

De la exaltación del nacionalismo en la historieta colombiana

El caso de «Hombres de acero»

Héctor Fernández L'Hoeste

Profesor asociado de Cultura Latinoamericana, Georgia State University, Atlanta, EE.UU.

Resumen

Este texto analiza el caso de «Hombres de acero», una historieta patrocinada por el ejército colombiano con el ánimo de mejorar la imagen de la institución castrense a fines de la década del noventa y comienzos de este siglo. El artículo detalla cómo, mediante la historieta, se promueve un entendimiento reductivo de una disposición nacionalista. En su contexto, los militares figuran cual adalides immaculados de la patria, el honor y las buenas costumbres, confiriéndole una importancia desmedida a la filiación estatal. No obstante, en el marco del conflicto civil, de reconocida dificultad, semejante diagramación plantea riesgos identitarios de gran trascendencia, dada la restringida articulación de la colombianidad.

Abstract

This text discusses the case of «Hombres de acero» (Men of steel), a comic strip sponsored by the Colombian army, hoping to improve its image during the late 1990s and early 2000s. The article details the promotion of a reductionist understanding of nationalism through this kind of comics. Within the publication's context, the military appear as immaculate champions of the motherland, honor, and good customs, granting considerable weight to official affiliation. Nevertheless, in the context of the civil conflict, of renowned complexity, such a portrayal involves transcendental risks in terms of identity, given the astringent articulation of Colombian nationality.

En 1999, del 11 de abril al 25 de julio, el diario bogotano *El Tiempo* publicó entregas de una historieta titulada «Hombres de acero», basada en el cómic del publicista Carlos Alberto Osorio Monsalve (Aguadas, Caldas, 11 de septiembre de 1956), de primera aparición en 1985. El breve paso de la historieta por la prensa nacional contrasta con el duradero vínculo del dibujante y creador publicitario con el proyecto editorial ligado al sector militar. Según fuentes de la Cuarta Brigada de Mede-

llín, hacia finales de la década del noventa, el eventual deceso de la historieta se debió a un juicio contrario por parte de asesores involucrados en su desarrollo, en la medida en que el contenido historietístico, al igual que la evolución desordenada del programa del cual formaba parte, fue juzgado inmaduro. Entre estas partes figuraba, de manera previsible, el cuarto grupo de operaciones psicológicas (PSY-OPS) del Fuerte Bragg en Carolina del Norte, Estados Unidos¹. Dentro de este marco,

la experiencia de «Hombres de acero» queda ligada a la de historietas publicadas con el apoyo de las fuerzas armadas estadounidenses durante la posguerra y la guerra fría, destinadas a la idealización del quehacer militar, al igual que a esfuerzos recientes, como el empleo de fascículos de «Superman» y la «Mujer Maravilla» en campañas contra minas antipersonales, o la producción de cómics para niños del Medio Oriente, a distribuirse por efectivos del ejército en Irak².

Este artículo propone una lectura del episodio de «Hombres de acero» publicado en *El Tiempo*, en el que se promueve un entendimiento reductivo de una disposición nacionalista, equiparando la complejidad de la problemática nacional a la de una confrontación con fuerzas nefastas, encarnadas en extremistas de orientación incierta y la furia enceguecida de primates manipulados mediante dispositivos electrónicos. En este contexto, los comandos del ejército figuran cual adalides immaculados de la patria, el honor y las buenas costumbres, confiriéndole una importancia desmedida a la filiación estatal. De manera expansiva, la historieta valida las aventuras de estos miembros del ejército como forma legítima de narrar la nación. Buena parte de esta línea argumental, cabría anotar, nace de una necesidad de adaptación, dadas las vicisitudes de la producción cultural nacional. No obstante, en el contexto del conflicto civil, de reconocida dificultad, semejante diagramación plantea riesgos de identidad de gran trascendencia, dada la restringida articulación de la colombianidad.

En primer término, conviene hacer un repaso de los hechos. Según nuestras

fuentes, la historia comienza a mediados de la década del ochenta, cuando personal del ejército colombiano ligado a la Cuarta Brigada se acerca a una firma publicitaria antioqueña con el fin de solicitar asesoría en la implementación de un programa de interés institucional para las fuerzas armadas³. Según una primera indicación, la finalidad de dicho programa era la de mejorar la imagen del ejército en áreas afectadas por la violencia. Entre los personajes contactados se encontraba Osorio Monsalve, quien, habiendo pasado por la Facultad de Artes de la Universidad de Antioquia y colaborado con el periódico medellinense *El Colombiano* y la Editorial Bedout, laboraba desde hace años en el sector publicitario. A partir del desarrollo de la revista de historietas, correspondiente a la tercera fase del programa de interés institucional ideado por el ejército, Osorio Monsalve desempeñó un papel singular en el marco de la industria cultural colombiana, contribuyendo a uno de los más exitosos ejemplos de longevidad comercial en un medio de escasa tradición editorial. Al parecer, de la revista, editada por C Cómics, una empresa antioqueña perteneciente a Osorio Monsalve; impresa en Cali por Cargraphics, una división de la multinacional colombiana Carvajal S. A.; y mercadeada por Distribuidoras Unidas S. A. (Disunidas), la mayor empresa de publicaciones nacionales y extranjeras en Colombia, con sede en Bogotá y propiedad del grupo mexicano Televisa desde mediados de la década del noventa, llegaron a producirse diecisiete números a lo largo de diez años de producción, con un tiraje de cerca de doce mil unidades por mes. Estos números, citados por Osorio



Monsalve, contrastan con los datos proporcionados por representantes de Disunidas, quienes manejaron la distribución de la revista de junio de 1998 a noviembre del 2000. Según Disunidas, los tirajes iniciales eran bastante elevados,

pero los porcentajes de venta muy bajos (de menos del diez por ciento), dada la carencia de una adecuada campaña de promoción, y solo alcanzaron a comercializarse once fascículos, una edición (del cuarto número de la revista) y un



álbum⁴. Los fascículos, al parecer, se vendían a un precio bajo, por el orden de tres mil pesos (cerca de un dólar al cambio de la época), pero buena parte de la producción —aproximadamente el sesenta por ciento del tiraje, según

cálculos de Osorio Monsalve— se regalaba a niños y grandes durante las actividades y eventos patrocinados por el programa. Podría argumentarse que la diferencia en datos comprendería la producción previa, dado el presunto

El caso de «Hombres de acero»

inicio de la historieta a mediados de la década del ochenta. Pese a la disparidad informativa entre Osorio Monsalve y Disunidas, lo que no queda en disputa es que, tratándose de producción cultural colombiana, las cifras ubicarían la revista cerca de la cima de la producción historietística autóctona, sin asomo de contenido gráfico importado. Por otro lado, cabe anotar que, dentro de un marco más amplio, el esquema auspiciado por las fuerzas armadas, denominado *Creer en Colombia*, incluía la comercialización de mercancía (tulas, mochilas, gorras deportivas, etc.) con logotipos e imágenes alusivas a los comandos de fuerzas especiales del ejército, al igual que el desarrollo de videos y pautas publicitarias acompañantes. El oficial encargado del programa en las fuerzas armadas colombianas era el mayor Alberto Castillo, radicado en la Cuarta Brigada de Medellín. El papel de Osorio Monsalve se ciñó en cambio, por encima de compromisos editoriales y de manera muy habilidosa, al del dibujo y desarrollo de las tramas y los personajes de la historieta. En el caso de la narrativa de *El Tiempo*, involucró una peligrosa misión protagonizando al soldado Mosquera, una suerte de superhombre castrense; Miguel, un joven campesino que hace las veces de aprendiz y compañero de aventuras; y el mayor Castillo, aguerrido superior de Mosquera.

Sin embargo, no habían sido publicados sino tres de los números iniciales de la serie de historietas cuando los riesgos del accionar cultural colombiano comenzaron a hacerse sentir. A partir de ese número, Osorio Monsalve recibió amenazas de muerte, con mensajes alusivos a sí «pensaba arreglar el país a

punta de muñequitos». Según el dibujante, durante los primeros números de la revista, la temática argumental se aproximaba de manera más fehaciente a la situación nacional. Es decir, aparte del consabido mecanismo narrativo, el de glorificar el presunto accionar justiciero de las tropas de asalto del ejército, aparecían referencias más puntuales a la realidad nacional; en particular, con respecto a quienes operaban al margen de la ley y, por consiguiente, hostilizarían al Estado. En estos casos, la diagramación de la alteridad, por así decirlo, era mucho más concreta. Por lo tanto, es a partir de esta circunstancia que se le da un viraje a la historieta, con el fin de eludir antagonismos concretos con terceras partes, potenciar su comercialización ininterrumpida y afianzarse en el objetivo primordial de la producción historietística: el enaltecimiento de la imagen militar.

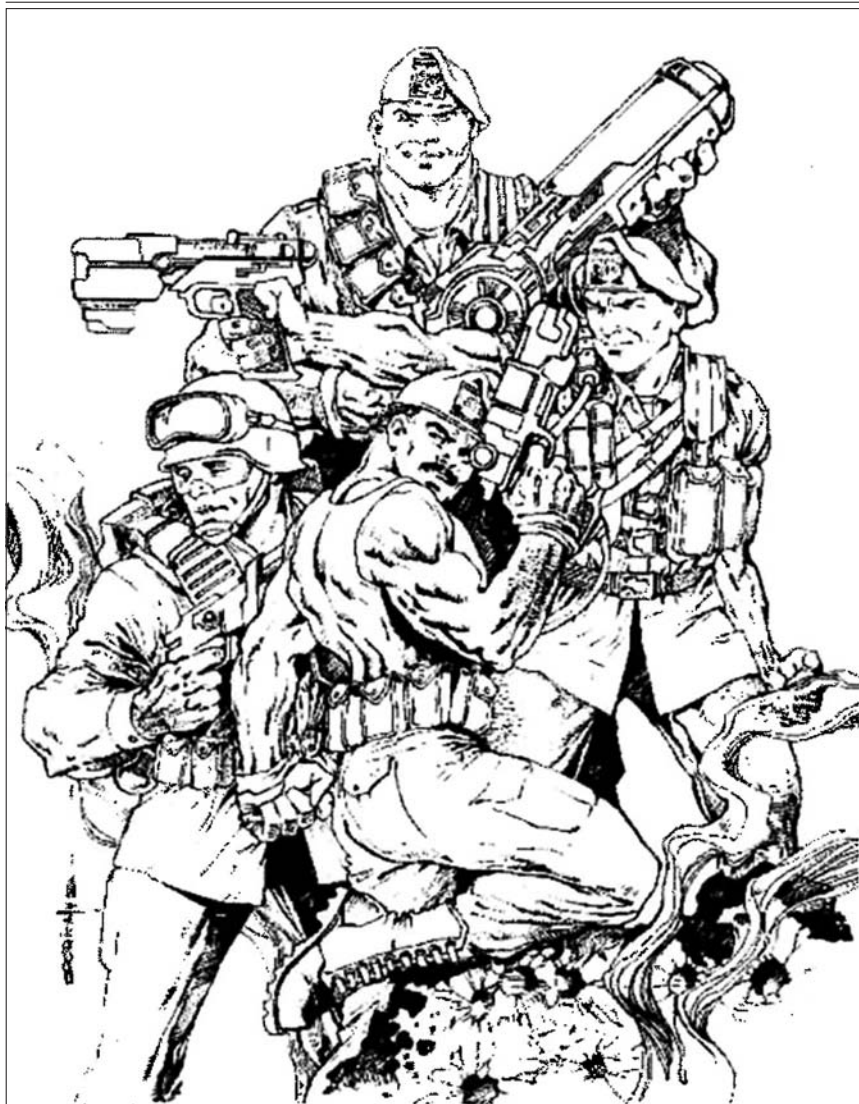
Luego, la trama aparecida en *El Tiempo*, propia de una etapa intermedia de la historieta, refleja esta nueva dinámica, en la que las alusiones concretas a la violencia nacional se ven atenuadas de manera casi fantasiosa. De manera adicional, la cronología la señala como un esfuerzo de divulgación del producto cultural, cuando la revista estaba siendo comercializada por Disunidas. En los episodios de la prensa, los forajidos son una suerte de criminales cibernéticos, con atuendos al estilo de guerreros ninja, aparentemente inspirados en series japonesas de dibujos animados, como «Gekko Kamen» (traducida al castellano bajo el nombre de «El capitán Centella»), de gran popularidad en Colombia y Venezuela durante la década del setenta. De hecho, entre los archienemigos del superhéroe nipón figu-

raba un personaje siniestro llamado *El Fantasma*; la historieta colombiana, en cambio, pluraliza el mal, refiriéndose al clan de *Los Fantasmas*. De cualquier forma, las similitudes en los atuendos y la onomástica denotan la influencia de la industria cultural japonesa en el ámbito propagandístico colombiano. En la tira de *El Tiempo*, aparte de las insignias marcadas con una efe en brazos de los delincuentes –quizás una alusión velada a grupos guerrilleros–, el único malvado con el rostro descubierto exhibe una particular semejanza a Guillermo León Sáenz Vargas, el dirigente de las FARC también conocido como Alfonso Cano, y quien se presume, según quienes cubren la evolución de los mandos rebeldes, es el nuevo líder ideológico del grupo subversivo, dada la avanzada edad de Manuel Marulanda Vélez (Pedro Antonio Marín). No obstante, este lapso de identidad es de carácter ambivalente, y su anuencia queda a juicio de la subjetividad del (de la) lector(a).

Pese a una circulación supuestamente amplia, no resulta fácil conseguir copias de «Hombres de acero». Al cabo de dos meses, la distribuidora recogía la existencia remanente y la regresaba a la casa editora, quien se deshacía de ella. Las escasas muestras de la producción de Osorio Monsalve disponibles en medios informáticos se remontan a la década del noventa, cuando algunas imágenes aparecieron en servidores ibéricos dedicados al cubrimiento del quehacer historietístico, de gran acogida en Europa, con el fin de fundamentar la calidad de la obra del caldense y explorar la posibilidad de comercializar su producción en otros mercados. Hacia esta época, parte de su trabajo también era comercializado en Estados

Unidos a través de círculos alternos de la industria de la ilustración, mediante una editora de poco renombre.

En términos generales, la trama de la historia publicada en *El Tiempo* es característica de los entuertos del medio ilustrado. Al principio, aparece Mosquera cuando es atacado por un feroz gorila, circunstancia jamás aclarada, aunque la trama sugiera que se trate de una visión a causa de golpes recibidos por el soldado. Lo que la historia sí se ocupa de esclarecer es que los malhechores atormentando a los aldeanos forman parte del consabido clan de *Los Fantasmas*. Acto seguido, Mosquera recobra el conocimiento en medio de una mina enorme, donde los fantasmas han implantando un suplicio evocador de desmanes coloniales, esclavizando a indígenas en busca de material radiactivo. Pese a la aparición de un personaje tétrico, líder de los delincuentes, quien se cubre el rostro con una máscara respiratoria y le augura mala suerte, y a estar encadenado de manera casi inquisitorial, Mosquera hace que los indígenas –con Miguel entre ellos– alberguen esperanzas de escapar. Con el fin de desbravar a Mosquera, el hombre de la máscara le inyecta un suero hipnótico; la jeringa expulsa un líquido cual apéndice bífido, enfatizando el carácter maligno del químico y en abierta alusión al nexo entre los estupefacientes y la marginalidad. Tras fingir por varios días, Mosquera ataca. Con la ayuda de Miguel, quien, a diferencia de sus compañeros, supera los efectos del alucinógeno, Mosquera llega a la central de máquinas de la mina. Al enfrentarse a los fantasmas, dada la superioridad numérica, es capturado de nuevo; Miguel, en cambio, se mantiene oculto. Desde su



escondite, el joven indígena presencia cómo Mosquera lucha contra un simio gigantesco, enardecido por un rayo verde activado por los fantasmas, y controlado a distancia por uno de sus secuaces. Al lanzar una piedra, Miguel logra

destruir el control remoto, salvando a Mosquera y enloqueciendo al simio, quien destroza las instalaciones de inmediato. Mientras Miguel ayuda a los suyos a escapar, Mosquera persigue al líder de los fantasmas. Afuera, tripula-



do por el mayor Castillo, un helicóptero del ejército logra aterrizar y evita la fuga de varios desalmados. Poco antes de

que estalle Mosquera alcanza a escapar de la mina. De inmediato, es felicitado por Castillo, quien celebra el rescate de

El caso de «Hombres de acero»

los indígenas y la captura de 22 *demonios*. La historia cierra con elogios a Miguel, aliado acérrimo del soldado y con quien el (la) lector(a) ha de identificarse pues, según reza la frase final, se comporta como «un hombre de bien», como todo un *Hombre de acero*.

Ahora, en materia de ilustración, llama la atención el sorprendente parecido de los personajes de «Hombres de acero» con el tipo físico, de bíceps abultados y facciones macromegálicas, de G.I. Joe, el muñeco comercializado por la Hassenfeld Brothers (Hasbro) desde 1964, un virtual arquetipo del paladín estadounidense de la guerra fría. Acuñado por el dibujante Joseph Breger en 1942, el apelativo de G. I. Joe (de *Government Issue*, señalando la naturaleza oficial del equipo o el personal) nace de una historieta del mismo nombre publicada en la revista *Yank* y el diario *Stars and Stripes*, órganos de las fuerzas armadas estadounidenses. Sin embargo, la fisionomía abultada de los personajes de Osorio Monsalve no se remite a la historieta de Breger, sino a los muñecos de la Hasbro, quienes posteriormente dieron paso a revistas de historietas y series de dibujos animados, siendo remozados con el paso del tiempo. Este físico, más apto de engrandecimientos hollywoodenses que del personal de las fuerzas armadas nacionales –incluso del de sus fuerzas de choque–, ampara su carácter bienhechor, fundamentándose en frases altisonantes y una terca constancia en «preservar nuestra patria libre y respetuosa para nuestros hijos»⁵. En otras palabras, en materia argumental, la construcción de filiación de identidad sustentada por la historieta está ligada de manera estrecha a un despliegue de fortaleza física, con el fin de

que los niños de las barriadas colombianas, tan afectados por los brotes de violencia, se identifiquen con un mensaje rebosante de autoridad. Es decir, en vez de construir al Estado como portavoz de tolerancia y generosidad, de esperanza de igualdad social, se le diagrama según el único lenguaje que, a juicio del equipo creativo, estaban habituados a entender los habitantes de las comunas: el de la fuerza. Interpretada como acción patriota, como genuina encarnación de una normativa de la nacionalidad, la violencia de la trama justifica el exceso de celo de las fuerzas armadas y reviste su accionar de ritualidad. En síntesis, exalta la personalidad rectilínea –y acrílica– del soldado como manera ejemplar de actuar la colombianidad.

Por otro lado, la similitud de los Hombres de acero con el personaje estadounidense se remite también a su disposición maniquea, según la cual el mundo se divide de manera mayoritaria en buenos y malos, y el grado de integridad de un ser humano es directamente proporcional a su valoración y estimación del mensaje castrense. Como herramienta para la guerra fría, la glorificación de lo militar según G. I. Joe –concebido cual defensor, que no agresor, independiente de la realidad internacional– fue una estrategia sagaz, fundamentada en la profesionalización del ejército norteamericano y en la discreción del maniobrar táctico de sus Fuerzas Armadas, con cinco comandos globales, un millón de soldados dispersos a lo largo y ancho de cuatro continentes, y fuerzas navales en cada océano, y tan ajeno al diario vivir del ciudadano común de Estados Unidos⁶. A diferencia de nuestros ejércitos latinoamericanos, las tropas estadounidenses

brillan por su ausencia en las calles de sus capitales, pues están enclaustradas en bases ubicuas y se acogen al *posse comitatus*, el precepto legal inhibitorio de su libre circulación por el territorio nacional. A diferencia de nuestros ejércitos, su quehacer marcial no es endógeno, sino externo. Han nacido –y son entrenadas– para rondar por el mundo, mas no por su patria. De manera acorde, Joe nace en un mundo dividido entre potencias, con razonamientos opuestos y aspiraciones imperiales disfrazadas de liberalidad, en donde la otredad ideológica –personificada, para el caso norteamericano, en las amenazas chino-soviéticas– facilita mucho las cosas. De esta manera, el devenir histórico, resultante de la imaginación victoriosa, sanciona su estimación de los hechos, respaldando su segmentación del mundo entre buenos y malos.

Sin embargo, como apuesta para la coyuntura colombiana, los Hombres de acero resultan menos eficaces. A nivel global, como núcleo de representación de la nación, el soldado de historieta fomenta un sentido de pertenencia amparado en el desconocimiento de la diferencia, en la idea de que la masa no entiende al enemigo y, por consiguiente, convencerle es relativamente viable; en otros términos, existe un gran potencial de construcción de identidad. A nivel local, dada la proximidad del conflicto, este postulado se entorpece. Para comenzar, a semejanza del anterior personaje pero de manera aún más notoria, las fuerzas de élite distan de operar en un mundo bicolor. Lo de Colombia sucede en un marco intranacional, enfatizando una escala diminuta, mientras que lo de Joe sucede a nivel macro, oponiendo nacionalismos y desplie-

gues masivos de presencia militar. En otras palabras, en el caso colombiano, la alteridad se plantea dentro de unas mismas fronteras, con movilizaciones de menor envergadura, potenciando, incluso en la discordia, una apreciación de un número indefinido de versiones de la colombianidad. Entre la virulencia de los carteles de la droga, los desmanes beligerantes de los guerrilleros, la sevicia paramilitar, los excesos habituales de las fuerzas estatales y una población cuya apreciación de los hechos fluctúa entre la complicidad siempre ajena y una sempiterna victimización, ubicándose todo dentro del marco de un mismo cuerpo político, es menos factible hablar de buenos y malos. El énfasis en la diferencia matiza, obliga a desatender cualquier lectura reductiva de la situación. En estas circunstancias, emplazar un andamiaje binario no es cuestión de dibujitos.

No obstante, dentro de este esquema, el poder, tal y como se concibe en la trama de «Hombres de acero», se propone como un discurso legitimador de la acción militar del Estado, sin que a todas luces se problematice la ausencia del gobierno en otros rubros, tales como la infraestructura pública, la oferta educativa y los servicios de salud. De esta manera, la violencia bienhechora de los Hombres de acero es equiparada a una violencia preservadora de la ley, ciñéndose a los delineamientos de Walter Benjamin en torno al papel del Estado en el contexto de conflictos políticos. Al fin y al cabo, para Benjamin, la consolidación del poder gubernamental implica la implantación y el reconocimiento de una violencia dominante, hegemónica, sustentada en la coerción y la fuerza con el fin de imponer un or-



den, pues si llega a decaer la conciencia de la presencia latente de violencia en una institución jurídica, esta se debilita de manera irremediable⁷. Por ende, el Estado hace alarde de su potencial de violencia.

Según la historieta, en cambio, la violencia de los adversarios de los Hombres es de naturaleza mezquina, ajena a los intereses de un hipotético bien común, tan afín a las motivaciones de la clase adinerada. Dentro de esta perspectiva, el bienestar común se re-

mite a una ficción burguesa, puesto que nunca discute los abusos o ausencias de lo gubernamental en materia de educación, trabajo o salud; solo se ocupa de la holgura económica (el derecho y respeto a lo privado, la sapiencia del *laissez-faire*, etc.) de una presunta mayoría. En pocas palabras, a partir de dicha configuración de identidad, lo que se alcanza a distinguir es que el viso maligno de los fantasmas, pese a ser un tanto difuso, encierra afinidades ciertas con el quehacer de los acostumbra-



dos grupos marginales, como el vínculo con los narcóticos y el amedrentamiento de comunidades aisladas, como los indígenas. Dentro de este esquema, los enemigos son personificados de manera apenas efectiva; los héroes, en cambio, brillan a más no poder, destilando auténtica bravura. En resumidas cuentas, al amenazar la circulación de propaganda gubernamental, las amonestaciones a los autores de la historieta engendraron un acentuamiento del protagonismo de las fuerzas oficiales. Según este delineamiento, a falta de una presencia manifiesta de la alteridad política nacional, el equipo creativo de la historieta convierte al ejército en el rostro de un Estado empeñado en hacer acto de presencia. De esta manera, se repite la dinámica de costumbre, según la cual, en Colombia, al igual que en otras latitudes del mundo, el público practica nacionalismo sin darse por aludido: celebrando la idea de nación con el lenguaje del Estado, de manera bastante independiente a su conciencia de parti-

cipación en dicho proyecto. Una vez interiorizado, el amor por la nación no distingue entre el lenguaje oficial y la cultura popular; si acaso llegan a mezclarse, es materia fortuita. La historieta es un medio muy tangente a esta práctica pues, a fin de cuentas, sus proyectos de identidad tienden a circunscribirse al lenguaje de la nación. Es así como los sectores objetivo de la propuesta de «Hombres de acero» —muy posiblemente, habitantes de comunas o tugurios urbanos, e incluso de asentamientos rurales desconocidos por el Estado— terminan identificándose con un producto cultural idealizador de un orden gubernamental empecinado en ignorarles. En suma, la dinámica cultural se sintetiza de la siguiente forma: me cubro con la bandera para demostrar que también es mía, pero hago caso omiso de que, al desplegarla, festejo a quien me excluye o excluye a otros, porque en Colombia, al igual que en buena parte de Latinoamérica, el Estado y la nación tienen dimensiones y coberturas muy disparejas. Después de todo, ¿qué proyecto de nación no se fundó en una idea excluyente de algo o de alguien?

En Colombia, si bien se ha desgastado a consecuencia de la denuncia de nexos paramilitares, la imagen de las fuerzas armadas, y del ejército en particular, se ha mantenido sorprendentemente sólida. Los excesos de la década del ochenta, opacados por los alardes del narcotráfico, jamás fueron problematizados. Hacia fines de la década del noventa, luego de años de insistencia en programas de imagen institucional como los «Hombres de acero», según encuestas de la Gallup, el porcentaje de favorabilidad de las fuerzas armadas ascendía al 66%⁸. En los últimos años,

El caso de «Hombres de acero»

la encuesta anual de Datexco ha señalado un comportamiento análogo al de la imagen de la iglesia, otro baluarte de la inmovilidad cultural, ascendiendo hasta un 54,1% de favorabilidad en 2005 –tras varios años de oscilación alrededor del 45% en 2003 y 2004–, para luego descender al 39% en el 2006, cuando arrecian las críticas en torno al paramilitarismo⁹. De igual manera, previo a este descalabro, los resultados para el 2004 de la encuesta de desempeño institucional del ejército publicados por el DANE mostraban un puntaje de 72 (en una escala de cero a cien), moderadamente por encima del promedio del sector y del total nacional. Aún más, según una encuesta del 2005 del Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales (IEPRI) de la Universidad Nacional, cerca de un 23,7% de la población tenía mucha confianza en el ejército, cifra que colocaba a la institución entre las de mayor estima en el ámbito nacional¹⁰. El desplome a raíz del escándalo paramilitar denota los extremos exigidos para afectar la imagen de una institución que, gracias a estrategias propagandísticas ligadas de manera íntima a la industria cultural, ha conquistado una gran sinonimia con la identidad nacional.

En el futuro próximo, habrá que ver si a punta de cubrimos con la bandera nos empecinaremos en ignorar la realidad o si en cambio optaremos por ensancharla, hasta que abarque a toda la población, con fe, dignidad y amor al prójimo.

Notas

1. Según conversación telefónica con personal de la Cuarta Brigada en el 2001.
2. Para un recuento pormenorizado de la cam-

paña de minas antipersonales, ver la información disponible en <http://www.psywarrior.com/MineawareessHerb.html> y <http://maic.jmu.edu/Journal/4.3/focus/superman/superman.htm>. Acerca del uso de cómics en Medio Oriente, ver http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/4396351.stm.

3. Según conversación telefónica y correspondencia electrónica con Osorio Monsalve durante la primavera de 2007.
4. Según Disunidas, estas son las cifras de comercialización de la revista, de junio de 1998 a noviembre de 2000: primera edición: 29 400 ejemplares, con 9,5% vendidos; segunda: 30 542, con 4,2% de ventas; tercera: 25 200, con 7,4% de ventas; cuarta: 19 760, con 9%; quinta: 10 920, con 20%; sexta: 8 710, con 16%; séptima: 7 698, con 23%; octava: 7 280, con 25%; novena: 7 150, con 16%; la décima edición jamás fue recibida; onceava: 3 834, con 9%; y la recirculación de la cuarta edición incluyó 2 000 ejemplares, de los cuales se vendieron el 23%. En síntesis, en manos de Disunidas, se comercializaron doce ejemplares en total, además del álbum de colección y algunos de los productos (tulas, mochilas, gorras, etc.) vinculados al programa institucional. Estos datos provienen de una conversación telefónica con personal de Disunidas durante el día 25 de mayo del 2007.
5. Osorio Monsalve, Carlos A.: «Hombres de acero», *El Tiempo*, 18 de julio de 1999.
6. Para un recuento detallado del dominio militar y político norteamericano, favor ver «The Burden of Empire», el detallado artículo de Michael Ignatieff, líder del Partido Liberal canadiense, publicado en el magazín dominical de *The New York Times* el 5 de enero de 2003.
7. Benjamin, Walter: «Para una crítica de la violencia, y otros ensayos: iluminaciones IV», Taurus Humanidades, Madrid, 1991, pp. 23-45.
8. Los datos provienen de la encuesta de Gallup publicada en la revista *Cambio*, y patrocinada por la Asociación Nacional de Industrias Financieras (ANIF), Gallup y el fondo de pensiones Porvenir. Aparece en la edición del 25 de octubre de 1999 de la revista.
9. Revista *Cambio*, no. 689, 11 al 17 de septiembre de 2006: 21.
10. Dicha encuesta está disponible en <http://www.unal.edu.co/iepri/imaes/Encuesta.pdf>, para ser descargada del servidor del IEPRI.