencia y la dominación y, como cualidades de la mujer: la debilidad, la dependencia y la sumisión. El macho ha sido la autoridad de la familia, el proveedor y a él se han subordinado la mujer y los hijos (Moral de la Rubia, 2016).

1.3 Crisis de la Masculinidad

El ideal de la Masculinidad Moderna en Occidente, soportado en las virtudes fuerza de

voluntad, honor y valor, cuyo surgimiento tuvo lugar entre la segunda mitad del siglo XVIII y principios del XIX (Mosse, 2000), un ideal que se mantuvo sin mayores quebrantos hasta el siglo XX. De acuerdo con Rafael Montesinos la masculinidad en la modernidad presentó dos tipos de crisis, la primera era la del *Hombre Feminizado*: “[...] la imagen del hombre se transforma [...] al retomar usos femeninos para el cuidado personal. Aparece el hombre feminizado que adopta tanto vestimentas como algunas conductas femeninas [...]” (Montesinos, 2002, p. 74). Ésta hizo visibles a los hombres afeminados y los homosexuales, a las mujeres poco femeninas y las lesbianas, dejando un gran interrogante sobre la idea de género, es decir, lo que se consideraba “correcta y naturalmente” como hombre y como mujer, ya que además de estos dos géneros era crítico considerar la posibilidad de otros.

La segunda se dio con el *Feminismo*, movimiento ante el cual el hombre tradicional era resistente manifestando su negativa ante la posibilidad de perder su preeminencia en los espacios públicos, ya que la mujer luchaba para posicionarse en éstos. Así, se instauró una competencia entre hombres y mujeres en el mercado de trabajo, la universidad, la política, la economía, etc. (Montesinos, 2002). El feminismo desarticuló la estructura de la masculinidad, una de las primeras partes que se vio afectada era el ideal masculino de Proveedor Económico. En la sociedad moderna capitalista el hombre perdió su condición de proveedor, ya que las mujeres adquirieron derechos y ocuparon espacios públicos que llevaron al cambio de los roles genéricos tradicionales afectando la percepción del matrimonio, la relación de pareja, la paternidad y la participación masculina en las labores domésticas. No obstante, el hombre moderno no renunció a su condición de proveedor y, aunque asumió las relaciones igualitarias, continuó percibiéndose como responsables del bienestar familiar (Montesinos, 2002).

A pesar de los cambios generados, en la Crisis de la Masculinidad el lugar político y social ganado por la mujer permaneció bajo una valoración desequilibrada en cuanto al desempeño masculino frente al femenino, un ejemplo de ello era que las mismas tareas realizadas por hombres y mujeres eran consideradas nobles y difíciles en el caso del género masculino, o insignificantes e imperceptibles en el caso del género femenino (Bourdieu, 2000). El feminismo y la búsqueda de la igualdad entre mujeres y hombres respondieron a

unas particularidades del territorio, haciendo que los preceptos de libertad y garantía de derechos, que ya se habían instaurado en Europa y Estados Unidos, llegaran a los países latinoamericanos a través de los medios de comunicación permeando a la sociedad y la cultura de forma más lenta. Lo que pasaba en Europa y Estados Unidos se reflejaba en los medios, pero todavía no era una generalidad en los países latinoamericanos y sólo se presentaba en pequeños círculos. En Colombia, apenas finalizando la década del sesenta y en algunos medios de comunicación, es posible identificar la influencia del feminismo y la búsqueda de la igualdad entre los géneros (Tirado, 2016).

La Crisis de la Masculinidad precedió el momento en el cual el hombre comenzó a asumir el desprendimiento de sus ideales tradicionales, para disponerse a comprender que no existía una identidad única e imperante que actuaba como motor de toda la acción social, cultural, política y económica de un territorio; que la mujer y la feminidad no estaban supeditadas a la masculinidad; que se develaban y surgían otras identidades no determinadas por la condición biológica (hombre/varón/masculino) y empezaban a ganar reconocimiento social gracias a las luchas que emprendieron para garantizar sus derechos al incursionar en espacios que, en un tiempo, eran exclusivos de los hombres. La crisis instauró concepciones y prácticas sociales que cuestionaron el constructo tradicional de un mundo para el hombre, con el hombre y por el hombre, por tanto, al hombre lo despojaron de las garantías que había adquirido por su condición biológica y su posición etnocéntrica, y se plantearon nuevos ideales para una sociedad diversa en la cual el hombre era uno más entre muchos sujetos, con la capacidad y la libertad de cambiar a lo largo de su vida, de allí que dicha capacidad fundamente lo que a finales del siglo XX se denominó Masculinidades.

2. La Revista Cromos

El material base de este proceso investigativo es la Revista Cromos, por tanto, se consideró necesario presentar una reseña histórica de la revista y describir los contenidos hallados en ella sobre *Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad*, en el periodo 1950-1970, tiempo en el cual, Cromos como medio de comunicación evidenció el deseo de consumo y los ideales del hombre de la clase alta y media de Colombia.

2.1 Una revista gráfica semanal para cautivar

La Revista Cromos, ubicada en la capital del país, se publicó por primera vez el 15 de enero de 1916, ilustrada por el maestro Coriolano Leudo¹² y se vendió inicialmente por 10 centavos; compuesta por 18 páginas, contenía 16 grabados, cuatro crónicas, un verso y un cuento. Se presentó a sus lectores cada semana a partir de ese momento, excepto el 11 de abril de 1948 por el incendio de sus talleres causado por los acontecimientos del 9 de abril, y el 13 de junio de 1953 por el Golpe de Estado del General Gustavo Rojas Pinilla al presidente Laureano Gómez, ese día los disturbios hicieron necesario cerrar las puertas de la revista (Revista Cromos, 2016, <http://www.cromos.com.co/cromos100>).

Abelardo Arboleda¹³ y Miguel Santiago Valencia¹⁴ fundaron Cromos asociándose en 1915 para conformar la imprenta Arboleda y Valencia. En ese momento Abelardo era reconocido

¹² Dibujante, pintor, retratista, caricaturista, restaurador y profesor de arte. Nació en Bogotá en 1866 y murió en 1957. Leudo Obando, Coriolano (Pintor, Retratista y Caricaturista). (2016). *Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango: Diccionario de Artistas en Colombia. Letra L, parte 2*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/todaslasartes/diccioart/diccioart14b.htm>. Consultado el 20 de junio del 2016.

¹³ “Tipógrafo como su padre, llegó de Popayán a la capital y abrió una imprenta. Allí donde se imprimieron los primeros ejemplares de *Cromos*, que fundó en 1916, cuando tenía 35 años, junto con su amigo Miguel Santiago Valencia”. El Nacimiento: Revista Cromos 95 años. (2011). *Revista Cromos*, p. 11. Recuperado de https://issuu.com/cromos/docs/cromos_edicion_4812_baja/9. Consultado el 10 de junio del 2016.

¹⁴ “Salió de Popayán en 1910, rumbo a la capital y con la intención de ser periodista. Su ímpetu lo llevó a París, donde se le ocurrió la idea de crear una revista. A su regreso buscó a Abelardo Arboleda y concretaron el proyecto de crear *Cromos*”. El Nacimiento: Revista Cromos 95 años. (2011). *Revista Cromos*, p. 11. Recuperado de https://issuu.com/cromos/docs/cromos_edicion_4812_baja/9. Consultado el 10 de junio del 2016.

por sus actividades comerciales y Miguel Santiago era un joven intelectual. En el artículo *Historia y Tradición: Revista Cromos (1962)*, se exponen los propósitos de Abelardo Arboleda y Miguel Santiago Valencia al fundar la revista:

[...] fundar y sostener en la República, mejorándola gradualmente, una revista gráfica semanal al estilo de las que cautivan el favor de las gentes en las principales capitales europeas y americanas, una publicación donde se registre el movimiento literario, científico, artístico, social y político de la Nación y donde quede también constancia de lo más notable e interesante que acontezca en los demás pueblos del planeta, todo con abstracción de los temas que son materias de acaloradas divergencias y enconadas disputas entre los hombres procurando siempre que el arte y el buen gusto presidan en todas las páginas de la revista (*Revista Cromos*, 91(2320), 1962, p. 64).

El nombre *Cromos* fue sugerido por el amigo de los fundadores, el médico Martín Camacho, debido a su innovador formato con grandes imágenes (Restrepo, 1966). La revista inició con el tamaño 14.8 x 21 cm hasta llegar al de 17 x 24 cm, ilustraciones y fotografías de media y hasta de una página, fuentes de gran tamaño y diversas, con estilos que emularon las revistas europeas, especialmente las de París. Así, *Cromos* presentó una adecuación visual y periodística diferenciándose de los medios tradicionales del siglo XIX donde predominaba el texto y los grabados (Cabrera, 2009).

Luis Tamayo¹⁵, iniciando los años veinte, compró la revista a los fundadores de ésta, primer director y mayor accionista de *Cromos*, su concepto: “La revista tendrá ilustraciones y churros a granel” (*Revista Cromos*, 2016, <http://www.cromos.com.co/cromos100>). Él se ocupó de fortalecer la imagen de la portada e internacionalizó su publicación creando un departamento de distribución, entablando contactos con diferentes periódicos, firmas y empresas de otras partes del mundo, convocando a escritores como Baldomero Sanín Cano¹⁶ y José Eustasio Rivera¹⁷; el retratista y caricaturista Ricardo Rendón¹⁸; los poetas

¹⁵ Primer director y dueño de *Cromos*; ministro de gobierno, guerra y agricultura; cónsul en Nueva York; embajador en Londres; gobernador de Cundinamarca y gerente de varias industrias del país. Restrepo, Camilo. (1966). Don Luis Tamayo: La historia de *Cromos* se confunde con la suya. *Revista Cromos*, 115(2520), 53-54.

¹⁶ Intelectual, educador, ensayista y crítico antioqueño, nacido en Rionegro. Escribió sobre teatro y crítica literaria en el periódico *La Nación*. Desempeñó cargos políticos en la Subsecretaría de Hacienda durante el gobierno de Rafael Reyes. Se le ha considerado como introductor del concepto de Modernismo en Colombia.

Miguel Rasch Isla, Abel Marín, Alberto Sánchez, Carlos Torres Durán, Rafael Maya, Leónidas Flórez, Eduardo Castillo, Germán Arciniegas¹⁹; entre otros; personajes destacados en la literatura, el arte y la cultura del país.

En 1925 se vinculó a la revista el hermano de Luis Tamayo, Rafael Tamayo, desde ese momento hasta 1954 se desempeñó como el gerente de la revista. Rafael con su capacidad administrativa y creativa imprimió un estilo moderno al contratar dibujantes como Coriolano Leudo y Rinaldo Scandroglio²⁰, también adquirió servicios de fotografía de Pedro A. de la Font, entonces, uno de los fotógrafos más destacados del país. Luego de Rafael se vinculó su otro hermano, Joaquín Tamayo, literato reconocido, especializado en temas históricos.

En 1953 los Tamayo vendieron la editorial a la familia Restrepo, desde ese momento Jaime Restrepo ocupó el cargo de director, gerente y principal accionista de la revista. De acuerdo con Luis Tamayo la revista se vendió porque: “[...] su hermano Rafael, después de la destrucción de la editorial, después de los sucesos del 9 de abril, sufrió un serio desencanto que lo llevó a la determinación de retirarse del negocio editorial” (Restrepo, 1966, p. 54).

Vargas Arango, María Isabel. (2016). Sanín Cano, Baldomero. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/sanibald.htm>. Consultado el 10 de julio del 2016.

¹⁷ Abogado, poeta y escritor huilense. Su obra más destacada *La Vorágine*. Desempeñó cargos políticos como Secretario de la Comisión Limítrofe Colombo-Venezolana. Escribió para el periódico *El Nuevo Tiempo* de Bogotá. Fundó y dirigió la Editorial Andes. Umaña, Claudia. (2016). Rivera, José Eustasio. En: Banco de la República (Eds.), *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/jose-eustasio-rivera.htm>. Consultado el 10 de julio del 2016.

¹⁸ Nació en Rionegro en 1894. Estudió dibujo en el taller de Francisco A. Cano y en la Escuela de Bellas Artes de Medellín. Dibujante y caricaturista de la revista *Panida*. Trabajó en periódicos como *El Espectador*, *La República* y *El Tiempo*, también en la revista *Cromos*. Obregón, Elkin. (s.f). Ricardo Rendón: Retratista y caricaturista implacable. En: Banco de la República (Eds.), *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de: <http://www.banrepcultural.org/node/32883>. Consultado el 9 de marzo del 2016.

¹⁹ Escritor, político y abogado. Considerado, en la literatura, como el “Hombre de las Américas” y el “Colombiano Universal”. Escribió en el periódico *El Tiempo*. Fundador del APRA (movimiento que abogaba por la unidad de América Latina). Decano de la Facultad de filosofía y letras de la Universidad de los Andes y Presidente de la Academia Colombiana de Historia. Ocampo López, Javier. (2016). Germán Arciniegas. En: Banco de la República (Eds.), *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/arcigerm.htm>. Consultado el 10 de julio del 2016.

²⁰ Pintor y caricaturista italiano, radicado en Colombia desde 1920. Garay Celeita, Alejandro. (2011). La ciudad ilustrada: Rinaldo Scandroglio en Bogotá. *Revista Ensayos, Historia y Teoría del Arte. Universidad Nacional de Colombia*, (21). Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/ensayo/article/view/45981>. Consultado el 9 de julio del 2016.

La familia Restrepo, nueva propietaria de Cromos, estaba conformada por Jaime, Guillermo, Gabriel y Fernando Restrepo, hijos de Fabio Restrepo, gerente de *El Tiempo*. Jaime Restrepo²¹, el nuevo director, era un periodista destacado que se encargó de encausar la revista enfatizando en los temas de actualidad, en una nueva estética con presentaciones visuales de gran formato de los temas relacionados con los reinados de belleza, el cine, el mundo del espectáculo, la literatura, la caricatura, paisajes rurales y urbanos y amplios anuncios publicitarios. Entre 1950-1970, la gestión creativa de Jaime Restrepo se reflejó en una revista que iba cambiando su estilo periódicamente: conservó algunas de sus secciones tradicionales pero con temáticas cada vez más amplias y diversas; presentó otra imagen con fuentes estilizadas; mayor cantidad de fotografías, dibujos, grabados y publicidad; páginas menos saturadas de textos y títulos resaltados a color.

2.2 Contenidos de la revista en la década del cincuenta

En la década del cincuenta, la revista tuvo un nuevo comienzo con la familia Restrepo. Secciones cuyos artículos eran escritos, en su mayoría, por hombres, destacándose: George Marey, Alejandro Sux y Hamilton Basso²², corresponsales encargados de asuntos políticos y sociales en Estados Unidos; Ernesto Camacho Leyva, Carlos Delgado Nieto, Alfonso Castillo²³, Enrique Millán, Julio H. Palacio²⁴, Javier Auqué Lara²⁵, Paco Alba, Julio Nieto

²¹ Hijo mayor de don Fabio Restrepo y doña Eva Suárez de Restrepo. Graduado del Gimnasio Moderno, hizo dos años de periodismo en la Universidad de Syracuse, Estados Unidos. Trabajó en la *Colombian Petroleum Company*, en Gaseosas Colombianas, en *El Tiempo* como jefe de subsección de avisos y subgerente, formó la sociedad *Aedita Editores* y finalmente director de *Cromos*. La historia de Cromos. (1966). *Revista Cromos*, 115(2520), 37.

²² Literato y periodista norteamericano, escritor de 11 novelas cuya temática era la situación del Sur de Estados Unidos, editor asociado de *The New Yorker*. Hamilton Basso Contributors. (2016). *The New Yorker*. Recuperado de <http://www.newyorker.com/contributors/hamilton-basso>. Consultado el 17 de junio del 2016.

²³ Periodista bogotano, (1910- 1982). Trabajó para periódicos como *El Espectador* y *El Vespertino*, además de *Cromos*. Garrido Lopera, Rafael. (s.f). Castillo Gómez, Alfonso. En: Banco de la República (Eds.), *Biografías Biblioteca Virtual Banco de la República*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/castalf.htm>. Consultado el 9 de marzo del 2016.

²⁴ Escritor, político, parlamentario, diplomático y periodista. Colaboró en *El Porvenir* de Cartagena, *La Nación* de Barranquilla (donde también dirigió *El Día*) y *El Tiempo* de Bogotá, en cuyas páginas hizo famosa su columna "Historia de mi vida". Pérez Silva, Vicente (comp.). (1929). Julio H. Palacio. La autobiografía en la literatura colombiana: Palacio Julio H. En: Banco de la República (Eds.), *Biblioteca Virtual Luis Ángel*

Bernal²⁶, Rogelio Castillo Cándelo y otros escritores responsables de cubrir la política, la economía, la sociedad, la literatura y la cultura nacional. Unas cuantas mujeres se encargaron de escribir las columnas Cultural, Cine, Espectáculo, Moda y de ciertas secciones dirigidas exclusivamente a la mujer. Entre ellas se destacaron: Graciela Elizalde, Gloria de Arboleda, Gladys Nieto, Dianne Carrere y Rose Rolland.

La revista como promotora del capitalismo ilustró y narró diferentes acontecimientos relacionados con la Guerra Fría que eran presentados por Alejandro Sux²⁷, en la sección *Cartas desde Nueva York*, que luego pasó a llamarse *El mundo desde Nueva York*, aparecieron artículos como: *La Endeble Paz* y *La Robusta Guerra* (Revista Cromos, LXIX(1721), 1950, p. 7 y 35), un relato sobre la inauguración del edificio de las Naciones Unidas como acción legitimadora de una institución responsable de mantener la paz y regular el conflicto. En esta sección, los temas tratados por Sux, también dieron cuenta del acontecer en Nueva York, en ese momento, un lugar estratégico desde el cual podía observarse el devenir del mundo no sólo en lo político y económico, también en lo social y lo cultural.

Otra sección, *Acontecimientos del mundo*, se presentó bajo el formato de fotografía y nota al pie; a mediados de la década se renombró como *Así va el Mundo* y luego *El Mundo Marcha*, al finalizar los cincuenta, quedó titulada como *Observatorio*. En ella se mostraron diferentes situaciones de carácter político, social, económico, cultural, deportivo y

Arango. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/literatura/autobiog/auto44.htm>. Consultado el 3 de julio del 2016.

²⁵ Periodista y literato barranquillero, con obras publicadas en Colombia y Venezuela, entre ellas *Los muertos tienen sed*, un relato sobre la Masacre de las Bananeras. Fernández, Américo. (2013). El escritor Javier Auque Lara. *Correo del Canón: La casa de las ideas*. Recuperado de <http://www.correodelcaroni.com/index.php/opinion/item/3425-el-escritor-javier-auque-lara>. Consultado el 16 de diciembre del 2015.

²⁶ Periodista de la radio. Trabajó en varios medios de comunicación y en la década del setenta se desempeñó como director del Instituto Colombiano para el Deporte (Coldeportes). A finales de los años setenta creó *6am-9am*, uno de los espacio histórico de la radio en Colombia. Dirigió *Monitor*, uno de los programas radiales culturales más representativos del país. Falleció el periodista radial Julio Nieto Bernal. (2009). *El Tiempo*, Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4741071>. Consultado el 16 de diciembre de 2015.

²⁷ Seudónimo de Alejandro José Maudet, periodista y literato argentino. Colaborador del periódico *La Protesta*, donde tenía a cargo la columna *Mis Domingos*. Durante la Primera Guerra Mundial era corresponsal del diario porteño *La Prensa*, en Francia. Considerado un precursor del anarquismo en Argentina. Rama, Carlos M. (1990). *El Anarquismo en América Latina*. Caracas: Fundación Biblioteca Ayacucho.

novedades que acontecían en el globo y en el país, entre ellas: “Más de doscientos cincuenta personajes del reino proclamaron Reina de Inglaterra a Isabel II, momentos después del fallecimiento de Jorge VI” (Revista Cromos, *LXXIII*(1819), 1952, p. 5). Este material le permitió al lector tener información puntual (texto corto y fotografía) de algunos de los sucesos más relevantes en el mundo y en el país a través de una lectura rápida. Además, era la vitrina para presentar la élite y los rostros de los hombres más poderosos mundo.

La sección *Nacional* estuvo a cargo de diferentes escritores, en ella se daba información sobre el devenir económico, político y social del país, tanto a nivel interno como externo. Ernesto Camacho Leiva en su artículo *3.000 kilómetros de ferrocarril que no dejan ni un peso al año* (Revista Cromos, *LXIX*(1735), 1950, p. 3) contó sobre el alto déficit de los ferrocarriles nacionales. Artículos como este revelaban la situación en la que se encontraba el país en el proceso de modernización: la industria y el transporte como ejes de la economía.

La sección *Exclusivo para Cromos* se enfocó en temáticas políticas, económicas, sociales y culturales, tanto nacionales como internacionales, aunque las últimas primaron. Artículos como: “*Wall Street*”: *Muchos hombres y mucho dinero* (Revista Cromos, *LXXIV*(1854), 1952, p. 9), por Martin Mayer, describieron el mundo de la bolsa y las inversiones en Estados Unidos, nombrando a algunos de los hombres más ricos y poderosos de la economía estadounidense como: Winthrop H. Smith, gerente de *Merryl Lynch*; Herbert Filer de *Put & Call*; Sydney Rheistein, corredor de bolsa; etc., modelos a seguir para el hombre colombiano de clase alta y media que buscaba el éxito y el poder a través de los negocios, y desando ubicarse y mantenerse en la élite política y económica del país. Algunas páginas de la sección estaban dedicadas a contenidos específicos de la revista, reseñas históricas o eventos propios, por ejemplo, un Safari en África para 14 hombres vinculados a Cromos y liderados por Guillermo Restrepo, quien narró la aventura en el artículo: *El Safari en el Corazón de África Negra* (Revista Cromos, 79(1954), 1954, pp. 28-33).

La sección *Cultural* presentó, en su mayoría, eventos relacionados con el arte: entrevistas a artistas, conciertos de música, exposiciones en galerías, etc. Se destacó en esta sección la

entrevista hecha a Dalí por la corresponsal de Cromos en Nueva York, Olga García de Douglas Baker III, en la entrevista *Dalí Habla para Cromos* (Revista Cromos, 86(2133), 1958, pp. 44-48) dio cuenta de las ideas del pintor, su narcisismo y su arte Surrealista, además, ilustró el momento de la vanguardia artística en el mundo. Esta sección también contó con un apartado dedicado al ajedrez en el que se explicaban jugadas; otro nombrado como *Efemérides y Conocimientos Generales* con fechas de acontecimientos históricos, preguntas capciosas, problemas de lógica, etc.; también, estuvo el aparte de *Humor*, compuesto por chistes y caricaturas; y *Pitigrilli habla de Pitigrilli*, un espacio de crítica y narración de anécdotas, generalmente a través de caricaturas.

La sección cultural se dirigió tanto a hombres como a mujeres y buscaba entretener además de cultivar el intelecto del lector, sin embargo, sus apartes de *Humor* y *Pitigril habla de Pitigril* se referían a la mujer como un sujeto de conductas risibles y predecibles en sus roles en el hogar y en su posición en la sociedad, difundiendo la idea del hombre caballero que era atrapado por las mujeres que, en su mayoría, eran consideradas oportunistas: “Imposible: Que su novia no lo haga detener como al descuido en cuanto vidriera se exhiban anillos de compromiso” (Revista Cromos, LXIX(1744), 1950, p. 11).

La sección de *Literatura* estuvo compuesta por poesía, crítica literaria, cuentos y novelas. Los cuentos sólo ocupaban un número de la publicación, las novelas se tomaron hasta dos y tres números, esto requirió que el lector continuara la historia en las revistas siguientes. Gran parte de las temáticas de los cuentos y las novelas, en los años cincuenta, eran historias de amor que narraban como un hombre conocía a una mujer, como la conquistaba y terminaban juntos y felices conformando una bella familia, este era el tema de *Primavera en el alma* de María Victoria Vásquez (Revista Cromos, LXIX(1736), 1950, p. 14). En los cuentos se identificaron los deseos de la clase alta y media: el deseo de casarse por parte de la mujer y conformar una familia, el deseo del hombre de conquistar y validar su virilidad, la pasión como un sentimiento que al desbordar moralmente al hombre se asumía como debilidad, pero en la mujer se excusaba por la falta de control de sus sentimientos.

En la sección *Deportes* Claudio Arenas, Julio Nieto Bernal y Miguel Forero Nougues describieron el acontecer del fútbol en el país: *Los Tres Grandes permanecen invictos* (Revista Cromos, LXIX(1721), 1950, p. 8) es un artículo donde se comenta la permanencia

de Millonarios, Santa Fe y Medellín, en el Campeonato Nacional de Fútbol, como los equipos con los mejores puntajes. También, se escribieron artículos sobre deportes considerados de élite como el polo: *No basta subirse al caballo para jugar Polo* (Revista Cromos, LXXV(1899), 1953, p. 40), el motociclismo: "*Los frenos no sirven sino para llegar a la meta*", decía Restrepo (Revista Cromos, LXXV(1901), 1953, p. 37) y las carreras de caballos: *Han dado la largada* (Revista Cromos, 86(2120), 1958, p. 26). Deportes más democráticos como el atletismo: *El "Pin-up Boy" del atletismo. Bob Mathias* (Revista Cromos, 87(2163), 1958, p. 57) y el ciclismo: *La Vuelta a Colombia en bicicleta* (Revista Cromos, 88(2184), 1959, p. 37). A la sección de deportes se sumó un aparte dedicado a *Los Toros*, escrito generalmente por Alberto Corredor.

La sección de *Deportes* y el aparte de *Los Toros* destacaron valores masculinos como la fuerza y el honor, por ello, la mayoría de los deportes sobre los que se escribió eran predominantemente masculinos y de contacto, sólo aparecieron algunos femeninos como el baloncesto, el atletismo y la natación, sin mayor protagonismo. Es posible identificar en los artículos los deportes que eran practicados por las diferentes clases sociales: el fútbol y el ciclismo las congregaban a las tres, sin embargo, el golf, el polo, el motociclismo y las carreras de caballos eran prácticas deportivas de élites que requerían implementos costosos, además de la pertenencia a ciertos círculos sociales como El Club, "un espacio que le permitía a la élite reunirse con otros de su misma clase para construir relaciones y mantener el estatus" (Right, 1987, p. 22).

La sección de *Cine y Espectáculo* la escribieron tanto hombres como mujeres, sin embargo, primaron las últimas en la elaboración de los artículos. Esta sección cubrió temáticas como la vida de las estrellas de Hollywood y de otros lugares del mundo como Inglaterra, Francia, Italia y España, se destacaron artículos sobre los galanes del momento: Robert Taylor, Clark Gable, Luis Calhern, Marlon Brando, Spencer Tracy, George Sanders, Rock Hudson, Aldo Rey, Jeffrey Hunter, Tony Curtis, Robert Wagner, Michael Rennie, Carleton Carpenter, Orson Wells, etc.; también sobre las divas: Elizabeth Taylor, Ingrid Bergman, Marilyn Monroe, etc. Estos hombres y mujeres eran los modelos masculinos y femeninos a seguir en cuanto apariencia física y el consumo de moda, objetos de lujo, maquillaje, práctica de deportes, etc.

Esta sección contó con entrevistas a varias personalidades del cine como la hecha por Dianne Carrera *Así es Humphrey Bogart* (Revista Cromos, *LXIX*(1714), 1950, p. 10); también, con la programación de *Teatro y Cine* en Bogotá con pequeñas reseñas sobre las películas en cartelera o las compañías de teatro en temporada; artículos dedicados a temáticas varias como el beso en el cine; los solteros más codiciados de Hollywood; los matrimonios, los hijos y los divorcios de las estrellas, etc. Una de las secciones de mayor contenido en la revista, rica en imágenes y textos, la mayoría de sus artículos referenciaron el cine extranjero y Hollywood. La sección era responsabilidad de corresponsales internacionales como Gladys Nieto, Dianne Carrere, Rose Rolland, Victoria Chapelle y Dorothy Lamour, ésta última era una reconocida actriz y cantante estadounidense que trabajó regularmente en películas de la Paramount Pictures.

En esta sección aparecieron los hombres deseados por las mujeres, es el caso de los solteros más codiciados, cuyo estereotipo se identificó con el del caballero físicamente atractivo, bien vestido y adinerado. Apareció el hombre públicamente reconocido por su éxito y por contar con una familia armoniosa en la cual su esposa y sus hijos dieron fe de su masculinidad como esposo, padre proveedor y protector, además del reconocimiento y admiración por su lugar de poder en la sociedad.

En la sección *Sociedad* se mostraron varios eventos sociales en las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, sin embargo, el interés se centró en la capital. La sección presentó fotografías y reseñas al pie sobre reuniones de partidos políticos y empresarios; reinados de belleza; celebraciones de aniversarios, matrimonios, misas y sepelios; grados de cohortes universitarias en medicina, derecho, ingeniería, etc.; premios a deportistas, artistas, políticos, literatos, etc.; inauguraciones de locales, restaurantes y edificios; fiestas en los clubes; presentaciones en sociedad de jovencitas; reuniones en casas de familia de la clase alta colombiana; bienvenidas a personajes internacionales; eventos en teatros, instituciones y parques; etc.

En esta sección aparecieron fotografías y reseñas al pie como: La visita de Le Corbussier: “Los arquitectos urbanistas Le Corbussier, Luis Sert y Paul Wiener se hallan en Bogotá en calidad de urbanistas consultores del Plan regulador de nuestra ciudad capital” (Revista Cromos, *LXIX*(1742), 1950, p. 18); este acontecimiento da cuenta del proceso

modernizador en el que se encontraba Colombia en ese momento, un nuevo diseño para una capital a la que cada vez migraban más personas.

Moda era una sección dirigida hacia la mujer, compuesta por: figurines con diferentes tipos de vestidos y atuendos, varias fotografías con reseñas al pie que daban cuenta de los vestidos adecuados para las diferentes edades (niñas, jóvenes y adultas), dibujos de vestidos para ocasiones como cumpleaños, matrimonios, reuniones sociales, etc. También, artículos sobre los vestidos más bellos usados por las estrellas del cine y sobre piezas importantes para un atuendo elegante y con estilo: abrigos, carteras, sombreros, pañoletas, etc.

Pocas veces aparecieron en esta sección referencias a la moda masculina, se presentaron artículos como pequeños apartes, entre ellos se destaca: *Una exhibición de modelos masculinos en Nueva York: ¿Deveras quieren ustedes que vallamos vestidos así? Pregunta un caballero a las damas* (Revista Cromos, LXIX(1740), 1950, p. 10), artículo en el cual las nuevas tendencias eliminaban el traje tradicional y lo reemplazaban por camisas, pantalones y chaquetas sueltas, ante esta novedad la revista mostró resistencia ya que el ideal físico masculino que aparecía en ella continuaba siendo el tradicional hombre de traje. Así, la mayoría de la moda masculina se encontró en avisos publicitarios como: “Una nueva concepción en camisas de sport exclusiva *Mc. Gregor Colombia Sportswear*. Por primera vez los colombianos podrán lucir la famosa moda del *IVY League* que en Estados Unidos y en el mundo entero ha causado sensación” (Revista Cromos, 86(2135), 1958, p. 59).

La revista contó con artículos, columnas, fotografías y apartes exclusivos para la mujer, éstos estuvieron en manos de Graciela Elizalde, quien daba consejos de cocina, etiqueta y preparación de fiestas; Gloria de Arboleda, quien se encargaba de las entrevistas a diferentes personalidades; “Concha” una periodista anónima que aconsejaba sobre moda y estilo, además de resolver inquietudes sobre el cuidado personal en la columna *Siempre Bella* que, a mediados de los cincuenta, pasó a llamarse *Eterno Femenino*, dejando de lado el énfasis en los asuntos de belleza y centrándose en temas relacionados con la familia, las formas de vida, el amor, la religión, la educación, entre otros. Estos materiales le mostraron a la mujer que leía Cromos: “una belleza predefinida y elaborada para la idealización e identificación de lo que las mujeres colombianas debían ser, parecer, imitar o rechazar” (Cabrera, 2009, p. 38).

Finalmente, *La Portada* de la revista se compuso de imágenes, dibujos, grabados y, en su mayoría, fotografías de mujeres, sobre todo reinas de belleza, actrices de cine como Marilyn Monroe, damas de sociedad, entre otras. Las portadas en las cuales aparecieron hombres fueron muy pocas comparadas con las de las mujeres y se caracterizaron por: 1. Los hombres que acompañaban a una mujer: la pareja de la película en cartelera más destacada, los matrimonios de actualidad, los hombres de vida pública con sus familias y los edecanes de las reinas de belleza. 2. Los hombres históricamente importantes del país y del mundo (Simón Bolívar y Mao Tse Tung), los que en ese momento eran importantes (Rojas Pinilla y John F. Kennedy), algunos religiosos (Papa Pio XII), estrellas de cine (Charles Chaplin) y deportistas (Equipo de Fútbol del Santa Fe).

Los materiales seleccionados y sistematizados de este periodo fueron 476:

Tabla 5
Rastreo de fuente en la Revista Cromos década del cincuenta

Materiales y Secciones de la revista en la década del cincuenta

Secciones	Cantidad de Material
Portada	17
Exclusivo para Cromos	32
Cartas de Nueva York/ El Mundo desde Nueva York	17
Acontecimientos del Mundo/ Así va el Mundo/ El Mundo Marcha/ Observatorio	22
Nacional	25
Cultural/ Efemérides y Conocimientos Generales/ Cosas que se han dicho/ Pitigrilli habla de Pitigrilli/ El humor en el mundo/ Caricaturas/ Humor de Feiffer	52
Literatura	13
Mujer/ Siempre Bella / Eterno Femenino	10
Moda	6
Deportes y Toros	29
Cine y Espectáculo	26
Publicidad	199
Sociedad	28
Total	476

2.3 Contenidos de la revista en los años sesenta

En los sesenta el grupo editorial de Cromos estuvo compuesto por: Jaime Restrepo como

director y su tío Camilo Restrepo como subdirector. Gabriel Trillas²⁸, Jorge Cabaricio Briceño, Darío Mesa (crítico literario) y Juan Mattos eran jefes de redacción en diferentes momentos; Ugo Barti era el diseñador, su seudónimo *Armando Buitrago*, lo uso como caricaturista y crítico de cine (Giraldo, 2013); Clara Innés Corredor era la secretaria de redacción; Enrique Pedroza era el jefe de publicidad; Carmen Restrepo se encargó de la contabilidad; el jefe de producción era Eduardo Mendoza; el administrador era Guillermo Murcia; el jefe de tipografías era Gabriel Vargas; en fotomecánica estuvo a cargo Hernando Rincón y en Ofisset Carlos Molina; el jefe de circulación era Rafael Rojas; Alberto Yepes era el diagramador y Maximino Rabelo era el principal fotógrafo. Además de la administración, Cromos contó con aproximadamente 120 empleados más, entre los que se encontraban los operarios de máquinas, los celadores y las secretarias que se encargaban de pasar los artículos a máquina una vez habían sido corregidos por Rafael Pardo (Revista Cromos, 115(2522), 1966, pp. 34-60).

A mediados de los sesenta se mantuvo la dirección y la subdirección. Jorge Cabaricio Briceño como jefe de redacción tuvo a cargo varios redactores: Alejandro Vallejo, escritor y periodista (Cadavid, 2005); Elkin Mesa, periodista antioqueño y reconocido por programas como: *Protagonista el hombre*, *Sexología en Pantalla* y *Hola: Buenos días* (Cadavid, 2010); Lucy Nieto de Samper, periodista, hija del columnista y escritor Luis Eduardo Nieto Caballero (Restrepo, 2013); Sonia Osorio, quien se integró a la revista en 1965, bailarina y coreógrafa colombiana, fundadora del Ballet de Colombia y gestora del Carnaval de Barranquilla, esposa del pintor Alejandro Obregón (Traba, 1960).

En estos años, los corresponsales encargados de temas políticos y sociales, nacionales e internacionales, eran: Javier Auqué Lara; Juan Roca Lemus²⁹, José Pardo Llada³⁰, José M.

²⁸ “Corresponsal en Barcelona de la revista *Crónica de Madrid*, director del diario *Las Noticias de Barcelona*, órgano de la UGT de Cataluña. En Colombia fue jefe de redacción de *Cromos*, del periódico *El Liberal* y comentarista radiofónico”. Trillaz Blázquez, Gabriel. (2016). *Fundación Pablo Iglesias: Diccionario Biográfico*. Recuperado de http://www.fpabloiglesias.es/archivo-y-biblioteca/diccionario-biografico/biografias/5422_trillas-blazquez-gabriel. Consultado el 25 de junio del 2016.

²⁹ Poeta, diplomático, cuentista, pintor figurativo, biógrafo, impresionista, ensayista y novelista, quien desde el año de 1932 utilizó el seudónimo de *Rubayata* destacándose como redactor de *El País*, *El Siglo*, *El Debate*, *El Espectador*, *El Nuevo Tiempo*, *El Colombiano*, etc.; miembro de la Academia de Historia de Antioquia y de la Sociedad Bolivariana y cónsul general de Colombia en Francia. Páez Téllez, Gabriel Ángel. (2006).

Villalobos y Carlos H. Pareja³¹. Finalizando la década, los cargos administrativos continuaron y los corresponsales nacionales e internacionales se mantuvieron. Sin embargo, se amplió la participación de los colaboradores, entre los cuales estuvieron: Gonzalo Arango, creador del Movimiento Nadaísta, quien escribió para *Cromos* en la columna *La última página* y en otros espacios con el seudónimo “Aliocha” (Escobar, 1989); Humberto Cáceres, historiador, periodista, catedrático y político (Otero, (s.f.)); Eduardo Gómez, poeta, ensayista, periodista y profesor de literatura en diferentes universidades del país (Prometeo, 2008); Julio Nieto Bernal, político y periodista destacado en la radio nacional (Caracol Radio, 2009); Nachum Schwartz y Ana de Karpf, ésta última configuró el trio de las mujeres redactoras acompañando a Sonia Osorio y a Lucy Nieto de Samper (Revista *Cromos*, 115(2522), 1966, p. 55).

Los apartes y columnas de la revista dirigidas a la mujer continuaron y se ampliaron las corresponsales en el exterior para asumir las temáticas del mundo del cine y el espectáculo: Olga García Zapata en Nueva York, Inés y Cecilia Pedroza en Hollywood y Dolly Mejía³² en Barcelona. En los primeros años del periodo, los apartes y columnas sobre la mujer eran concentrados en una gran sección que Jaime Restrepo creó y nombró como *Cromos para Ellas* dirigida inicialmente por Magola Azuero de Gamboa, luego por Cecilia Schloos de Reyes y como colaboradoras Beatriz de Vieco, Lucy Nieto de Samper, Ofelia Wills y

Juan Roca Lemus (Rubayata). *Boletín Literario*. Recuperado de <http://www.ciudadocana.com/juan-roca-lemus-rubayata/>. Consultado el 19 de diciembre del 2015.

³⁰ Periodista cubano, presentador en el *Noticiero de las 7*, director del programa de radio *Mirado* en el aire de Todelar, Colaborador de *El Tiempo*, *el Diario de Occidente*, *Caracol Radio* y embajador de Colombia en la República Dominicana y en Noruega. José Pardo Llada, el periodista que se separó de Fidel y se enamoró de Cali. (2009). *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5801927>. Consultado el 20 de junio del 2016.

³¹ Periodista, poeta y escritor de relatos infantiles, usó el seudónimo literario *Simón Latino*, dueño de la Imprenta La Hora y de la Librería Gran Colombia, destacado profesor de leyes en la Universidad Nacional de Colombia y en la Universidad Libre. Simón Latino. (2016). En: Banco de la República (Eds.), *Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango: Antología de los mejores relatos infantiles*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ninos/relatoi/rela9.htm>. Consultado el 4 de julio del 2016.

³² Poeta antioqueña, redactora de planta del periódico *El Tiempo*, directora del suplemento literario del diario *La República*, colaboró en *El Colombiano*, trabajó en *El Liberal*, perteneció a la Asociación de Escritores y Artistas de Colombia y era cercana al movimiento literario Piedra y Cielo. Echavarría, Olga. (26 de junio de 2011). Dolly Mejía Moreno [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://poetadollymejiamoreno.blogspot.com.co/2012/06/dolly-mejia-moreno-nacio-en-jerico.html>. Consultado el 15 de julio del 2016.

Elvira Mendoza. Lucy Nieto se encargó de las crónicas sociales y culturales; Beatriz de Vieco y Ofelia Wills, quienes inicialmente aconsejaban a la mujer sobre su apariencia y los modales femeninos, modificaron su perspectiva y escribieron artículos críticos frente a la situación de la mujer y su rol político y social (Cubillos, 2014).

La sección *El Mundo desde Nueva York* desapareció, en su lugar se presentaron artículos sobre el mundo, principalmente sobre Estados Unidos, abordando temas políticos, económicos y sociales como *El vuelo de Shepard prelude de la "Operación Mercurio"* (Revista Cromos, 90(2288), 1961, p. 22), en este artículo se contó como en la carrera espacial entre Estados Unidos y Rusia los norteamericanos enviaron al oficial de marina Alan B. Shepard en un vuelo espacial en la primera nave sideral manejada por un piloto; dicho artículo continuó reflejando la lucha por el poder en medio de la Guerra Fría. También, se amplió la información de la sección *Observatorio* y continuaron primando las fotografías, ya sin los comentarios al pie que eran reemplazados por reseñas hasta con tres párrafos narrando los acontecimientos del mundo y del país. Generalmente los acontecimientos reportados continuaron reflejando el proceder de los hombres poderosos en la política y la economía mundial.

La sección *Nacional* continuó cubriendo la política, la economía y la sociedad colombiana con artículos como *Las Ciudadanas: La mujer se prepara a influir en los destinos de la patria* (Revista Cromos, 90(2318), 1961, p. 38), en este se cuenta como recibieron, algunas mujeres campesinas, la noticia de que tenían que registrarse para obtener su cédula de ciudadanía y los beneficios de ésta; este texto evidencia la lucha política de la mujer por sus derechos, en un momento en el cual el destino de la Nación se encontraba en manos de los hombres.

Exclusivo para Cromos continuó enfocándose en las mismas temáticas de los años cincuenta y su mirada permaneció en el acontecer internacional, sobre todo en Norteamérica; se destacaron artículos como *¿Por qué se divorcia Marilyn?* (Revista Cromos, 90(2267), 1960, p. 16), *En la Intimidad: Los Kennedy* (Revista Cromos, 90(2318), 1961, p. 23), *¿Cómo va el Comunismo?* (Revista Cromos, 111(2479), 1965, p. 6), etc. Esta sección llegó a ser privilegiada en la revista cuando se presentaron acontecimientos internacionales que requirieron de ésta para presentar la información bajo el formato de

Especial, el caso de la muerte J.F.K. con artículos como: *Duelo para la Democracia; J.F.K. ha muerto y 4 expresiones habituales de J. F. Kennedy* (Revista Cromos, 92(2416), 1963, p. 27- 40).

En esta sección se destacó la figura de John F. Kennedy, tanto durante su campaña presidencial y su periodo de gobierno, él encarnó el ideal de hombre moderno por excelencia: hombre físicamente apuesto, poderoso, reconocido públicamente y garante de virtudes como el honor, la valentía y la firmeza. Admirado porque entendía el poder y el valor de la palabra y en ello fundó su gestión, además, hizo de los espacios sociales herramientas políticas para que los votantes sintieran que se les tenía en cuenta; uno de los lemas que lo distinguió por su postura productiva y de hombre de acción era: “Comience temprano y trabaje hasta tarde” (Barners, 2009, p. 31).

La sección *Cultural* desapareció como un espacio de compilación de artículos y en ella se presentó información sobre conciertos de música, exposiciones en galerías, novedades en el ajedrez, conocimientos generales y el humor en columnas cortas en diferentes páginas. A las entrevistas de artistas y los reportajes sobre lo que acontecía a nivel cultural se le otorgaron espacios propios, se encontraron artículos internacionales como: *Adivinen cuál es el hombre?* (Revista Cromos, 111(2475), 1965 p. 18), donde relataba como en Inglaterra los denominados “Mods” eran jóvenes (mujeres y hombres) con apariencia andrógina, cuya forma de vestir impedía distinguir su género, la mujer no usaba vestidos y el hombre usaba camisas de corte femenino. A nivel nacional aparecieron artículos como *Seis Mujeres opinan sobre los hombres* (Revista Cromos, 92(2411), 1963, pp. 18-19) donde se comentan los nuevos cambios a nivel social, político y económico de la mujer en su proceso de emancipación.

En esta sección se reflejaron los cambios que el sistema capitalista y la modernidad impulsaba en esta década: pasar de una posición tradicional, controladora y coercitiva a la permisividad sexual y el individualismo imponiéndose un mercado de consumo y libertades que se opuso a la tradición y las reglas de la moral hegemónica que dominaba lo sexual y lo personal (Turner, 1989). Así, la naturaleza de la mujer en la sociedad moderna se modificó, su posición social y su sexualidad dejaron de ser controladas por las instituciones que le atribuyeron el deber de velar por el bienestar de la familia nuclear y mantener la estructura

del hogar, sin duda, la píldora como método de planificación familiar era un factor esencial en este proceso, con ella se hicieron posibles nuevas formas de relación entre hombres y mujeres, cambiaron los vínculos familiares y empezaron a relajarse las pautas de moral sexual.

Para las mujeres el divorcio se presentó como una posibilidad de ubicarse socialmente en otro lugar, en el artículo *Mujeres... Despierten!* (Revista Cromos, 111(2479), 1965. pp. 47-49) de Lucy Nieto de Samper, se expuso la posición favorable frente al divorcio de Lucila Rubio de Laverde, quién abanderó el movimiento feminista en Colombia: “El divorcio ratifica legalmente la distancia, el desamor, a veces el rencor profundo y hasta el odio. Quita el antifaz de las convenciones sociales” (Nieto, 1965, p. 6). Estas palabras dieron cuenta de los cambios sociales que se estaban dando no sólo para la mujer sino para el hombre; el matrimonio, que en un momento era un requisito para el caballero de éxito, estaba en duda y se hacía visible la *Crisis de la Masculinidad* con la mujer incursionando en el campo laboral, participando de los espacios públicos y contemplando el divorcio.

La sección *Literatura* continuó con los cuentos, novelas y poemas, sin embargo, apareció una columna escrita por Gonzalo Arango, titulada *Última Página*, en la cual éste opinaba sobre las obras de algunos escritores, presentaba algunos de sus cuentos y poemas, arrojaba sus pensamientos y describía diferentes aspectos de su movimiento *Los Nadaístas*. En *Confesiones de un seductor* manifestó su pensamiento sobre el amor:

Estos pensamientos que he pensado sobre el amor son la respuesta a una pregunta furtiva de una mujer burguesa. Ella quería saber que era para mí el amor, si una pasión sexual o un sentimiento del espíritu. Yo le dije con sumo respeto: -Señora, son las dos cosas pero en la cama. Como era célibe y de moral estoica, se escandalizó. Pero yo no tengo la culpa de que el rostro de la verdad sea, como en el caso del amor, un rostro desnudo. Mejor dicho, dos rostros desnudos (Revista Cromos, 112(2494), 1965, p. 72).

Gonzalo Arango representó en Cromos una opinión diferente que irrumpió en la cotidianidad de la cultura tradicional colombiana de la clase alta y media. La mayoría de sus columnas reflejaron su apoyo a las nuevas ideas emancipadoras que pretendían desestructurar el sistema social imperante y los ideales de la masculinidad moderna, promoviendo la irrelevancia del control sexual y legitimando el deseo y el placer, tanto para

hombres como para mujeres (Barnes, 2009).

La sección de *Deportes* y la columna de *Los Toros* no presentaron cambios en su dinámica, estas continuaron reflejando los deportes de la clase alta en su mayoría: el tenis, el golf, el polo, las carreras de caballos, etc. Eran infaltables los reportajes sobre el fútbol, el boxeo y el ciclismo: *El brillante y trágico destino de Fausto Coppi* (Revista Cromos, 89(2224), 1960, pp. 17-22), donde se hace un homenaje póstumo al ciclista que innovó con su técnica de entrenamiento y su régimen dietético. *Homenaje de Héroes para el seleccionado: Gol de Colombia* (Revista Cromos, 91(2342), 1962, p. 24), artículo que cuenta el reconocimiento hecho al equipo de fútbol colombiano por su excelente desempeño en el Mundial de Fútbol en Chile, en su último partido contra Rusia. Estos artículos muestran cómo se continuaron resaltando los valores masculinos por excelencia: la fuerza de voluntad, el honor, el valor y, por ende, el heroísmo. No se encontraron artículos relevantes sobre mujeres deportistas, fotografías con pequeñas reseñas en secciones como *Observatorio* eran la opción para difundir el desempeño de la mujer en los deportes, por tanto, los deportes y los toros respondieron, generalmente, a los intereses de los hombres.

La sección de *Cine y Espectáculo* desapareció y se reemplazó por diferentes artículos que se tomaron mayor cantidad de páginas y estuvieron acompañados por fotografías en gran formato, los cuales, continuaron cubriendo la vida de las estrellas del cine; entre los galanes distinguidos se encontraban: Sean Flynn, Burt Lancaster, Stewar Granger, Gregory Peck, Marlon Brando, Frank Sinatra, John Derek, etc. Entre las divas más destacadas: Elizabeth Taylor, Sophia Loren, Marilyn Monroe y Brigitte Bardot. En la columna *El Film de la Semana* se presentaron películas como *Divorcio a la Italiana* (Revista Cromos, 111(2477), 1965, pp. 7-8), sobre un hombre que cansado de su esposa, se propone molestarla hasta llevarla al punto de que ella le pide el divorcio; el hombre, arrepentido, busca resarcirse. Un ejemplo más de los cambios sociales en una década en la que se revalúan los estados de poder masculinos.

Marilyn Monroe era un personaje del mundo del cine y el espectáculo sobre el que se escribieron varios artículos al iniciar los años sesenta, ya que desde los años cincuenta hasta su muerte se consideró el objeto del deseo masculino: “Marilyn Monroe, cuya fama repentina y frenética nunca se ha igualado, ni fuera ni dentro de las películas [...] se

convirtió en la mujer de la que hablaba toda América [...] Ella tan increíblemente bella también era sincera” (Revista *Cromos*, 90(2294), 1961, p. 6).

La sección *Sociedad* de los años cincuenta se renombró en los sesenta como *Sociales*, ésta mantuvo la función de divulgar los eventos más destacados en las principales ciudades del país. Se destacaron las fiestas de corbata negra o blanca como los eventos que más se difundieron. Dichas fiestas reunían a las familias y personalidades más destacadas de la política y la economía del país, en ellas figuraron los hombres poderosos de clase alta, generalmente acompañados por sus esposas:

Banqueros, industriales, políticos, periodistas y otros distinguidos miembros de la sociedad, eran invitados por el doctor Guillermo Herrera Carrizosa y su señora, Georgina Camacho de Herrera, a la elegante comida de corbata negra que ofrecieron en el Jockey Club en honor del señor Eugene Northrop y su señora. La señora de Herrera recibió a sus invitados con un elegante vestido negro y la señora de Northrop llevó traje brocado y aderezo de perlas (Revista *Cromos*, 111(2477), 1965, p. 8).

Puede notarse en la cita como se resaltan las profesiones y los oficios de los asistentes a la reunión, en dicho periodo, propios casi exclusivamente de los hombres de clase alta. También, es destacable como se presenta primero al hombre y luego a su esposa y como ésta es nombrada como “de Herrera” y “de Northrop” aludiendo a la pertenencia. Por último, la descripción de los atuendos de la anfitriona y de la esposa del homenajeado, convenciones sociales propias de la clase alta, en las cuales, el rol de la mujer acompañante de su esposo, es dar cuenta del poder adquisitivo y el estatus social en el que se encuentran ubicados. La moda es considerada: “un signo externo y visible de las profundas alteraciones económicas, de los cambios en los roles sociales, de las formas de pensamiento y del mismo concepto que tienen los miembros de una sociedad” (Lurie, 1994, p. 79).

En los sesenta el contenido de la revista dirigido a la mujer se agrupó en la sección *Cromos para ellas*, donde precisamente *La Moda* tuvo un espacio, desapareciendo la sección. La elegancia y la clase estaban determinadas por el vestido, considerado como un modo manifiesto de la capacidad de consumo, que en la clase alta se asociaba con el lujo (Barnes, 2009), de ahí que se destacara la importancia de acompañar lo que se vestía con joyas, carteras y sombreros apropiados; también, la relevancia de los sastres y los almacenes que

traían modelos europeos provenientes de Inglaterra, Francia y España (Peña, 2014). El hombre no tuvo tanta atención frente al tema del vestido, existía cierta uniformidad para vestir en los caballeros: el traje. Lo que le daba a la figura del hombre elegancia y clase era el corte y el tipo de tela usado en el traje, además de objetos de lujo para acompañarlo como: mancornas, corbatas, sombreros, correas, etc., frecuentes en los anuncios publicitarios de la revista.

Cromos para ellas también dio lugar al aparte denominado *Sociales*, en el cual se destacaron las fiestas hechas por las mujeres pertenecientes a las familias de élite del país, las fiestas de cumpleaños, las presentaciones en sociedad y los matrimonios; también, se mostraron algunas mujeres en ciertos espacios que eran exclusivos de hombres: reuniones de partidos políticos, de empresarios e inclusive de intelectuales que se agrupaban en los cafés. El lente de las cámaras siempre se preocupó por mostrar que mujeres destacadas e importantes de la élite frecuentaban los espacios sociales, ya que la sección *Cromos para ellas* buscaba promover el nuevo lugar de la mujer.

Además de *La Moda* y *Sociales*, se hicieron pequeñas columnas como la de *Pregunte a Soledad*, en la cual se expusieron respuestas a inquietudes femeninas relacionadas con la belleza, los oficios del hogar, la cocina, el amor, etc. Finalmente, estaban los artículos sobre actualidad de la mujer, la mayoría de éstos abordaron asuntos como la mujer en el trabajo, las denominaciones de segundo sexo y sexo débil, el divorcio, etc.

La Portada de la revista continuó mostrando a las mujeres más bellas del mundo y el país, en esta década Marilyn Monroe y Brigitte Bardot acapararon las portadas, en el país, las reinas de belleza recibían al lector de la revista. En cuanto a los hombres, las estrellas de cine tuvieron este espacio como vitrina para la promoción de las películas, continuaron apareciendo las actrices acompañadas por el actor coprotagonista. Kennedy salió con mayor frecuencia, considerado el hombre del momento. Los hombres colombianos que aparecieron eran los presidentes y los políticos más destacados, además de éstos, los equipos de fútbol.

La portada era un espacio que se usaba para visibilizar los ideales masculinos: *Hombre exitoso, caballero y proveedor*: “La nueva familia de la Casa Blanca: John Kennedy (43 años), Jacqueline (30 años) y Carolina de dos años” (Revista *Cromos*, 90(2266), 1960, p.

1). *Hombre fuerte y valeroso*: “Shepard, americano, primer piloto cósmico” (Revista Cromos, 90(2288), 1961, p. 1). *Hombre Poderoso*: “Guillermo León Valencia” (Revista Cromos, 91(2336), 1962, p. 1); “Homenaje póstumo al doctor Laureano Gómez” (Revista Cromos, 113(2498), 1965, p. 1). La portada de una revista, como primer contenido que los lectores ven, debe llamar la atención y atraer a quien la tiene en sus manos, por eso ésta debe reflejar los deseos del lector, la Revista Cromos proyectó portadas que plasmaron los deseos masculinos: mujeres bellas y sensuales, hombres que encarnaban ideales admirables e imitables.

Tabla 6
Rastreo de fuente en la Revista Cromos década del sesenta

Materiales y Secciones de la revista en la década del sesenta

Secciones	Cantidad de Material
Portada	15
Exclusivo para Cromos	21
Cartas de Nueva York/ El Mundo desde Nueva York	4
Acontecimientos del Mundo/ Así va el Mundo/ El Mundo Marcha/ Observatorio	17
Nacional	11
Cultural/ Efemérides y Conocimientos Generales/ Cosas que se han dicho/ Pitigrilli habla de Pitigrilli/ El humor en el mundo/ Caricaturas/ Humor de Feiffer	33
Literatura	5
Cromos para ellas/ Pregúntele a Soledad	14
Moda	3
Deportes y Toros	8
Cine y Espectáculo	22
Publicidad	32
Sociales	25
Total	210

2.4 La Publicidad entre 1950- 1970

La publicidad de la Revista Cromos durante 1950-1970 dio cuenta de los productos que los nuevos mercados quisieron implantar en las mentalidades de los consumidores de clase alta y media del país. Estados Unidos, Inglaterra, España, Italia y Francia eran los países referentes, no sólo en cuanto a las necesidades y los objetos de consumo, sino frente a las políticas económicas y sociales que deseaba implementar Colombia en su camino a la modernidad. Los medios de comunicación eran el sistema propagandístico del capitalismo,

su capacidad de difusión moldeó las ideologías de consumo y de bienestar, en la clase alta y media del país, la comodidad y el lujo caracterizaron el estatus social (Villadiego, 2006).

La publicidad que pudo observarse en los diferentes números de Cromos, durante el periodo estudiado, mostró a los lectores imágenes de la modernidad que eran apropiadas por éstos de acuerdo con su contexto político, económico y social, de esta forma se instauraron dinámicas colectivas y estilos de vida que se fundaron en necesidades que debían cubrirse con objetos de consumo, en el caso de los hombres, estos objetos estuvieron definidos por la higiene, la salud, la belleza y la moda en su mayoría, tal como lo muestra la *Tabla 7*; el rol social, el lujo, el poder y el éxito, características que exaltaron los ideales de la masculinidad moderna. Entre los anuncios dirigidos al hombre estaba:

“Operación Ejecutivo: Un nuevo plan IMP para satisfacer las necesidades del ejecutivo progresista. Un conjunto de muebles de modernísimo diseño para la oficina del ejecutivo de alto nivel, que refleja la importancia y competencia del hombre efectivo y progresista” (Revista Cromos, 120(2592), 1967, p. 4).

En la publicidad, Cromos promovió el deseo del hombre apelando a las distinciones sociales, en las cuales, las aspiraciones para vivir mejor se reflejaron en los productos de lujo y exclusividad de la clase alta y la ascendente clase media, los hombres ubicados en ellas eran: el ejecutivo, el funcionario, el administrador, el político, el empresario, el intelectual y el artista reconocido y admirado socialmente, nunca el obrero. En la publicidad de la revista, entre 1950-1970, no se encontraron anuncios que ofrecieran productos de consumo para el hombre campesino u obrero, las imágenes reflejaron al hombre blanco, alto, caucásico, delgado, vestido de traje y con elementos que dieran cuenta de su profesión o su capacidad económica y adquisitiva: un traje, un maletín, un auto, un reloj lujosos, una mujer hermosa, etc.

Los anuncios publicitarios, al narrar la modernidad de forma convincente y significativa, llegaron al lector de Cromos con la idea del carácter selecto, los productos que como hombre moderno debía consumir: mercancías lujosas marcadas, etiquetadas y publicitadas, cuyo valor monetario y social, además de su uso, le atribuían distinción, estilo, prestigio y elegancia al consumidor. Así, la publicidad evidenció las necesidades y los deseos que

tenían los hombres de clase alta y media en su búsqueda por alcanzar los ideales de la masculinidad moderna.

Tabla 7

Anuncios publicitarios

Anuncios publicitarios sobre productos de consumo dirigidos hacia el hombre o relacionados con éste

Categorías	Cantidad de Anuncios
Anuncios de productos estéticos para la mujer relacionados con el hombre (labiales, cremas de manos, desodorantes, jabones, fajas, ropa, etc.)	25
Anuncios de Salud/Medicamentos	15
Anuncios de productos para la apariencia Física y la higiene (lociones, jabones, desodorantes, gel para cabello, cremas de afeitar, máquinas de afeitar, etc.)	51
Anuncios de Ropa (Trajes, camisas, pantalones, ropa interior, etc.)	26
Anuncios de productos relacionados con el rol de padre y esposo (alimentos y seguros de vida)	7
Anuncios de productos de consumo masculino (herramientas, aceites, llantas para carro, licores –cerveza, ron, vino-, etc.)	15
Anuncios de productos de consumo cotidiano (cigarrillos, chicles, gaseosas, billetes de lotería, etc.)	19
Anuncios de productos de lujo (carros, billeteras, relojes, maletines, viajes en avión, etc.)	22
Anuncios de escuelas técnicas (técnicas en radio y televisión)	18
Anuncios de restaurantes, bares y grupos musicales	4
Total	202

3. Contexto

El acontecer social, económico, político y cultural internacional y nacional guió los contenidos que Cromos presentó en cada una de sus secciones; dichos contenidos estuvieron dirigidos a la clase alta y media del país, en tanto éstas, conformadas por los políticos, industriales, intelectuales, funcionarios y demás personalidades *influyentes* del territorio eran los receptores y los modelos de los ideales del capitalismo, la modernidad y la masculinidad. Por estas razones se hizo necesario detenerse en: *Antecedentes* (El mundo, Latinoamérica y Colombia); *Década del cincuenta* y *Década del sesenta* y *Clases Sociales*, con la intención de evidenciar el tiempo-espacio en el que se encontraban inmersos el hombre, la masculinidad y la crisis de la masculinidad, vistos a través de la revista, entre 1950-1970.

3.1 Antecedentes

3.1.1 El Mundo

En la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) se desencadenó por diferentes motivos interrelacionados: la Primera Guerra Mundial (1914-1918); el movimiento comunista en la URSS; la desaparición del Imperio Austrohúngaro y el Imperio Alemán; la Gran Depresión económica en la década del treinta; la subida al poder del partido Nazi; entre otros. Sin embargo, la guerra se desató con la invasión de Alemania a Polonia que generó como reacción una declaración de guerra inminente por parte de Polonia, Francia, el Reino Unido e Irlanda del Norte a Alemania. Gran Bretaña asumió la mayor responsabilidad de la declaración y, en 1940, ya había agotado gran parte de sus recursos combatiendo, prácticamente en solitario, contra las fuerzas alemanas que permanecían intactas. Hitler decidió ofrecer la paz a los británicos pero Winston Churchill la negó exigiendo la liberación de todos los países ocupados y, en retaliación, Hitler autorizó la operación León Marino para invadir Gran Bretaña (Aracil et al., 1995).

A la coalición inicial, compuesta por Francia, Polonia, el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, se sumaron otros países que apoyaron la causa: parte del Commonwealth (Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Terranova y la Unión Sudafricana), el Raj británico y el Reino de Nepal. En 1940 se unió Francia Libre, Dinamarca, Noruega, Bélgica, Luxemburgo, los países Bajos y el Reino de Grecia. En los primeros meses de 1941 se unió el Reino de Yugoslavia y en junio de ese mismo año la URSS. Tras el ataque japonés de *Pearl Harbor* (7 de diciembre de 1941), Estados Unidos de América tomó la decisión de unirse en el mes de diciembre de 1941; luego lo hizo China y algunos países de América del Sur. En 1942, de todos estos países, se distinguieron como *Los Cuatro Grandes*: Reino Unido, la Unión Soviética, los Estados Unidos y China, en ellos recayó la política aliada. Con el paso del tiempo los aliados se mantuvieron firmes en su propósito por la destrucción del Nazismo. Hitler, en varios momentos, intentó presionar dicha alianza con el objetivo de romperla pero sólo logró una respuesta negativa para su campaña ya que sus unidades militares se redujeron al punto de perder el control de los territorios que ya había ocupado. Los aliados lograron su cometido y Hitler abrumado por la pérdida se suicidó el 30 de abril de 1945. En Europa la guerra finalizó con la captura de las fuerzas alemanas en Berlín por las fuerzas soviéticas y polacas, con ello, la rendición de Alemania el 8 de mayo de 1945. La guerra en Asia terminó el 15 de agosto de 1945 con la derrota de la Armada Imperial Japonesa, la invasión del archipiélago japonés y el bombardeo atómico sobre Hiroshima y Nagasaki por parte de Estados Unidos; además de la ocupación de Manchuria por la Unión Soviética (Aracil et al., 1995).

La victoria de los aliados transformó la política y la estructura social mundial: se creó la ONU (Organización de las Naciones Unidas) para la cooperación internacional y la prevención de futuros conflictos; la Unión Soviética y Estados Unidos retomaron el conflicto comunismo/capitalismo, estableciéndose como potencias mundiales, mientras las potencias europeas vieron reducida su influencia y las colonias en Asia y África obtuvieron su libertad; la economía emprendió el proceso de recuperación; surgió el “Tercer Mundo” y se retomaron las relaciones de posguerra.

Durante este periodo la masculinidad se asumió por el Comunismo como el reflejo de la fuerza y la belleza del trabajo: cuerpos activos, disciplinados y bien entrenados tanto para la

guerra como para el servicio productivo. Hombres “dedicados a la causa comunista, simples en sus hábitos, fuertes y silenciosos” (Mosse, 2000, p. 189). El Capitalismo por otro lado promovía un hombre con una “apariencia física pulcra, de cuerpo atlético y aspecto sano, exitoso, sociable y con una recta moral” (Mosse, 2000, p. 192). El Nazismo formaba una masculinidad que se derivaba de los griegos: un cuerpo atlético que reflejaba el recto espíritu, “el hombre alemán veía en el deporte no sólo el perfeccionamiento del cuerpo sino la realización de su visión de mundo” (Mosse, 2000, p. 197). Este hombre poseía virtudes como lealtad, honestidad, camaradería, obediencia, disciplina y coraje. Una masculinidad racista y que tenía su propio ideal de sangre y promovía “la primacía del ario ideal: alto, delgado, anchos hombros y pequeñas caderas, piel rosácea y cabello claro que se oscurecía con la edad” (Mosse, 2000, p. 199).

En los años cuarenta, Estados Unidos y la URSS, aliados en la Segunda Guerra Mundial, retomaron sus diferencias frente a los sistemas capitalista y comunista en la *Guerra Fría* (1947). En los primeros años, contó con la peculiaridad de que las decisiones no las tomaron los líderes de los gobiernos sino los diferentes servicios secretos de los dos países, la KGB y la CIA, los cuales se concentraron en el espionaje, estrategia que, además de ser responsables de las tensiones políticas, era la fuente de donde emergieron novelas y películas de espías. En Reino Unido, aliado de Estados Unidos, surgió uno de los personajes más recordados: “*James Bond* de Ian Fleming” (Hobsbawn, 1998, p. 232). Este representó los ideales de la masculinidad, tipificando al *Gentleman* inglés: hombre caucásico, de traje, educado, hábil, exitoso y conquistador, con virtudes como la fuerza de voluntad, el honor y el valor que lo llevaron a ser heroico.

El arte y la literatura del mundo vivían el periodo de las vanguardias, una revolución que consistió en la destrucción del arte tradicional y su reinención como respuesta o defensa frente al conflicto, la acelerada industrialización y la idea de productividad que se imponía. En medio de estas manifestaciones se destacaron artistas y literatos como Henry Matisse, Pablo Picasso, Charles-E. Jeanneret Le Corbusier, Marcel Duchamp, Carlo Carrà, Vicente Huidobro, Pedro Salinas, Federico García Lorca, Rafael Alberti, etc. Estos reflejaron en sus pinturas, arquitectura y textos la violencia y la angustia con la intención de romper con lo tradicional y dirigir la mirada hacia la libertad (Preckler, 2003). En tanto, la

masculinidad luchaba por mantener su lugar valiéndose de espacios de poder como la política, la economía y los medios de comunicación, etc. No en vano, Inglaterra y Alemania instituyeron, como política de Estado, la formación de sus jóvenes en las escuelas y universidades inculcando en ellos las virtudes del soldado (autocontrol, amor por el orden y la acción y el deseo de sacrificio) (Mosse, 2000). En estas décadas, el estereotipo del hombre masculino, de clase alta, era el hombre alto y esbelto, de traje, cabello corto y por accesorio principal el sombrero; el elegante inglés y el impecable alemán (Blackman, 2009).

3.1.2 Latinoamérica

La Segunda Guerra Mundial transformó las dinámicas políticas, económicas y sociales de Latinoamérica en la década del cuarenta. La premisa de que en un eventual ataque contra un Estado Americano, éste se consideraría como un ataque continental, llevó a que lo sucedido en *Pearl Harbor* y la entrada de Estados Unidos a la guerra incitara a algunas naciones latinoamericanas a sumarse al conflicto: Nicaragua, Honduras, El Salvador, Guatemala, Haití, República Dominicana, Panamá, Costa Rica y Cuba. Con la Conferencia de Río (enero de 1942) el resto de los países americanos, a excepción de Argentina y Chile, rompieron relaciones diplomáticas con el Eje. Esto lo aprovechó Estados Unidos para presionar a los Estados Latinoamericanos a firmar convenios bilaterales para usar bases militares y de reabastecimiento, con el propósito de fortalecer la ideología anti-nazi (Morales, 2009).

Las ideas nazi-fascistas que llegaron a América Latina, a países como México y Colombia, permearon a las clases altas ligadas a los procesos de modernización de estos países. Según Morales (2009) “el nazismo intentó obtener la confianza de los países latinoamericanos a través de procesos de persuasión, intriga y subversión” (p. 39): a Bolivia, Brasil, Paraguay, Argentina y Chile migraron los denominados pro-nazis y estos difundieron la propaganda antinorteamericana contra el sistema de seguridad interamericano; Italia, aliada de Alemania, tuvo varios grupos simpatizantes en países como Uruguay, Argentina, Venezuela y Brasil. Así, América del Sur se convirtió, en cierto momento, en un territorio

con una presencia fuerte de la ideología pro-nazi, hasta que las presiones económicas internas, las políticas populistas, los movimientos de izquierda, el ataque a la URSS y la presencia norteamericana llevaron a que las ideas pro-nazi se expulsaran y persiguieran a partir de 1941 (Morales, 2009).

Latinoamérica, durante este periodo, se caracterizó por la falta de conexión entre la sociedad rural y urbana, además de la rigidez en las estructuras sociales. En el campo la economía latifundista y en la ciudad la economía industrial; en medio de estas estuvieron los ideales de progreso con miras a la modernización. Los latifundistas se cerraron al mercado interno y se concentraron en las exportaciones, los industriales buscaron fortalecer la economía interna con la constitución de fábricas que garantizaron productos de circulación nacional que, en su momento, eran y pretendieron ser exportados (Morales, 2009).

Las mujeres latinoamericanas luchaban por tener participación política a través del sufragio, diferentes clases de movimientos de mujeres que habían surgido desde el siglo XIX, empezaron a propagar las ideas feministas radicales venidas de Europa a principios del siglo XX, éstas cuestionaban el tratamiento que le daba la ley a la mujer, la exclusión social y política para con ella. La lucha por el sufragio fue una de las primeras demandas de igualdad de las mujeres latinoamericanas, quienes amenazaron la masculinidad tradicional y sus estadios de poder, en países como Uruguay, Chile, Ecuador y México, en la década del cuarenta, las mujeres ya eran reconocidas como sujetos de derechos políticos y ejercían su derecho al voto (Molyneux, 2001). El hombre y la masculinidad tradicional, que mantenían la hegemonía, observaban como las mujeres cuyos espacios y roles se limitaban a la casa, las labores del hogar, el matrimonio y los hijos, empezaban hacer pequeñas incursiones en lo público e impactaban la política, guiadas hasta entonces por el dominio masculino, comenzaban a reclamar ahora su autonomía y en Latinoamérica esto inició con la acción de llevar los sufragios a las urnas (Molyneux, 2001).

El arte y la literatura lucharon por dejar el periodo del costumbrismo para entrar en el de las vanguardias; artistas y literatos latinoamericanos reflejaron en sus pinturas y en sus textos las realidades sociales, económicas y políticas de sus países y adoptaron corrientes internacionales como la abstracción, el surrealismo, el muralismo, etc., impulsando la

creación de escuelas de artes, movimientos literarios y medios impresos de información como revistas y boletines artísticos y literarios. La modernidad permeó este aspecto de la cultura latinoamericana, sin embargo, la marcada diferencia entre clases sociales (alta, media y obrera) hizo que su impacto estuviera, en gran medida, en la clase alta (Manrique, 2000).

Tal como en los países de Europa, las vanguardias trajeron consigo otras miradas del mundo y con ellas otras concepciones de mujer y de hombre, no con tal fuerza como se dio en Inglaterra, Alemania y Estados Unidos, ya que Latinoamérica se encontraba en medio de procesos políticos de corte populistas que buscaban equilibrar la diferencia de clases dando mayor participación al campesino y al obrero. La atención estuvo en reestructurar el poder mediante una idea de resistencia frente a la idea de progreso, la cual generó significativas diferencias sociales y económicas entre la élite (gobernantes) y la clase obrera, conflictos violentos por el poder político y un estado de inmovilidad frente a los acontecimientos del afuera, los cuales llegaron como información, una parte de ésta se asumió como imitación y adaptación (la civilidad, la moda, los objetos de consumo, etc.) y otra parte como dependencia económica, ya que los países latinoamericanos eran pobres, poco desarrollados y sus sistemas políticos y económicos dependían de la inversión de países como Estados Unidos e Inglaterra (Morales, 2009).

La circulación de ideas nuevas procedentes del exterior y difundidas por los medios de comunicación, hizo que la clase alta y media latinoamericanas acogieran los ideales de la masculinidad inglesa y norteamericana, de ahí el uso y la vigencia de los manuales de comportamiento y las normas de etiqueta como el *Manual de Carreño* que señalaban las maneras adecuadas de la apariencia física y el comportamiento del hombre y la mujer, en sus diversos roles y espacios, tanto públicos como privados (Pedraza, 1999). Estos manuales promovieron la *Masculinidad Hegemónica*, definida por Connell (1995) como: “la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres” (p. 73), y considerada como la *Masculinidad Tradicional* del hombre patriarcal que “asume una posición jerárquica de poder superior ante la mujer, la familia y otros hombres que carecen de hombría y virilidad” (González, 2005, p. 33).

3.1.3 Colombia

El triunfo de los liberales en 1930 impulsó el ascenso al poder de una élite con un proyecto modernizador que buscaba recuperar los aspectos políticos abandonados por los anteriores gobiernos: instauraron el sufragio universal directo; promovieron la participación política popular mediante la movilización de las masas, el sindicalismo y la libertad de manifestarse públicamente; distribuyeron libros y cartillas en la población trabajadora, tanto del campo como de la ciudad, con la intención de mejorar las condiciones de vida materiales y espirituales de la clase obrera (Silva, 2008); difundieron nuevos conocimientos para formar hábitos modernos utilizando medios de comunicación como la radio, el cine y la música grabada (Sánchez, 2006); además de tratar de consolidar la soberanía del Estado frente a la Iglesia.

El proyecto liberal fracasó y se atribuye a la pausa que hizo el presidente López a su plan de gobierno “La Revolución en Marcha” (1934-1938); a la dificultad para convocar una movilización social que permitiera desestructurar el clientelismo del Estado y el poder económico concentrado en el dominio de la ruralidad; al predominio de una visión conservadora en contra de la participación política popular, concentrada en el fortalecimiento de las élites económicas y políticas dominantes (dirigentes industriales), enfocada en relaciones laborales paternalistas y de control económico, social y cultural de los sectores laborales (los obreros, los jornaleros, los campesinos y sus pequeñas parcelas) con el apoyo de la Iglesia (Melo, 1990).

A pesar de lo anterior, la propuesta gaitanista (1944-1948) movilizó la clase obrera prometiéndole un lugar y unas garantías, no obstante, dicha movilización sucumbió al enfrentamiento entre liberales y conservadores que llegó a su punto álgido el 9 de abril de 1948 con la muerte de Jorge Eliécer Gaitán, quien se había convertido en un caudillo liberal. Su muerte provocó levantamientos violentos y varias ciudades entraron en un estado de desobediencia y desorden. En Bogotá: “[...] en la ciudad reinaba el caos: ardían los edificios y hordas enloquecidas saqueaban el comercio y destruían cuanto encontraban a su paso” (Nieto, 1998, p. 45). Hasta 1949 los conflictos entre conservadores y liberales

continuaron afectando la vida en la ciudad, en Medellín los *Aplanchadores*³³ irrumpían en bares y cafés buscando liberales *nueveabrileros* y comunistas, estos últimos fomentaban la agremiación de los trabajadores, sin embargo, ante la resistencia de los conservadores, se ubicaron en la clandestinidad huyendo de la persecución.

Además de las anteriores situaciones que tenían al país en conflicto, Colombia debió asumir su posición en la Segunda Guerra Mundial, esta decisión se generó con la declaración de guerra de Estados Unidos, el Estado colombiano se alió con este país por los acuerdos firmados en las conferencias de Lima, Panamá y La Habana; también, porque la Lista Proclamada de Nacionales Bloqueados, generada por Estados Unidos, obligó a que Colombia dictara normas contra alemanes, italianos y japoneses residentes en el país. Así, la participación en la guerra se caracterizó por un apoyo diplomático y de empatía con los logros de los aliados (Vera, 2007).

En los anteriores procesos, el hombre colombiano se encontraba en medio de un conflicto violento por el poder, además de la afanada carrera hacia la modernidad y la industrialización. Tuvo como referentes de masculinidad al hombre norteamericano, inglés y alemán que llegaron a él mediante diferentes medios escritos como periódicos y revistas. En dichos medios el cuerpo masculino se configuró como objeto de idealización, asociando su figura a la del soldado (hombre con un cuerpo esbelto y saludable que diera cuenta de la fuerza, la capacidad de acción y el vigor, sin rastros de mestizajes) y el proveedor (trabajador). La mujer apareció como un elemento consumidor, hacia ella se dirigieron productos de belleza, salud y hogar que la mantenían en su rol de madre y esposa (Niño, 2016).

A pesar de que la literatura y el arte modernos colombianos, en ese momento, pusieron en circulación los nuevos lenguajes de vanguardia que replanteaban algunos ideales culturales respecto al hombre y la mujer en sus roles, las clases sociales y la realidad nacional; y que medios de comunicación escrita, entre ellos la Revista Cromos, presentaban artículos de

³³ *Los Aplanchadores* eran un grupo de conservadores liderado por los hermanos Eduardo y Pedro J. Berrio González que se oponían al grupo liberal denominado *Los Dionisiacos* encabezado por Dionisio Arango Ferrer. Tirado Mejía, Álvaro. (1989). *Nueva Historia de Colombia. Historia Política 1946-1986. Tomo II*. Bogotá: Planeta.

corte internacional que informaban sobre la realidad de la lucha por los derechos civiles femeninos en países como Estados Unidos e Inglaterra; en Colombia se mantuvo una posición de defensa de la *Masculinidad Hegemónica* para garantizar los ideales masculinos y femeninos tradicionales, por tanto, se señalaron como negativas las ideas feministas y los intereses y avances científicos relacionados con la sexualidad. Sin embargo, la moda y el consumo se impusieron como imitación y adaptación, por ello, el hombre y la mujer colombianos, de clase alta, vistieron y adoptaron comportamientos de consumo de los hombres y mujeres norteamericanos y europeos (Niño, 2016).

3.2 La década del cincuenta

Los años cincuenta iniciaron bajo el gobierno de Laureano Gómez³⁴, quien “[...] decidió favorecer los intereses de la oligarquía y se comprometió a tomar medidas enérgicas y eficaces para impulsar los negocios, desarrollar las industrias y atraer los capitales extranjeros” (Zambrano, 1999, p. 759). Estos objetivos se apoyaron en instituciones represivas y de coacción. Sin embargo, Laureano Gómez sufrió un síncope cardíaco que lo alejó del poder en 1951, dejando a cargo a Roberto Urdaneta Arbeláez³⁵, ministro de guerra; a partir de ese momento la violencia entre los partidos conservador y liberal aumentó, además, los desacuerdos entre Gómez y Urdaneta generaron un desequilibrio en las políticas de Estado.

Entre 1950 y 1953 el país se encontraba inmerso en los acontecimientos de la Guerra de Corea, en respaldo a Estados Unidos y su enfrentamiento con la Unión Soviética (Meléndez, 2015): “la estación de Cali durante la despedida ofrecida por el Club los Leones a los 150 soldados de la Tercera Brigada que van a formar parte del Batallón Colombia que

³⁴ Presidente de la República de Colombia entre 1950-1951. Ingeniero civil de la Universidad Nacional, periodista y político. (Bogotá 1889- Bogotá 1965). Córdoba Restrepo, Juan Felipe. (2016). Gómez Castro, Laureano. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/gomelaur.htm>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.

³⁵ Doctor en Derecho de la Universidad Nacional de Colombia, Presidente de la República de Colombia, en calidad de designado, entre el 5 de noviembre de 1951 y el 13 de junio de 1953. (Bogotá 1890- Bogotá 1972). Ocampo López, Javier. (2016). Urdaneta Arbeláez, Roberto. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/urdaalbe.htm>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.

irá a pelear con las otras fuerzas de Las Naciones Unidas en Corea” (Revista Cromos, *LXXI*(1767), 1951, p. 23). Además, la economía del país estaba concentrada en invertir en el campo para la producción de materias primas, para la fabricación de productos industriales y para la alimentación de la creciente población. Esta inversión como estrategia de modernización del campo iba en contra de la pequeña propiedad afectando a un campesinado vulnerable por la violencia sectaria y que migró a las ciudades generando una crisis social ya que las ciudades no podían responder a las demandas de vivienda, servicios, vías, educación, salud, empleo, etc.; creció la miseria, la inseguridad y la violencia (Mejía et al., 1994).

Al gobierno de Laureano Gómez lo depuso el Golpe de Estado del Teniente Coronel Gustavo Rojas Pinilla³⁶, declarado presidente el 13 de junio de 1953; la Revista Cromos refleja en sus páginas la simpatía por el gobierno de Rojas en la concurrida asistencia de obreros en el desfile del presidente por la calle 7ª hasta el Parque Bolívar: “Como homenaje al presidente de la República, los trabajadores organizaron una nutrida manifestación en la que participaron millares de obreros agrupados bajo las banderas de sus sindicatos” (Revista Cromos, *LXXV*(1891), 1953, p. 31).

El gobierno del Coronel se trazó varios objetivos como la pacificación del territorio, el restablecimiento de la institucionalidad democrática, el fortalecimiento de la Iglesia Católica para debilitar la evangelización protestante, etc. No obstante, impuso la censura a los medios de comunicación del país castigando con prisión a quienes publicaran material que insultara a las autoridades. La mayoría de los medios acataron la prohibición y hubo un silencio en cuanto al cubrimiento de varias situaciones de violencia bipartidista y no se dio voz a la oposición, por tanto, los periódicos y las revistas se concentraron en mostrar el desarrollo y el mejoramiento de las infraestructuras del país, el proceso de modernización y el devenir de la Guerra Fría (Melo, 1990).

³⁶ Militar y estadista boyacense, Presidente de la República de Colombia entre 1953 y 1957. (Tunja 1900-Bogotá 1975). Ocampo López, Javier. (2016). Rojas Pinilla, Gustavo. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/rojagust2.htm>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.

Rojas Pinilla durante su gobierno logró invisibilizar la violencia partidista, propuso una tregua con las movilizaciones liberales dándole prevalencia al ejército en su sistema de gobierno, patrocinó la construcción de significativas obras de infraestructura (autopistas, edificios de instituciones públicas, el Aeropuerto El Dorado, entre otras), en 1954 reconoció el derecho al voto para las mujeres, etc. No obstante, el 10 de mayo de 1957 el general entregó el poder a una junta militar por él nombrada. Los partidos, conservador y liberal, reclamaron el derecho que tenían los colombianos de designar al presidente en elecciones libres y rechazaron cualquier intento de prolongar la dictadura (Melo, 1990).

La partida de Rojas del gobierno trajo consigo la preocupación económica por el producto de exportación más importante de Colombia, el café: “El café es termómetro irremplazable de nuestra economía: Perspectiva de dólares caros e inflación. Los arrendamientos y balances bancarios” (Revista Cromos, 86(2122), 1958, p. 18). La inflación generó desequilibrios en la economía y el nuevo gobierno de Alberto Lleras Camargo (1958-1962), primer presidente del Frente Nacional³⁷, presentó varias estrategias para recuperar los balances financieros y el mercado del café, producto nacional por excelencia: impuestos que aumentaron el costo de vida para las clases media y obrera (Revista Cromos, 86(2122), 1958), reestructuración de las instituciones estatales, colaboración bipartidista en las tres ramas del poder, campañas para la erradicación de la violencia de las zonas rurales, entre otras (Acevedo y Pinto, 2015).

En los dos años finales de la década del cincuenta los movimientos literarios y culturales se tomaron las ciudades: el *Nadaísmo* en Medellín (1957-1976) se presentó con un *Manifiesto* escrito por Gonzalo Arango y que atrajo a varios jóvenes que estaban cansados del sistema

³⁷ Una estrategia política bipartidista: “[...] ayudó a contener la violencia bipartidista que experimentaban las regiones, así como a fortalecer las principales instituciones republicanas [...] cerró las puertas de la participación política a otros movimientos y grupos sociales, amparado en la idea según la cual sólo los partidos mayoritarios del país, el liberal y el conservador, lograban, en efecto, representar los diferentes intereses de la población. De esta manera, el bipartidismo colombiano pudo impedir que una serie de nuevas ideas, transformaran la política tradicional”. Acevedo Tarazona, Álvaro y Pinto Malaver, Martha Liliana. Contienda electoral durante el Frente Nacional (1958-1974): Las caricaturas de Chapete sobre Rojas Pinilla y la ANAPO en Colombia. (2015). *Revista de Historia Regional y Local*, 7(13), p. 305. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.eafit.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=501011bb-c63b-4fe4-9d9f-5c797959a7e9@sessionmgr103&vid=5&hid=121>. Consultado el 8 de junio del 2016.

imperante y la sociedad tradicional. El Nadaísmo se movilizó por las calles entre bares y cafés constituyéndose en un movimiento literario y social que acogía a la juventud:

Para que nadie dudara que éramos los profetas de la nueva oscuridad, y por tanto geniales, locos y peligrosos, saqué un florero de mi chaqueta y lo estrellé contra la pared para simbolizar que se iniciaba una nueva era en el arte y en la vida [...] Al día siguiente, a las 5 de la tarde, me esperaban cincuenta jóvenes en La Tertulia en cumplimiento de una cita que les había dado para integrar la dirección del nadaísmo caleño (Arango, 1966, p. 22).

Durante esos dos últimos años el conflicto de la Guerra Fría se hizo más latente y la mirada del mundo se volvió sobre Latinoamérica, especialmente sobre Cuba por la revolución que consiguió el triunfo entre 1958 y 1959. El país siguió los devenires de la Guerra Fría y la Revolución Cubana, a través de artículos de la Revista Cromos: “Y ahora ¿Hacia dónde va Cuba?” (Revista Cromos, 88(2170), 1959, pp. 37-38), “Ejecución a la revolucionaria en Cuba” (Revista Cromos, 88(2172), 1959, pp. 35-36). En ese momento el hombre y la mujer latinoamericanos respondían a las relaciones de género tradicionales en las cuales la mujer representaba la pasividad y el hombre la actividad. Sin embargo, en países como Argentina, Chile y Perú un porcentaje importante de mujeres de clase media y obrera pasaban de la pasividad a la actividad incursionando en el mercado de trabajo para buscar ingresos que complementaran los de su pareja y así mejorar la calidad de vida de sus hogares o directamente para proveerlos ante la ausencia del varón. Iniciaba un proceso de empoderamiento de las mujeres: creciente autonomía por ingresos propios, más años de escolaridad y mayor calificación de los puestos de trabajo que ocupaban (Olavarría, 2003). Estos acontecimientos finales de la década del cincuenta representaron para Colombia el cuestionamiento social y cultural de los valores tradicionales y de élite por unos grupos sociales que poca voz habían tenido, la juventud y el comunismo: el hombre de clase alta y/o media, inmerso en la *Masculinidad Hegemónica*, cuyos actos de fuerza y poder se vieron reflejados en lo militar y en las contiendas políticas partidistas, empezó a percibir como sus valores e ideales tradicionales, basados en la hombría y la virilidad, ya no eran suficientes para asumir el proyecto modernizador capitalista, cuyo núcleo era la familia y el mantenimiento del orden.

3.3 La década del sesenta

El Frente Nacional dio continuidad al proceso modernizador del país y buscó terminar con el periodo violento y los enfrentamientos partidistas, sin embargo, se consideró un pacto antidemocrático de alternancia política en el cual los partidos liberal y conservador eran estimados como los únicos para gobernar el país, apoyados en las élites empresariales y la Iglesia, situación que agudizó las diferencias entre lo rural y lo urbano, que en un momento se manifestaron como: los bandoleros y revolucionarios en contra de los políticos y los empresarios (Martz, 1969).

Lleras Camargo, primer presidente del Frente Nacional entre 1958-1962, asumió un país con restos de una dictadura militar autoritaria y conservadora; algunos simpatizantes de Rojas Pinilla, que continuaban en las filas militares, se le opusieron al iniciar su gobierno: “Los últimos aleteos: No entienden la política nueva pero comprenden que se van quedando solos. A pesar de la claridad, de la lógica y la necesidad urgente del sistema político del Frente Nacional, aún quedan ciertos resabios” (Revista Cromos, 86(2135), 1958, p. 51). Entre sus estrategias de gobierno estuvo la inspección al sistema de crédito y al gasto público del Estado como una forma de evitar el clientelismo, el fomento de la producción agrícola e industrial en los sectores de consumo básico, materias primas y bienes de capital consolidando las importaciones e impulsando la exportación.

El conservador Guillermo León Valencia³⁸, segundo gobernante del Frente Nacional (1962-1966), enfrentó la crisis económica que aceleró la caída de los precios del café devaluando el peso y creando nuevos impuestos; el desequilibrio político por los fuertes conflictos de violencia política en el país; la inflación con la disminución de los salarios reales; la subversión guerrillera; las protestas estudiantiles lideradas por el movimiento Frente Unido; los secuestros de industriales y la amenaza de un golpe de Estado que pensaba ejecutar el

³⁸ Abogado y Presidente de la República durante el período 1962-1966. (Popayán 1909- Nueva York 1971). Méndez Valencia, Alexandra. (2016). Valencia, Guillermo León. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/guillermo-valencia-hijo>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.

General Alberto Ruiz Novoa³⁹. Estos acontecimientos evidenciaron el deterioro de su mandato. Para contrarrestar las anteriores situaciones, Valencia cubrió los puestos públicos llamando tanto a conservadores como liberales; pacificó parte del país a través de acciones cívico-militares coercitivas enfrentando a los bandoleros, los grupos violentos de las ciudades y los movimientos de izquierda; reconoció parte de la oposición como el Movimiento Revolucionario Liberal (MRL) y la Alianza Nacional Popular (ANAPO); entre otras (Bermúdez, 1995).

El gobierno de Carlos Lleras Restrepo⁴⁰ (1966-1970) contó con un aparato estatal que se centró en el crecimiento económico, la redistribución de la riqueza y la autonomía nacional con una economía eficaz. Para esto fortaleció el Poder Ejecutivo; realizó la Reforma Constitucional de 1968; impulsó la Reforma Agraria y la creación del Mercado Común Andino; reorientó la economía desde el modelo de sustitución de importaciones hacia la promoción de exportaciones y recordado por crear instituciones como: Instituto Nacional del Transporte (INTRA), Instituto Nacional de Recursos Naturales Renovables (INDERENA), Fondo Nacional de Ahorro (FNA), Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura), Instituto Colombiano de la Juventud y el Deporte (Coldeportes), Fondo de Promoción de Exportaciones (PROEXPO), Instituto Colombiano de Comercio Exterior (INCOMEX) y Empresa Colombiana de Minas (Ecominas) (Bermúdez, 1995).

Mientras el Frente Nacional seguía su curso, la Guerra Fría no se detuvo. En 1960, se eligió a John F. Kennedy como presidente de los Estados Unidos, su gobierno respaldó el Movimiento de los Derechos Civiles al interior del territorio norteamericano y su política exterior asumió la invasión de Bahía de Cochinos, la crisis de los misiles en Cuba, la construcción del Muro de Berlín, los inicios de la Guerra de Vietnam, entre otros

³⁹ Ministro del Presidente Guillermo León Valencia (1962-1966) y comandante del Batallón Colombia en la Guerra de Corea (1950-1953). (Bucaramanga 1917- Bogotá 2017). Redacción Judicial. (2017). Muere a sus 100 años el general Alberto Ruiz Novoa. *El Espectador*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/judicial/muere-sus-100-anos-el-general-alberto-ruiz-novoa-articulo-674798>. Consultado el 17 de junio de 2017.

⁴⁰ Presidente de Colombia del partido Liberal (1966 y 1970). (Bogotá 1908- Bogotá 1990). Lleras Restrepo, Carlos. (2016). *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/lleras1.htm>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.

acontecimientos. Colombia continuó respaldando a Estados Unidos en sus políticas anticomunistas tratando de conservar la economía de exportación y siendo el ejemplo a seguir del programa la Alianza para el Progreso, ya que se consideró el país de Latinoamérica que recibió más crédito de Estados Unidos y de las instituciones internacionales manejadas por esta nación (Tirado, 2016).

Colombia estaba inmersa en la crisis social y económica que presentaba América Latina. Los diferentes países trataban de implementar políticas que resolvieran, en cierta medida, el aumento acelerado de la población, las consecuencias de la economía monoprodutora, el ingreso *per cápita*, la miseria colectiva y la proletarización de las masas que se movilizaba con revoluciones por diferentes territorios, este era el caso de Cuba; dichas revoluciones generaron temor en países de economías y políticas capitalistas, conservadoras y tradicionales como Colombia pues, en cierta medida, temieron perder la protección política y el respaldo económico de los Estados Unidos (Revista Cromos, 93(2438), 1964).

En cuanto lo social y cultural, los años sesenta eran una fractura de acuerdo con Álvaro Tirado Mejía (2016):

[...] una revolución en la cultura de occidente por muchas razones: [...] desde la música, con el Rock, los Beatles, el atuendo diferente, no tradicional, la vida sexual, la participación afortunada de la mujer cada vez más grande e importante en la vida social, fenómenos como el control de la natalidad a través de la píldora anticonceptiva que precisamente se desarrolla en los años sesenta y que le permite a la mujer, entre otras cosas, disponer de su cuerpo y de su vida sexual (pp. 298-299).

En Latinoamérica la píldora generó numerosos debates en los medios de comunicación: de un lado estaban los que cuestionaban sus efectos en la salud de las mujeres y también en la moral, y de otro aquellos que celebraban poder escindir el placer sexual de la procreación, brindar una alternativa eficaz para que las parejas pudieran decidir libre y responsablemente sobre su reproducción y así atacar el problema del aborto, además de controlar la tasa de natalidad, ya que aumentaba aceleradamente la población. En Argentina por ejemplo: “la píldora fue una oportunidad de proteger la soberanía del país al que consideraban “despoblado” y desprotegido ante la amenaza de la “explosión demográfica” y el creciente intervencionismo norteamericano” (Felitti, 2008, p. 161).

En algunos gobiernos latinoamericanos, como los de Argentina y Chile, las reacciones frente a la píldora fueron: se emprendieron campañas e instauraron políticas sobre población; la Iglesia Católica instó a la no planificación o uso de ésta y sí a asumir la voluntad de la providencia; la política de izquierda denunció este método de planificación como una nueva manifestación del imperialismo yanqui a través de los discursos científicos y el poder de las grandes compañías farmacéuticas; algunos movimientos feministas criticaron que las mujeres fueran tomadas como conejillos de indias para probar nuevas fórmulas de control natal. Así, estas reacciones ubicaron a la píldora anticonceptiva en un escenario complejo, en el cual existían dos posiciones: la primera era la satisfacción por un método exclusivamente femenino de alta eficacia, que no interfería en el coito y que podía usarse más allá del consentimiento masculino, y la segunda era el rechazo a las políticas demográficas y a la utilización de los cuerpos femeninos como campo de prueba médica y herramienta geopolítica (Felitti, 2008).

La sociedad colombiana, en medio de este escenario, asumió que elementos como la píldora, provenientes de Estados Unidos, Inglaterra, España y Francia, modificaban las estructuras del pensamiento tradicional del país, y antes que ponerse en una postura de resistencia, los dieron a conocer, la Revista Cromos presentó estos elementos a la mujer colombiana desde una posición de libertad en la que comenzaban los tiempos de oportunidad y de reconocimiento de derechos: “Gracias a los progresos de la biología y la genética la mujer no está sometida a su cuerpo como a una fatalidad; está cada vez menos subordinada a la naturaleza, se siente más y más libres de elegir, como lo hace el hombre, su propio destino” (Revista Cromos, 116(2545), 1966, p. 24).

En los años sesenta la revista también mostró cómo se le hicieron cuestionamientos al hombre tradicional y sus ideales masculinos: “Lo que quiere decir un jovencito que lleva el pelo largo puede ser: “No nos da miedo mostrar lo que ustedes llamarían rasgos “femeninos” [...] tenemos sentimientos, debilidades, ternuras, somos humanos. Nosotros estamos desafiando a esos hombres rudos que no pestañean ante nada” (Revista Cromos, 123(2622), 1968, p. 2). Así, para los jóvenes eran años de visibilidad en los que expusieron sus pensamientos antiautoritarios: “Los Nadaístas colombianos constituyen una agrupación de jóvenes que pintan, que escriben versos y novelas, y de otros que no hacen nada. Por eso

el sinónimo de “nadaísta”, es no hacer nada. Son los eternos existencialistas que en nada creen” (Revista Cromos, *III*(2470), 1965, p. 24).

Los cuestionamientos a la masculinidad tradicional no fueron propios solo del país, en Latinoamérica, desde lo político y sus ideales, surgió la denominada “masculinidad del guerrillero” (Goosses, 2001, p. 207), los grupos guerrilleros de Cuba, Nicaragua y Colombia consideraban que la masculinidad estaba cimentada en el riesgo, el desafío y la capacidad de subir a la montaña marchando por terrenos inescudriñables, escabrosos y fangosos; la capacidad de encender fuego en la montaña a pesar de la humedad; de cazar, preparar y comer un mono; de sostener una lámpara sin ser visto; de soportar el frío y las incomodidades, etc. Mientras, el hombre tradicional buscaba la comodidad y la seguridad (Goosses, 2001).

Ante los cuestionamientos hechos a los ideales del hombre tradicional, en un momento en que la Crisis de la Masculinidad se develaba, la Iglesia, que tenía una posición moralizante, conservadora y tradicional, con el Concilio Vaticano Segundo (1962-1965) inició un proceso de apertura a las nuevas ideas y a la participación en la vida moderna, surgieron así movimientos como la Teología de la Liberación y el ELN, que tuvo entre sus filas a Camilo Torres⁴¹. No obstante, la Iglesia no presentó una apertura inmediata, la mayoría de los sacerdotes desde los púlpitos sermoneaban criticando los nuevos ideales juveniles; la nueva situación de la mujer que había dejado de ser ama de casa y madre protectora para convertirse en trabajadora, distanciándose de los deberes con su hogar; el divorcio; el libertinaje y la falta de pudor de las mujeres para vestirse y para asumir su sexualidad al planificar y tener relaciones sin cumplir con el sagrado sacramento del matrimonio. Los sesentas eran un momento en que la Iglesia comenzó a perder su poder y dominio, tanto en los asuntos de Estado como en aquellos en que direccionaba un orden social a través de dogmas, tradiciones, costumbres, rituales y prácticas, ya que todos éstos eran cuestionados y muchos dejaron de hacerse (Tirado, 2016).

⁴¹ Sacerdote católico, gestor de la Teología de la Liberación, fundador de la facultad de sociología de la Universidad Nacional de Colombia y miembro del Ejército de Liberación Nacional (ELN). (Bogotá 1929-Santander 1966). Rueda Enciso, José Eduardo. (2016). Torres Restrepo, Camilo. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/camilo-torres-restrepo>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.

La década del sesenta significó para el mundo y para Colombia un periodo de revolución social y cultural de las costumbres, los hábitos personales y sociales, los comportamientos, los valores, la moral, los modos de ser, vestir, consumir y tener. Este cambio se manifestó con fuerza en el arte y la literatura: eran los músicos, los actores, los artistas plásticos, los intelectuales y los escritores los que plantearon que el mayor problema de Occidente en su época estaba en la contradicción del proyecto de modernización y sus ideas de progreso, ya que éste era un monopolio controlado por las elites económicas y la clase alta que promovían los ideales de la *Masculinidad Hegemónica*. Por estas razones los movimientos sociales, tanto estudiantiles como revolucionarios, se levantaron; los jóvenes cuestionaron los comportamientos y el pensamiento tradicional instalado; los literatos - El *Boom* de la Literatura (realismo y realismo mágico)- escribieron sobre temas como el poder, el abuso de las oligarquías, el miedo y la represión de las dictaduras, la cotidianidad, el campo y la ciudad, entre otros. Surgieron nuevos paradigmas estéticos e inició la búsqueda de un nuevo sistema de valores (Acevedo y Restrepo, 2012).

La década del sesenta fue un momento de Crisis de la Masculinidad en el cual los ideales tradicionales del hombre (hombría y virilidad) se vieron afectados por las libertades y el reconocimiento público que adquirió la mujer (uso de la píldora, acceso a la educación y al trabajo, el voto, etc.), la juventud que generaba movimientos o grupos sociales y culturales que cuestionaban el orden y la tradición establecida y la visibilidad de la homosexualidad, aunque en Colombia y en América Latina fue ignorada y castigada, era latente en Europa y llegaban las noticias de la existencia de sujetos nacidos hombres pero que se comportaban, vestían, lucían y habían modificado su cuerpo para ser mujeres, y eran reconocidos como tales. Este panorama implicó para el hombre tradicional latinoamericano, propio de países como México, Colombia, Perú, etc., empezar a compartir sus espacios de poder en lo público y lo privado, y “ceder su posición hegemónica en el mundo como líder en lo político, lo económico, lo social y lo cultural” (Gutmann, 1999, p. 262).

3.4 Clases sociales

En los primeros años de la década del cincuenta existía una diferencia marcada entre los ricos y los pobres, una vez se logró la apertura de la economía de los países latinoamericanos, mediante la redistribución de la renta nacional, en el proyecto modernizador, la Clase Media empezó a instaurarse, integrada por profesionales y empleados que conformaron el sector de los servicios garantizando la fluidez de la economía interna y materializando las ideas de progreso en el camino de la modernidad (Pla, 1969). Ya en los años sesenta las clases alta, media y obrera eran completamente visibles y diferenciadas, sin embargo, los procesos de ruptura social y cultural, que se dieron en este periodo, empezaron a reconfigurarlas a través de libertades y derechos que se reconocieron a mujeres, campesinos y obreros mediante luchas políticas.

El capitalismo era el escenario en el cual actuaban las diferentes clases sociales de los años cincuenta y sesenta en Colombia. La modernidad y el progreso develaron la tarea de los distintos grupos sociales y sus distintos modos de subsistencia: existen unos grupos que logran acceder sólo a los mínimos de subsistencia (clase obrera); existen otros que logran acceder hasta un punto en el cual se cubren la mayoría de las necesidades y se pueden dar “ciertos lujos” (clase media); y otros que logran acceder más allá de cubrir todas las necesidades y “viven en el lujo” (clase alta). Puede decirse que la clase alta poseía mayor honor y distinción que la clase media y la clase obrera en el sistema económico capitalista y en la modernidad, ya que la posesión de la riqueza, es decir, la materia que permite acceder al consumo de bienes, atribuía honor configurándose como una distinción valorativa: cuanto más riqueza más honor y más distinción. El hombre de las décadas del cincuenta y el sesenta no sólo estaba en una lucha económica para cubrir las necesidades y aumentar las comodidades, sino por ser cada vez más honorable ya que al serlo demostraba su grado de éxito (Veblen, 2002).

Los espacios de las clases sociales en mitad del siglo XX eran: para la clase alta las oficinas y salas de juntas de las empresas industriales y las instituciones del Estado, el Club Social, las reuniones en las casas de las familias distinguidas, los restaurantes lujosos, etc. Para la clase obrera las empresas en la jornada laboral, las esquinas y las cantinas. Para la clase media las oficinas de servicios en las empresas e instituciones del Estado, los cafés, bares y restaurantes. La clase obrera y la clase media compartieron espacios políticos como los

sindicatos. Todas las clases compartieron las iglesias como lugares comunes en un país donde el catolicismo regía y coaccionaba la vida de sus habitantes.

En Colombia, en los años cincuenta, las clases sociales eran definidas así:

Generalmente hablando se aceptan tres clases sociales en Colombia, como en muchos otros países de Latinoamérica y europeos: alta clase social, clase media y clase obrera [...] Las clases sociales en la época actual y en un país organizado bajo leyes de carácter democrático se estiman por la capacidad económica en primer término y por la cultura y buenas maneras que las personas hayan adquirido para alternar con quienes tienen, por tradición, refinadas costumbres para comportarse en el conglomerado social (Camacho, 1950, p. 7).

De acuerdo con Camacho (1950), la clase alta era considerada la élite social, es decir, aquellas personas que ocupaban en el país altas posiciones; aquellos que habían obtenido su riqueza y su distinción por negocios exitosos y herencia; aquellos que generalmente, en su aspecto físico, eran blancos y caucásicos, aunque se reconocía a los que, aún con una piel un poco pigmentada, habían adquirido un considerable capital por su esfuerzo honrado, éxito profesional y se comportaban con educación y buenas maneras. La clase obrera, compuesta por campesinos y obreros, era mano de obra del sistema productivo, con comportamientos inmorales y mal uso del dinero. La clase media era la que se ubicaba entre las dos anteriores y permanentemente buscaba ascender y alternar con la clase alta para obtener beneficios que le permitieran mantenerse en donde estaba y cada vez escalar su posición social.

En la Revista Cromos se identificó la mirada que tenía la clase alta del país, sobre la clase media y la clase obrera, esta última nombrada como la “gente paupérrima”. Una clase alta que mira con prejuicios a la clase obrera (irresponsable y viciosa) y a la clase media (oportunista y aparente):

Así vive la gente paupérrima.

Una “agua panela” al desayuno y una sopa al almuerzo y comida. Un pueblo desnutrido y sin iniciativa. La cerveza antes que la leche [...] En Colombia la gente vive fuera de sus posibilidades. Por ejemplo: la clase media tiene dos sirvientas, cuando la clase rica de los Estados Unidos no tiene ninguna [...] Muchos no tienen con que comprar carne para el almuerzo, ni les

sobran unos centavos para un colchón que haga más blando el lecho, pero sacan de donde sea, para la boleta de fútbol, la zarzuela y los toros [...] (Nieto, 1964, p. 18).

La cita anterior evidencia un prejuicio clasista, por parte de la clase alta hacia la media y la obrera. Es claro que donde quiera que exista la institución de la propiedad privada, la economía presentará como característica, de cualquier territorio y sus habitantes, la lucha por la posesión de bienes y en ésta están inmersas las clases sociales. El hombre colombiano, en los años cincuenta y sesenta asumió esta lucha y, sólo hasta finales de los sesenta, la mujer, de forma incipiente, inició su participación en algunos de esos espacios de lucha por la posesión, gracias al reconocimiento de sus derechos, entre ellos la libertad para ir a la universidad e incursionar en el mundo laboral. Es en este momento en el cual las clases sociales del país replantearon sus estados.

4. Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad en la Revista Cromos de la década del cincuenta

En este capítulo se presentan diferentes estereotipos propios de los Atributos del Hombre (Hombría y Virilidad), la Masculinidad y la Crisis de la Masculinidad, términos expuestos en el primer apartado, identificados en la Revista Cromos de la década del cincuenta. Se describen los ideales grupales, y sus contrarios, que tipificaban al hombre atribuyéndole virtudes como *fuerza de voluntad, valor y honor*, modelando su pensamiento y proceder.

4.1 La Hombría

4.1.1 El Hombre Militar

El hombre de guerra, cumplidor de su deber con la patria y protector del débil, se caracterizó por ostentar virtudes como fuerza de voluntad, valor y honor; virtudes heredadas de la antigüedad (Grecia) y la Edad Media.



Figura 1. Acontecimientos del Mundo. (1951).
Revista Cromos, LXXI(1767), p. 23.⁴²

La anterior fotografía da cuenta de la participación de Colombia en la Guerra de Corea, único país de Latinoamérica que atendió el llamado que hizo la ONU para apoyar a Corea del Sur después de la invasión por parte de Corea del Norte, en junio de 1950. El Batallón Colombia participó del conflicto sumando unos 4.750 soldados repartidos en Tres fragatas

⁴² A la izquierda: El poeta vallecaucano Ricardo Nieto leyendo su poética despedida a los futuros combatientes, en el Club La Rivera, el Mayor Gutiérrez y don Eduardo Uribe White. A la derecha: Isabel Rebolledo bailando con el soldado Oscar Vargas, en la fiesta de despedida a los soldados colombianos.

y un batallón de infantería (Wallace, 2013), estos ostentaron la hombría y el patriotismo ya que, tal como lo expresa Godelier (1986), fueron hombres dispuestos a luchar en medio del dolor, dieron pruebas de su coraje, sangraron en la guerra y se sacrificaron, todo esto sin buscar el poder, sólo con la disposición de servir y morir si era necesario.

La hombría de los soldados colombianos que estuvieron en Corea cambió el destino de las fuerzas militares del país, a partir de ese momento se reconoció a Colombia, a nivel mundial, por tener hombres con fuerza de voluntad para soportar el conflicto, valerosos y honorables, esto llevó a que las fuerzas armadas del país se reorganizaran para garantizar una estructura profesional. El reconocimiento de las virtudes de los soldados colombianos lo hizo el militar estadounidense Blackshear Bryan, comandante de la división a la que estuvieron adscritas las tropas colombianas, éste expresó: “He combatido en tres guerras. Pensé que nada me faltaba por ver en el campo del heroísmo y de la intrepidez humana. ¡Pero me faltaba ver combatir al Batallón Colombia!” (Wallace, 2013, http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130724_america_latina_colombia_soldados_veteranos_guerra_corea_aw).

La imagen de la hombría en Colombia también la representó el Presidente Gustavo Rojas Pinilla. Su imagen era una de las más frecuentes, en la Revista Cromos, durante su periodo de gobierno (1953-1957) (45 materiales rastreados). Su llegada victoriosa al poder dio muestras de su valor al tomarse el máximo cargo al que un hombre podía aspirar en un territorio, ser el presidente, en ese momento era la figura del hombre militar honrado y de honor, se resaltaron en él cualidades como la integridad:



Figura 2. Rojas Pinilla. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1891). p. 29



Figura 3. Sr. Presidente General Gustavo Rojas Pinilla. (1954). *Revista Cromos*, 78(1938), p. 1.

La hombría, como atributo en Rojas Pinilla, era evidente en el uniforme militar con el que siempre se vistió. Ser militar ha sido una condición que ha diferenciado a un hombre del resto de los civiles, pero lo que ha hecho más clara la diferencia ha sido el uniforme, al hombre con uniforme militar se le han concedido los atributos propios de la hombría a través de símbolos como las condecoraciones, las cuales visibilizan las acciones valerosas en acción, y las diferentes aplicaciones como estrellas y barras que definen el rango militar del que porta el uniforme: general, teniente, capitán, mayor, almirante, soldado, etc. El rango ha sido considerado una investidura que da cuenta de la experiencia, la fuerza de voluntad, la capacidad de control, el valor y el honor del hombre que lo tiene.

4.1.2 El Torero

El toreo, una herencia española que llegó al Reino de Granada con la Conquista, en 1532, llegó a ser considerado como “la parte galante de todas las fiestas civiles y religiosas. Con ella se agasajaba a los presidentes y a los obispos, se celebraba la coronación de los reyes y se daba alegría al festejo de los santos patronos” (Rodríguez, 2002, p. 113). De este modo el toreo se ganó un lugar significativo en la sociedad y la cultura de los países que lo celebraban en el siglo XX, configurándose como una práctica propia del hombre poseedor de la hombría, que exponía como su máxima virtud el valor, y con ella el heroísmo, al enfrentarse en cada ruedo a la muerte (Ortiz, 1987). Así, el torero reflejó el atributo de la hombría en la arena, frente al toro, ataviándose con su traje, capote, muleta y sus armas (espada, banderillas y puntilla), tal como un guerrero en la batalla o como un caballero en un duelo: “El arte de torear es el único duelo de un hombre con una fiera, temible por su enorme poder ofensivo, en el que el hombre transformado en poeta, vence a la fiera y a la muerte” (Bollaín, 1968, p. 27).

El toreo, como lo presentaron varios artículos de la Revista Cromos, era un enfrentamiento mortal entre el hombre y el animal, un enfrentamiento que requirió valor por parte del torero, quien arriesgaba su vida con el propósito de demostrar su poder a través de sus destrezas y así dominar a la bestia y llevarse la victoria y el reconocimiento:

Miguel Cárdenas supo cumplir el compromiso que le imponía la novillada, porque actuaba en plan de mayor seriedad ante novillos-toros y con un contendor de cuidado [...] Le echa genio y afición a sus faenas, entiende el ganado, pelea con él y, cosa de enorme merito, no les pierde la cara a las reses ni les quita la muleta a los belfos, logrando así mandar y hacerse obedecer [...] se valió de una espectacular voltereta, que no menguó su valor (Corredor, 1951, p. 44).

En la década del cincuenta, Miguel Cárdenas encarnó la hombría en la arena de las diferentes plazas de toros del país, aunque durante estos años iniciaba su carrera, posteriormente se convirtió en uno de los toreros más destacados a nivel mundial, se conoció por su arrojo y valentía, era considerado el genio rebelde del toreo, a quien apodaron “El diestro colombiano” (Guerra, 1990, p. 47). Sus acciones en el ruedo se consideraron heroicas por su valor, su fuerza de voluntad y su honor a la hora de controlar sus emociones. En un artículo de Cromos él expresó: “Es normal que un torero sienta miedo, pero es inadmisibile que lo demuestre” (Revista Cromos, 1959, p. 26).

4.2 La Virilidad

4.2.1 El hombre fuerte y voluntarioso

El hombre viril se ha caracterizado por su fuerza corporal, una cualidad que lo ha llevado a ser nombrado como “un verdadero hombre”, palabras de reconocimiento que lo han definido como un hombre de honor. De acuerdo con Bourdieu (2000) “la fuerza corporal ha sido propia del hombre atlético y enérgico” (p. 63). En la modernidad, se retomaron los ideales corporales griegos, donde el cuerpo bello, musculoso y fuerte dio cuenta de la virilidad del hombre y le atribuyó cualidades como el valor y el deseo de actuar (Mosse, 2000).

Durante la década del cincuenta este hombre viril era reflejado por Cromos en deportes como el fútbol y el ciclismo, estos eran los más populares a nivel nacional y los que más se difundieron por la revista. Además, reunieron seguidores de todas las clases sociales del país: “A penas ahora, tras fechas después de iniciadas las competencias, comienza a revivir

con similar fuerza, el fervor que tanto estremeció a todas las esferas sociales en torno al Campeonato Nacional de Fútbol” (Arenas, 1950, p. 8).

En la sección de deportes eran frecuentes los artículos que describieron el hombre viril desde su *Fuerza Física*, en el fútbol era nombrada como vigor: “Tampoco los jugadores se encontraban en buen estado atlético; y así bajos de forma, pesados, no dieron el rendimiento deseado. Pero ya a la altura de la tercera fecha el campeonato profesional recobra la plenitud de su vigor” (Arenas, 1950, p. 8). También se nombró como *Fuerza Viril*, propia de los hombres que se encontraban en la edad viril (no muy jóvenes ni muy viejos), con capacidades para llevar la energía de su cuerpo al máximo de su fuerza: “Persisten estos muchachos y se juegan, hasta donde se puede, con el alma. Ello se traduce muchas veces en juego fuerte [...] Se les critica su afán de superarse y su juego viril (que es muy distinto al juego violento y mal intencionado)” (Forero, 1951, p. 34).

En el ciclismo, las virtudes del hombre como la fuerza de voluntad, el valor y el honor eran las que describieron la virilidad del ciclista. Era propio de éste la capacidad de resistencia de su condición física para llegar a la meta, pero las mayores virtudes eran la fuerza de voluntad y el valor para superarse, para sacrificarse hasta el final de la carrera aguantando las condiciones adversas mediante el control de las emociones: “El ciclismo está demostrando muchas cosas [...] basta mencionar: la voluntad, el carácter, el temple y el nervio de nuestra juventud [...] un deporte para hombres muy hombres [...] nuestros jóvenes han podido dar muestra admirable de su voluntad de superación” (Forero, 1951, p. 33).

El fútbol se enfrentó a situaciones difíciles, ya que sus dirigentes no lograron comprender las condiciones de los futbolistas en la cancha y fuera de ésta. Estos dirigentes eran considerados: “caballeros muy distinguidos dentro del comercio, de la banca y otros aspectos pero su labor carece de sentido deportivo” (Forero, 1951, p. 33), es decir, sujetos de la clase alta lejanos a la realidad de los hombres que se ganaban la vida pateando el balón en los estadios y cuyas únicas posibilidades de reconocimiento social estuvieron allí. Era un deporte mal pago en ese momento y los hombres que lo practicaban contaban sólo con sus atributos, entre ellos la virilidad, para tener un lugar de valor y poder. El país no ofrecía otros escenarios de reconocimiento, ya que se encontraba en unas condiciones

sociales complejas: las diferencias de clases eran marcadas; la violencia provocó pobreza, inseguridad y desplazamiento, además, el proyecto modernizador y capitalista buscó someter a la clase obrera, de la que provenían la mayoría de los futbolistas, y se centró en empoderar a la clase alta que con frecuencia quiso diferenciarse de las otras clases, configurando una élite que se impuso mediante el consumo; de ahí el descontento de aquellos que estuvieron en el mundo del fútbol, lejanos a los estadios de poder de esta clase y sometidos a ella.

El ciclismo también tuvo tiempos difíciles, los ciclistas eran considerados hombres con una gran voluntad para superar los obstáculos de la naturaleza y el rigor de la geografía del territorio nacional, pero no llamaron la atención del país hasta la creación de la Vuelta a Colombia, en 1951, en ésta el triunfo de Efraín “El Zipa Forero” significó la victoria del hombre viril. A partir de ese momento, este deporte ganó afición y en pocos años contó con la dirección de hombres que llegaron a destacarse por su carrera deportiva y que entendieron las complicadas situaciones de aquellos que se ganaban la vida pedaleando (Forero, 1951). Aunque no recibió mayores recursos, si ofreció mejores garantías a practicantes y dirigentes y los promotores lucharon por el reconocimiento de éstos, no sólo por sus atributos y condiciones físicas, sino por su lugar en una sociedad moderna: “por eso saben cómo manejar un deporte y por eso han podido colocar al ciclismo en el primer plano, si se quiere, y la orientación de esta actividad está forjando un futuro cada vez más brillante” (Forero, 1951, p. 33).



Figura 4. Deportes. (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1735), p. 24.



Figura 5. Mike. (1950). Las bajas recaudaciones justifican la Copa Colombia. *Revista Cromos*, LXX(1753), p. 32.⁴³

⁴³ En la fotografía Efraín Forero llega a la meta como vencedor de la Doble Chocontá.

4.2.2 El hombre sublimado por la mujer

La virilidad era propia del hombre que validó su presencia a través de la mirada femenina, ésta destacó en él su aspecto digno y civilizado. También era propia del hombre que tuvo la capacidad de encontrar una compañera adecuada, una mujer para unirse en matrimonio y así procrear y ser padre, estas acciones le atribuyeron la condición de hombre honorable, sublimándolo a un estado de distinción, una concepción heredada de la Edad Media.

La Revista Cromos promovió la virilidad del hombre a través de la publicidad, en ésta se veía reflejado un hombre en el que no se resaltaba la fuerza física sino su presencia varonil, una cualidad retomada del estereotipo del *Gentleman* inglés, es decir, del caballero: hombre de fortuna y de clase social alta que veía en la mujer el testimonio de su virilidad (Mosse, 2000). Este hombre viril era difundido por los anuncios publicitarios mediante grabados y algunas fotografías: hombre blanco, delgado, cabello corto, de traje y generalmente sonriente. Un hombre con rasgos europeos y norteamericanos, modelos corporales de la modernidad que eran imitados por los hombres colombianos para dar garantía de su civilidad, urbanidad, distinción y poder adquisitivo.

La publicidad dirigida al hombre promocionaba productos de higiene en los cuales era evidente la dependencia del hombre de la mirada femenina respecto a que consumir, esta dependencia hacía que las marcas recurrieran con frecuencia a la virilidad para persuadirlo

en

el

comprar:



Figura 6. Mennen. (1950).
Revista Cromos, LXIX(1718), p. 25.



Figura 7. Lantik: Old Lavender. (1955).
Revista Cromos, 80(1985), p. 62.



Figura 8. Aqua Velva. (1956).
Revista Cromos, 82(2032), p. 51.

Los productos de los anuncios anteriores, extranjeros en su mayoría, buscaron que el hombre se interesara en su cuerpo, ya que el cuerpo es una materia simbólica para la percepción social al representar la identidad individual y los valores sociales, refleja entonces a la persona, su posición social y la valoración que hace de ella la sociedad. De acuerdo con Bordieu (2012): “el cuerpo funciona por lo tanto como un lenguaje por medio del cual uno es hablado [...] donde se revela lo más oculto y lo más verdadero a la vez” (p. 51). Un cuerpo limpio y con agradable olor era propio de un hombre viril, de un “verdadero hombre”, digno y civilizado.

La belleza física también era muy importante para la mujer, en la revista aparece una entrevista hecha por Gloria Arboleda a cinco candidatas al reinado nacional de la belleza colombiana, las cinco expresaron que las mayores cualidades físicas de la mujer eran tener una silueta elegante, un rostro armonioso, una sonrisa y unos ojos atrayentes (Arboleda, 1955). Concordando con esto, algunos de los productos dirigidos a la mujer, que más se encontraron en los anuncios publicitarios de la revista, eran las fajas, el maquillaje, las cremas faciales, los jabones, los perfumes, etc.

Los anuncios publicitarios para el consumo femenino plantearon una dependencia a la mirada masculina para validar la importancia de la belleza, así, la mujer bella era la atractiva, seductora, cautivadora, encantadora, femenina, incitante y otras cualidades que debían llamar la atención del hombre viril.



Figura 9. Paramí. (1951).
Revista Cromos,
LXXI(1765), p. 39.



Figura 10. Hinds. (1951).
Revista Cromos,
LXXI(1765), p. 46.



Figura 11. Kasmir Bouquet:
Más belleza para usted.
(1951). Revista Cromos,
LXXI(1793), p. 31.

Este era el ideal de mujer que el hombre de la década del cincuenta pretendía con la intención de que testimoniara su virilidad. En ese momento el noviazgo se consideraba propio en las mujeres a la edad de los 16 y los 18 años, y el hombre en esta relación debía ser mayor que ésta, ubicado desde su lugar de cortejo, con la pretensión de ser el protector y el proveedor. Ya para el matrimonio la mujer debía contar con 20 o 21 años de edad y, además de ser bella, debía exhibir cualidades morales y prácticas nobles que probaran su educación y su clase, para así considerarse una compañera ideal que complementara al hombre caballero (Leyva, 1951). En algunos textos literarios, como cuentos, que se publicaron en Cromos, se identificaron las cualidades del hombre caballero y de la mujer compañera ideal para éste: “Ella había encontrado al hombre sincero y leal en sus apreciaciones espirituales y él, a la mujer, bella, supremamente inteligente, deliciosamente delicada” (Gómez, 1951, p. 32).

En la sección *Sociedad* aparecieron matrimonios que se celebraron entre el hombre y la mujer de la clase alta. En las fotografías de ésta sección son notorios los vestidos de matrimonio ostentosos, los abrigos de piel en los invitados y la guardia militar de honor mientras los novios recorren la alfombra. Las parejas estaban compuestas por el hombre ya establecido, productivo, protector y proveedor del hogar, y la mujer de sociedad, orgullosa de cumplir con su deber social y moral al haber conseguido un esposo honorable, dispuesta a ocupar el lugar de la administradora del hogar y la madre, testimonio de la virilidad de su esposo al hacerlo padre, condición viril significativa de la que dio cuenta la publicidad y de la que se valió para inducir el consumo.



Figura 12. Chiclets Adamas. (1958). *Revista Cromos*, 86(2136), p. 59



Figura 13. Sociedad. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1869), p. 32

FOR CUANTO DEBE UD. ASEGURARSE?

Para garantizar a su familia protección adecuada, consulte nuestros planes.

Capital asegurado	Prima mensual	Prima anual	Prima única
\$ 450	25	\$ 300.00	\$ 1.200.00
	30	\$ 360.00	\$ 1.440.00
	35	\$ 420.00	\$ 1.680.00
\$ 850	30	\$ 255.00	\$ 1.020.00
	35	\$ 306.00	\$ 1.224.00
	40	\$ 357.00	\$ 1.428.00
\$ 1.500	35	\$ 525.00	\$ 2.100.00
	40	\$ 630.00	\$ 2.520.00
	45	\$ 735.00	\$ 2.940.00

SEGUROS BOLIVAR

Figura 14. *Revista Cromos*. (1955). 80(1993), p.

4.3 Estereotipos contrarios a la virilidad

Contrarios a la virilidad expuesta en párrafos anteriores, se presentaron tres tipos de hombre viril que no dieron cuenta de las virtudes del hombre (fuerza de voluntad, valor y honor) a través de la condición física o de la mujer como compañera en el matrimonio. Sin embargo, representaron la virilidad porque se centraron en la característica de la Edad Viril del hombre, resaltando la sexualidad activa: el Don Juan, el Casanova y el Dandy, definidos en el primer capítulo. En la Revista Cromos, durante la década del cincuenta, se identificó al Don Juan.

4.3.1 El Don Juan

El Don Juan era el hombre que se acercaba a la mujer mediante el engaño, haciendo promesas que no cumplía. El hombre conquistador, quien presentaba dificultad para establecer una relación personal con la mujer, pues la consideraba sólo como un objeto de su placer y después de obtenerlo le daba su desprecio (Sáenz, 1969). En Cromos apareció reflejada una de las conductas del Don Juan de forma caricaturesca, el hombre que engaña y que sólo quiere sacar provecho de su situación para garantizarse el placer de poseer a la mujer. La necesidad de comer para saciar el hambre:



Figura 15. Riverón. Caricatura. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1884), p. 12.

La característica del Don Juan como un hombre temeroso al compromiso, se encontró en un apartado de la revista que se llamó *Anotaciones de un psicólogo: ¿Puede usted diagnosticar este caso?* Dicho apartado trató, generalmente, situaciones de pareja:

1. Guillermo era poseedor de cuanto una joven desea en un marido: apostura, personalidad, posición económica, destreza y un encanto despreocupado que lo hacía muy popular. Salía con muchas chicas pero eludía el matrimonio [...]
2. Guillermo conoció a Rosamaría en una fiesta y se sintió inmediatamente atraído hacia ella, en sus salidas juntos se divertían y se entendían a las mil maravillas y comenzaron a extenderse rumores de su próximo casamiento.
3. Nuestro joven evitaba los esfuerzos de Rosamaría para hacer los planes de la boda. No obstante le hablaba de amor y le demostraba dedicación. Cuando Rosamaría lo presionaba, se sentía preocupado y silencioso. Debatándose entre el amor y la desilusión. Rosamaría se negó a verlo hasta que él se decidiera.
4. Guillermo retornó a su antigua vida [...] (R. Martin, 1954, p. 41).

De acuerdo con el diagnóstico dado por el profesional, se concluyó que Guillermo era hombre inmaduro, un Don Juan, incapaz de ver más allá de sus deseos viriles, propios del hombre soltero. Así, se infiere que Cromos promovió en el lector colombiano el estereotipo del hombre viril caballero y señaló como negativos sus contrarios, es el caso del Don Juan. Sin embargo, en la sección de *Cine y Espectáculo* apareció un artículo con el encabezado: “Rubirosa: “Paris ha hecho de mi un Don Juan””. (Revista Cromos, 88(2198), p. 17). Porfirio Rubirosa era un hombre que aparecía frecuentemente en Cromos, en un artículo anterior, hecho por Gladys Nieto: *A Porfirio Rubirosa le gustan las ostras con vino blanco* (Nieto, 1955, p. 28), éste ya había sido presentado como Don Juan, apelativo que no pareció molestar a quienes se lo atribuyeron. Jean Louville expresó su admiración por él: “él posee todo lo de un Don Juan. Y esto es algo que permite soñar” (Revista Cromos, 81(2012), 1959, p. 17). En este mismo texto Rubirosa era descrito como un hombre extraordinario, buen mozo, el campeón mundial de los seductores, uno de los más bellos ornamentos de todos los sectores elegantes en donde el amor circula entre los millonarios, un galante caballero, etc. La razón para ser catalogado como un Don Juan eran sus siete matrimonios, con mujeres muy ricas que, al divorciarse, le dejaron una fortuna. Más adelante en el artículo, la autora lo expone como un jugador, un hombre que colecciona mujeres como coleccionar trofeos o estampillas, y esto tal vez deberían ser defectos, pero Louville lo reivindica presentando sus dotes de caballero:

[...] en su juego presenta numerosos trucos: posee, dicen, una gran distinción y los años no parecen pasar sobre él, es además un gran deportista que parece llevar siempre la ventaja [...] de la juventud ha sabido guardar el entusiasmo que inefablemente atrae la simpatía, inclusive cuando no se juzga muy moral al personaje (Louville, 1959, p. 18).

Porfirio Rubirosa era el estereotipo de Don Juan por excelencia en la Revista Cromos durante la década del cincuenta. Un estereotipo moderno que, al moverse en la clase alta y la nobleza mundial, tuvo que formarse como caballero y cumplir con el matrimonio para así ganarse un lugar. No obstante, era un conquistador que se casó siete veces, es decir, no logró mantener el compromiso, huyó de él. Podría haber sido excluido de la alta sociedad pero contó con la simpatía de ésta por su fortuna, adquirida a través de sus divorcios, y su actitud distinguida; podría habersele calificado como cazafortunas pero sus cualidades de caballero y la admiración que sintieron las mujeres por él no lo permitieron. Sin embargo, el mismo Rubirosa declaró que su mayor placer era el dinero y que él no estaba hecho para ganarlo sino para gastarlo y su fin era “vivir según su naturaleza” (Louville, 1959, p. 18): casarse con mujeres adineradas que le permitieran exponer su virilidad, no solo desde lo sexual al ser considerado un seductor, un conquistador, un Don Juan; también desde su deseo por la fortuna y su capacidad de adquirirla a través de la mujer.

En Cromos no se encontraron alusiones a hombres colombianos que cumplieran con las características del Don Juan, el Casanova o el Dandy, la razón, una revista que divulgó el estereotipo del caballero, ya que éste era el legado cultural del mundo hispánico y el modelo insigne del proyecto modernizador en el país, influenciado por Inglaterra y Estados Unidos: un hombre económicamente establecido, distinguido, civilizado, honorable, con la fuerza de voluntad para esforzarse por cumplir con sus propósitos, asentado al tener una familia de la que era su protector y su proveedor, un hombre productivo y acorde con los ideales del capitalismo y el progreso.

4.4 La Masculinidad

4.4.1 Hombre Moderno

El estereotipo que definió la masculinidad, en la década del cincuenta, era el Hombre Moderno, para el cual la apariencia física era muy importante, ya que en la modernidad el ideal de masculinidad se cimentó en la belleza, formando un hombre preocupado por su aspecto, consciente de cómo debía percibirse y ser percibido. La belleza se impuso como una condición necesaria para el hombre y esta estuvo integrada por un cuerpo en forma y un intelecto culto y equilibrado.

El cuerpo bello del Hombre Moderno cumplió con las características de ser saludable, limpio y reflejar la práctica de deportes. La salud y la limpieza eran aspectos promovidos por la higiene, un concepto moderno que definió los procesos y los métodos para prevenir efectos nocivos en la salud (Armus, 2004). La higiene abanderó el aseo personal, que se convirtió en un elemento importante de la civilidad, ideal moderno que promulgó los deberes en cuanto al comportamiento, las buenas maneras, la urbanidad y la educación.

El Hombre Moderno era el hombre civilizado reconocido por el buen olor y la limpieza: el hombre que expelía malos olores era catalogado como perturbador y amenazante de la integridad física, la suciedad era vista como una afrenta a la integridad moral. Estas razones llevaron a que en la modernidad se aumentara el uso del agua, colonias, cremas dentales y desodorantes garantizando la frescura, los buenos olores y la belleza (Pedraza, 1999). Era un sujeto preocupado por tener una buena, elegante y distinguida apariencia y ésta, que partió de la higiene, se materializó en el cuidado del cabello. El cabello se usaba corto, hacía un lado y fijado con crema; el rostro sin barba, sólo se usó bigote como posibilidad de dar cierta distinción.



Figura 16. Crema Nivea. (1954). *Revista Cromos*, 79(1954). p. 5.



Figura 17. Philishave. (1959). *Revista Cromos*, 88(2180), p. 21.



Figura 18. FIT y VLOT. (1959). *Revista Cromos*, 88(2210), p. 8.

El cabello era un aspecto físico significativo que representaba limpieza y civilidad, ya que se llevaba corto para resaltar el rostro sano; el cabello largo era símbolo de rebeldía y barbarie (Pedraza, 1999). El cabello corto también representó la masculinidad: 1. Al diferenciar al hombre de la mujer: hombre de cabello corto y mujer de cabello largo, la mujer con el cabello corto era una mujer que debía distinguirse por sus rasgos delicados y su comportamiento femenino, de lo contrario era una *Extraña* (poco femenina o lesbiana). 2. Al dar cuenta de la edad viril del hombre: los hombres jóvenes y adultos tenían pelo, tanto en la cabeza como en otras partes del cuerpo: “el hombre de pelo en pecho implica, en la jerga popular, atributo de gran varonilidad” (Revista Cromos, LXXIV(1854), 1952, p. 7). Aunque la calvicie se relacionó con los altos niveles de las hormonas sexuales masculinas, el hombre calvo era considerado como un hombre que envejecía, se distinguía de los otros hombres, más jóvenes, por su veteranía y su dominio, pero su falta de cabello era una muestra de la disminución de sus apetitos sexuales (Morris, 2009). De ahí que en los anuncios publicitarios de la revista, dirigidos al hombre, escasas veces apareciera el hombre calvo, cuando aparecía era para referir a un hombre mayor o, en las caricaturas, para exponerlo como un hombre débil, pasivo o decadente.



Figura 19. Cuando el hombre se arregla. (1959). *Revista Cromos*, 88(2186), p. 5.

La importancia de la higiene en el Hombre Moderno se expresa con claridad en el siguiente extracto de un artículo de la revista:

Ha progresado en todo el mundo y está en plena producción, el renglón de artículos de toilette para hombre, entre los que se incluyen agua de colonia, lociones para la barba y el cabello, jabones y talcos [...] la voluntad de estar cuidado y arreglado, estará directamente ligada al hombre, en el progreso del mundo moderno (Revista Cromos, 88(2186), 1959, p. 50).

Otra preocupación del hombre respecto a la belleza, como una condición de la apariencia física, era la moda; ésta estuvo relacionada con cualidades de reconocimiento social como la distinción y la elegancia, ostentadas por el hombre en los espacios públicos, plataformas para demostrar los atributos, las virtudes y el poder, por eso el Hombre Moderno (de las clases alta y media) requirió estar vestido de forma adecuada.

En la década del cincuenta, el vestido del hombre era el traje, usado inicialmente y de forma exclusiva por los hombres nobles y de élite del siglo XIX, que llegó a otras partes del mundo y a Colombia a través de los procesos de modernidad. El traje se caracterizó por ser un atuendo cómodo y distinguido. Iniciando el siglo XX, el uso de éste se expandió a otras clases sociales que lo retomaron de forma simple, generalmente se llevaba en momentos especiales o para una presentación formal. No obstante, en la clase alta y media se mantuvo como un atuendo que se usó de la siguiente manera: para el diario era el traje de calle compuesto, esencialmente, por camisa, pantalón, saco, corbata, sombrero (si se prefería) y calzado; y para los eventos sociales era el Smoking o traje de noche compuesto por camisa, pantalón, chaleco (si se prefería), saco, corbata o corbatín (blanco o negro) y calzado. Este vestuario era promovido por los diseñadores europeos y norteamericanos, su mayor vitrina era el cine, especialmente el mundo glamuroso de Hollywood (Blackman, 2009).

En los anuncios publicitarios de Cromos se identificó a Inglaterra, Francia y Estados Unidos como los países que influyeron la moda masculina en Colombia: colecciones según las estaciones del año, marcas norteamericanas e inglesas, telas importadas, diseños exclusivos de prendas y el uso de actores de cine, personajes del espectáculo y de la élite social mundial, para presentar los atuendos. Estas estrategias eran retomadas por las industrias nacionales de textiles y confecciones para ofrecerle al hombre colombiano de

clases alta, la posibilidad de lucir una presencia “mundial”, equiparable a la de otro hombre de su clase en cualquier lugar del mundo.

En cuanto al cuerpo saludable y en forma, que era reflejo de la belleza, tanto moral como física, se mantenía a través de los deportes. El Hombre Moderno practicó tenis, polo, golf, hípica, entre otros deportes exclusivos y propios de la clase alta del país. Además, los anuncios publicitarios se dirigieron a los hombres mediante el uso de la imagen de los deportistas más reconocidos, destacando en ellos virtudes masculinas como el honor para describir sus productos como superiores:



Figura 20. Cerveza Andina. (1950).Revista Cromos, LXIX(1740), p. 3.

El cuerpo bello era un modelo a seguir. Los hombres modernos colombianos, lectores de la Revista Cromos, buscaron emular a los galanes del cine norteamericano del momento. Las películas que aparecieron en las carteleras de los teatros del país provenían generalmente de Hollywood y, en Cromos, no sólo se difundieron estas carteleras, sino entrevistas sobre los actores y las actrices más destacados, chismes y noticias sobre el devenir de éstos. Entre los actores que más figuraron en las páginas de la revista, considerados como galanes y, por supuesto, los tipos de hombre a imitar, con el inconfundible estilo del caballero moderno, preciados por su éxito, reconocimiento, hombría, virilidad y belleza, se encontraban:



Figura 21. Carrera, Dianne. (1950). Así es Humphrey Bogart. *Revista Cromos*, LXIX(1714), p.10.



Figura 22. Robert Taylor. (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1716), p. 10.



Figura 23. Clark Gable. (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1719), p. 24.

La belleza femenina del mundo de Hollywood que el hombre moderno deseó, ya que si había un galán a quien emular, debía haber una mujer para ese galán a quien codiciar, la representó Marilyn Monroe. Esta actriz tuvo la mayor cantidad de portadas y artículos, sobre mujeres del mundo del cine, rastreados en la revista *Cromos* (42), superando a otras actrices como Ingrid Bergman, Elizabeth Taylor, Sofía Loren, etc., que también eran centro de atención. En ella se resaltaron cualidades como la delicadeza, la inocencia, la insuperable belleza y la seducción:



Figura 24. *Revista Cromos*, (1951). LXXI(1795), p. 1.



Figura 25. Marilyn. Vuelve la Nº 1. (1959). *Revista Cromos*, 88(2184), p. 47.

Contrario al cuerpo bello del Hombre Moderno, estuvo el cuerpo feo (descuidado, desproporcionado, desarreglado, flácido y desfigurado) y el cuerpo enfermo (decadente, cansado y adolorido). Estos se identificaron en los anuncios publicitarios, en las caricaturas, en los artículos de la sección del *Cine y Espectáculo* y en algunas columnas dirigidas a la mujer. El hombre feo, en la década del cincuenta, puede describirse como gordo, calvo o

con mucho cabello, sin estar bien peinado, de cuerpo flácido y bajo, desarreglado, sin vestir adecuadamente, con acné, etc.



Figura 26. Revista Cromos. (1950). LXIX(1714), p.13.



Figura 27. Jockey. Revista Cromos. (1953). LXXV(1907), p. 5.

El hombre enfermo se caracterizó por la falta de energía que se reflejó en el cansancio y el dolor. En la revista aparecieron diferentes productos para el cansancio y para mejorar la salud, adecuados para el Hombre Moderno que requería la energía para mantenerse en pleno proyecto modernizador, donde la economía, la política y la sociedad necesitaban sujetos productivos, activos y saludables:



Figura 28. Quina Laroche. Paris. Vino estomacal. (1950). Revista Cromos, LXIX(1724), p. 16



Figura 29. Histogénol. (1953). Revista Cromos, LXXV(1887), p. 41

El estado físico del hombre era el reflejo de su moral: el hombre bello era limpio, atractivo, fuerte y honorable; el hombre feo era sucio, desarreglado y sin mayores virtudes; el hombre sano era poderoso, productivo, distinguido y atractivo; el hombre enfermo era débil, de aspecto cansado y, en ocasiones, ofensivo.

El Hombre Moderno buscaba poseer una actitud activa y productiva para ser ejemplar, seguro de sí mismo, protector y heterosexual; con poder, autocontrol, autonomía y liderazgo. Este era el hombre que Desmond Morris describió como el *Macho Cazador Moderno*, el cual validó su identidad a través del valor, la capacidad de riesgo, la cacería de objetos de consumo, el cuidado de sí, la protección del otro y la mejora de las herramientas tecnológicas (Morris, 2009). Este hombre era requerido por un país que empezaba a implementar tecnologías en las comunicaciones, incentivaba la industria y abanderaba la educación como una posibilidad de aminorar la violencia, la pobreza y la desigualdad social. Por eso los llamados a los hombres a educarse: “[...] Se necesitan miles de técnicos en radio, reparación, difusoras, amplificación, comunicación, radio en la aviación y en la navegación, radar, cine sonoro, etc. Prepárese científicamente mediante el incomparable método ROSENKRANDZ [...] le abrirá todas las puertas del éxito” (Revista Cromos, 1950, p. 16).

Sin embargo, el Hombre Moderno de éxito no era el que estudiaba para ser técnico, sino el que empleaba a éste en su empresa o industria, y aquel que estaba vinculado con la política del país. A este empresario, industrial y político recurrió la publicidad para venderle productos de consumo apelando a sus cualidades de liderazgo, seguridad en sí mismo y poder. La mayoría de estos productos estaban relacionados con el lujo, la comodidad, la tecnología, los bienes privados, las diferencias entre la clase social (alta) y las demás, la imitación de culturas como la norteamericana, la inglesa y la francesa; todo esto para validar la posición social, la capacidad económica y, por tanto, el poder:



Figura 30, Herring. (1951).
Revista Cromos,
LXXI(1789), p. 35.



Figura 31. Reloj Suizo.
(1954). Revista Cromos,
78(1940), p. 9.



Figura 32. Philips BCL 735 A. (1955). Revista Cromos, 80(1973), p. 2

En *Cromos* este estereotipo masculino apareció en la mayoría de páginas de la revista, la cual era producida por hombres modernos para que fuera leída por los hombres y las mujeres modernos del país que, inmersos en el capitalismo y el consumo, se formaron como sujetos a través de la apropiación de los ideales modernos provenientes de Estados Unidos e Inglaterra generalmente, en consonancia con el contexto del país, y que difundían los medios de comunicación, tomando lo que consideraban les servía e ignorando lo que no: “Quienes hemos vivido en países más avanzados [...] podemos juzgar hasta donde es bueno copiar y que debemos rechazar por no ser conveniente a nuestra raza, a nuestro clima o nuestras costumbres” (Camacho, 1951, p. 29).

El Hombre Moderno era quien sabía controlar las situaciones y las emociones, la Mujer Moderna era descontrolada y perdía el control: lloraba, era dramática y tenía reacciones nerviosas, etc. En el artículo denominado *¿Qué es una mujer?*, en el cual diferentes hombres distinguidos del país dan su definición de ésta, se encontraron las siguientes definiciones: “[...] Doctor Roberto Restrepo, médico e intelectual: Según y como: puede ser un encanto o un demonio, puede pasar de un estado a otro con una inverosímil facilidad. [...] Francisco Toledo, juez: Un ataque de histeria que era fingido” (Revista *Cromos*, LXXV(1905), 1953, pp. 10-11). El hombre era fuerte, autónomo, proveedor, trabajador, buscaba siempre el éxito y se ocupaba en los espacios públicos; la mujer era pasiva, dócil, dependiente, protectora y su lugar estaba en los espacios privados del hogar y en los públicos como acompañante del hombre. Esta era una condición que se reflejaba mucho más que cualquier otra en *Cromos*:

[...] El principal orgullo del hombre es su trabajo [...] el ego del hombre está basado en su éxito laboral [...] El éxito en el mundo exterior no es lo que preocupa primordialmente a la mujer. Su ego está basado en su desempeño como esposa y como madre (Revista *Cromos*, 88(2198), 1959, p. 51).

El Hombre Moderno, esposo, se diferenciaba de la Mujer Moderna, esposa, estableciendo un estado de poder que era promovido por la Revista *Cromos*. Este estado superior llevó a que el hombre se refiriera a la mujer y al matrimonio, en muchas ocasiones, de la siguiente manera: “El alma que mortifica al hombre. El ser que vino al mundo para esperar novio,

marido, hijo, que requiere el marido, cocinera, absolución, regaños, admoniciones y muerte” (Revista Cromos, LXXV(1905), 1953, p. 11).



Figura 33. “Pesadilla”. (1950). *Revista Cromos*, LXX (1747), p. 50.

En la revista, el Hombre Moderno también era representado como aquel que contaba con una esposa que le ayudaba a llevar a cabo su rol social de hombre honorable y caballero, pero era también el hombre viril que deseaba a otras mujeres aparte de su esposa.



Figura 34. Un desfile que termina mal. (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1742), p.1.



Figura 35. O'Malley, Bill. (1955). *Revista Cromos*, 80(1995), p. 52.



Figura 36. Plácido. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1871), p. 13.

Era común que este hombre se considerara completo o satisfecho sólo mediante dos mujeres: la esposa y las otras:

[...] ¿Qué es una mujer? [...] Germán Carriozza Pardo, asegurador, gran

señor de mundo. Se dividen: una mujer propia es el receptor de las disculpas; y las otras son la disculpa en sí misma [...] Klin, humorista: Una mujer es... otra [...] Hernando Téllez, literato: Una mujer es un problema, pero dos pueden ser la solución” (Revista Cromos LXXV(1905), 1953, p. 11).

El Hombre Moderno (masculinidad) diferentes de la feminidad, se definía ratificando su condición heterosexual, es decir, lo natural y lo normal en un Hombre de Verdad. Lo heterosexual era lo que definía su estado de hombría y virilidad, garantizando su rol social de hombre de honor como esposo y padre. Contrario a esto era la homosexualidad, considerada antinatural, rara y no verdadera, era nombrada como *Perversa* o *Extraña*. El homosexual era el opuesto al Hombre Moderno y, por lo tanto, descalificado. En la Revista Cromos, el homosexual era ignorado, en los materiales rastreados apareció sólo una vez y de forma descalificadora, se consideraba una desilusión para la mujer, quien era la garante de la virilidad del hombre.



Figura 37. El último varón sobre la tierra o “Un Naufrago Sospechoso”. (1950). *Revista Cromos*, LXX(1753), p. 48.

Durante la primera mitad del siglo XX la homosexualidad era un tema tabú y, por tanto, innombrable, éste chocó con los ideales que hicieron parte del proyecto modernizador nacional, cuyo núcleo era la familia y el progreso. Esto llevó a que el homosexual se excluyera e invisibilizara, existía y estaba allí, pero se mantenía oculto (Bustamante, 2004).

4.4.2 El Hombre Machista

El hombre que ostentó la hegemonía y el dominio sobre la mujer como esposo, sobre los hijos como padre y sobre la familia como proveedor era considerado machista. Se relacionó con los otros desde una posición superior, generalmente imponiendo su poder de forma autoritaria y violenta. La Revista Cromos lo presentó como un opuesto del Hombre Moderno, ya que estas conductas no se consideraron propias de un caballero. El machista era referido como el hombre de una clase social baja, es decir, el obrero y el campesino, incivilizados, pobres e ignorantes, descripción que corresponde a la dada por Montesinos (2002) en el primer capítulo.

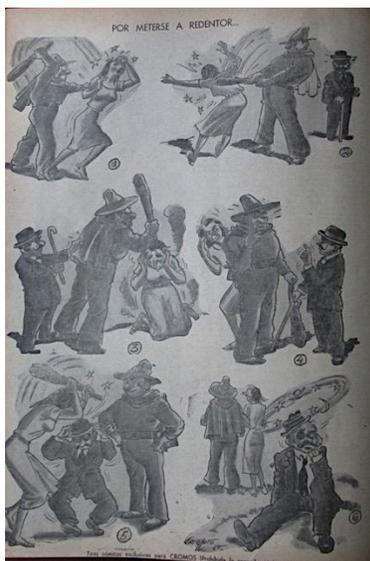


Figura 38. Por meterse a redentor... (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1744), p. 47.

4.5. Crisis de la Masculinidad

La Crisis de la Masculinidad se reflejó en las páginas de Cromos, no de forma consistente, incisiva y repetitiva, pero si se expuso como “esto que está sucediendo en el mundo y llega a nuestro país” (*Revista Cromos*, LXXI(1791), 1951, p. 9). Eso que estaba sucediendo afectó al hombre y modificó sus estados de poder, ya que la mujer para el hombre en el matrimonio y el hogar pasó a ser la mujer en el estudio universitario, en el trabajo, en la soltería, etc. El hombre empezó a dejar de tener algo para él, el complemento: “[...] ¿Qué

es una mujer? [...] Josefina Cárdenas de Sánchez: Un complemento. De un hombre, de una sociedad, de una firma, de una gerencia, de una cocina o de una máquina de escribir; una mujer es siempre un complemento” (Revista Cromos, LXXV(1905), 1953, p. 11). La mujer empezó a tener algo para ella: “[...] Encontrándose el hombre ideal me parece que el matrimonio es lo más grandioso para la mujer, pero en el caso de no ser hallado, la mujer tiene hoy día muchos otros intereses que pueden llenar su vida” (Camacho, 1951, p. 9).

En la revista se percibieron los cambios en el papel sexual, económico y social que desempeñó la mujer, haciendo desaparecer ciertas costumbres y tradiciones que llegaron a definir lo masculino y lo femenino. Algunos de estos cambios los enunció Cromos acudiendo al acontecer internacional, se encontraron artículos que referenciaron lo que pasaba en el mundo con el hombre y la mujer, sobre todo en Estados Unidos:

Un estudio psicológico indica que las mujeres son más emotivas que los hombres. Otro estudio muestra, sin embargo, que el suicidio es tres veces más frecuente en los hombres que en las mujeres, y se necesita mucha emotividad para atentar contra la propia vida. Un estudio indica que los hombres son los realizadores intelectuales y las mujeres el auditorio apreciativo. Pero una investigación llevada en los Estados Unidos, sobre el grado de inteligencia, ilustra de forma concluyente, que el grado de inteligencia masculino y femenino en los adultos es prácticamente igual (Revista Cromos, 88(2198), 1959, p. 50).

Otro aspecto de la Crisis de la Masculinidad que divulgó la revista era el divorcio. En una época en que la familia era la base del proyecto modernizador y el hombre se consideraba el caballero moderno al ser esposo y padre, hombre de honor y éxito, el cuestionamiento del matrimonio era algo que desestabilizó su rol de poder, pero también el rol de poder de ciertas instituciones de control social como la Iglesia. En Cromos aparece el artículo *La complicada aventura del matrimonio*, éste cuestiona los cimientos del matrimonio y describe este sacramento como una carga pesada que no debe cargarse así fuera una obligación cristiana, y explica porque los roles tradicionales del hombre y la mujer lo han viciado:

[...] Hace mucho que la ley y la Iglesia saben cuan improbable es el final de los cuentos de hadas “Se casaron y eran muy felices” [...] No sólo la mayoría de las instituciones religiosas sostienen que la desdicha de uno o de

varios conyugues no constituye una base válida para el divorcio, sino que a menudo se ha afirmado que el verdadero propósito del matrimonio, es la “disciplina espiritual” y no un deleite compartido (Gould, 1954, pp. 16-17).

El proceso de cambio de los ideales de la masculinidad también se observó en la moda. La renuncia del Hombre Moderno al traje y a las corbatas, para usar pantalones y camisas holgadas, chaquetas sueltas, pantalones cortos y sandalias, era considerada una afrenta a la hombría, la virilidad y la caballerosidad. La modernidad que el hombre había conquistado, y pensó que ya gobernaba, lo sacó de su estado de confort: “¿no cree el lector de CROMOS que de aparecer alguien en las calles con una de estas “innovaciones” hará producir uno de esos escándalos que recibe la ridiculez y el espanto? Una reforma al vestir varonil será necesaria, pero nunca adquirirá la categoría grotesca” (Revista Cromos *LXIX*(1740), 1950, p. 10).

La condición de mujer de los años cincuenta, responde a un momento en que las mujeres buscaban un reconocimiento, pasando de ocupar los roles tradicionales de esposas, amas de casa y madres, a tener la capacidad de decidir si querían llegar a tener estos roles, es decir, ser otro tipo de mujeres, las mujeres por la cuales luchaba el feminismo de entonces, movimiento que se agrupaba reclamando los derechos propios de las “mujeres”, término que definía la identidad social, política y cultural desde el género, precepto cuestionado por los estudios *queer*, ya que no debería hablarse de que el término “mujeres” indique una identidad común que reclama la aprobación de aquellas a quienes pretender describir y representar:

si una “es” una mujer, es evidente que eso no es todo lo que una es; el concepto no es exhaustivo, no porque una “persona” con un género predeterminado sobrepase los atributos específicos de su género, sino porque el género no siempre se constituye de forma coherente o consistente en contextos históricos distintos, y porque se entrecruza con modalidades raciales, de clase, étnicas, sexuales y regionales de identidades discursivamente constituidas. Así es imposible separar el género de las intersecciones políticas y culturales en las que constantemente se produce y se mantiene (Butler, 2007, p. 49).

Sin embargo, en la década del cincuenta “mujeres” era un término propio del feminismo de la época para describir a aquellos sujetos que tenían sexo femenino y cumplían con los roles tradicionales (esposa, ama de casa, madre) de entonces, independientemente de su condición racial, su clase social o su procedencia (territorio), “mujeres” eran todas. Sin embargo, la Revista Cromos no estaba dirigida a todas las mujeres, sino a aquellas que pertenecían a la clase social alta, y los artículos de corte feminista que la revista promovía no estaban dirigidos a las mujeres de la clase obrera, ya que estas no tenían como acceder a la revista, ni a la educación universitaria, no tenían el respaldo social para un divorcio, ni tenían el reconocimiento social y la capacidad económica para asumirse en condiciones de igualdad con el hombre, ya que la mayoría de estas se encontraban bajo el dominio del hombre tradicional, propio de la Masculinidad Hegemónica (Viveros, 2001).

En la década del cincuenta, la Crisis de la Masculinidad ya se enunciaba pero fueron pocos los materiales que se encontraron sobre este tema en la revista (7). El Hombre Moderno y sus ideales imperaron y se impusieron en esta época.

5. Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad en la Revista Cromos de la década del sesenta

En este capítulo, tal como en el anterior, se describen los estereotipos del hombre y sus atributos (Hombría y Virilidad), de la Masculinidad y la Crisis de la Masculinidad que se identificaron en la Revista Cromos de la década del sesenta, periodo en el cual la Crisis de la Masculinidad se evidenció con mayor claridad, modificando el estereotipo del Hombre Moderno a través del reclamo de los derechos de las mujeres con los movimientos femeninos, el replanteamiento de la sexualidad, las oposiciones al sistema capitalista y de consumo y la visibilidad que se le dio a la homosexualidad y en ella al transexualismo.

5.1 La Hombría y la Virilidad

5.1.1 J. F. K: el hombre más poderoso del mundo

En Cromos se hizo un seguimiento al Presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy, antes y durante su periodo de gobierno (1961-1963). Era la figura política internacional que mayor cubrimiento tenía en la revista en los sesenta, sobre él se encontraron varios materiales (47) en los cuales era descrito como un hombre poseedor de virtudes como fuerza de voluntad, valor y honor. Era el máximo exponente de la hombría y la virilidad, considerado “el hombre más poderoso del mundo” (Revista Cromos, 92(2416), 1963, p. 27). Como un hombre poseedor de la hombría, sus virtudes le guiaron para llegar a ser el presidente del país que ostentaba uno de los mayores poderes en el globo. Cromos lo describió así: “Desde la iniciación de su carrera Kennedy supo mostrarse como un tenaz luchador que no cedería terreno en el logro de la meta propuesta [...] “Si he de ser derrotado no será sin que el vencedor allá tenido que pelear la batalla de su vida”” (Revista Cromos, 92(2416), 1963, p. 40).

Kennedy encarnó una nueva época, un nuevo inicio para un mundo en el cual se garantizaría la libertad. Era una de las imágenes más contundentes de la modernidad, en tanto su periodo de gobierno significó juventud y cambio: “Los banqueros y los hombres de

negocios conservadores, los generales y los almirantes retirados, todos los viejos “puntos” fatigados están ya haciendo las maletas. En su lugar se instauran universitarios jóvenes y brillantes” (Johnson, 1960, p. 19).

J. F. K. Se consideró la figura mundial del progreso, el mayor ideal del sistema capitalista que se imponía en el momento: “La visita del Presidente Kennedy está estrechamente vinculada a su programa “Alianza para el Progreso” [...] de gran urgencia para el futuro de las naciones latinoamericanas [...] - las energías de mi gobierno – y mi esfuerzo personal- serán apresurados a acelerar el ritmo del desarrollo” (Revista Cromos, 90(2318), 1961, p. 23). En el momento de su muerte se le equiparó con Bolívar, Lincoln y Roosevelt, considerándolo como el hombre que amó a sus semejantes más que así mismo, quien ofreció su propia vida para conducir a la humanidad a la libertad, la igualdad y la fraternidad (Revista Cromos, 92(2416), 1963). Para los colombianos era el caudillo en el que vieron todas las causas civiles, el país confió en sus determinaciones por su mano fuerte y benévola al mismo tiempo (Revista Cromos, 92(2416), 1963).

John Fitzgerald Kennedy era el modelo de virilidad a seguir, el caballero de aspecto digno que representaba el valor y las virtudes físicas y morales de un hombre de bien: “[...] una sonrisa bondadosa, casi infantil, y en su talante había un inconfundible sello de sencillez, y de finos y pausados modales que inspiraban una irresistible simpatía de la que se derivaba un magnetismo difícil de explicar” (Revista Cromos, 92(2416), 1963, p. 34). Además, un hombre de familia, varios de los materiales hallados en Cromos mostraron este aspecto viril, tan relevante, del hombre más poderoso del mundo:



Figura 39. Revista Cromos. (1960). 90(2266), p. 1.



Figura 40. En la intimidad: Los Kennedy. (1961). Revista Cromos, 90(2318), p. 23.

Jacqueline Kennedy era la mujer que sublimó al caballero más importante en ese momento: la esposa, la compañera y la madre. Además era el complemento de su esposo: “Jacqueline fue una activa secretaria para su marido: una de sus ocupaciones diarias era la traducción de la correspondencia y de los artículos en italiano y en francés que llegaban dirigidos a Kennedy” (Revista Cromos, 90(2266), 1963, p. 28). Era la mujer de sociedad por excelencia, educada y atenta a las necesidades de su esposo.

5.2 Virilidad

5.2.1 El Hombre Deportista

La virilidad continuó siendo un atributo de los futbolistas y los ciclistas del país, ellos expusieron este atributo de la misma manera que en el periodo anterior, a través de la *Fuerza Física y la Fuerza de Voluntad*. En los años sesenta el cubrimiento de estos deportes era mayor y los momentos de gloria, que exaltaron a dichos hombres y deportes, eran frecuentes, por esta razón se hizo significativo el Hombre Deportista, con un mayor acenso social y valía moral. De ahí que se presentaran artículos como: “Homenaje de héroes para el seleccionado: Justo reconocimiento al desempeño de Colombia en Chile y a su hazaña frente a Rusia” (Revista Cromos, 91(2342), 1962, p. 24). Texto en el que se mostró como el equipo colombiano era recibido victorioso en el aeropuerto El Dorado; los jugadores eran los hombres viriles del momento pues en el VII Mundial de Fútbol en Chile obtuvieron una victoria de 4 goles por 0 frente a Rusia, uno de los equipos fuertes del campeonato, es decir, su fuerza de voluntad, su valor y su honor se vieron en el campo de juego, por eso el reconocimiento como héroes (Fig. 41).

Además, en ese momento Rusia significó comunismo y occidente capitalismo, una disputa que tuvo al mundo en vilo durante la Guerra Fría. Colombia, en la cancha de fútbol, representó la defensa de Occidente y del capitalismo, contra Rusia, que era el comunismo, el país que buscó acabar con el progreso, la industria, la propiedad privada y la libertad. También, era la victoria de un país pequeño y del Tercer Mundo, contra uno de los países más grandes y poderosos del globo.

Entre los deportistas de la década del sesenta, la revista destacó al jugador de fútbol brasileiro Pelé, éste se expuso como el mayor exponente de la virilidad; en sus veinte, ya era considerado el mejor jugador del mundo:

Pelé se transforma cuando entra en acción. Su valentía ya se hizo famosa. Los adversarios, no solo para intimidarlo, sino principalmente para evitar sus incursiones por las proximidades del gol, sistemáticamente recurren a deslealtades. Mientras puede, Pelé va aguantando. Sin embargo, cuando las cosas pasan del límite, él reacciona vigorosamente, tornándose también violento y agresivo (Revista Cromos, 91(2323), 1962, p. 26).

En esta cita las virtudes viriles aparecen como: *La Fuerza Física*: la juventud, un jugador con capacidad de acción y reacción. *La Fuerza de Voluntad*: un jugador que supo esperar el momento oportuno y aguantó hasta que éste se presentara para obtener el gol. *El valor*: un jugador reconocido públicamente por su valentía en la cancha al abrirse camino para cumplir con su propósito. *El honor*: un jugador que en la cancha demostró su temple ante las deslealtades de otros jugadores.

El ciclismo colombiano, un deporte que ya se había posicionado en el país y en el exterior, contó con un exponente de la fuerza de voluntad, el valor y el honor en la competencia, “Cochise” (Fig. 58). Uno de los deportistas que más apareció en Cromos, pues era considerado “El Campeón” (Revista Cromos, 93(2447), 1964, p. 44):

Con escasos 22 años de edad, la edad en que los ciclistas empiezan a madurar, el buen corredor de Antioquia exhibe ya una hoja de vida muy brillante: ganador dos veces de la vuelta a Colombia, campeón nacional de ruta, actuaciones destacadas en el campo internacional y sin rivales en Antioquia. De una sencillez extraordinaria (Revista Cromos, 93(2447), 1964, p. 44).

La virilidad de los deportistas se identificó en la energía de la edad viril y su capacidad para la acción; esto les permitió desarrollar una condición física hábil y resistente que fortaleció su parte moral a través del control de sus emociones para no desfallecer en la carrera y en el juego y así llegar a la meta y obtener la victoria. Estos deportistas rompieron con los modelos determinados por la posición social y simbolizaron asenso y reconocimiento a partir del esfuerzo, se les consideró “nuevos héroes”.



Figura 41. Homenaje de héroes para el seleccionado. (1962). *Revista Cromos*, 91(2342), p. 25.



Figura 42. Pelé. (1962). *Revista Cromos*, 91(2323), p. 26.



Figura 43. “Cochise”: El Campeón. (1964). *Revista Cromos*, 93(2447), p. 4.

5.2.2 Hombre de Hogar

Entre los hombres con mayor poder en el país se encontraron los políticos, encargados de dirigir el Frente Nacional, los cuales re-direccionaron el proyecto modernizador nacional y Cromos los presentó como los mayores portadores del atributo de la virilidad en el territorio; estos eran identificados, frecuentemente, como Hombres de Hogar, casados y padres, por esto se escribieron artículos como: “El candidato Valencia, hombre de hogar y diestro cazador vaciló de emoción al leer su discurso después de su proclamación” (*Revista Cromos*, 91(2327), 1962, p. 6). En dicho artículo se describió a Valencia como:

El doctor Valencia es un hombre de hogar, suave, sencillo, afable, siempre tiene en sus labios la palabra amable, el gracejo oportuno. [...] Está casado con la señora Susana López, una mujer ideal, inteligente, bonita, de un carácter firme pero bondadoso, ha sido su guía, su estímulo, su apoyo. [...] tiene 4 hijos: Alma (candidatizada en una oportunidad al reinado de belleza del Cauca). Casada con el médico Ernesto González [...] Fernando, el mayor, reside con su esposa inglesa en Bélgica, donde ocupa el cargo de Secretario de la Embajada. Ignacio es abogado y está haciendo su año de judicatura en Popayán. Diana, la menor, es la compañera inseparable de sus progenitores (*Revista Cromos*, 91(2327), 1962, p. 6).

En otro artículo se describió a Julio César Turbay Ayala como un padre ejemplar, al punto de ser “una madre”: “No soy un buen papá, sino cariñoso que es distinto” (Revista Cromos, 91(2342), 1962, p. 21). En este texto Turbay es validado por sus hijos y por su esposa como un hombre viril, ya que es él quien guía el hogar, el que se encarga de instruirlos en las buenas costumbres y en la educación: “[...] es un papá tierno, generoso y comprensivo [...] Tiene libros sobre los grandes personajes del mundo, hace que sus hijos los lean y luego les pide comentarios al respecto. Se preocupa que se enteren de los grandes acontecimientos nacionales y mundiales” (Revista Cromos, 91(2342), 1962, p. 23). Hombres, como los expuestos en las citas anteriores, respondieron a las mismas características de virilidad de la década del cincuenta del hombre caballero, encontraron en la mujer una compañera que los sublimara y atestiguará su virilidad convirtiéndolos en padres y líderes de la familia. Las esposas de estos hombres eran mujeres que cumplieron con el ideal femenino: mujer educada cuyo propósito era proporcionarle felicidad a su esposo (Carreño, 1863, p. 34). Es de notar que en estos hombres, el control de las emociones pasó de la negación a expresar sentimientos que los hicieran ver débiles, tanto en lo privado como en lo público, a ser hombres que se sentían orgullosos de su docilidad en el hogar y de ahí las expresiones de “suave” y “cariñoso” en las citas anteriores. Este hombre era validado, ya que la familia, para la elite y la clase alta del país, encargados del devenir del Frente Nacional, era el núcleo social del que se partía para continuar la lucha contra el comunismo y los detractores de la Iglesia (Revista Cromos, 91(2327), 1962, p. 6).

5.2.4 Estereotipos contrarios a la virilidad

5.2.4.1 El “Playboy”

En el Diccionario de la Real Academia Española, el término *Playboy* es definido así: “Hombre, generalmente rico y atractivo, de vida ociosa y sexualmente promiscua” (RAE, 2014, <http://dle.rae.es/?id=TNrNnr1>). Dicho término se incluyó en el diccionario de la RAE apenas en la edición 23.^a del 2014, es decir, la anteriormente citada; por esta razón no se encontró el término en los otros diccionarios de la RAE, de los años 2001, 1992,

1984 y 1970. En la búsqueda para encontrar otra definición de Playboy, adecuada para este estudio, se halló un texto denominado: *Porfirio Rubirosa: El Primer Playboy del Mundo* (Clase, 1986), el cual dio luces para el análisis de este estereotipo.

Rubirosa era el Don Juan de la década del cincuenta que se identificó en la Revista Cromos de ese periodo, y en ese tiempo también se le llamó “Playboy”. Las características del Don Juan son las mismas del Playboy dado por la RAE, sólo que en éste no aparece el engaño como una de las propiedades de este tipo de hombre. Sin embargo, en el libro sobre Porfirio Rubirosa, en el cual se le denomina como “el Primer Playboy del Mundo”, el engaño es una de sus características más visibles.

Rubirosa se describió como un hombre hábil para complacer a las mujeres y con sobrada astucia para conseguir dinero sin esfuerzo por la vía del fraude; audaz y temerario por sus hazañas y aventuras que lo catalogaron como un sujeto excepcional; las mujeres lo describieron como un hombre seductor, un ser especial, magnético, elegante, con un temperamento encantador, galante en su manera de hablar y comportarse (Clase, 1986). Sus características de hombre fraudulento y ocioso se fundamentaron en que éste conquistó a siete esposas de las que se benefició económicamente a través del divorcio y Rubirosa, en varias ocasiones, expresó que esta era una de sus formas de adquirir riqueza sin esforzarse por hacer dinero de la manera convencional, es decir, trabajando.

En la década del sesenta, Cromos presentó, además de Rubirosa, otros hombres denominados como Playboys pero que no eran ociosos ni necesitaron acudir a ningún engaño para obtener dinero, ya que eran millonarios por herencia o porque sus trabajos los enriquecieron, de esta manera, el engaño dejó de ser una característica del Playboy, un estereotipo moderno que derivó del Don Juan. No obstante, se mantuvo la negación al compromiso y por ello aparecieron en la revista varios artículos sobre los solteros del mundo, en los cuales se describieron a hombres ricos y buenos partidos pero que se negaron a comprometerse.

Si se suma el significado de la RAE y la descripción hecha de Porfirio Rubirosa, sin la característica del engaño y el ocio, se puede obtener la siguiente definición del hombre Playboy para la década del sesenta: Hombre generalmente rico y atractivo para las

mujeres, quienes lo consideran seductor, elegante, encantador y galante; con una activa vida social y sexual.

A esta descripción se ciñeron varios hombres norteamericanos y europeos que aparecieron en la revista, además de Rubirosa, apareció Baby Pignatari y Ali Khan, quienes eran descritos como los que llevaron la vocación profesional del Playboy a un nivel artístico, pero que por su edad y por haber sucumbido al matrimonio ya se encontraban en su ocaso (Revista Cromos, 93(2424), 1964). A estos les siguieron hombres en su plena edad viril como: Sean Flynn, actor de filmes europeos, fotoperiodista e hijo del actor Errol Flynn; Sacha Diestel, famoso cantante y guitarrista francés; Gunther Sachs, fotógrafo y cineasta de origen alemán-suizo; Aghan Khan IV, hijo de Ali Khan; entre otros. Ellos mismos se denominaron como Playboys en los artículos de la revista, por ejemplo, Shan Flynn expresó: “[...] -Yo soy un “Playboy” más, tengo suficiente dinero [...] Me gusta el sol, la risa y la compañía de muchachas así-. Y sonrío satisfecho mientras abraza a tres mujeres maravillosas” (Revista Cromos, 91(2352), 1962, p. 53).

Los Playboys en la década del sesenta eran los herederos del Don Juan, lejanos al matrimonio y al ideal de encontrar una mujer que les adjudicara un lugar de honor y de honradez en la sociedad. Estos encontraron su lugar de reconocimiento a través de sus aventuras, su actitud encantadora y su derroche, todo ello en relación con las mujeres, quienes eran los testigos de su virilidad y caballerosidad.

En Cromos no se encontraron referencias a los Playboys en el país, ya que la revista continuaba difundiendo el estereotipo del Hombre Moderno, caballero y hombre de hogar, garante de la estabilidad del proyecto modernizador. No obstante, los artículos sobre el Playboy respondían a la difusión de los hombres poderosos y exitosos del mundo, que eran ejemplos de fortuna para el hombre y objeto de deseo para la mujer.

5.2.4.2 El Casanova

Las características de este estereotipo de hombre eran su pasión por conocer el mundo a través de los sentidos, el placer y la mujer. Un hombre inquieto no sólo por la seducción

sino por el intelecto. Partiendo de estas propiedades, se identificó en los hombres Nadaístas y, particularmente, en Gonzalo Arango.

El Nadaísmo era un movimiento cultural, literario e intelectual, liderado por Gonzalo Arango, un joven de Medellín que, estando en Cali, contemplando a una mujer muy bella llamada Leonor, en el Café Bemoca, comprendió que sus ansias de libertad tenían nombre: *Nadaísmo* (Nieto, 1965, p. 18). Este movimiento lo definió Arango, en 1958, a través de *El Primer Manifiesto Nadaísta*, compuesto por 42 páginas que argumentaron la necesidad de un nuevo pensamiento, una nueva estética, una nueva fe y, para ello, declaró que era preciso tener una posición revolucionaria que luchara por derrumbar las estructuras que no permitían la libertad: “Todo lo que está consagrado como adorable por el orden imperante será examinado y revisado. Se conservará solamente aquello que esté orientado hacia la revolución, y que fundamente por su consistencia indestructible, los cimientos de la sociedad nueva” (Galán, (s.f), <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/arangonz.htm>).

El Nadaísmo tuvo su momento de gloria en la década del sesenta, contó con fieles seguidores en ciudades como Bogotá, Cali y Medellín. En los Nadaístas eran frecuentes las declaraciones sobre la importancia de encontrar otra manera de vivir en el mundo que no fuera solo a través de la productividad y, por esta razón, se instalaron como un estereotipo contrario al de Hombre Moderno. Su búsqueda para conquistar el mundo y el éxito no partió desde los ideales del capitalismo y el progreso; sí se instalaron en la modernidad, en tanto buscaron el cambio y eran influenciados por pensamientos, ideales y movimientos de otros lugares del mundo como Inglaterra, Francia y Estados Unidos, pero estas influencias eran desde lo intelectual, lo social y lo cultural, y no desde la productividad y el consumo (Duarte y Mantilla, 2011).

Los Nadaístas no contemplaron el ideal del matrimonio, ni el de ser hombres proveedores para una esposa y una familia que les diera reconocimiento en la sociedad, ganándose el honor de ser llamados hombres viriles, virtuosos y honrados. Por el contrario, representaron todo lo opuesto y lo difundieron a viva voz. En una entrevista que se le hizo al nadaísta J. Mario, éste declaró: “¿Dónde trabajas? No trabajamos porque eso sería contribuir con nuestra sangre al enriquecimiento de un sistema que sólo ha tenido para nosotros cárceles o

desprecio, en el mejor de los casos” (Revista Cromos, *III*(2470), 1965, p. 27). Gonzalo Arango en una entrevista con Lucy Nieto de Samper respondió: “[...] ¿Se casaría? - No, nunca, los santos no nos casamos. Simplemente me considero el peor “partido” para una mujer. Y algo muy terrible: soy un solitario. Las mujeres me agradan mucho por un rato pero no para toda la vida” (Nieto, 1965, p. 19).

A pesar de que los Nadaístas no consideraron a la mujer como la garante de su honradez, sino que en vez de ser hombres honorables se consideraron: “Genios, locos y peligrosos” (Nieto, 1965, p. 20), para ellos la mujer era la posibilidad de acercarse a la libertad por medio del placer. A J. Mario le preguntaron ¿Qué era lo que más amaba? Y él contestó entre otras cosas: “[...] a las mujeres desnudas” (Revista Cromos, *III*(2470), 1965, p. 27). En la Revista Cromos, durante la década del sesenta, Gonzalo Arango era uno de los hombres que más figuraron, no solo por su columna *La Última Página*, sino porque representó el tipo de hombre contrario al Hombre Moderno, al caballero. Dio cuenta de ello a través de sus escritos, en los cuales declaró a la mujer como su posibilidad para conocer el mundo a través de sus sentidos, la mujer siempre excitó su curiosidad:

¿Qué opina de las mujeres?

Sólo por las mujeres vale la pena vivir y, hasta escribir. Dios tuvo una idea genial al inventarlas (Nieto, 1965, p. 19).

[...] Poseer plenamente un ser es destruirlo [...] Por eso, la mujer que oculta su identidad en un antifaz, es excitante hasta la locura: estimula nuestra pasión de posesión, nuestra pasión creadora. Su ocultamiento se abre como un desafío a nuestra sed de conquista (Arango, 1965, p. 72).

5.2.4.3 El Dandy

El dandismo era un fenómeno europeo, de Inglaterra y Francia, en los siglos XVIII y XIX. El hombre que estuvo inscrito en él era denominado Dandy y sus características más significativas eran: el interés por lo bello y por la elegancia (poesía, arte y moda); sus virtudes viriles que se manifestaron a través de la conservación de la juventud y el cultivo del intelecto; se distinguió de los otros hombres, a simple vista, por su interés en la ropa, por ello se mantuvo siempre elegantemente vestido; no idealizó el amor en una dama con la cual considerara unirse en matrimonio, todo lo contrario, se inclinó por las aventuras

profesando el amor en libertad y el erotismo; despreció el gusto común y se resistió a la productividad, es decir, a tener un empleo fijo y cumplir con horarios (Umbral, 1999).

El Dandy ha permanecido en el tiempo y, en la década del sesenta, la Revista Cromos lo expuso: “Vuelven los Dandies: Pasada la pobreza impuesta por la guerra. La Gran Bretaña, cuna del Dandysmo, ve aparecer de nuevo a sus elegantes profesionales. Advertencia a las damas: los Dandies no serán buenos maridos” (Adburghan, 1961, p. 21). Único artículo encontrado sobre el Dandy en todo el material rastreado. Ya, en el capítulo anterior, se dio cuenta de que este tipo de hombre no apareció en el cincuenta y, por tanto, es consecuente que, de acuerdo con la revista, emerja en el sesenta y precisamente en su lugar de origen.

En este artículo de Adburghan, periodista inglesa que escribía para Cromos, se hizo un recorrido por el fenómeno del Dandysmo desde que inició hasta la década del sesenta, y sobre el dandy de este periodo se expresó:

Indudablemente los neo-dandies de 1961 [...] no admitirán responsabilidades sino ante sí mismos. Le dedicaran todos sus pensamientos y toda su renta a la presentación y la preservación. No serán buenos maridos. [...] Es posible creer que un dandie sea hermoso, como lo cree él mismo; pero hay que saber que también es inútil (Adburghan, 1961, p. 21).

En la cita se describieron, de forma sucinta y precisa, las características del dandy, tal como era en el siglo XIX y, parece que en la década del sesenta, lo único que faltó por describir era la filosofía del amor libre y los excesos del erotismo que lo llevaban a tener una negativa frente al compromiso (matrimonio). Su característica de inutilidad, en un mundo productivo, permite comprender porque este tipo de hombre no se difundió en Colombia de manera visible durante el periodo de estudio. En el proyecto modernizador del país primó el Hombre Moderno, quien se validó virilmente a través de una posición social, una esposa, un empleo (industrial, empresario, gerente, presidente, ministro, político, ejecutivo, etc.) y la conservación de un aspecto físico propio del hombre de clase alta, siguiendo los preceptos sociales para estar incluido y moverse con habilidad en su propio círculo social, y así ganar reconocimiento. El Dandy, ante este estereotipo masculino fuerte y poderoso, tal vez era ignorado e invisibilizado; sus características, en una sociedad tradicional y moderna como la colombiana, sólo pudieron llevarlo a la anulación.

5.3 La Masculinidad

5.3.1 El Hombre Moderno o El Ejecutivo

Apareció otro tipo de Hombre Moderno y no era el hombre de clase alta o perteneciente a la nobleza, era *El Ejecutivo*, perteneciente a la clase media y descrito así: “[...] las estrellas de la clase media, que se visten con saco abierto [...] y no tienen más de 45 años y toman cocteles y ganan más de 200.000 al año, la clase de los ejecutivos surge poderosa, nueva, con capacidad de mando y transformación” (Nieto, 1967, p. 5). A dicho hombre, que adoptó las virtudes del caballero, la clase alta lo cuestionó, ya que se le consideró una competencia y un desafío a la hombría de aquel que había dirigido el proyecto modernizador del país: el industrial, el político y el empresario que se habían ganado un lugar en la élite gracias a su tesón, fuerza de voluntad y la convicción de conservar una herencia tradicional.



Figura 44. Méndez Puig, H. (1967, 29 de mayo). La imagen del ejecutivo. *Revista Cromos*, 120(2588), p. 20.

El ejecutivo, el nuevo Hombre Moderno, perteneció inicialmente a la clase media, gracias a su profesión y su actitud dinámica escaló lugares hasta llegar a la clase alta, la cual, en ciertos momentos y espacios, lo consideró de clase baja, porque para la élite en el país sólo existían los ricos y los pobres, al surgir la clase media y tener que compartir la riqueza con ésta, el tradicional Hombre Moderno se vio amenazado:

[...] ¿Por qué se adelantaría con arrebatar por la fuerza a los ricos sus haberes para repartirlos equitativamente entre los pobres? En primer lugar, el número de ricos es muy escaso y la gran mayoría de los que amasaron una fortuna lo hicieron a costa de su propio esfuerzo. Reunido todo el dinero

de los pocos millonarios en una sola arca, no remediaría en una mínima parte las necesidades de una población casi mil veces mayor que la primera. Y suponiendo, en gracia de discusión, que alcanzara para hacer pequeños ricos a todos los miserables y se estableciera una clase social de tipo medio, estarían estos nuevos ricos capacitados para hacer producir ese dinero en inversiones útiles para trabajarlo y multiplicarlo? (Revista Cromos, 112(2488), 1965, p. 61).

La respuesta a esta pregunta era afirmativa, la clase media produjo nuevos ricos con la capacidad de generar más riqueza y estos eran Los Ejecutivos, descritos como “los hombres exitosos que constituyeron una nueva dinámica con alto grado de inteligencia, visión, imaginación y fibra para dirigir” (Nieto, 1967, p. 20). Estos eran los nuevos hombres en los que se identificó la hombría con sus valores de fuerza de voluntad, valor y honor, no de la misma forma que en tiempos anteriores (tradicción) sino desde la modernidad: “con ingenio para desarrollar nuevos productos o servicios y encarar las situaciones cambiantes y los nuevos problemas” (Nieto, 1967, p. 20). Su mayor característica era la juventud.

El Hombre Moderno, ahora Ejecutivo, continuó preocupándose por una apariencia física bella, ya que ésta dio cuenta de sus virtudes y le permitió presentarse como un hombre integral, con un cuerpo en forma, limpio y elegante. Esta apariencia continuó reflejándose en la preocupación por el cabello (usarlo corto y bien peinado), la vestimenta (usar el traje adecuado) y la higiene; seguían siendo frecuentes los anuncios publicitarios de productos de aseo personal como fijadores, cremas y máquinas de afeitar, colonias, jabones, etc.:



Figura 45. Old Lavender. (1960). *Revista Cromos*, 90(2264), p. 49.



Figura 46. D' Mac. (1968). *Revista Cromos*, 124(2646), p. 58.

En los anuncios publicitarios de la revista continuaron identificándose marcas de ropa de Inglaterra, Francia y Estados Unidos, sin embargo, la mayoría eran marcas nacionales que usaban nombres extranjeros como Everfit y Gef que ofrecían diferentes piezas de vestuario caracterizadas por la influencia de la moda europea y norteamericana. Estos anuncios continuaron acudiendo a la presencia varonil del hombre como estrategia para el consumo:



Figura 47. Everfit 70. (1967). *Revista Cromos*, 120(2592), p. 5.



Figura 48. Everfit 70. (1968). *Revista Cromos*, 124(2648), p. 43.



Figura 49. Gef de Paris. (1968). *Revista Cromos*, 125(2665), p. 16.

El cuerpo bello continuó siendo un modelo a seguir para los hombres modernos colombianos y los galanes del cine norteamericano e inglés, que aparecieron en *Cromos*, eran el referente de belleza de los lectores de la revista:



Figura 50. Frank Sinatra. *Revista Cromos*. (1962). 91(2356), p. 50.

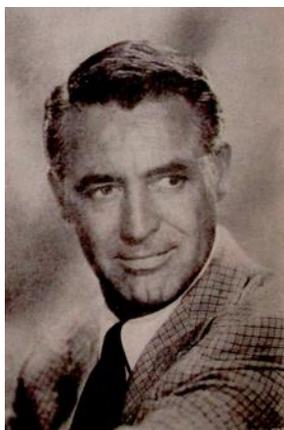


Figura 51. Cary Grant estrena canas. (1965). *Revista Cromos*, 112(2484), p. 8.

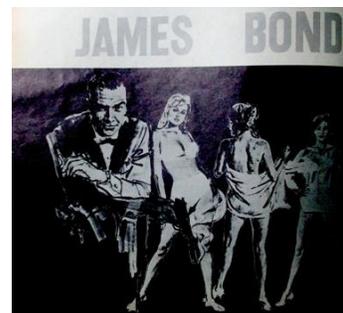


Figura 52. Sean Connery en James Bond. La fabulosa leyenda de James Bond. (1966). *Revista Cromos*, 117(2553), p. 8.

El ideal del cuerpo bello masculino, que se vio reflejado en los galanes del cine, tuvo su equivalente femenino en Marilyn Monroe, como la mujer más bella y deseada por el Hombre Moderno de la década del cincuenta, y su muerte, en 1962, la convirtió en uno de los mayores iconos de la belleza femenina para la cultura moderna (Hobsbawm, 2013).



Figura 53. Marilyn sigue en primera fila. (1961). *Revista Cromos*, 90(2294), p. 7.



Figura 54. Por qué se mató Marilyn. (1962). *Revista Cromos*, 91(2350), p. 1.

La ausencia de Marilyn llevó a que la actriz francesa Brigitte Bardot ocupara el lugar de la mujer más bella en el cine, encarnando el deseo del Hombre Moderno. Bardot contó con cualidades parecidas a las de Marilyn Monroe, inspiró delicadeza e inocencia, no obstante, se distinguió por su seducción, erotismo, rebeldía y libertad, éstas la llevaron a convertirse en un símbolo sexual; además, con frecuencia apareció desnuda en las pantallas del cine y esto atrajo decididamente la atención del hombre sobre ella, su cuerpo en la pantalla se convirtió en algo valioso (Dalmau, 2009).



Figura 55. Brigitte Bardot. (1969). *Revista Cromos*, 127(2802), p. 6

El cuerpo saludable y en forma continuó reflejando la belleza moral y física del Hombre Moderno, quien mantuvo la práctica del tenis, el polo y el golf. Sin embargo, en la década del sesenta, se hizo popular el billar como un juego de todas las clases sociales, pero que la clase alta apropió como un espacio masculino que implicó destreza mental y que los hombres modernos usaron como excusa para disfrutar tiempo de ocio con los amigos (Salazar, 1967, p. 64). El cuerpo feo (descuidado, desproporcionado, desarreglado y flácido) y el cuerpo enfermo (decadente, cansado y adolorido) se mantuvieron como los opuestos al ideal del cuerpo armonioso e integral del Hombre Moderno. En la revista, estos se continuaron evidenciando en los anuncios publicitario, sin embargo, Cromos se valió de este precepto para hacer una crítica política en sus páginas a través de una caricatura de Antonio Caballero:



Figura 56. Caballero, Antonio. (1962). La extraña historia de los colombianos. *Revista Cromos*, 91(2327), p. 63.

De acuerdo con esta caricatura el hombre amoral e incivilizado, feo y enfermo por la suciedad y el vicio era el conservador; el hombre virtuoso y civilizado, bello y sano por el semblante de su rostro, su cuerpo musculoso y su juventud era el liberal. Ya el hombre de traje, tanto el conservador como el liberal, figuraron como lo mismo, lo único que cambió era el color de la corbata, azul para el conservador y roja para el liberal; son los mismos, en tanto, son los Hombres Modernos de uno y otro partido.

El Hombre Moderno, de la década del cincuenta, se mantuvo en los sesenta sosteniendo el ideal de ser un Hombre de Verdad, el cual, debió tener como mayor cualidad la actitud activa y productiva; era fundamental en él la seguridad en sí mismo y el establecerse en un lugar de poder que le permitiera acceder al éxito y al progreso, acciones que eran requeridas por el sistema capitalista y su estructura de consumo, además, por un país con proyectos modernizadores. Este hombre dejó de ser exclusivo de la clase alta y la élite del país, ya que los ejecutivos asumieron las virtudes y los ideales de la caballerosidad, por esta razón, en la Revista Cromos, al hombre de éxito también se le denominó Ejecutivo. A este sujeto la publicidad continuó vendiéndole productos que estuvieron relacionados con el lujo, la posición social, la capacidad económica y el poder, de la misma manera que se hizo en la década del cincuenta:



Figura 57. Planex. (1967). Revista Cromos, 120(2592), p. 4



Figura 58. Lord Buxton. (1960). Revista Cromos, 90(2256), p. 27.



Figura 59. Mac Donald. (1967). Revista Cromos, 120(2592), p. 3

En los sesenta, este Hombre Moderno (masculino) continuó validándose como hombre (virilidad y hombría) al oponerse a lo femenino. Demostró su estado de poder superior al dejar de lado todas las cosas femeninas y se concentró en usar y acumular su poder, no sólo en lo físico y lo sexual, sino en lo social, lo político, lo financiero y lo intelectual (Keen, 1999). La mujer que acompañó a este tipo de hombre, es decir la Mujer Moderna tradicional, expuesta en el capítulo anterior, se mantuvo bajo su dominio y su relación permaneciendo bajo la mirada de los contrarios: el hombre representó el control de las emociones y la mujer la falta de control de éstas. El hombre era el proveedor, el trabajador

y su presencia era activa en los espacios públicos; la mujer era pasiva, dependiente, protectora y su presencia se requirió en el hogar. Este hombre y esta mujer, en la década del sesenta, se vieron cuestionados por los cambios en la situación social, política y cultural del género femenino, tanto en el mundo como en el país. No obstante, Cromos siguió divulgando su presencia ya que estos eran sus lectores tradicionales, de ahí que continuaran apareciendo contenidos en los cuales se reforzó el rol superior del hombre sobre el rol inferior de la mujer en el matrimonio y en la sociedad:



Figura 60. Revista Cromos, (1962). 91(2342), p. 58.

La revista continuó exponiendo al Hombre Moderno como aquel que teniendo su esposa se interesó más en otras mujeres, en varios artículos se expusieron temas relacionados con las amantes y la fidelidad y, generalmente, estos textos estuvieron a favor del hombre, ya que la esposa permaneció representando la cotidianidad y el interés económico, mientras que la amante, representó la sorpresa, la diversión, la amabilidad y la seducción. A continuación se expone un aparte de un cuento que lo ilustra:

Carta de nuestra esposa

[...] inmediatamente que recibimos la solicitud de nuestro diario lo primero que se nos ocurrió – y que no lo vaya a saber nunca nuestra esposa!- fue traernos a Bogotá a nuestra secretaria [...] Cuando la hicimos participe de esta idea, ella prorrumpió en exclamaciones: - Art, tu eres lo que se dice un amor de tiempo completo. ¡Cómo se te fue a ocurrir semejante primor de idea! [...]

[...] Por lo que a nosotros respecta no cabíamos de la felicidad: era como nuestra segunda luna de miel, y no precisamente con nuestra esposa! [...] Apenas llegamos a Bogotá recibimos una carta de nuestra esposa y que nos

leyó nuestra secretaria (Si lo supiera nuestra esposa! Y qué diría nuestro hijo de nueve años!). Las noticias que nuestra esposa nos transmitía eran ciertamente alarmantes [...] - nos decía textualmente nuestra esposa- Regresa cuanto antes! Recuerda que está sin pagar la mensualidad de tu seguro de vida! Qué sería de mi y de nuestro hijo? (Y que sería de nuestra secretaria – pensamos para nuestros adentros) (Revista Cromos, 93(2426), 1964, p. 33).

La fidelidad del hombre llamó la atención de la Mujer Moderna, es decir, de la mujer que quería comprometerse, o ya lo estaba, y la esposa, por ello, la revista abrió espacios para exponer este tema a través de descripciones de perfiles como:

[...] El hombre que se hace notar.

En el fondo es un vanidoso y tiende a exhibirse [...] Un poco hipócrita y meloso, lo que lo hace más interesante. Mucha atención con este tipo de hombre: puede caer fácilmente en las redes de una mujer inteligente que lo alabe en público (Revista Cromos, 112(2490), 1965, pp. 40-41).

En la revista se tuvo en cuenta la opinión del Hombre Moderno frente a la fidelidad y éste expresó varias razones por las cuales le era infiel a su esposa:

[...] me pregunto si esta necesidad de conquistar no es signo de virilidad. Cuando caigo rendido ante una chiquilla me siento fuerte, más equilibrado en mi trabajo.

[...] Como primera medida yo tengo necesidades más fuertes que las de mi mujer, por consiguiente estimo que el adulterio del hombre no tiene mayor importancia [...] La sabiduría popular ve muy claro: un hombre engañado es ridículo, una mujer engañada es casi normal (Revista Cromos 127(2702), 1969, pp. 64-66).

De acuerdo con lo anterior, en la década del sesenta, el Hombre Moderno continuó sintiéndose completo o satisfecho sólo mediante dos mujeres: la esposa y las otras, y generalmente era desdichado con la primera y feliz con la segunda. Al validarse mediante lo contrario a lo femenino, el Hombre Moderno continuó ratificándose como heterosexual, por ello las ideas que se presentaron en las citas anteriores, en las cuales la infidelidad era un asunto de virilidad, es decir, de su condición de hombre.

5.3.2 Estereotipos contrarios al Hombre Moderno o El Ejecutivo

5.3.2.1 El Hombre Machista

Tal como en la década del cincuenta, era el hombre que se relacionó con los otros (esposa e hijos) desde una posición superior, generalmente imponiendo su poder de forma autoritaria y violenta. La Revista Cromos lo continuó presentando como un opuesto del Hombre Moderno y lo ilustró como el hombre inútil de clase social baja, que sometió a su esposa y en ella descargó todas las responsabilidades.



Figura 61. Recién Casados. (1964). *Revista Cromos*, 93(2453), p. 64.

5.3.2.2 El Hippie

El Movimiento Hippie lo presentó Cromos a través de una crónica escrita por el nadaísta Dukardo Hinestrosa y su compañero fotógrafo Elkin Ochoa, los dos se hicieron pasar por hippies, se disfrazaron y convivieron por ocho días con varias de las comunidades que habitaban la ciudad de San Francisco (Estados Unidos). Éstos destacaron como principios del hipismo: abogar por la paz al ofrecer resistencia a la maquinaria bélico-militar y borrar las fronteras políticas y raciales, oponerse al consumo programado por el sistema capitalista:

[...] no viajan sino estirando el dedo pulgar, no quieren escuchar la radio ni comprar televisores, no se afeitan ni compran ropa, sólo usan de lo que la hermandad les provee, sus vestidos están llenos de rotos y remiendos [...] los zapatos han desaparecido en su indumentaria, sólo llevan sandalias

rústicas hechas de pedazos de llantas. De sus orejas cuelgan zarcillos con un ligero oxido, collares de mostacilla y amuletos con deidades fálicas.

[...] el movimiento hippie se niega a trabajar y por razón natural no paga impuestos, viven casi de la caridad pública y han entronizado una suerte de abandono. El principal enunciado de estos jóvenes rebeldes es su antimilitarismo y eluden en cuanto es posible el servicio al gobierno (Hinestrosa, 1967, p. 8).

Tal como lo presenta la cita anterior el Hombre Hippie puede considerarse como contrario al Hombre Moderno, es decir, El Ejecutivo. El Hippie no tenía pretensiones productivas en cuanto a tener un puesto en la política o la economía que lo llevara a ubicarse en una clase social alta, que le diera reconocimiento y le permitiera consumir lo que el sistema le ofrecía, sobre todo objetos de lujo. No estaba interesado en la moda, mucho menos en el traje. No tenía una filiación política, ni reconocía la autoridad en instituciones como lo militar, la iglesia y los partidos políticos. No trabajaba, no se consideraba un sujeto productivo, ni perteneciente a una clase o grupo social, ni necesario para modernizar la economía y la política de un país.

El Hombre Moderno, El Ejecutivo, dio cuenta de su hombría a través de valores como la fuerza de voluntad, el valor y el honor. El Hombre Hippie no despreció estos valores pero los asumió más, no como una muestra de hombría, sino como una condición espiritual y filosófica que se expresó mediante la resistencia al consumo capitalista, la individualidad, la productividad, el racismo, la diferencia entre clases sociales, etc. La fuerza de voluntad que, para el Hombre Moderno, consistía en la capacidad para controlar las emociones y tomar decisiones, era considerada en el hipismo como la capacidad de sentir (sensibilidad) para tomar decisiones; llegar a este estado requirió de diferentes prácticas, colectivas e individuales, que fortalecieran el ser, una de ellas era el consumo de marihuana y LSD como sustancias que permitían trascender a través de los denominados *Trips* o viajes espirituales que conectaban al sujeto con el Cosmos, con lo verdadero, para allí encontrar el camino, la decisión. El valor se manifestó en el Hombre Hippie como la capacidad de resistir ante el sistema y el honor como el mantenerse fiel a sus ideales.

El Hombre Moderno, El Ejecutivo, contó con una compañía que lo sublimó y le dio un lugar social, ésta era la Mujer Moderna: la esposa, la madre y la administradora del hogar.

Tanto el hombre como la mujer modernos encontraron en el hipismo sus versiones contrarias. El Hombre Hippie no buscó una compañera adecuada que le diera un lugar en la sociedad, por el contrario: “comparten el tabaco, la mujer y el vino” (Hinestrosa, 1967, p. 5). La Mujer Hippie se preocupó por conocer el mundo y esto lo hizo a través de un compañero y del *Trip* o viaje espiritual. Su interés no era ser esposa, madre o administradora de un hogar; su interés estaba centrado en conocer el mundo a través del arte, el sexo y la libertad. No era una mujer de un solo compañero sino de varios, no consumía productos belleza ni de moda: “Las mujeres hippies le han decretado una guerra a la ropa interior. Simplemente no la usan y muchas de ellas se hacen tatuar brazos y piernas con palabras tales como: “amor”, “paz” o dibujos extraños que parecen evocar uno de sus “viajes” sicodélicos” (Hinestrosa, 1967, p. 7).

El hombre y la mujer hippies no pretendían dar cuenta de su estado moderno y por esta razón eran estereotipos denigrados por la mirada del Hombre Moderno, ya que no compartían sus ideales y valores: la productividad, una casa para formar una familia tradicional, el matrimonio tal como lo planteaba la iglesia y la fidelidad:

[...] en lo que se refiere al amor dicen que debe practicarse en donde se presenten los deseos y aunque las condiciones no lo permitan (Hinestrosa, 1967, p. 5).

[...] Hippieland está enquistada en un vasto sector negro; sus calles se ven siempre sucias y de las viejas casonas que lo componen, medias, camisas, batones, blue jeans y desgastadas mantas flotan en sus balcones, asoleándose como desiguales banderas de derrota. Sus pasillos y vetustos porches están siempre llenos de parejas haciéndose el amor, recontando las cuentas de viejos collares, fumando hasta reventar, en alucinantes monólogos o recitando al viento poemas intrascendentes (Hinestrosa, 1967, p. 8).



Figura 62. Hinestrosa, Dukardo. (1967). Los Hippies. Última locura alucinante. *Revista Cromos*, 122(2610), p. 9.

En la Revista Cromos no se rastreó ningún otro artículo sobre el movimiento hippie, ni evidencia de que éste, durante la década del sesenta, se manifestara en Colombia con fuerza. La revista seguía promoviendo la prevalencia del hombre y la mujer modernos y el hipismo era visto como algo que acontecía en el exterior, una locura que aún no se presentaba en el país, por ello el artículo se subtituló: *Una Locura Alucinante*.

5.4 Crisis de la Masculinidad

En los años cincuenta se percibieron algunas situaciones frente a la masculinidad que empezaron a desestabilizar la tradicional posición hegemónica del hombre en la sociedad, tanto en el país como en el mundo. Pero en la década del sesenta estas situaciones pasaron a ser grandes acontecimientos que La Revista Cromos divulgó en sus páginas.

Los sesentas eran los años en que las costumbres, los ideales de la sociedad y el poder se enfrentaron a la necesidad del cambio, ya que la juventud irrumpió masivamente en la búsqueda de otras formas de vida y de otras actitudes morales. En este periodo hubo una fractura que se manifestó a través de los avances científicos, el empoderamiento de los medios de comunicación, el viaje a la luna y la conquista del espacio, la píldora anticonceptiva, la salud, etc. Además, era el tiempo de la contracultura: los jóvenes se revelaron ante el sistema capitalista, el consumo y los ideales de modernidad (Tirado, 2014), de allí el surgimiento de los Hippies en Estados Unidos y los Mods en Inglaterra, el rock y el consumo de drogas, especialmente la marihuana y el LSD.

En Colombia existió una actitud, casi común, por parte de los jóvenes, una rebeldía que se expresó en la moda, incluyendo el pelo largo y las preferencias por el rock, el cuestionamiento de los prejuicios sociales y la búsqueda de la libertad sexual. Los jóvenes de ese momento se opusieron desde una posición medianamente cómoda, ya que se encontraban inmersos en el proceso de modernización del país que contaba con un aumento en el crecimiento económico, abría espacios para la educación y para el empleo y el consumo ya no era un asunto de necesidad, sino de gusto (Tirado, 2014).

La Crisis de la Masculinidad en el mundo se relacionó, básicamente con el Feminismo (reclamo de la igualdad de derechos de la mujer respecto al hombre) y con el Hombre

Feminizado (hombres que asumieron comportamientos diferentes a los que tradicionalmente se consideraron masculinos y que se asociaron con lo femenino) (Montesinos, 2002). Los artículos relacionados con la Crisis de la Masculinidad en la revista no eran bastos pero tampoco escasos, los que trataron el tema del Feminismo eran de carácter nacional casi todos y los relacionados con el Hombre Feminizado eran sobre países como Estados Unidos, Inglaterra y Francia. Esto quiere decir, que la Crisis de la Masculinidad del hombre, en Cromos, se hizo visible con el Feminismo de forma contundente, en cuanto al Hombre Feminizado, éste continuó ignorándose e invisibilizándose, claro que apareció en las páginas de la revista como un acontecimiento del exterior que podría llegar al país en otro momento.

5.4.1 El Feminismo

El reclamo por la igualdad de derechos de la mujer respecto al hombre se identificó en varios artículos de la revista, entre los más importantes estuvo: *En interés de la familia* (*Revista Cromos*, 90(2292), 1961, p. 31), una transcripción de un debate efectuado, en una emisora bogotana, sobre el proyecto de ley presentado por la senadora Esmeralda Arboleda de Uribe por el cual se dictaban normas sobre la capacidad civil de la mujer. En dicho proyecto se dejó claro que la potestad marital no sólo le pertenecía al hombre, también a la mujer, de ahí la igualdad de derechos y deberes entre los conyugues. En el artículo se evidenció como el proyecto de ley, que expuso la senadora en 1959, presentó opositores en 1961, éstos vieron en él un motivo para la disolución del matrimonio, además de un cuestionamiento a la “jefatura familiar” siempre ejercida por el marido. Ante esto, el Hombre Moderno y su masculinidad se vieron en crisis, sus estados de poder social y cultural, soportados en los atributos de hombría y virilidad, eran afectados y las reacciones no se hicieron esperar:

[...] Leopoldo Uprimny [...] Creo que el proyecto es contrario al concepto católico sobre el matrimonio, a la moral cristiana y al espíritu del concordato y del plebiscito. La potestad marital se funda en normas del Derecho Divino que no pueden ser derogadas por la ley humana.

[...] ¿Cree usted que es necesario para la psicología masculina y femenina que exista la potestad ejercida por el varón?

[...] Reverendo Padre Bravo: El varón es el jefe de la familia y cabeza de la mujer, la cual, sin embargo, debe someterse y obedecer al marido, no a modo de esclava, sino de compañera, es decir, de manera que a su obediencia no le falte honestidad ni dignidad (Wills de, 1961, pp. 38-40).

En medio del reclamo de la potestad marital, emergió el divorcio cuestionando la masculinidad en el Hombre Moderno. La Iglesia predicaba la condición sagrada de la unión marital, como una alianza divina que sólo la muerte podría separar en la vida terrenal y donde el hombre era su mayor líder y guía (Wills de, 1961, pp. 38-40). Las feministas promovían la necesidad del divorcio como una posibilidad de que la mujer se liberara de la miseria, ya que cuando en una pareja el amor no existía, la mujer sólo alberga desamor, rencor profundo y hasta odio; si estos sentimientos y esta situación la llevaban a engañar a su esposo, ella era condenada al escarnio público y al repudio, mientras, en el caso contrario, la infidelidad en el varón era normalizada, precisamente porque era él el que detentaba la potestad marital. Era necesario equilibrar la balanza y adjudicarle a la mujer capacidad civil en el matrimonio (Nieto, 1965).

La potestad marital implicó para el hombre no sólo la pérdida del liderazgo en el hogar, sino la pérdida del espacio público como lugar de reconocimiento. La mujer salió del hogar a la calle para ganarse la vida, ya desde la década del cincuenta lo había hecho, porque en el país, con la Organización Femenina Nacional (1954), “las mujeres reclamaron el sufragio femenino, la igualdad salarial, la protección del derecho al trabajo y el derecho a ocupar altos cargos en el gobierno” (Cabrera, 2009, p. 18). Sin embargo, su situación laboral no contó con la garantía de que su trabajo fuera apreciado como igual al del hombre, por ello el artículo: *La mujer en el trabajo: Uno de los mitos femeninos, “la mujer en el hogar” parece a punto de abolirse. ¿Pero será reemplazado por uno nuevo, el de la “trabajadora igual al hombre”?* (Revista Cromos, 90(2304), 1961, pp. 42-44).

En este texto se comentó el artículo “Mitos y Realidades” de la revista francesa *Espirit*, que desmitificó el rol de la mujer en el hogar, ya que éste era considerado como una acción sin esfuerzo, y lo presentó como una labor que podría considerarse un trabajo de tiempo completo. Por otro lado, evidenció los beneficios que obtenían las mujeres al ser sujetos

laborales fuera del hogar, equiparando su carácter con el del Hombre Moderno, ya que su condición laboral la despojó de los nervioso, la histeria, la tensión y la debilidad, es decir, un sujeto con fuerza de voluntad para controlar sus emociones, una virtud que se había considerado exclusiva del hombre: “[...] Más vigorosos todavía, son los resultados de la encuesta realizada entre madres e hijos temperamentales: las mujeres activas se manifiestan menos nerviosas que las otras, castigan menos, mantienen tensiones y oposiciones menos fuertes en el hogar” (Main, 1961, p. 42). El artículo también describió como la mujer trabajadora, en la década del sesenta, transformaría la masculinidad imperante, que se soportó en la imposición y la oposición del poder masculino sobre y ante el femenino:

La mujer activa transforma y destruye dos viejas imágenes: ante todo la de la madre- y por ella la de la mujer- reducida a una simple dependencia, encerrada dentro de la impotencia y la pasividad ante las dificultades que, solo, un padre “divino” puede afrontar; y también la de un ser dedicado a las rebeliones solapadas y pasionales. Ella destruye esa otra imagen sagrada del macho, de esencia superior, lejano, ausente y que cada tarde se despoja de sus arcos como un héroe (Main, 1961, p. 43).

Otros artículos mostraron como la masculinidad del Hombre Moderno, al que se dirigió la revista, entró en crisis, respecto a su naturaleza viril: *Sexo débil. Un insólito congreso femenino hace una revelación: los hombres son más frágiles que las mujeres* (Revista Cromos, 90(2260), 1960, p. 54). En éste texto, la condición viril del hombre que estuvo representada en su fuerza física y que en un momento lo llevó a ser llamado el “Sexo Fuerte”, se replanteó, ya que en el artículo se destacó que la condición biológica de la mujer era más fuerte que la del hombre: “[...] El organismo de la mujer es más resistente que el del hombre a las infecciones microbianas [...] La mujer es menos propensa que el hombre a las enfermedades hereditarias [...] de cien personas que alcanzan una edad centenaria, hay 25 hombres por cada 75 mujeres” (Maurel, 1960, p. 54).

Así, la búsqueda por la igualdad de derechos de la mujer se valió no sólo de la ley sino de la ciencia para demostrar que no había debilidad en lo femenino y la fragilidad del hombre se divulgó partiendo del discurso científico, que en la modernidad, era uno de los argumentos con mayor peso y credibilidad en cualquier escenario de poder: político, económico, social, etc. (Melo, 1990). La ciencia, en definitiva, parecía estar de parte del

feminismo en los años sesenta, contribuyó con la igualdad de derechos para la mujer a través del uso la píldora para la planificación familiar. Este producto le dio a la mujer la posibilidad de contemplar un escenario diferente al del hogar, es decir, el del trabajo; y le garantizó la autonomía para decidir sobre su cuerpo en cuanto a sus deseos sexuales y sociales: “[...] emplear productos anticonceptivos le permite a la mujer tener hijos cuando quiere tenerlos y no recibirlos como algo irremediable [...] puede tomar la iniciativa respecto a su deseo sexual, concederlo o no es una decisión que ya será fácil de tomar” (Sullerot, 1966, p. 24).

Ante estas situaciones, al Hombre Moderno sólo le quedaron dos opciones: la primera era continuar con la posición del marido dominador, manteniendo las herencias culturales, privilegiando sus atributos de hombría y virilidad ante lo femenino y manifestando su oposición y negativa frente a los reclamos de igualdad de derechos por parte de la mujer; la segunda era asumir la nueva situación de la mujer en el hogar y en la sociedad y compartir sus estados de poder en la familia y en lo público. Entre estas dos, el Hombre Moderno colombiano que reflejó la Revista Cromos, mantuvo la primera, tal como lo expresó el reconocido psiquiatra colombiano Álvaro Villar Gaviria: “con miras a una progresiva disminución” (Wills de, 1961, pp. 38), es decir, con ciertas concesiones que su mismo contexto lo llevó a dar y partiendo de la conveniencia personal: “Si las dejan trabajar es porque les conviene a ellos, para que ayuden a sostener la carga económica del hogar, que hoy día es muy pesada, y las dejan estudiar para que trabajen y ayuden también con los gastos” (Nieto, 1965, p. 47)

La flexibilidad de este hombre frente al acontecer femenino, en medio de la crisis de su masculinidad, se evidenció también en la producción de la Revista Cromos como un medio de comunicación dirigido por Hombres Modernos para Hombres Modernos, una postura conveniente que no discriminó, criticó o vetó a gran escala los contenidos de corte feminista; los dio a conocer con ciertas posiciones conservadoras y tradicionales pero que no deformaron la información. La postura de Cromos frente a esta situación de poder entre hombre y mujer, durante la década del sesenta, no podría tildarse de negativa o positiva, simplemente fue un medio que buscó reflejar la realidad moderna, desde un punto de vista de la clase alta. Se destaca, que en la década del sesenta, las voces y los textos no eran

masculinos en su mayoría, como en la década del cincuenta, la voz y los textos femeninos tuvieron una significativa relevancia con posturas de mujeres que promovían los ideales tradicionales masculinos, es decir, la primacía del Hombre Moderno, y otras que promovían el reclamo de los derechos y las libertades de la mujer, fueron estas últimas las que evidenciaron en sus artículos como: *Mujeres... Despierten!* de Lucy Nieto de Samper (1965), la Crisis de la Masculinidad.

5.4.2 El Hombre Feminizado

El Hombre Feminizado adoptó tanto vestimentas como conductas femeninas (Montesinos, 2002). Todos los artículos encontrados en la revista sobre este hombre eran sobre realidades de países como Estados Unidos, Inglaterra y Francia. Estos eran presentados como algo externo al país, causaba curiosidad y preocupación, pero se veía lejano y no se pensaba como algo que podría llegar a ser una realidad interna. Sin embargo, en estos artículos se lograron percibir las opiniones del Hombre Moderno y las confusiones que estas realidades externas y extrañas causaron en un hombre que fundamentó su existencia a través de la oposición a lo femenino.

El Hombre Feminizado puede considerarse como uno de los puntos de desequilibrio y de crisis para el Hombre Moderno porque se expuso sin temor y era validado públicamente. Éste se identificó en la revista de dos formas, el hombre que adoptó vestimentas femeninas y el hombre que, además de vestir como mujer, se comportó como una (Montesinos, 2002).

5.4.2.1 El hombre que vistió como mujer

En la Revista Cromos se encontró un sólo artículo sobre el hombre vistiendo de forma femenina. Éste permitió identificar, como el Hombre Moderno de la década del cincuenta, que se resistió a cambiar su traje por otro tipo de ropa más holgada, nueva tendencia en Estados Unidos y Europa, observaba como la juventud de los años sesenta, tanto hombres como mujeres, vestían de forma contraria a su género, es decir, los hombres usaban atuendos masculinos y viceversa. Esto era criticado y expuesto por él como un problema:

“[...] Lo cierto es que el problema existe. En Inglaterra, cada vez más, los jóvenes tratan de asemejarse en todas sus actitudes a las chicas y viceversa” (Restrepo, 1965, p. 18).

Jorge Restrepo Trujillo, autor del texto *¿Adivinen cuál es el hombre?*, plantea el tema como algo risible, el resultado de la inmadurez y la rebeldía juvenil, que estaba de moda en el mundo y, en ese momento, los adolescente rebeldes de moda en Inglaterra eran los “Mods”. Para mostrar el tema como un acontecimiento absurdo, Restrepo contó una anécdota con la que expuso que esta era una rebeldía infundada e inmadura y que, finalmente, la naturaleza normal del hombre y la mujer permanecía intacta en estos jóvenes: “La única forma de distinguir los hombres de las mujeres es la del ratón [...] Apenas entro en un local lo pongo en el suelo. Los “Mods” que no hacen escándalo son generalmente los hombres; los que se suben a las mesas, las mujeres” (Restrepo, 1965, p. 19).

Restrepo representó la opinión del Hombre Moderno que convirtió, lo que era un estilo de vida para los jóvenes Mods de Inglaterra, en un chiste y así buscó quitarle validez a esa extraña y externa realidad. Se valió de la virtud masculina de la fuerza de voluntad, para exponer como el hombre era el que naturalmente la poseía y como su contrario, la mujer, era la que no, de ahí su histeria por el ratón. Al finalizar el artículo expresó: “[...] Las mismas camisas de seda y el cuellito color malva harán, sin duda, que ellos sean “modernos” y nosotros oscurantistas. En todo caso el truco del ratón de caucho sería lo más apropiado” (Restrepo, 1965, p. 19). Es evidente su resistencia, como Hombre Moderno, a esto que acontecía en otras partes del mundo con los jóvenes, por eso reiteró lo absurdo de la situación.



Figura 63. Restrepo Trujillo, J. (1965). Adivinen cual es el hombre?
Revista Cromos, 111(2475), p. 1.

5.4.2.2 ¿Es hombre o mujer?

Al Hombre Feminizado, que además de usar ropa de mujer se comportaba como una, se le consideró, por parte del Hombre Moderno como un *Extraño*, es decir, un estereotipo negativo de hombre, que no estaba a la altura del ideal masculino, sino que reflejaba todo lo opuesto a la verdadera masculinidad, por ello era un enfermo, antinatural, anormal, raro y perverso.

El homosexual (con o sin comportamientos femeninos) en los años cincuenta, en Colombia, era invisibilizado y anulado, ya que en pleno auge del proyecto modernizador el protagonista, en el mundo y en el país, era el Hombre Moderno; ni la élite ni la clase alta le dieron un lugar y, si lo hicieron, permaneció en la intimidad. Pero esto no era propio sólo del país, en Reino Unido se persiguió a los homosexuales hasta 1967, en Estados Unidos la Sodomía empezó a ser despenalizada en los diferentes Estados a partir de 1961 y sólo hasta 1969 surgió el primer movimiento Gay en Norteamérica, el *Gay Movement Liberation* (Nueva York) (Tirado, 2014). Por ello, que en la década del sesenta la Revista *Cromos* presentara diferentes artículos en los cuales, el que antes era un *Extraño* se visibilizara como una novedad, y que llegara a ser validado socialmente, evidenció, de forma clara, que la Masculinidad Moderna había entrado en crisis.

Lo particular de los artículos encontrados en *Cromos*, sobre el Hombre Feminizado, en este caso el homosexual con comportamientos femeninos, es que todos trataron el tema del cambio de sexo, es decir, todos se refirieron al transexual, que en ese periodo era definido como:

[...] Un transexual es una persona físicamente normal, pero que está señalado por un desvío mental de la normalidad. Adolece de una aversión total y poderosa hacia el cuerpo que le dio la naturaleza. Está incommoviblemente convencido, de que, en el caso suyo, la naturaleza cometió un tremendo error; de que es una mujer atrapada en el cuerpo de un hombre, o en comparativamente raros casos de mujeres transexuales, viceversa [...] esta perplejidad ha inducido a muchos quebrantos mentales y suicidios, en otros casos se ha llegado incluso a la automutilación (Hudson, 1969, p. 76).

De acuerdo con la cita anterior, el *transexual*, tal como el homosexual era un hombre enfermo, que no se conformó con adoptar conductas femeninas, sino que era mujer, en tanto transformó su naturaleza biológica. El mayor referente transexual que expuso Cromos en sus páginas era Coccinelle. El primer artículo que se encontró en la revista sobre éste se llamó *El hombre que se volvió Mujer*. Un texto en el que se transcribió su historia como Vedette parisina reconocida en el mundo y quien hacía parte de los círculos sociales más exclusivos, propios de personalidades internacionales como: Aristóteles Onasis, Bob Hope, Dimago, Marlene Dietrich, etc. El artículo es una narración en primera persona de la misma Coccinelle, en donde contó cómo había pasado de ser Jacques Charles a la esbelta mujer que era en ese momento.

Cromos presentó esta historia como información. Como medio de comunicación no expresó opinión, no obstante, en su introducción expuso, en mínimas palabras, la inquietud que esta historia le generó a la revista, es decir, al Hombre Moderno: “[...] Se trataba nada menos que de la famosa (o famoso?) Coccinelle. La misma que ocho años antes figuraba en la libreta militar como Jacques Charles” (Revista Cromos, 1962, p. 16). Al hacer la pregunta “(o famoso?)” se deja en claro que esta era una situación que todavía no sabía cómo nombrar, una situación extraña, ajena a la estructura del Hombre Moderno y de la sociedad colombiana de los sesenta.



Figura 64. El hombre que se volvió mujer. (1962). *Revista Cromos*, 91(2352), p. 16.



Figura 65. El hombre que se volvió mujer. (1962). *Revista Cromos*, 91(2352), p. 17.



Figura 66. El hombre que se volvió mujer. (1962). *Revista Cromos*, 91(2352), p. 18.

En otro artículo de la revista, el Hombre Feminizado, que había cambiado de sexo, se expuso como un problema causado por la ciencia, ya que ésta le había dado la posibilidad de reconstruir su biología para convertirse en una mujer, y esto no era lo único reprochable, sino como este hombre o ¿mujer?, se había tomado lugares como los campeonatos deportivos europeos para competir en la categoría femenina. En la conclusión del texto era clara la posición negativa y descalificante, propia de la élite tradicional y conservadora colombiana, la cual continuaba privilegiando la Masculinidad Moderna y con ello, al hombre y la mujer modernos: “Estas aplicaciones de la ciencia para desvirtuar la naturaleza, no son moralmente aceptables. El deporte no puede conducir a desvirtuar [...] ese sabio principio de que “el hombre sea cada vez más hombre y la mujer cada vez más mujer”” (Revista Cromos, 119(2570), 1967, p. 11).

El transexual, así fuera un sujeto externo, que sólo era posible encontrarlo en algunos países europeos y en Norteamérica, generó desconcierto y se consideró una “monstruosidad científica” (Revista Cromos, 1967, p. 11). Su cuerpo era feo, por tanto, antinatural y perverso, contrario a los cuerpos bellos del Hombre Moderno y la Mujer Moderna. El cuerpo del transexual no reflejó virtudes ni valores, sólo excesos, descontrol, vicios y locura. Esta última palabra, locura, era el diagnóstico en el que se basaron la psiquiatría y el psicoanálisis para definir lo que le acontecía a varios jóvenes transexuales en Norteamérica: en el artículo *Culpa de la mujer La Masculinidad en Crisis?*, tomado de un periódico español llamado *Europa Press* y último material encontrado en el rastreo que se hizo de la Revista Cromos, se comentó como en Norteamérica existía una indiferencia que se estaba volviendo generalizada ante el transexualismo, una enfermedad que se expandía afectando a hombres y familias.

La enfermedad afectaba la identidad del individuo hasta llevarlo a un punto crítico y las causas de este trastorno eran: 1. El joven norteamericano se empezó a emplear en trabajos que no requirieron de su parte ningún esfuerzo físico, era el caso de apretar botones, levantar el auricular del teléfono, manejar una máquina de escribir o una calculadora, todas ellas tareas que desempeñó generalmente la mujer, esto llevó a que el hombre asumiera un estado de pasividad y sumisión que le generó un crisis de identidad. 2. Los padres del joven eran los responsables ya que lo incitaron a salir con mujeres a una edad precoz, cuando aún

no estaba emocionalmente preparado para dicha experiencia y, cuando éste fracasó en ella, entró en crisis asumiéndose como mujer pues no se consideró suficientemente hombre para repetirla. 3. La libertad sexual hizo que las mujeres pudieran disfrutar del sexo sin medir sus deseos, esto llevó a que cada vez le exigieran al hombre mayor complacencia, el joven que se sintió incapaz de proporcionarla optó por pensar que su preferencia sexual no era la heterosexual, sino la homosexual y la transexual.

Todas estas causas señalaron la fuerte responsabilidad de la mujer en la generación de la enfermedad del transexualismo, de ahí el título del artículo que, tal como está escrito, parece ponerlo en duda pero, una vez leído el contenido, lo afirma rotundamente. En este texto, la familia se expuso como la única institución que podía garantizar que dicha enfermedad no siguiera propagándose, por eso era necesario que la mujer retornara al hogar y continuara siendo la compañera del Hombre Moderno, de esta forma sus hijos serían jóvenes sanos y no trastornados.

El Hombre Feminizado, en este caso el transexual, estaba fuera de la regulación del género, es decir, fuera de las “leyes, reglas y políticas concretas que constituyen los instrumentos legales mediante los cuales se regula a las personas” (Butler, 2004, p. 8), personas que hasta el momento eran consideradas hombres o mujeres nada más. El transexualismo, iba en contravía de lo establecido tradicionalmente por el género en la década de los sesenta, la normativa del género en ese momento gobernaba la idea de que cierto tipo de prácticas y acciones eran reconocibles como tales de acuerdo con el género que definía a la persona, ya fuera hombre o mujer, de esta forma la persona ocupaba un lugar en la sociedad, siendo masculino o femenino. Lo complejo del transexualismo en ese momento era que cuestionaba el pensamiento tradicional que normativizaba el género y por eso era considerado una enfermedad, es decir, algo que no está con la norma, algo que está fuera de lo normalizado, algo definido como “anormal” (Foucault, 2007).

¿Cómo podría considerarse lo masculino también femenino y viceversa? ¿Cómo podría una persona ser no del todo masculina o no del todo femenina? ¿Cómo nombrar a una persona nacida hombre y convertida en mujer? La procedencia de estos cuestionamientos a la normatividad del género fue considerada algo contra-natura, algo anormal en la persona, entonces ¿Cómo llamarlo? Tal como lo presenta el artículo citado anteriormente sobre

Coccinelle: “famosa (o famoso?)”. Pensar en ese momento una fusión de género con masculino-femenino, hombre-mujer, macho-hembra era controvertir un regla natural. Hoy con los Estudios de Género y los Estudios *Queer* se abre la posibilidad de alterar el poder que tiene la definición tradicional de género y su hegemonía en la asignación de un lugar social y cultural a la persona (Butler, 2004).

Así, la Crisis de la Masculinidad en la década del sesenta sólo era una progresión acelerada de lo que ya se percibía en la década del cincuenta. El feminismo, que había empezado a dar pasos y a instalar ideales, en los años sesenta logró posicionarse desde un discurso legal y científico que le garantizó, no sólo la escucha, sino la acción: leyes aprobadas a favor de las mujeres y el uso de la píldora. La emergencia del Hombre Feminizado era una realidad externa que, en gran parte, era ajena a la masculinidad del Hombre Moderno, es decir, a la masculinidad que promovía la revista. La vestimenta femenina, el cambio de sexo y el transexualismo dejaron en el Hombre Moderno la pregunta, la extrañeza, pero él no se preocupó por encontrar una respuesta o una solución a esto, ya que en su contexto, este Hombre Feminizado aun no tenía lugar y si lo tuvo era ignorado por su condición anormal.

6. CONCLUSIÓN

Analizar las acepciones de Hombre, Masculinidad y Crisis de la Masculinidad en la Revista Cromos, entre 1950-1970, se consideró el objetivo general de esta investigación que logró dar cuenta, a través del contraste entre las reflexiones de diferentes autores y los elementos rastreados en la revista (1362 materiales, entre artículos, grabados, dibujos, fotografías y publicidad, de los cuales se seleccionaron y sistematizaron 686, a través de 972 fotografías y una matriz de datos), de que dichos conceptos permiten identificar estereotipos que se instalan, afianzan y transforman en un tiempo y un espacio determinados.

Las definiciones de hombre fundamentales para esta investigación partieron del Diccionario de la Lengua Española (1956) y Georges Mosse, con los atributos del hombre (Hombría y la Virilidad), y en el concepto de Masculinidad este mismo autor con Sam Keen y Desmond Morris, quienes detallaron sus estados y características evolutivas para lograr conformar el estereotipo de *Hombre Moderno*. En el concepto de Masculinidad también se estimó fundamental la reflexión sobre la *Masculinidad Hegemónica* presentada por R. W. Conell, Rafael Montesinos y Mara Viveros Vigoya, desde la cual se identificó la masculinidad tradicional y el *Hombre Machista*. Finalmente, el concepto de Crisis de la Masculinidad se abordó a través de Montesinos y se lograron señalar los ideales masculinos que se vieron afectados por la lucha civil de las mujeres y la presencia visible y validada de la homosexualidad y la transexualidad, aunque estos últimos fueron una realidad externa a la colombiana.

La identificación y descripción de los tipos de hombre y masculinidad que se hallaron en la Revista Cromos, entre 1950-1970, visibilizó como éstos eran productos cuyo cuerpo y pensamiento estuvieron moldeados por herencias y realidades culturales. Además, como éstos requirieron de estereotipos contrarios para imponerse y transformarse, es el caso del estereotipo femenino, la *Mujer Moderna*, se hizo preciso identificarla y describirla, ya que su relación intrínseca y dependiente con el *Hombre Moderno* lo condicionó y calificó.

En la década del cincuenta se hallaron varios estereotipos y sus contrarios, entre los Tipos de Hombre, es decir, aquellos que dieron cuenta de los atributos de Hombría y Virilidad se

encontraron: *Hombre Militar*, *El Torero*, *Hombre fuerte y voluntarioso* y *Hombre sublimado por la mujer*; contrario a estos se presentó *El Don Juan*. El estereotipo propio de la Masculinidad fue el *Hombre Moderno* y contrario a éste el *Hombre Machista*.

Estos estereotipos se fundamentaron en el concepto de *Masculinidad Hegemónica*⁴⁴, en tanto los valores tradicionales del hombre, soportados en el género normativo⁴⁵ masculino diferencian por completo al hombre de la mujer, y lo mantienen en un estado de poder que lo hace superior a ésta, ya que es el hombre quien tiene un lugar activo en lo público, mientras el lugar activo de la mujer está en lo privado, es el hombre el encargado de guiar y proveer a la familia, mientras la mujer es quien acompaña y complace al hombre en esta tarea. Así, la masculinidad de los años cincuenta se alejó de lo femenino, de ahí el rechazo y la posición de ignorar todo lo que se relacionara con esto, la homosexualidad por ejemplo, en la Revista Cromos no fue un tema tratado y cuando se hizo, se presentó a manera de chiste y de burla. Para la época, la homosexualidad, era considerada enfermedad, una condición anormal, estaba fuera de la norma y por ello no fue un tema tratable en la revista, medio de comunicación dirigido exclusivamente a los hombres propios del género normativo masculino, de clase alta, y estos, junto con las mujeres cercanas a ellos, eran ajenos a la rareza y la perversión del homosexual⁴⁶.

En la década del sesenta, *John F. Kennedy* fue el estereotipo de hombre poseedor de la hombría y la virilidad; permaneció *El Hombre Deportista* que en el cincuenta se nombró como el Hombre fuerte y voluntarioso y, finalmente, el *Hombre de Hogar*. Contrarios a los

⁴⁴ Montesinos, R. (2002). *Las rutas de la masculinidad: Ensayos sobre el cambio cultural y el mundo moderno*. Colombia: Gedisa Editorial. Viveros Vigoya, M. (2001). Diversidades regionales y cambios generacionales en Colombia. En: M. Viveros Vigoya, J. Olavarría y N. Fuller (Eds.), *Hombres e Identidades de Género: Investigaciones desde América Latina* (35-152). Colombia: CES- Universidad Nacional de Colombia.

⁴⁵ Butler, J. (2004). Regulaciones de Género. *La Ventana*, 23. Recuperado de <file:///Users/Marilyn/Downloads/Dialnet-RegulacionesDeGenero-5202651.pdf>. Consultado el 18 de febrero de 2018.

⁴⁶ Foucault, M. (2005). *Historia de la Sexualidad I*. España: Siglo XXI.

estereotipos de virilidad se presentaron “*El Playboy*”, una herencia del Don Juan; el Casanova, que en este caso se identificó como propio de los *Nadaístas* y *Gonzalo Arango*; y el *Dandy*, que sólo se enunció porque en la revista era nombrado como un fenómeno que regresó a Inglaterra, lejano por completo al país. El estereotipo de Masculinidad en los sesenta, tal como en los cincuenta, era el *Hombre Moderno* pero con modificaciones en cuanto a la clase social de su procedencia, ya no sólo la Clase Alta, se abrió paso la Clase Media, y a este nuevo hombre moderno se le denominó *El Ejecutivo*; contrarios a éste se mantuvo el *Hombre Machista* y surgió, lejano a la realidad colombiana de ese momento, *El Hippie*.

Estos estereotipos respondieron a un análisis que, *además de soportarse en la reflexión de diferentes autores y el material rastreado en la revista, partió del estudio de los diferentes contextos sociales, económicos, políticos y culturales, tanto nacionales como internacionales; condición que validó su relevancia.* Ejemplo de ello es el poder asociar un determinado estereotipo con la realidad o el acontecer en cierta década, es decir, que en las décadas del cincuenta y del sesenta *El Hombre Moderno* prevaleciera se soporta en la búsqueda que el mundo y el país había emprendido por el progreso, la civilidad, la defensa y la imposición del capitalismo. De la misma manera sucede con los estereotipos contrarios a éste como el *Hombre Hippie*, una postura de resistencia frente al sistema, el consumismo y los ideales de modernidad. También, es claro que cuando se presentó el *Hombre Militar*, en la década del cincuenta, éste respondió al acontecer político colombiano con la presidencia del general Gustavo Rojas Pinilla; o cuando en los años sesenta se presentó el *Hombre de Hogar*, éste se refirió a los candidatos del Frente Nacional y su forma de publicitarse en una sociedad que buscaba mantener la familia como núcleo para el progreso. La Revista Cromos de los años sesenta refleja un momento de coyuntura en el cual la masculinidad y el pensamiento tradicional se vio afectado por sucesos y manifestaciones de sectores de la sociedad que antes no eran tenidos en cuenta: las mujeres, los jóvenes, los obreros, los campesinos, los grupos revolucionarios (guerrilleros), el hipismo, el homosexualismo, el transexualismo, etc. Lo que antes se ignoraba, no se nombraba y en muchas ocasiones se ocultaba, tenía un espacio en la revista, aun con una postura tradicional se presentaba con fotografías de gran formato y artículos de varias páginas.

Lo anterior permitió que los lectores, Hombre Moderno y Mujer Moderna, se enteraran y conocieran lo que tradicionalmente se nombraba como raro, antinatural, anormal, enfermo, loco, irreverente, rebelde, desordenado, etc. Al tener conocimiento de su existencia, ya fuera en países como Europa, Estados Unidos e Inglaterra generalmente, se hacía evidente que en algún momento llegaría a tener lugar en Colombia, aunque ya algunos acontecimientos tenían lugar en el país: El Nadaísmo, los movimientos revolucionarios (ELN), los grupos feministas, la moda, etc., alteraban las dinámicas sociales y la estructura tradicional base que era la familia, esto se reflejaba en: las mujeres estudiando, trabajando, votando e incursionando en la política a pesar de ser madres y esposas; los jóvenes en las calles manifestándose por la libertad, por una nueva manera de pensar la existencia y la sociedad; los nuevos atuendos de las mujeres en las calles con pantalones ajustados y minifaldas, entre otros. Los sesentas fueron un momento de revolución en la cultura (Tirado Mejía, 2016), lo que llevó al Hombre Moderno a perder sus estadios de poder y a asumirse como un sujeto más entre otros que empezaban a hacerse visibles, con ideales masculinos diferentes.

El concepto de Crisis de la Masculinidad se rastreó en la Revista Cromos, sobre todo, a través de artículos. En la década del cincuenta estos materiales visibilizaron a la mujer como un agente productor de la crisis, tanto a nivel nacional como internacional; en este periodo, la postura de la revista mantuvo la prevalencia de la hegemonía del hombre y cuestionó los reclamos de la mujer. En los años sesenta los materiales continuaron visibilizando las luchas femeninas, tanto en el país como en el mundo, y la revista difundió los intereses de la mujer; la cantidad de artículos, sobre todo provenientes de medios extranjeros, debatiendo la condición femenina y el reclamo de sus derechos superó la década anterior, no obstante, la postura de la revista mantuvo la prevalencia del hombre como pilar y líder de la sociedad.

También, se evidenciaron como agentes de la Crisis de la Masculinidad, además de la mujer, la homosexualidad y la transexualidad, aparecieron como causas del deterioro de la salud mental y física, la moral y el orden de la sociedad de países como Estados Unidos, Inglaterra y Francia. Todos los artículos encontrados sobre este tema fueron de revistas y periódicos internacionales; en la revista éstos se presentaron como realidades externas y

no apareció ningún artículo de carácter nacional; la homosexualidad y la transexualidad existían pero, al parecer, eran ignoradas en Colombia.

Esta investigación es un aporte a la reflexión sobre el Hombre, la Masculinidad y la Crisis de la Masculinidad, en el periodo 1950-1970. Visibiliza al hombre colombiano de clase alta y media, inmerso en el proceso modernizador y sobre el que poco se ha indagado, si tenemos en cuenta que las referencias sobre éste, en trabajos de grado y otros estudios académicos son escasas. En la investigación confluyeron diferentes perspectivas teóricas provenientes de disciplinas como la historia, la antropología, la sociología, el psicoanálisis y los estudios de género teniendo en cuenta su relación con el periodo estudiado. Sin embargo, *el Hombre, la Masculinidad y la Crisis de la Masculinidad en la Revista Cromos 1950-1970* es un tema que puede abordarse desde otras perspectivas teóricas o disciplinas que replanteen estos conceptos y los relacionen soportados en estudios de casos desde la psicología partiendo de las teorías de las Representaciones Sociales, ya que la revista cuenta con artículos para ello, o desde los Estudios *Queer*, con la intención de analizar el concepto de género desde una premisa problematizadora.

Este trabajo Presentó al hombre y la masculinidad como agentes culturalmente relevantes en la Revista Cromos, material que se ha abordado, generalmente, para valorar a la mujer; mostró así el otro lado, el otro género, el otro sexo, el otro pensamiento, el otro estereotipo, el otro rol social, el otro ideal, etc.; fortaleció argumentos e ideas sobre la mujer y lo femenino y su relación con el hombre y lo masculino; dejó inquietudes sobre la Crisis de la Masculinidad en Colombia y la posible identificación de otros estereotipos de hombre y de masculinidad, los cuales pueden ser temas de investigación a trabajar en periodos posteriores al estudiado.

LISTA DE REFERENCIAS

- Aigeneren, M. (s.f). Análisis de Contenido: Una Introducción. *Centro de Estudios de Opinión. Facultad Ciencias Sociales y Humanas. Universidad de Antioquia*. Recuperado de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/1550/1207>. Consultado el 22 de junio del 2016.
- Acevedo Tarazona, A. y Pinto Malaver, M. L. (2015). Contienda electoral durante el Frente Nacional (1958-1974): Las caricaturas de Chapete sobre Rojas Pinilla y la ANAPO en Colombia. *Revista de Historia Regional y Local*, 7(13), 297-343. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.eafit.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=501011bb-c63b-4fe4-9d9f-5c797959a7e9@sessionmgr103&vid=5&hid=121>. Consultado el 8 de junio del 2016.
- Acín, R. (1998). *Homenaje a Casanova (1725-1798)*. España: Editorial Montesinos.
- Afanador, M. I. y Báez, J. F. (2015). Manuales de urbanidad en la Colombia del siglo XIX: Modernidad, pedagogía y cuerpo. *Historia y Memoria*, (11), 57-82. doi: <http://dx.doi.org/10.19053/20275137.3110>. Consultado el 24 de marzo del 2016.
- Aracil, R., Oliver, J. y Segura, A. (1995). *El mundo actual. De la Segunda Guerra Mundial a nuestros días*. Barcelona: Ediciones Universitat de Barcelona.
- Arango, G. (1966). J Mario. El personaje. *Revista Cromos*, (2542). 22.
- Austen, J. (2009). *Orgullo y Prejuicio*. España: Alaba Editorial.
- Balzac, H. (2010). *Eugenia Grandet*. España: Siruela.
- Balzac, H., Baudelaire, C. y Barbey de Aurebilly, J.A. (2013). *El gran libro del Dandismo*. España: Mardulce.
- Barfield, T. (Eds.). (2000). *Diccionario de Antropología*. Argentina: Siglo XXI.
- Barnes, J. A. (2009). *John F. Kennedy su liderazgo: Las lecciones y el legado de un presidente*. Nashville: Thomas Nelson Inc.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Illinois: Free Press.
- Bermúdez, A. (1995). *Del Bogotazo al Frente Nacional: Historia de la década en que cambio Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

- Blackman, C. (2009). *100 años de moda masculina*. China: Editorial Blume.
- Blázquez, F. (1997). *Diccionario de las Ciencias Humanas*. Navarra: Editorial Verbo Divino.
- Bollaín, L. (1968). *El Toreo*. España: Editorial Católica Española.
- Bourdieu, P. (2000). Una imagen aumentada: Virilidad y violencia. En: Bourdieu, Pierre. *La Dominación Masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
- Burke, E. (1987). *Indagación filosófica sobre el origen de nuestras ideas acerca de lo sublime y de lo bello*. Madrid: Tecnos.
- Bustamante Tejada, W. (2004). *Los invisibles en Antioquia (1886-1936). Una arqueología de los discursos sobre la homosexualidad*. Medellín: La Carreta Editores.
- Butler, J. (2004). Regulaciones de Género. *La Ventana*, 23. Recuperado de <file:///Users/Marilyn/Downloads/Dialnet-RegulacionesDeGenero-5202651.pdf>. Consultado el 18 de febrero de 2018.
- Butler, J. (2007). Sujetos de sexo/género/deseo. En: Butler, J. *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.
- Cabrera Charry, D. C. (2009). *Bellas, víctimas y luchadoras: La construcción de la imagen de la mujer en la Revista Cromos, 1958-1975*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Cadavid Correa, O. (2005). El estilo de Alejandro Vallejo. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.com/portal/resultados/detalles/?idx=5123#.V8T0HJPhDeQ>. Consultado el 3 de mayo del 2016.
- Cadavid Correa, O. (2010). Un paisa “todoterreno”. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.com/portal/resultados/detalles/?idx=138085#.V8TzA5PhDeQ>. Consultado el 3 de mayo del 2016.
- Campo A., L. A. (2008). *Diccionario Básico de Antropología*. Ecuador: Editorial Abya Yala.
- Campos de los, H. (2007). *Diccionario de Sociología*. Uruguay: Universidad de la República de Uruguay. Recuperado de: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/sociodic/itermi.htm>. Consultado el 18 de febrero del 2016.
- Caracol Radio. (2009). *Falleció Julio Nieto Bernal, uno de los pioneros del programa “6am” de Caracol Radio*. Recuperado de http://caracol.com.co/radio/2009/01/01/entretenimiento/1230804300_739460.html. Consultado el 5 de enero del 2016.

- Carreño, M. A. (1863). *Manual de urbanidad y buenas maneras para uso de la juventud de ambos sexos*. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=TjwTBI72vsYC&pg=PA37&dq=manuales+de+civilidad+para+se%C3%B1oritas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjT2Pz7j5nPAhWBph4KHYrwCRUQ6AEIJDAC#v=snippet&q=se%C3%B1orita&f=false>. Consultado el 25 de febrero del 2016.
- Casanova, G. (2009). *Historia de mi vida*. España: Atalanta.
- Clase, P. (1986). *Porfirio Rubirosa: El Primer Playboy del Mundo*. Madrid: Taller.
- Cleminson, R. y Vásquez García, F. (2007). *“Los Invisibles”: A History of Male Homosexuality in Spain 1850-1939*. Reino Unido: University of Wales Press.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinidades*. Cambridge: Polity Press.
- Corbin, A., Courtine, J. J. y Vigarello, G. (2006) *Historia del cuerpo: Las mutaciones de la mirada. El siglo XX. Volumen III*. Madrid: Taurus.
- Córdoba Restrepo, J. F. (2016). Gómez Castro, Laureano. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/gomelaur.htm>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.
- Cruz Ramírez, M. (2010). *La Americanización de la Revista Cromos 1944-1950*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Dalmau, R. *Los Pecados del Cine*. Barcelona: Ediciones Robinbook
- Duarte Cavanzo, D. A. y Mantilla Benítez, S. E. (2011). *Gonzalo Arango: Una historia de su vida y obra en su fase nadaísta (1958- 1973)*. (Pregrado en Historia). Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga.
- Duby, G. (1995). *El siglo de los caballeros*. Madrid: Alianza Editorial.
- Dueñas, J. (2011). Noventa y cinco años llenos de emociones. *El Espectador*, 06(18). Recuperado de: <http://www.elespectador.com/entretenimiento/unchatcon/noventa-y-cinco-anos-llenos-de-emociones-articulo-278240>. Consultado el 20 de septiembre del 2014.
- Echavarría, O. (26 de junio de 2011). Dolly Mejía Moreno [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://poetadollymejiamoreno.blogspot.com.co/2012/06/dolly-mejia-moreno-nacio-en-gerico.html>. Consultado el 15 de julio del 2016.

- Eco, U. (2007). *Historia de la fealdad*. Italia: Lumen.
- Eco, U. (2008). *Historia de la belleza*. Italia: Lumen.
- Eduardo Gómez. (2008). *Prometeo: Revista Latinoamericana de Poesía*, (81-82). Recuperado de http://www.festivaldepoesiademedellin.org/es/Revista/ultimas_ediciones/81_82/gomez.html. Consultado el 16 de julio del 2016.
- El Nacimiento: Revista Cromos 95 años. (2011). *Revista Cromos*, 11. Recuperado de https://issuu.com/cromos/docs/cromos_edicion_4812_baja/9. Consultado el 10 de junio del 2016.
- El Origen de Cromos: La revista más antigua de América Latina. (2016). *Revista Cromos 100 Años*. Recuperado de <http://www.cromos.com.co/cromos100>. Consultado el 4 de julio del 2016.
- Escobar, E. (1989). *Cronología*. Recuperado de <http://www.gonzaloarango.com/vida/escobar-eduardo-3.html>. Consultado el 5 de enero del 2016.
- Eurípides. (2011). *Electra*. Madrid: Gredos.
- Falleció el periodista radial Julio Nieto Bernal. (2009). *El Tiempo*, Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4741071>. Consultado el 16 de diciembre de 2015.
- Felitti, K. (2008). La revolución de la píldora anticonceptiva y la cuestión demográfica en Buenos Aires: apropiaciones y resignificaciones de un debate internacional (1960-1973), En: Araujo, K. y Prieto, M. (Eds.), *Estudios sobre sexualidades es América Latina* (161-178). Ecuador: FLACSO.
- Fernández Llebréz, F. (2004) ¿“Hombres de verdad”? Estereotipo masculino, relaciones entre los géneros y ciudadanía. *Foro Interno*, (4), 15-43. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/39288193_Hombres_de_verdad_Estereotipo_masculino_r_elaciones_entre_los_generos_y_ciudadania. Consultado el 18 de diciembre del 2015.
- Fernández, A. (2013). El escritor Javier Auqué Lara. *Correo del Canorí: La casa de las ideas*. Recuperado de <http://www.correodelcaroni.com/index.php/opinion/item/3425-el-escriptor-javier-auque-lara>. Consultado el 16 de diciembre del 2015.
- Foucault, M. (2005). *Historia de la Sexualidad I*. España: Siglo XXI.
- Foucault, M. (2007). *Los Anormales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Franulic, A. (2011). El análisis de la palabra “hombre” en el discurso oficial de la arqueología: Una perspectiva feminista radical. *Revista Atlántica-Mediterránea de Prehistoria y Arqueología Social*, (13), 9-15.

- Freud, S. (1948). *Ensayos sobre la vida sexual y la teoría de las neurosis*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- Galán C. J. J. (s.f). Arango, Gonzalo. En: Banco de la República (Eds.), *Biografías Biblioteca Virtual Banco de la República*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/arangonz.htm>. Consultado el 9 de marzo del 2016.
- Gallino, L. (2005). *Diccionario de Sociología*. Argentina: Siglo XXI.
- Garay Celeita, A. (2011). La ciudad ilustrada: Rinaldo Scandroglío en Bogotá. *Revista Ensayos, Historia y Teoría del Arte. Universidad Nacional de Colombia*, (21). Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/ensayo/article/view/45981>. Consultado el 9 de julio del 2016.
- Garrido Lopera, R. (s.f). Castillo Gómez, Alfonso. En: Banco de la República (Eds.), *Biografías Biblioteca Virtual Banco de la República*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/castalf.htm>. Consultado el 9 de marzo del 2016.
- Giraldo, J. L. (2013). Ugo Barti: El silencioso trabajador de las ideas. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12692983>. Consultado el 4 de junio del 2016.
- Girela F., J. (2012). GQ Revista. España: Los más elegantes: Vuelve el Dandy. Recuperado de: <http://www.revistagq.com/moda/los-mas-elegantes/articulos/top-10-elegantes-vuelve-el-dandy/16314>. Consultado el 15 de marzo del 2016.
- Godelier, M. (1986). *La formación de grandes hombres: Poder y dominación masculina entre los baruya de Nueva Guinea*. Madrid: Akal Universitaria.
- González O. A. (2005). *Mujeres y Hombres: de la posguerra costarricense (1950-1960)*. Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
- Goosses, A. (2001). La tierra gira masculinamente compañero: El ideal de masculinidad del guerrillero. En: Sandoval, M. (Ed.), *Género, feminismo y masculinidad en América Latina* (207-224). El Salvador: Ediciones Böll.
- Gutmann, M. C. (1999). Traficando con hombres: La antropología de la masculinidad. *Horizontes Antropológicos*, 10. P. 245-286. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/ha/v5n10/0104-7183-ha-5-10-0245.pdf>

- Heras de la, J. (2015). *La Espada. Fuerza y Poder*. España: Edaf.
- Hernández, M. (2015). *Infidelidad*. (s.l): ¿Mujeriego, Don Juan o Casanova? Recuperado de <http://www.infidelidad.com.mx/articulos/psicologo/mujeriego-don-juan-o-casanova.html#.V-SVRpPhDeR>. Consultado el 15 marzo del 2016.
- Heródoto. *La Batalla de las Termopilas*. Barcelona: RBA Libros.
- Hobsbawn, E. (1998). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Crítica.
- Homero. (1999). *La Ilíada*. España: Espasa Libros.
- José Pardo Llada: El periodista que se separó de Fidel y se enamoró de Cali. (2009). *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5801927>. Consultado el 20 de junio del 2016.
- Keen, S. (1999). Breve historia de la masculinidad. En: S. Keen (Eds.), *Ser Hombre: Mitos y Claves de la Masculinidad* (115-142). España: Gaia Ediciones.
- Kimmel, M. (1987). *Hombres que cambian: Nuevas direcciones en investigación sobre los hombres y la masculinidad*. California: SAGE Publications.
- Lanzuela Corella. M. L. (s.f). La literatura como fuente histórica: Benito Pérez Galdós. Recuperado de: http://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/13/aih_13_2_032.pdf. Consultado el 24 de enero del 2016.
- Leudo Obando, Coriolano (Pintor, Retratista y Caricaturista). (2016). *Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango: Diccionario de Artistas en Colombia. Letra L, parte 2*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/todaslasartes/diccioart/diccioart14b.htm>. Consultado el 20 de junio del 2016.
- Lleras Restrepo, Carlos. (2016). *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/lleras1.htm>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.
- Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda*. Madrid: Paidós.
- Manrique, J. A. (2000). ¿Identidad o Modernidad? En: Bayón, D. (Ed.), *América Latina en sus artes* (19-32). México: Siglo XX Editores.
- Martz, J. D. (1969). Un experimento bipartidista sobre democracia controlada. En: F. Correa (Eds.), *Colombia: Un estudio de política contemporánea*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

- Medel Toro, J. C. (2009). La mujer revolucionaria, Rousseau y Robespierre: Feminidad y masculinidad durante la Revolución Francesa. *Tiempo y Espacio*, 22, 131 -146. Recuperado de <http://ezproxy.eafit.edu.co:2141/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=8e20c5c3-dc60-4f7d-a762-580a6ab531fd@sessionmgr4010&vid=7&hid=4105>. Consultado el 23 de junio del 2016.
- Mejía Velásquez, H., Londoño Rendón, C. E. y Granada Marín, A. (1994). Panorama Socioeconómico y Político de Colombia a partir de 1950. En: A. Granda, H. Mejía y C. E. Londoño (Eds.). *La juventud de Medellín y la construcción de democracia* (1-10). Medellín: UPB.
- Meléndez Camargo, J. D. (2015). Colombia y su participación en la Guerra de Corea: Una reflexión tras 64 años de iniciado el conflicto. *Historia y Memoria*, (10), 139-239. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.eafit.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=95392d69-b881-47ef-ba9f-63a447bb9527@sessionmgr107&hid=121>. Consultado el 5 de junio del 2016.
- Melo, J. O. (1990). Algunas consideraciones globales sobre “modernidad” y “modernización” en el caso colombiano. *Análisis Político*, (10), 23-35.
- Méndez, Mario. (2016). Maestro Darío Mesa. *El Espectador*, Recuperado de <http://www.elespectador.com/opinion/opinion/maestro-dario-mesa-columna-626865>. Consultado el 30 de junio de 2017.
- Méndez Valencia, A. (2016). Valencia, Guillermo León. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/guillermo-valencia-hijo>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.
- Molina de, T. (2007). *El Burlador de Sevilla y Convidado de Piedra*. España: Ediciones Cátedra.
- Molyneux, M. (2001). Género y ciudadanía en América Latina: cuestiones históricas y contemporáneas. *Revista Debate Feminista*, 23(12). Recuperado de: http://www.debatefeminista.pueg.unam.mx/wp-content/uploads/2016/03/articulos/023_01.pdf. Consultado el 4 de febrero de 2018.
- Montesinos, R. (2002). *Las rutas de la masculinidad: Ensayos sobre el cambio cultural y el mundo moderno*. Colombia: Gedisa Editorial.
- Moral de la Rubia, J. y Ramos Basurto, S. (2016). Machismo, victimización y perpetración en mujeres y hombres mexicanos. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, XXII(43). 37-67. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.eafit.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=0c39d6f4-f222-4f97-a959-d704ec2455c4%40sessionmgr4008&vid=26&hid=4105>. Consultado el 23 de mayo del 2015.
- Morales Moreno, H. (2009) América Latina en la Segunda Guerra Mundial (La historiografía del

populismo en la región). *Revista de Historia de América Latina*, (140), 33-49.

Morfaux, L.-M. (1985). *Diccionario de Ciencias Humanas*. Barcelona: Grijalbo.

Morris, D. (2009). *El hombre desnudo*. Colombia: Editorial Planeta.

Mosse, G. L. (2000). *La imagen del hombre: La creación de la masculinidad moderna*. Madrid: Editorial Talasa.

Mujica, B. (2008). *Antología de la literatura española: Renacimiento y Siglo de Oro*. Oregon: Resource Publications.

Nieto de Samper, L. (1998). Cincuenta años del Bogotazo: El otro Gaitán. *Cambio 16*, (251). 45.

Niño Delgado, A. Y. (2016). Representaciones de la masculinidad en la Revista Cromos en la primera mitad del siglo XX en Colombia. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia* (11), 227-246.

Obregón, E. (s.f). Ricardo Rendón: Retratista y caricaturista implacable. En: Banco de la República (Eds.), *Biografías Biblioteca Virtual Banco de la República*. Recuperado de: <http://www.banrepcultural.org/node/32883>. Consultado el 9 de marzo del 2016.

Ocampo López, J. (2016). Rojas Pinilla, Gustavo. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/rojagust2.htm>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.

Ocampo López, J. (2016). Germán Arciniegas. *Biografía Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/arcigerm.htm>. Consultado el 10 de julio del 2016.

Ocampo López, J. (2016). Urdaneta Arbeláez, Roberto. *Biografías: Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/urdaalbe.htm>. Consultado el 12 de diciembre del 2016.

Olavarria, J. (2003). Los estudios sobre masculinidades en América Latina. Un punto de vista. *Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe*, (91-98). Caracas: FLACSO.

Ortiz- Osés, A. (1987). *Mitología Cultural y Memorias Antropológicas*. Barcelona: Editorial Anthropos.

Otero Ruiz, E. (s.f.). Obituario, el historiador Humberto Cáceres. *Revista Academia Nacional de Medicina*, 51. Recuperado de <https://encolombia.com/medicina/revistas-medicas/academedicina/va-51/n-11caceres/>. Consultado el 3 de agosto del 2015.

- Páez Téllez, G. A. (2006). Juan Roca Lemus (Rubayata). *Boletín Literario*. Recuperado de <http://www.ciudadocana.com/juan-roca-lemus-rubayata/>. Consultado el 19 de diciembre del 2015.
- Payne, M. (2002). *Diccionario de Teoría Crítica y Estudios Culturales*. Buenos Aires: Paidós.
- Pedraza, Z. (1999). *En cuerpo y alma visiones del progreso y la felicidad*. Bogotá: CORCAS Editores LTDA.
- Pena, P. (1998) Dandismo y Juventud. *Reis*, 98(02). 107-122. Recuperado de http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_098_08.pdf. Consultado el 8 de enero del 2016.
- Peña Bernal, S. L. (2014). *Discursos de la mujer colombiana en publicidades de la Revista Cromos de los años 68 y 69: Arraigo cultural o apatía a la transformación social*. (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma de Occidente, Cali.
- Pérez Silva, V. (comp). (1929). La autobiografía en la literatura colombiana: Palacio Julio H. *Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/literatura/autobiog/auto44.htm>. Consultado el 3 de julio del 2016.
- Polo, M. y Pisa de, R. (2003). *El Libro de las Maravillas*. España: Anaya.
- Preckler, A. M. (2003). *Historia del Arte Universal de los siglos XIX y XX*, vol. 2. Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=MJ_edWCq2UoC&pg=PA64&dq=historia+de+la+cultura+y+el+arte+primera+mitad+del+siglo+XX&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiG44-E1vzSAhVNVWMKHArIA6cQ6AEIKzAD#v=onepage&q=historia%20de%20la%20cultura%20y%20el%20arte%20primera%20mitad%20del%20siglo%20XX&f=false. Consultado el 22 de noviembre de 2016.
- Quintero Velásquez, A. M. (2008). *Diccionario Especializado en Familia y Género: Investigación terminológica*. Argentina: Lumen Humanitas.
- RAE ve innecesario feminizar palabras para huir del sexismo: La Academia descarta que el idioma español sea discriminatorio. Crítica guías sobre lenguaje no sexista. (2012). *Excélsior*. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/2012/03/05/nacional/815709#view-5>. Consultado 6 de marzo del 2016.
- Rama, Carlos M. (1990). *El Anarquismo en América Latina*. Caracas: Fundación Biblioteca Ayacucho.
- Real Academia Española. (1734). *Diccionario de la Lengua Castellana en que se explica el verdadero sentido de las voces, su naturaleza y calidad, con las frases y modos de hablar, los proverbios o*

refranes y otras cosas convenientes al uso de la lengua. Madrid: Imprenta de la Real Academia Española: Por los herederos de Francisco del Hierro. Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=4HJUAAAAAYAAJ&pg=PA499&lpg=PA499&dq=TORR.+Trad.+de+Oven.+tom.+1.+pl.+27.&source=bl&ots=I84DgWxQlm&sig=bA-ElsFVAcJ4whO0VEO-EHrsEkg&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6_ZPS66rPAhXJGx4KHb6MD5MQ6AEIHjAC#v=onepage&q=TORR.%20Trad.%20de%20Oven.%20tom.%201.%20pl.%2027.&f=false. Consultado el 3 de junio del 2016.

Real Academia Española. (1914). *Diccionario de la Lengua Española*. España: Espasa Calpe S.A. Recuperado de <https://archive.org/stream/diccionariodelal00realuoft#page/550/mode/1up>. Consultado el 6 de mayo del 2015.

Real Academia Española. (1956). *Diccionario de la Lengua Española*. España: Espasa Calpe S.A.

Restrepo, C. (1966). Don Luis Tamayo: La historia de Cromos se confunde con la suya. *Revista Cromos*, 115(2520), 53-54.

Restrepo, C. (2013). Lucy Nieto de Samper: Decana de las mujeres en el periodismo. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13044284>. Consultado el 16 de diciembre de 2015.

Right Mills, C. W. (1987). Los Altos Círculos. En: C. W. Right Mills (Ed.), *La Élite del Poder*. (11-35). México: Fondo de Cultura Económica.

Rodríguez Jiménez, P. E. (2002). La fiesta de toros en Colombia , siglo XVI-XIX. En: P. E. Rodríguez Jiménez (Ed.), *En busca de lo cotidiano: Honor, sexo, fiesta y sociedad Siglo XVII-XIX*. (11-130). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Sáenz Alonso, M. (1969). *Don Juan y el Donjuanismo*. España: Ediciones Guadarrama.

San Agustín. (2010). *Confesiones*. Madrid: Gredos.

Sánchez Murillo, G. (2006). Reseña de “República Liberal, Intelectuales y Cultura Popular” de Renán Silva, *Revista Sociedad y Economía* (10), 225-228.

Shakespeare, W. (2010). *Otelo: el moro de Venecia*. Barcelona: Espasa Libros.

Silva, R. (2008). El libro popular en Colombia, 1930-1948: Estrategias editoriales, formas textuales y sentidos propuestos por el lector, *Revista de Estudios Sociales* (30), 20-37. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n30/n30a03.pdf>. Consultado el 16 de octubre de 2016.

Simón Latino. (2016). *Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango: Antología de los mejores relatos infantiles*.

Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ninos/relatoi/rela9.htm>. Consultado el 4 de julio del 2016.

Spiereburg, P. (2013). Violencia, género y entorno urbano: Amsterdam en los siglos XVII y XVIII. En: J. I. Fortea, J. G. Gelabert, T. Mantecón (Eds.), *Furor et rabies: Violencia, conflicto y marginación en la Edad Moderna* (99-128). España: Editorial de la Universidad de Cantabria.

Stoker, B. (s.f). *Drácula*. Recuperado de: <http://lectorvirtual.com/dd-product/dracula/>. Consultado el 28 de julio del 2016.

Suárez Quintero, S. L. y González Eslava, A. (2007). *Las transformaciones en el aspecto corporal de la mujer colombiana a través de la Revista Cromos*. (Tesis de pregrado). Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá.

Summers, J. (2007). *Las mujeres de Casanova: el gran seductor y las mujeres que amó*. España: Siruela.

Szurmuk, M. y Mackee Irwin, R. (2009). *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*. Argentina: Siglo XXI.

Thinès, G. y Lempereur, A. (1978) *Diccionario General de Ciencias Humanas*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Tirado Mejía, A. (1989). *Nueva Historia de Colombia: Historia Política 1946-1986. Tomo 2*. Bogotá: Planeta.

Tirado Mejía, A. (2014). *Los años sesenta: Una revolución en la cultura*. Colombia: Penguin Random House

Tirado Mejía, A. (2016). Cambios económicos, sociales y culturales en los años sesenta del siglo XX. *Revista Historia y Memoria. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia*, (10), 297-317. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.eafit.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=fb32331e-46ea-47b3-8013-c3f39eb8bcc5%40sessionmgr104&vid=1&hid=112>. Consultado el 4 de junio.

Traba, M. (1960). Alejandro Obregón. *Mito: Revista Bimestral de Cultura*, 05(30), 301-311.

Trillaz Blázquez, G. (2016). *Fundación Pablo Iglesias: Diccionario Biográfico*. Recuperado de http://www.fpabloiglesias.es/archivo-y-biblioteca/diccionario-biografico/biografias/5422_trillas-blazquez-gabriel. Consultado el 25 de junio del 2016.

Tudanca, L. (2013). *La Palabra Traicionada: Torre de Babel*. Madrid: Visión Libros.

Turner, B. S. (1989). La Forma del Deseo. En: B. S. Turner (Eds.), *El cuerpo y la Sociedad*:

Exploraciones en la teoría social (35-56). México: Fondo de Cultura Económica.

Umaña, C. (2016). Rivera, José Eustasio. *Biografía Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/jose-eustasio-rivera.htm>. Consultado el 10 de julio del 2016.

Umbral, F. (1999). *Larra: Anatomía de un Dandy*. España: Visor Libros.

Vargas Arango, M. I. (2016). Sanín Cano, Baldomero. *Biografía Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/sanibald.htm>. Consultado el 10 de julio del 2016.

Veblen, T. (2012). *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Vera, W. (2007). *Entre el temor y la simpatía: La Segunda Guerra Mundial vista desde la prensa colombiana*. Pereira: El Arca Perdida.

Vigarello, G. (1991). El adiestramiento del cuerpo desde la edad de la caballería hasta la urbanidad cortesana. En: M. Feher, R. Naddaff y N. Tazi (Eds.), *Fragmentos para una historia del cuerpo humano II* (149-199). Madrid: Taurus.

Villadiego, M., Bernal, P. y Urbanczyk, M. (2006). Publicidad y Modernidad en Colombia: Apuntes para una comprensión del relato publicitario de la modernidad. *Revista Signo y Pensamiento*. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/3702/3371>. Consultado el 7 de junio del 2015.

Viveros Vigoya, M. (2001). Diversidades regionales y cambios generacionales en Colombia. En: M. Viveros Vigoya, J. Olavarría y N. Fuller (Eds.), *Hombres e Identidades de Género: Investigaciones desde América Latina* (35-152). Colombia: CES- Universidad Nacional de Colombia.

Wagner, P. (1997). *Sociología de la Modernidad: Libertad y Disciplina*. Barcelona: Editorial Herder.

Wallace, A. (2013). Los soldados colombianos que combatieron en la Guerra de Corea. *BBC: Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130724_america_latina_colombia_soldados_veteranos_guerra_corea_aw. Consultado el 24 de julio del 2016.

Wilde, O. (2015). *El retrato de Dorian Grey*. Madrid: Luarna Editorial.

Zambrano, F. y Rodríguez Morales, R. (1999). *Colombia a su alcance*. Bogotá: Editorial Planeta.

Revista Cromos 1950-1970

- ¿Cómo va el comunismo? (1965). *Revista Cromos*, 111(2479), 6.
- ¿Por qué Marilyn puso fin a su vida? (1962). *Revista Cromos*, 91(2350), 22-25.
- ¿Por qué se divorcia Marilyn? (1960). *Revista Cromos*, 90(2267), 16.
- ¿Qué es una mujer? (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1905), 10.
- ¿Será un marido fiel? (1965). *Revista Cromos*, 112(2490), 41.
- “Cochise”: El Campeón. (1964). *Revista Cromos*, 93(2447), 44.
- 4 expresiones habituales J.F. Kennedy. (1963). *Revista Cromos*, 92(2416), 34.
- Acontecimientos del mundo. (1951). *Revista Cromos*, LXXI(1767), 23.
- Adburgham, A. (1961). Vuelven los Dandies. *Revista Cromos*, 90(2290), 21.
- Aqua Velva. (1956). *Revista Cromos*, 82(2032), 51.
- Arango, G. (1965). Confesiones de un seductor. *Revista Cromos*, 112(2494), 72.
- Arboleda de, G. (1955). Siete preguntas para cinco candidatas. *Revista Cromos*, 81(2001), 28.
- Arenas, C. (1950). Los tres grandes permanecen invictos. *Revista Cromos*, LXIX (1721), 8.
- Caballero, A. (1962). La Extraña Historia de los Colombianos. *Revista Cromos*, 91(2327), 63.
- Camacho Leyva, E. (1950). Clases sociales de Colombia. *Revista Cromos*, LXX(1751), 7 y 42.
- Camacho Leyva, E. (1951). María Virginia me ha dicho. *Revista Cromos*, LXXI(1787), 29.
- Camacho Leyva, E. (1951). Nelly Moreno Ramírez. *Revista Cromos*, LXXI(1791), 9.
- Carrera, D. (1950). Así es Humphrey Bogart. *Revista Cromos*, LXIX(1714), 10.
- Carta de nuestra esposa. (1964). *Revista Cromos*, 93(2449), 33.
- Cerveza Andina. (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1740), 31.

- Chiclets Adamas. (1958). *Revista Cromos*, 86(2136), 59.
- Clark Gable. (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1719), 24.
- Corredor, A. (1951). Catorce Naturales. *Revista Cromos*, LXXI(1789), 44.
- Crema Nivea. (1954). *Revista Cromos*, 79(1954), 5.
- Cuando el hombre se arregla. (1959). *Revista Cromos*, 88(2186), 50.
- De los Tamayo a los Restrepo. (1966). *Revista Cromos*, 115(2522), 34-60.
- Duelo para la democracia. (1963). *Revista Cromos*, 92(2416), 27.
- Ejecución a la revolucionaria en Cuba. (1959). *Revista Cromos*, 88(2172), 35-36.
- El brillante y trágico destino de Fausto Coppi. (1960). *Revista Cromos*, 89(2224), 17-22.
- El café es termómetro irremplazable de nuestra economía: Perspectiva de dólares caros e inflación. Los arrendamiento y balances bancarios. (1958), *Revista Cromos*, 86(2122), 18.
- El Candidato: Valencia, hombre de hogar y diestro cazador. (1962). *Revista Cromos*, 91(2327), 6.
- El Film de la Semana: Divorcio a la italiana. (1965). *Revista Cromos*, 111(2477), 7-8.
- El grave dilema de América Latina. (1964), *Revista Cromos*, 93(2438), 14-19.
- El hombre que se volvió mujer. (1962). *Revista Cromos*, 91(2352), 16.
- El ocaso de los Play Boys. (1964). *Revista Cromos*, 93(2424), 8.
- El último varón sobre la tierra o “un naufrago sospechoso”. (1950). *Revista Cromos*, LXX(1753), 48.
- El vuelo de Shepard prelude de la “Operación Mercurio”, (1961). *Revista Cromos*, 90(2288), 22.
- En la intimidad de los Kennedy. (1961). *Revista Cromos*, 90(2318), 23.
- FIT y VLOT. (1959). *Revista Cromos*, 88(2210), 8.
- Forero Nougues, M. (1951). Forero... siempre Forero! *Revista Cromos*, LXXI(1791), 33.

- Gould, L. (1954). La complicada aventura del matrimonio. *Revista Cromos*, 79(1954), 16-17.
- Guillermo León Valencia. (1962). *Revista Cromos*, 91(2336), 1.
- He aquí las diferencias entre el hombre y la mujer. (1959). *Revista Cromos*, 88(2198), 50.
- Herring. (1951). *Revista Cromos*, LXXI(1789), 35.
- Hinds. (1951). *Revista Cromos*, LXXI(1765), 46.
- Hinestrosa, D. (1967). Los Hippies. Última locura alucinante. *Revista Cromos*, 122(2610), 5-9.
- Histogénol. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1887), 41.
- Historia y Tradición: Revista Cromos. (1962). *Revista Cromos*, 91(2320), 64.
- Homenaje de héroes para el seleccionado. (1962). *Revista Cromos*, 91(2342), 24.
- Homenaje póstumo al doctor Laureano Gómez. (1965). *Revista Cromos*, 113(2498), 1.
- Hudson, J. (1969). Culpa de la mujer? La masculinidad en crisis. *Revista Cromos*, 128(2710), 75-77
- Industrias Metálicas de Palmira. (1967). *Revista Cromos*, 120(2592), 4.
- J.F.K. ha muerto. (1963). *Revista Cromos*, 92(2416), 28- 40.
- Johnson, P. (1960). Kennedy ¿Un nuevo Roosevelt? *Revista Cromos*, 90(2265), 18-19.
- Kasmir Bouquet: Más belleza para usted. (1951). *Revista Cromos*, LXXI(1793), 31.
- La clase media y sus problemas. (1965). *Revista Cromos*, 112(2488), 61.
- La nueva familia de la Casa Blanca: John Kennedy (43 años), Jacqueline (30 años) y Carolina de dos años. (1960). *Revista Cromos*, 90(2266), 1.
- La salvación de los calvos. (1952). *Revista Cromos*, LXXIV(1854), 7.
- La vuelta a Colombia en bicicleta: Valor deportivo y valor publicitario. (1959). *Revista Cromos*, 88(2184), 11.
- Lantik: Old Lavander. (1955). *Revista Cromos*, 80(1985), 62.

Los últimos aleteos: No entienden la política nueva pero comprenden que se van quedando solos. (1958). *Revista Cromos*, 86(2135), 51.

Louville, J. (1959). Rubirosa: "Paris ha hecho de mi un Don Juan". *Revista Cromos*, 88(2198), 17.

Mac Gregor. (1958). *Revista Cromos*, 86(2135), 59.

Maine, G. (1961). La mujer en el trabajo. *Revista Cromos*, 90(2304), 42.

Marilyn sigue en primera fila. (1961). *Revista Cromos*, 90(2294), 6.

Marilyn. Vuelve la Nº 1. (1959). *Revista Cromos*, 88(2184), 47.

Maurel, R. (1960). El Verdadero sexo débil. *Revista Cromos*, 90(2260), 54.

Mendez Puig, H. (1967). La imagen del ejecutivo. *Revista Cromos*, 120(2588), 20

Mennen. (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1718), 25.

Nadaístas colombianos: Genios, locos o viciosos? (1965). *Revista Cromos*, 111(2470), 24-27.

Nieto Bernal, J. (1967). La hora de los ejecutivos. Un vistazo al V poder. *Revista Cromos*, 120(2588), 5, 20.

Nieto de Samper, L. (1964). Así vive la gente paupérrima. *Revista Cromos*, 93(2443), 17- 20.

Nieto de Samper, L. (1965). Gonzalo Arango. *Revista Cromos*, 113(2498), 18.

Nieto de Samper, L. (1965). Mujeres... Despierten! *Revista Cromos*, 111(2479), 47-49.

Nieto, G. (1955). A Porfirio Rubirosa le gustan las ostras con vino blanco. *Revista Cromos*, 81(2012), 28.

No basta subirse al caballo para jugar Polo. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1899), 25.

Nueve hombres confiesan por qué son infieles. (1969). *Revista Cromos*, 127(2702), 64.

O'Malley, B. (1955). *Revista Cromos*, 80(1995), 52.

Paramí. (1951). *Revista Cromos*, LXXI(1765), 39.

Pelé. (1962). *Revista Cromos*, 91(2323), 26.

Pesadilla. (1950). *Revista Cromos*, LXX (1747), 50.

Philishave. (1959). *Revista Cromos*, 88(2180), 21.

Plácido. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1871), 13.

Por meterse a redentor... (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1744), 47.

Reloj Suizo. (1954). *Revista Cromos*, 78(1940), 9.

Restrepo Trujillo, J. (1965). Adivinen cual es el hombre? *Revista Cromos*, 111(2475), 18.

Restrepo, C. (1966). Don Luis Tamayo: La historia de Cromos se confunde con la suya. *Revista Cromos*, 115(2520), 53-54.

Restrepo, G. (1954). El safari en el corazón de África negra. *Revista Cromos*, 79(1954), 28-33.

Revista Cromos, (1951). LXXI(1795), 1.

Revista Cromos. (1950). LXIX(1714), 13.

Revista Cromos. (1953), LXXV(1891), 31.

Revista Cromos. (1965), 111(2477), 8.

Riverón. Caricatura. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1884), 12.

Robert Taylor. (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1716), 10

Rojas Pinilla. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1891). 29.

Sabe usted a que sexo pertenecen? (1967). *Revista Cromos*, 119(2570), 10-11.

Sean Flynn: Digno hijo de su padre. (1962). *Revista Cromos*, 91(2352), 53.

Seis mujeres opinan sobre los hombres. (1963). *Revista Cromos*, 92(2411), 18- 19

Shepard, americano, primer piloto cósmico, (1961). *Revista Cromos*, 90(2288), 1.

Sociedad. (1953). *Revista Cromos*, LXXV(1869), 32.

Sr. Presidente General Gustavo Rojas Pinilla. (1954). *Revista Cromos*, 78(1938), 1.

Sullerot, E. La mujer. (1966). Ayer, hoy y mañana. *Revista Cromos*, 116(2545), 24.

Sux, A. (1950). La Endeble paz y la robusta guerra. *Revista Cromos*, LXIX(1721), 7 y 35.

Turbay: “No soy un buen papá, sino cariñoso que es distinto”. (1962). *Revista Cromos*, 91(2342), 20.

Un desfile que termina mal. (1950). *Revista Cromos*, LXIX(1742), 1.

Una exhibición de modelos masculinos en Nueva York: De veras quieren ustedes que vayamos vestidos así.
(1950). *Revista Cromos*, LXIX(1740), 10.

Wills de, O. (1961). En interés de la familia. *Revista Cromos*, 90(2292), 39.

Y ahora ¿Hacia dónde va Cuba? (1959). *Revista Cromos*, 88(2170), 37-38.