



Sin título / Colombiana

Andrés Buitrago

Sin título / Colombiana
Andrés Buitrago

Trabajo de Grado
Carrera de Artes Visuales
Pontificia Universidad Javeriana

Asesorado por:
Ana María Lozano

Bogotá, 2009

Indice

Introducción.....	4
Declaración de artista.....	7
Proyecto Sin Título / Colombiana	11
1. Un primer descubrimiento	11
2. El artefacto cultural	18
3. El XII Salón Regional – Zona Centro – Tunja	23
4. El XII Salón Regional – Zona Centro – Bogotá.....	30
5. ¿Con qué objeto?.....	31
6. El Plieque.....	37
7. El museo, la galería.....	45
Antecedentes.....	50
Bibliografía.....	56

INTRODUCCIÓN

*“Let me introduce myself,
I’m a social disease”*

Dread and the fugitive mind - Megadeth

*West Side Story - Officer Krupke*¹

Me gustaría iniciar este texto con una pequeña presentación personal; algo así como un diagrama de fuerzas, de vectores, que irá cercando un terreno desde donde poder aproximarse a mi producción visual. Si pienso que este trabajo de grado es el resultado de una serie de tensiones que se dieron durante mi paso por la academia, de intereses, temas, y metodologías recurrentes, y lo que ha sido mi corta experiencia profesional, considero pertinente empezar de esta manera:

Me llamo Andrés Buitrago y cuando pequeño me gustaba dibujar. A mis 13 años empecé con cursos particulares de pintura, y a comienzos del 2002 ingresé a la universidad a estudiar Artes Visuales. La primera mitad de la carrera tuve una formación tradicional basada principalmente en el correcto uso de las técnicas aprendidas en los talleres, con el objetivo de producir trabajos visualmente agradables y de buena factura; manifestaría en ese período un gusto particular por el dibujo y la pintura. A partir de la segunda mitad de la misma, empecé a interesarme por el desarrollo de contenidos, en la investigación y lectura de textos que se acercan a lo que se puede entender como producción y teoría del arte contemporáneo, asentados la mayoría de las veces en la interdisciplinariedad. Hacia el final de mis estudios tuve la oportunidad de hacer una serie de prácticas profesionales: en gestión cultural, trabajando en la organización de exposiciones, como guía de un espacio alternativo, y vinculado directamente a una galería. Esto me permitió un acercamiento a artistas, curadores, galeristas, coleccionistas, y el público en general. Así mismo, he tenido la oportunidad de participar como artista en exposiciones colectivas, y así poner a prueba mi trabajo en dinámicas de producción y recepción.

Todo esto ha influido en que desde hace algún tiempo a mi trabajo lo movilizan dos grandes – ¡GRANDÍSIMOS!- temas: la crítica institucional, y la crítica cultural. Ambos ejes, en todo caso, no los podría pensar como separados uno del otro. Creo que estructuralmente comparten cosas y no funcionan de

¹ Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=pq28qCklEHc> [13 de mayo de 2009]

Tanto en la canción como en el video aparece el término *social disease*. Esto me hace pensar que tal vez la canción sea una cita a la película. En ambos casos se hace referencia a una persona que afecta a un grupo socioeconómico dado, a partir de sus patrones de comportamiento, forma de vida, o condiciones de trabajo; cosa que de algún modo me lleva a pensar en el campo de acción de la *Estética Relacional* descrita por Nicolás Bourriaud.

manera independiente; con el Pop tal vez, se empieza a hacer cada vez más evidente su entrecruzamiento: pienso en las interferencias que producen entre sí las revisiones al ready-made, tensiones entre alta y baja cultura, el consumo, la industria del entretenimiento, y redefiniciones de lo que se puede llamar Arte. Además de esto, podría pensar que esos dos ejes tienen a la visualidad como vehículo central de un discurso en donde se puede identificar aquello 'oficial' o hegemónico, de lo subalterno o lo 'otro', que hacen parte de ejercicios de poder; están atravesados por la relación entre el valor de uso, el valor de cambio, y el valor simbólico, e insertos en el mercado; y tal vez se podría decir que son sistemas relacionales cuyos mecanismos implican la creación de comunidades y conformaciones de subjetividad mediadas por imágenes, entre otros.

Lo anterior implica una serie de análisis de varios autores sobre cambios en la manera de abordar la producción artística del S. XX, el desarrollo de las tecnologías de producción visual, y en la manera de ver y entender el mundo contemporáneo. Esto, en todo caso, no es el motivo del presente texto. Sin embargo, me interesa tenerlo presente debido a que son problemáticas recurrentes, asuntos sobre los que he estado trabajando a lo largo de la carrera, y que interfieren en menor o mayor medida con este proyecto de grado. De ahí la comparación con un terreno que es posible analizar desde distintos puntos de vista, unos más importantes que otros dependiendo del caso².

Si tuviera que escoger unas imágenes que ayudaran a entender el lugar donde pretendo ubicarme, los ejemplos vendrían a ser un puerto, una terminal, o un centro comercial; zonas de intercambio, tránsito, relación y mediación; espacios comprendidos entre la producción y la recepción; pantallas y vitrinas donde se ubican objetos aptos para el consumo; también el museo y la galería. No sobra decir que hago parte de una red donde la manera de establecer conexiones con otros sujetos es a través del arte, los libros, la televisión, la música, la moda, e Internet... y tal vez no en ese orden. Diría que el punto está en cuestionar aquello que posibilita esa relación e intercambio.

Como dije antes, el dibujo y la pintura me interesaron durante un buen tiempo, y no es que lo hayan dejado de hacer. En la Universidad, además de explorar más a fondo estas dos técnicas, tuve la oportunidad de experimentar con distintos medios y tecnologías de producción de imagen, como por ejemplo la fotografía, el video, y la imagen digital. Así mismo, he podido familiarizarme con procedimientos como el ready-made, otras maneras de pensar el 'objeto de arte' como la instalación, y la puesta en circulación de mensajes utilizando plataformas ya existentes –como en el caso de Cildo Meireles-. Esto me sugiere la posibilidad de actuar no necesariamente en un espacio neutro, sino también de salir a la calle, de buscar otros lugares para la exhibición y circulación de las obras de arte, y de pensar en los vehículos de un mensaje determinado. En resumen, de estar cada vez más atento al *qué digo, cómo lo digo, y en dónde lo digo*.

² Pienso nuevamente en interferencias, en temas que se entrecruzan, en un diagrama rizomático. Si se quiere se podría ver también como sonidos a distintos volúmenes que se escuchan al tiempo, a manera de una pieza musical.

Entonces, mi producción cada vez se ha vuelto más heterogénea -en un sentido estrictamente formal-, y dependería en ese caso, más de un desarrollo de contenidos que de un *gusto* por una técnica en particular. Nuevamente podría en este caso encontrar un común denominador, algo que comparten estructuralmente todas esas *conformaciones de imagen* en mi trabajo. Esto es la práctica de la apropiación: de objetos, de imágenes, de textos, de métodos, pirateos, copias, etc., todo derivado de una capacidad técnica por reproducir información, y una posición crítica al recibirla.

Para tener una idea de cómo empecé a construir mi portafolio e inicié el proceso de este trabajo de grado, diría que fue primero a partir de intereses en objetos e imágenes ya existentes –muchas veces seriales y masificadas-, luego a partir del análisis de varios textos que establecerían relación con este campo de acción, y que me ayudarían a abordar mejor mis objetivos. Durante este proceso, en algún momento me pareció importante el hecho de hacer una declaración de artista, que se preguntaba por una ética de la producción propia, unas funciones críticas, y hasta ‘ecológicas’ dadas unas circunstancias geográficas, históricas, económicas, tecnológicas, y políticas. Este ejercicio me gustaría actualizarlo y compartirlo, de manera que me ayude con este propósito de cercar ese lugar que habito como productor de imágenes, y que pueda en dado caso aclarar algunos puntos sobre los propósitos de esta tesis.

También hablaré más adelante de algunos trabajos que considero importantes, en la medida en que se pueden ver como parte de un proceso académico, y que puedo conectarlos con intereses que influyeron en el proyecto que presentaré a continuación. Incluiré además referentes visuales y teóricos: artistas y autores de textos que han influido de alguna manera en mi forma de pensar y producir, y que tratan temas centrales sobre los que hablaré en esta ocasión.

La manera de abordar el proyecto de grado será en primer lugar lineal, que corresponde a un orden cronológico en el que fui avanzando en su desarrollo, y en segundo lugar en espiral, en tanto este trabajo funciona mediante la superposición de capas significantes que trataré en cada caso por separado. Al leerlo, me interesa tener presentes ambas condiciones: primero, un desarrollo en el tiempo; y segundo, las interferencias que pueden generar entre sí las distintas etapas.

Declaración de artista

Como productor de imágenes, generalmente estoy pensando en la manera de ubicarme dentro de unas posibles tendencias, que regirían una forma de abordar la creación artística. Entre esas se cuentan aquellas que afirman que el arte debería ser para el placer estético, que serviría más a un interés intelectual, o que debe ser ante todo crítico con la sociedad y tiempo en que se produce, por decir algunas³. Así mismo, el medio que habito como artista, y del cual he obtenido experiencia profesional, ha hecho que me pregunte por una relación entre la práctica artística y el mercado. Mirando lo que ha sido mi proceso académico, podría decir que encuentro intereses en la investigación, en la producción de imágenes críticas con la institución, la cultura, y el mercado, y en un desarrollo formal acorde.

Para analizar mejor estas tensiones, propongo en primer lugar hacer una división entre dos ejes: el vertical, que representa el arte autónomo, cuyas preocupaciones se encuentran dentro de los límites de la estética; y el horizontal, que representa el arte cuyas preocupaciones van más allá de lo estético y tocan temas de orden político, social o económico. Como es de esperarse, ambos ejes se cruzan y podría pensarse en un cierto nivel de correspondencias: en el eje Y mientras más alejado se encuentre del vértice, sería un arte cada vez más puro; y a su vez, en el eje X mientras más alejado se encuentre del vértice, es un arte más contaminado, cada vez con mayores implicancias en la praxis de la vida. Considero en todo caso que estos modelos no se dan de una manera ideal. Se podría decir más bien que la producción artística opera dentro del primer cuadrante en que se cruzan ambos ejes, y nunca sobre un eje mismo. Sin embargo la gráfica que se diera allí tendría sus particularidades:

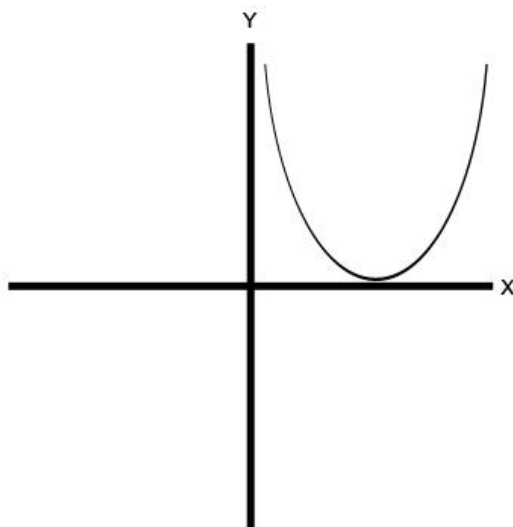


³ De pronto la posición más radical del último ejemplo afirma que el arte debe proponerse una acción política: cambiar el estado de las cosas.

El primer fenómeno contradictorio consiste en que, entre más se quiera producir un arte con características de autonomía, más importantes son los mitos de originalidad, unicidad, singularidad, y talento. Esto repercute directamente en la lógica de recepción del arte, y en especial, lo convierte en atractivo para el mercado. Esta forma de producción, al contrario de la otra, se podría pensar como dócil y fácilmente apropiable por la industria cultural; producida dentro de la Institución, nace siendo una forma de arte legítima y domesticada⁴.

El segundo fenómeno contradictorio es la capacidad que tiene la Institución de ir corriendo sus límites y de ir absorbiendo propuestas que intenten escaparse a ella. Por más problemática que sea una propuesta, pareciera que igual se encuentra la manera de domesticarla y/o convertirla en mercancía⁵. El comercio por lo tanto parece inevitable, al igual que escapar al museo y la galería.

Teniendo esto en cuenta, el diagrama que resultaría en ese plano cartesiano sería ser el de una parábola –una curva y no una recta, como podría suponerse al principio. Esto me hace pensar en un plegamiento del campo artístico: una inscripción necesaria en los discursos de un campo disciplinar, por mucho que su diagrama de fuerzas involucre otras disciplinas y campos de acción.



Esta nueva tendencia al eje vertical, sin embargo, no creo que signifique el hecho de que la producción artística se encuentre en un callejón sin salida. Tampoco significa que no se puedan encontrar formas de resistir al comercio del arte ni a las formas tradicionales de exhibición. Considero que en la medida

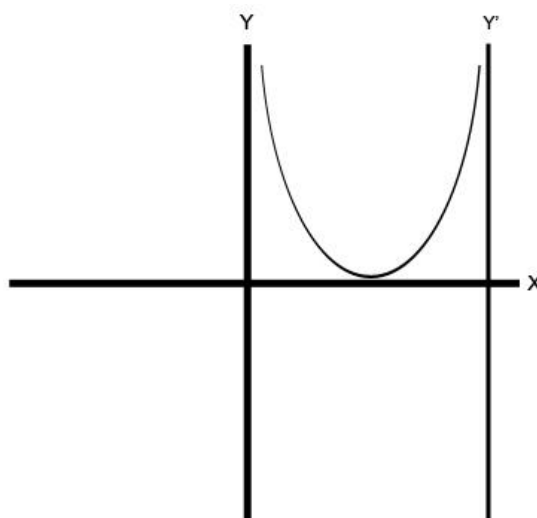
⁴ Aquí habría que hacer claridad acerca de lo que significa la palabra *domesticación*, que espero pueda ser satisfactoria. Me refiero en particular a un tipo de práctica que funciona bajo la lógica institucional, y no representa mayores problemas a la hora de aprehenderla: su mensaje es acrítico, no pone en cuestión la idea de arte, no problematiza la forma, ni el espacio de exhibición.

⁵ Pareciera que el arte que maximiza su tendencia al eje horizontal, tiende al fracaso de sus objetivos. Entre más ambiciosos sean éstos, es más difícil de cumplirlos. Pareciera que el Arte, por ser Arte –al contrario de la propaganda por ejemplo-, es incapaz de cambiar el estado de las cosas.

en que el arte se separa de un campo autónomo (el eje Y) empieza a ser consciente de sus implicaciones estéticas y éticas.

Se podría pensar entonces en un arte en parte dócil, en parte transgresivo –por extraño que parezca un opuesto no excluyente-, que parodiza, pero que funciona en la medida en que se encuentra inscrito en aquello que critica. La tendencia al eje X representaría un arte que aunque se encuentra dentro de lo trans-estético, es un arte desencantado, que no pretende grandes revoluciones ni cambiar el estado de las cosas: podría pensar más bien en señalamientos, comentarios, y críticas. La segunda tendencia al eje Y -el repliegue- representa de igual forma un arte que circula dentro del campo autónomo del arte, pero que quizás puede mirarlo desde afuera, y necesita de su inscripción en esas lógicas y utilización de formas, para hacer sus señalamientos, comentarios, o críticas.

Encuentro entonces una doble paradoja: por un lado, el marco institucional es capaz de ampliarse, y de mover sus límites; por otro lado, la práctica artística que intenta separarse de lo 'oficial', necesita re-inscribirse en un momento dado en dinámicas institucionales. Este caso podría ejemplificarse trazando un nuevo eje vertical, llamado Y', que podría ayudar a entender estas relaciones.



Entonces, el campo comprendido entre Y y Y', que atraviesa la curva, podría verse como un trazado de un territorio que habito como productor de imágenes: sería fundamental una postura política, una postura estética, y una postura ética. Política en tanto existe una preocupación por la configuración de un mensaje, la investigación de temas de interés, y la elaboración de textos que me permitan orientar una posible lectura de cada trabajo; es un interés por el *qué decir*. Estética en la medida en que me propongo ubicar cada imagen producida respecto de unas prácticas artísticas: el conocimiento de un léxico, y unas formas, que permiten articular mis ideas; la utilización de un lenguaje – con todos los problemas que esto pueda suponer, dado el caso- para poner en imagen aquello que me interesa: el *cómo lo digo*. Ética en tanto me propongo ser consciente de las implicaciones que tiene una puesta en circulación, de la

manera en que se puede recibir aquello que se enuncia: una preocupación por el *dónde lo digo* y *cuál es el público*.

En todo caso, este intento por esencializar la práctica artística, no responde a una mirada ingenua ni a un desconocimiento de lo complejo que puede llegar a ser este campo de acción. Es más bien un intento por entender el objeto de estudio desde lo más básico, a sabiendas de que esta forma de representarlo no puede ser totalmente satisfactoria; es un acercamiento a un campo de estudio cada vez más informe. Entonces, la construcción de una estructura la planteo aquí en la medida que puede facilitar el hecho de abordar un trabajo metodológicamente. No es tanto la simplificación de lo complejo, sino la conformación de un modelo que permita complejizar la estructura misma.

Proyecto Sin Título / Colombiana

El motivo de este trabajo de grado, su origen, viene de un interés en particular por una imagen, que surgió hace unos años en la última clase del énfasis de expresión plástica. Sin embargo, está conectada de diferentes maneras a temas que he venido desarrollando a lo largo de mi carrera, y tiene sus antecedentes en varios trabajos presentados en clase. Una vez iniciado el proyecto, tendría la oportunidad de presentar avances en algunas exposiciones, e ir añadiendo capas significantes que me propongo analizar una por una en el transcurso del texto.

1. Un primer descubrimiento

La última clase de mi énfasis tenía por nombre *Procesos Plásticos*, y todo empezó así:

Una de las primeras tareas en ese semestre fue extraer 1 metro cuadrado de ciudad, y museificarlo, teniendo como referente la producción de Mark Dion. Empecé entonces a buscar objetos residuales, basura, y a mirar mucha publicidad, con el objetivo de ir detectando aquellas cosas que llamaran mi atención, para luego depurar el conjunto, y llevar a cabo el ejercicio propuesto. Durante el tiempo que duró esta tarea –unas dos semanas–, un día me di cuenta de ‘eso’ que inicia este proyecto de grado: en un descanso estaba en la plazoleta de la facultad, hacía sol, y decidí comprar algo de tomar. Cuando miré la etiqueta de la botella, me pareció curioso lo que sucedía en el logotipo de la marca: había una especie de ave rematando el nombre de *Colombiana*, a la manera del escudo nacional. Desprendí la etiqueta y la guardé, y lo primero que hice al llegar a casa fue comparar estas imágenes (ver Fig. 1, 2, y 3):



Fig. 1
Etiqueta de la gaseosa *Colombiana*



Fig. 2
Escudo de la República de Colombia



Fig. 3
Cóndor de los Andes

Entonces, vi que el ave del logotipo de la gaseosa *Colombiana*, no era un cóndor de los Andes, símbolo de la República de Colombia, sino otro animal. Entre las diferencias que pueden verse, se cuentan las siguientes: el cóndor tiene una cresta, un collar de plumas blanco en el cuello, y la cabeza y patas desnudas, mientras que el ave de la etiqueta no tiene cresta, ni collar, y tiene la cabeza y patas emplumadas (ver Fig. 4 y 5).

Ese mismo día hice una búsqueda de imágenes por Internet, y estuve comparando la etiqueta con varias fotografías de aves. A partir de este ejercicio de observación, llegué a la conclusión de que debía tratarse de alguna especie de águila, ya que tiene una morfología bastante similar con el animal representado en ese logotipo. Para confirmar mis sospechas, incluso hasta llamé a servicio al cliente de *Postobón*, y la persona que me atendió insistía en que 'eso' sí era un cóndor.

Además de estas características físicas, luego encontraría algunas similitudes y diferencias de orden simbólico. El cóndor es asociado con la inmortalidad (debido a su longevidad), y se resalta el hecho de ser el ave de presa más grande de todas, y que únicamente vuela en días soleados: simboliza el poder y la fuerza. Debido a que habita en la cordillera de los Andes, es emblema de Chile, Bolivia, Ecuador, y Colombia. Por su parte, el águila es un animal que habita en más territorios, y ha sido frecuentemente usado como insignia. Se resaltan las siguientes características: es un animal imponente, de alto vuelo, vista aguda, de gran envergadura, fuerte y depredador. Simboliza la cercanía con el sol y el aire, el poder, el ímpetu guerrero, y la pureza. Es asociado frecuentemente a la figura masculina, la representación del padre, a una fuerza

fecundante, guerrera, y vencedora de lo oscuro. Ha sido usada en varias culturas e imperios como una forma de representar sus proyecciones. Entre éstas pueden nombrarse a los antiguos egipcios, los antiguos griegos, el Imperio Azteca, el Imperio Romano, el Imperio Bizantino, el Sacro Imperio Romano Germánico, el Imperio Napoleónico, el Imperio Ruso, la Alemania Nazi, y Los Estados Unidos de América, entre otros⁶.



Fig. 4
Águila calva



Fig. 5
Águila imperial (heliaca)

Sin embargo, después de todo esto seguía sin poder relacionar directamente el ave de *Colombiana*, con una especie particular de águila. Tenía en todo caso

⁶ Incluso la Iglesia Católica tiene una simbología asociada al águila. Éste animal representa a San Juan, el apóstol más joven.

dos posibles opciones: el Águila Calva y el Águila Imperial. Empecé a hacer entonces una búsqueda en la heráldica, identificando qué especies de aves eran frecuentemente representadas en los escudos de armas, y a establecer relaciones de parentesco con el logotipo. Había sobre todo un detalle en la imagen que llamaba mi atención: el ave de *Colombiana* tiene en la cabeza una especie de penacho, que aparece frecuentemente en los escudos europeos – esta característica la encuentro recurrente desde el escudo del Sacro Imperio Romano Germánico, hasta la imagen del escudo actual de Alemania (ver Fig. 6, 7, y 13).



Fig. 6
Detalle logotipo Colombiana



Fig. 7
Escudo de armas de Alemania

En este punto caí en cuenta que los escudos europeos no sólo representaban el águila imperial, sino también al águila real, siendo más frecuente ésta última. Sin embargo, formalmente son casi idénticas y se podría hablar de un deslizamiento de significado. Quiero decir que encontré que ambos animales llegan a ser equivalentes en su representación⁷.

Al tener estas dos imágenes enfrentadas, llamó mi atención la posición de la cabeza y las alas. Según las normas de la heráldica, la forma correcta de representar al águila es con las alas extendidas –*vuelo empleado*– y la cabeza mirando hacia la derecha (izquierda del espectador). El águila mirando a la izquierda (derecha del espectador) es atípica, y no he encontrado una razón específica, o una simbología relacionada a esta cuestión; se podría prestar a especulaciones relacionadas por ejemplo, con posturas políticas. Sobre las alas desplegadas, aunque ambas imágenes de arriba se presentan de esa manera, siguen siendo diferentes. Entonces llegó a mi mente la imagen del

⁷ Es el águila real la que está representada en las insignias del Imperio Romano, y es retomada varias veces en distintas etapas de Europa. En algunas ocasiones, como en la Monarquía de los Habsburgo, es reemplazada por el águila imperial. En varias interpretaciones que se hacen de símbolos, no se discrimina la especie para efectos de análisis. Esto quiere decir que la lectura que se hace del águila, es independiente de la pertenencia de ese animal a una especie en particular.

A estados Unidos llega por influencia del Primer Imperio Francés, pero luego es sustituida por el águila calva, nativa de ese territorio. Esto no deja de ser curioso si se piensa que el emblema es re-elaborado para hacerlo coincidir con algo localmente correcto, cosa que no sucede con la imagen de la estatua de la libertad, que representa a Marianne, figura alegórica de la República Francesa.

águila nazi y su parecido en la posición de las alas, cosa que no sucede con el de la actual Alemania, ni con el escudo de los Estados Unidos (ver Fig. 8 y 9).



Fig. 8
Escudo de los Estados Unidos de América



Fig. 9
Escudo del Tercer Reich

Con esto en mente podía sacar las siguientes conclusiones: 1. el animal representado en la etiqueta de *Colombiana* era seguramente un águila, y simbólica e iconográficamente podría estar emparentado con ésta; y 2. El águila de *Colombiana* pertenece a una especie no nativa⁸, y podría ser norteamericana o europea.



Fig. 10
Etiqueta de Cerveza Águila

⁸ Cabe aclarar que en Colombia habitan varias especies de águilas, entre las que no se cuentan el águila calva, el águila real, ni el águila imperial. Para más información ver: Cuéllar Moyano, F. *Aves falconiformes de Colombia: Águilas y afines* [en línea]. Bogotá: Colombia Curiosa, 2008. Disponible en: <http://colombiacuriosa.blogspot.com/> [14 de mayo de 2009].

Casi al tiempo que esto sucedía, caí en cuenta que Cerveza Águila –una de las más populares de Colombia-, tiene como imagen el águila calva (ver Fig. 10). Esta situación la encontré bastante inquietante debido a que dos de las bebidas más populares, que además acuden a un sentimiento nacionalista como estrategia de consumo, y que resaltan los valores ‘propios’ de los colombianos, tienen como símbolo algo ‘no propio’. En los comerciales emitidos por televisión puede verse como el elemento textual de estas piezas está orientado a señalar aquello que nos une y nos hace sentir parte de una misma comunidad: además del territorio, están las costumbres, la comida, la fiesta, el deporte, diversas manifestaciones culturales, y valores como ser alegre, optimista, y trabajador, entre otras. En repetidas ocasiones puede verse escrito, o escucharse la frase “*águila es Colombia*”, o “*Colombiana, la nuestra*” como slogan de esas marcas, y es interesante que el logotipo de ambas presente equívocos. No estaría seguro, en todo caso, de afirmar si se debe a un mal entendido, a desconocimiento e ignorancia, o por el contrario, es algo calculado.

Hasta este punto llegué en ese entonces, y aunque estos descubrimientos me parecieron importantes, aún no sabía cómo usar ese material. No lograba encontrar una manera de articular esto en un producto visual, así que éste primer ejercicio de clase, y luego otros propuestos en el mismo programa, que hoy considero como antecedentes, los resolví de otro modo. Para el primero seguí mirando publicidad, y terminé haciendo una medición del área de papel destinada a ella, con el objetivo de evidenciar la cantidad de imágenes que a diario se consumen. Los demás trabajos se preguntaban por la identidad nacional y su conformación a partir de cruces y relaciones de poder entre culturas. Así mismo tocaban el tema de la representación del otro, y de la representación de sí mismo –lo uno, lo otro, el nosotros, y los otros. (ver capítulo de antecedentes)



Fig. 11
Escudo actual de México



Fig. 12
Escudo actual de Egipto



Fig. 13
Escudo imperial de Carlos I de España y V de Alemania
Alberto Durero



Fig. 14
Escudo del Primer Imperio Francés



Fig. 15
Escudo menos de los Zares de Rusia



Fig. 16
Escudo del imperio Bizantino

Fuente de las imágenes: *Wikipedia, la enciclopedia libre*. [en línea]. Disponible en www.es.wikipedia.org [abril – mayo de 2009]

2. El artefacto cultural

“(…) no nos engañemos: los objetos son *categorías de objetos* que inducen muy tiránicamente *categorías de personas*(…)”
Jean Baudrillard⁹

Luego de un poco más de un año, en una electiva llamada *Imagen y Consumo*, logré hacer una primera propuesta visual. Durante ese semestre se analizaron estrategias publicitarias y sus imágenes con el objetivo de hacer visibles ciertos discursos que no son evidentes en un primer momento, se miraban ejemplos de crítica cultural que tienen como referente los *mass media*, y se trazaban puntos de cruce entre lo económico y lo político. Mi manera de abordar esto que había descubierto hace un tiempo, a la luz de los problemas tratados en esa clase y su bibliografía, fue esta: extraje la imagen del ave del logotipo de Colombiana y le pedí a un joyero que replicara el diseño en latón, la hiciera parecer una medalla militar, y la enchapara en plata (ver Fig. 17). Es un procedimiento de extracción (del símbolo), resignificación (cambio de material, hacer parecer a), y nueva puesta en circulación (forma de exhibición).



Fig. 17
Primer objeto producido como parte del proyecto

Puse este prendedor en una chaqueta y empecé a detectar reacciones. Funcionaba el parecido de esta imagen con una medalla de la milicia, y al mismo tiempo se podía reconocer como publicitaria. Había un traspaso de la marcación de un objeto a la marcación de un cuerpo: las medallas son una condecoración por un acto heroico, que muchas veces implica la ascensión dentro de una escala en la que se ejerce poder (hacia los mandos inferiores), y sobre la que se ejerce poder (por parte de los mandos superiores); significa la ascensión de rango dentro de una escala de jerarquías, que se adjudica por permanencia temporal en la carrera militar, y por méritos a alguna labor realizada; es una marca que hace visible a quien la porta dentro de una masa, pero que así mismo lo hace parte de otro conjunto más grande –es al mismo

⁹ Baudrillard, Jean. El sistema de los objetos, México: Siglo XXI, 2003. P. 216

tiempo diferenciable, e indiferenciable; son imágenes producidas dentro de códigos reglamentados que se leen dentro de una institución, pero al mismo tiempo sus especificidades son ilegibles para un gran número de personas. Las medallas son un producto visual que representa una institución que ejerce poder sobre quienes la portan, pero también sobre los que no la portan: representan un aparato estatal de control, encargado de velar por la seguridad de un territorio y el cumplimiento de las leyes dentro de éste. Al momento de ‘vestir’ este símbolo, el sujeto se separa del continuo de la masa de civiles, y empieza a hacer parte de algo distinto. Esa marca lo señala como cuerpo normalizado, en el que se han aplicado métodos disciplinarios que tiene el deber de replicar; es un cuerpo en el que además se ha ejercido control ideológico, de tal manera que representa una serie de valores de los cuales él mismo es ejemplar en su ejercicio¹⁰. (ver Fig. 18 y 19)



Fig. 18
Broche de la armada norteamericana



Fig. 19
Kepis de un uniforme de la Alemania nazi

El prendedor además funcionaba como una manera de parodiar a comunidades que llevan en sus prendas de vestir aquellos símbolos que los identifican: son grupos que se reúnen en torno a afinidades musicales o ideológicas, que se apropian de mecanismos de exhibición de la milicia y partidos políticos, son generalmente personas jóvenes, y hacen parte de tribus urbanas como punks, skinheads, neo-nazis, etc. Son grupos compuestos por personas que quieren diferenciarse del resto, y hacerle frente a una generación anterior, con otras formas de ver y asumir el mundo. Lo curioso es que todos estos individuos tienden a uniformarse, a organizarse en masas casi homogéneas, y a replicar –muchas de las veces- mecanismos de coerción del mismo sistema que enfrentan. En muchas ocasiones son violentos, y esgrimen posturas políticas generalmente contradictorias: luchan contra el racismo y la discriminación mediante la segregación, y defienden una pureza de razas cuando ellos mismos son producto del mestizaje, por ejemplo. Incluso, algunas personas hacen uso de los símbolos que los identifican sin saber lo que

¹⁰ Para muchas personas, las insignias representan un logro por el que han tenido que luchar. Es algo que se gana con sacrificio. De ahí que dentro de las instituciones en las que funcionan sean altamente valoradas, y representen prestigio para quien la lleva puesta.

realmente significan: a veces son escogidos más por moda o razones estilísticas, que por afiliaciones políticas o ideológicas.

Entonces, el hecho del llevar este símbolo puesto causó bastante curiosidad, sobre todo entre mi círculo de amigos y personas cercanas, que manifestaron su interés en tener una copia. Recibí varios encargos, y este trabajo empezó a circular¹¹, de una forma que me gusta relacionar con la obra de Cildo Meireles en tanto se propaga un mensaje haciendo uso de plataformas ya existentes por fuera del museo y la galería de arte. Fue la manera que encontré de visibilizar esos problemas sobre conformación de identidad, subjetividad, y comunidad (que había estado intuyendo antes con el descubrimiento de la *falla* de representación de la etiqueta de *Colombiana*), relacionándolo con aparatos de control, luchas por el poder, y la sociedad de consumo (temas que me interesaba analizar en ese entonces). Se pretendía hacer un señalamiento a procesos de mimesis, hegemonía e hibridación cultural, a la forma en que imágenes y símbolos foráneos son copiados, apropiados -o impuestos dado el caso- localmente muchas veces irreflexiva y acriticamente, y son consumidos como productos culturales que invisibilizan un mecanismo ideológico funcionando detrás.

El siguiente paso, fue hacer una serie de registros que dieran cuenta de la manera en que cada persona usaba el objeto (ver Fig. 20). Estas fotografías después no me servirían, y decidiría repetir las. La razón de esto la diré más adelante, cuando analice el siguiente avance que tuvo el proyecto. Mientras tanto, he aquí la primera fase:



Fig. 20
Sin título / Colombiana – inserciones en circuitos ideológicos - 2007

¹¹ Todavía recibo encargos y sigue creciendo el grupo de personas que tienen este objeto.

En primer lugar, quería resaltar un valor de uso que cada persona le da a ese objeto en particular, la manera en que lo hace parte de su guardarropa y lo ubica en una prenda. El broche se convierte en un accesorio que cada dueño 'apropia', y lo utiliza donde quiere, cuando quiere, y por razones personales¹². Cada uno de ellos se interesó en el proyecto por alguna razón en particular, y decidió hacerle eco. Aquí entran a jugar un papel importante la manera en que cada persona se define como sujeto, el 'quién soy', y el 'cómo me proyecto ante los demás', así como un campo relacional en el que se mueven y un contexto dado –que para todos no es el mismo. En segundo lugar, al hacer las primeras fotografías, decidí que en el momento de la toma el rostro debía salir de cuadro. Me interesaba el retrato, pero no la capacidad expresiva del rostro. Si tomaba la fotografía con la cabeza de cada modelo, necesariamente el gesto de cada uno iba a ser un punto de atención. La subjetividad me interesaba en tanto estuviera por fuera de la fotografía, y ese sujeto se relacionara con las demás personas que lo rodean y el mundo real. Al sacar de la imagen el rostro de cada uno, quería hacer evidente la manera en que cada quien se expresa en comunidad: la proxemia, la moda, y un símbolo que podría ser tomado como elemento textual. Estos elementos nos dirían algo de ese sujeto, y la fotografía serviría como un índice para rastrearlo¹³. En tercer lugar, al momento de ver las fotografías juntas y notar que todas esas personas tienen algo en común, se empiezan a agrupar como una comunidad que usa una representación de algo como elemento aglutinador (entre ellos), y diferenciador (que los separa del resto).



Fig. 21

Cildo Meireles

Inserções em Circuitos Ideológicos: Projeto Coca-Cola,
[*Inserciones en circuitos ideológicos: Proyecto Coca-Cola*] 1970

3 botellas de Coca-Cola, con calcomanías de silk screen

18 cm de altura cada una

Fuente: www.encuentromedellin2007.com

¹² Más tarde caería en cuenta que sin proponérmelo, podía establecer relaciones de ese objeto artístico con un objeto cualquiera, y podría hacer cruces entre valor simbólico, valor de uso, y valor de cambio. Muy poco se habla acerca de si el arte tiene un uso –su funcionalidad–, y de sus implicaciones en el mercado.

¹³ De todos modos, no puede ser obviado el hecho de que la fotografía la hace alguien con intereses particulares, y la manera en que esa imagen se encuadra también nos puede decir mucho acerca de los objetivos que movilizan esa producción. Existe así un marco de referencia –también textual–, desde donde se orienta la lectura de esa imagen.

Este primer acercamiento, cabe aclarar, era concebido en relación con el proyecto *Coca-Cola* o el proyecto *Billetes* de Cildo Meireles (ver Fig. 21) –de ahí la cita tan directa a *Inserciones en circuitos ideológicos*¹⁴. Por lo tanto, eso que llamaría obra era todo lo que podía suceder desde la interrelación de prendas en el ropero, hasta la salida a la calle con eso puesto: emisión y recepción de mensajes de una manera específica. La fotografía me servía como documento, como medio de registro de algo que sucede por fuera de la fotografía misma y que era importante señalar. El punto central hasta este momento era el objeto, la manera de portarlo, y la forma en que esto afectaba al sujeto que lo portaba; todo haciendo parte de interferencias textuales, que serían esas ideas, señalamientos, y malos entendidos que vehicula ese objeto.

¹⁴ Este procedimiento –si se puede llamar así- me sería útil como referencia y estrategia en varios trabajos. Era la manera de articular el *qué decir*, con el *cómo decirlo*, y el *dónde decirlo*. El proyecto de Meireles consiste en imprimir informaciones y opiniones críticas en billetes y botellas, y devolverlos a circulación.

3. El XII Salón Regional – Zona Centro - Tunja

“Ni lo uno, ni lo otro, sino todo lo contrario”
Mario Moreno ‘Cantinflas’

Por esa época se encontraba abierta la convocatoria a los XII Salones Regionales de Artistas, leí el texto que orientaba esa investigación, y decidí presentar esta primera fase del proyecto. Mi trabajo tenía puntos de cruce con los postulados de la convocatoria, y me pareció que era un buen marco teórico en el que podía ser leído. Se invitaba a reflexionar sobre la distinción entre lo real y lo ficticio, en la manera en que los aparatos de visión –como la fotografía y la televisión- nos muestran realidades a veces construidas, producto de intereses políticos. Así mismo se preguntaban por el fotomontaje, los falsos positivos, y demás artefactos que localmente son usados para comunicar algo, que no necesariamente es lo real, pero que se asumen como argumento de verdad.

La dimensión política¹⁵ que encontraba en mi proyecto, hizo que me decidiera a enviar la propuesta: la *falla* en la representación del cóndor y su parecido con otro símbolo de poder; el consumo de esta imagen de forma masiva y transparente, que representa una idea de nación; la compleja situación política de Colombia vista en relación a agendas y posturas de otros países; incluso la posibilidad de leer una teoría de la conspiración a través de la sociedad de consumo: investigando me di cuenta que el mismo dueño de *Postobón* (empresa que comercializa la bebida gaseosa *Colombiana*) es el mismo dueño de *RCN* (un importante canal privado), y que por lo tanto tiene control sobre la información que circula, que informa a la gente, que se presenta como una fuente digna de ser tomada como verídica, y del que se dice tiene afiliaciones políticas con el gobierno de turno.

Sin título / Colombiana resultó seleccionado para participar en la muestra, y un nuevo avance fue propuesto para esa exposición, que se llevaría a cabo en la Casa del Escribano Don Juan de Vargas en Tunja. En un principio, el proyecto pretendía continuar desarrollándose por fuera de un espacio habitual de

¹⁵ El proyecto curatorial de los XII Salones Regionales en la Zona Centro, dirigido por Andrés Gaitán y Claudia Salamanca, se dividía en 4 ejes temáticos: lo político, lo ilegal, la farándula, y a escala. A continuación presento el texto que direccionaba el eje de lo político:

“¿En qué momento se insinúa una verdad cuando se presenta un cambio en el pie de foto o en el tratamiento digital de una imagen? ¿Qué es lo que se pretende cuando se unen personalidades de corrientes políticas contrarias en una situación “incómoda”? ¿Hasta dónde el arte ha llegado, cuando se mira la verdad de las mentiras en lo político? ¿Porqué lo político se presta para entender que hay un cierto aura de falsedad en su entorno? ¿Porqué a pesar de ello, seguimos creyendo en el mandato político? Este eje recibe propuestas que circulen en torno a una mirada sobre la manera como se cuestiona lo político, dentro de un marco donde la legitimidad se juxtapone a ciertos enlaces de ficción.” Tomado de Zona Tórrida, plataforma para la investigación de las Prácticas Culturales. Curaduría: *El espejo: ni si ni no... sino todo lo contrario*. Grupo Las Vegas: Andrés Gaitán y Claudia Salamanca. [en línea] Disponible en: <http://zonatorrida.templeofmessages.com/pages/salonCentro.html#> [Consultado el 24/04/09]

exhibición. Sin embargo, conversaciones con los curadores y una visita al lugar que acogería la muestra me hicieron pensarlo mejor.

Fui a Tunja a ver el sitio, y lo primero que noté es que no era un cubo blanco, que era una casa-museo de arquitectura andaluz, con una historia de hace 4 siglos (fue construida en 1590), con pintura mural de la época, y donde se exhiben una serie de objetos y artefactos artísticos y artesanales del S. XVI al XIX. Entre esas cosas que me llamaron la atención, estaba la famosa pintura realizada en la colonia que copiaba el grabado del rinoceronte de Dürero. Esta y otras imágenes, en las que se puede ver cómo cruces culturales e influencias de distintos lugares, son articuladas en producción visual que en estos lugares se muestran como piezas históricas, en donde un discurso de cohesión nacional trata de encontrar sus orígenes, hicieron que esta nueva entrega fuera planeada como un *site-specific*. La idea aquí, luego de hacer visitas al espacio de exposición en Tunja, y en Bogotá al Museo Colonial, la Quinta de Bolívar, y el Museo del 20 de Julio, era replicar su disposición de objetos y la manera de exhibirlos. En particular, me interesaba la sección de héroes y heroínas del museo del 20 de Julio, en donde se encuentran, además de retratos, medallas, monedas, espadas, uniformes, y vestidos, una serie de artefactos que permiten establecer una relación entre el sujeto y un contexto específico, y su ubicación temporal –encontraría parecidos en los demás museos, incluido el lugar asignado para la exposición del Salón Regional. Esta segunda fase se propuso como una instalación en un museo histórico, que hiciera interferencia con el resto de imágenes y objetos se que exhiben en éste, que así mismo se intentara camuflar, pero que se activara en el momento en que el espectador descubriera una *falla* en la representación.

En las visitas previas a estos lugares, y como parte de la investigación asociada a la presentación del proyecto en Tunja, consideré necesario para el trabajo, tener en cuenta estos objetos y pinturas que podrían nutrir este proceso. La museografía de estos lugares presenta una estructura textual, un discurso sobre el pasado de un territorio que podría ser descrito como una serie de estratos presentados de manera consecutiva y lineal, historiográfica, que son: la época prehispánica y los primeros habitantes del territorio, un soporte prehistórico que se evidencia mediante descubrimientos arqueológicos –orfebrería, cerámica, y fabricación de objetos rituales, entre otros; la época de la conquista y ocupación colonial europea, representada por arquitectura, pintura, escultura y objetos que dan cuenta de procesos de evangelización, educación, formación, y transformación de la religión, la lengua, y las costumbres del periodo anterior en lo ‘correcto’ según la mirada del colonizador; y por último¹⁶ la época de la emancipación, la independencia de Europa, la ruptura de la dominación extranjera, representada sobre todo por pintura –en géneros como el retrato y el paisaje (natural y humano)-, y objetos y artefactos que articulan estos procesos históricos a relatos de héroes y heroínas que mediante la lucha alcanzaron la gloria. Entonces, aquello que me interesa revisar es esa última etapa y la manera en que se sustenta

¹⁶ En realidad pueden existir más estratos dependiendo del museo. Me interesa señalar hasta aquí, ya que es en éste punto donde se pueden ubicar los relatos gloriosos que tienen más relevancia para esta investigación, y en dónde emergen la idea de lo propio y se conforma una identidad nacional que en principio excluye el colonialismo y las influencias foráneas.

visualmente: a partir de textos, pintura, y objetos. Para esta fase escojo el género del retrato y la relación con artefactos de uso corporal –como espadas, uniformes, armas, medallas, y demás-, y la disposición de estos elementos - característica de estos sitios-, que hacen pensar en que son fundamentales para contar una historia pasada y articularla a la conformación de identidad nacional.

Repetí entonces el proceso de hacer las fotografías a las personas que habían encargado el prendedor del águila, ya que me pareció que las que tenía no funcionaban: había hecho la toma en el momento de entregar el objeto, y con un poco de tiempo noté diferencias en la forma en que la mayoría lo llevaba puesto; no había dejado pasar un tiempo prudente para que cada persona se apropiara del símbolo, y lo usara como mejor le pareciera¹⁷. Además, tenía en mente una forma de registrar eso que estaba sucediendo, que pretendía relacionar a una tradición de la pintura de retrato, a la fotografía de moda, y a una imagen *amateurizada* –una composición central, bastante sencilla, y que hiciera pensar en que ‘eso’ fotografiado es un documento de lo real.

Hice una cita con cada uno(a), pidiéndole que ese día fuera vestido(a) como normalmente usaba el broche. Pedí que intentaran ‘no posar’ para la cámara¹⁸, que su postura fuera lo más cercana al cotidiano de cada uno, y a partir de ahí tomaba la decisión de cómo encuadrar. El resultado fueron trece ‘retratos’¹⁹, todos decapitados, unos frontales, otros de $\frac{3}{4}$, y uno de perfil, que hacían interferencia con los géneros de representación arriba descritos. En ese momento caería en cuenta que varios de ellos usaron prendas de vestir que se relacionan con un tipo de moda militar, y hacen eco de las relaciones que encuentran en el objeto con una forma de vestir particular.

A continuación, las fotos fueron enmarcadas con una moldura plástica que reproduce motivos barrocos a la manera de un cuadro antiguo, y se les puso una placa metálica grabada con el nombre de cada persona (ver Fig. 22-25).



Fig. 22
Retrato de Adriana Ramírez



Fig. 23
Retrato de José Andrés Romero

¹⁷ De esas fotos, solo una tenía las características que buscaba. No había cambiado la manera de llevar el objeto puesto, y la pose del modelo, tanto como el encuadre, era lo que buscaba en ese momento.

¹⁸ En algunos casos hice lo contrario, y esto tenía su razón de ser en diferentes factores que debía evaluar en ese momento. Estos eran: la ubicación del objeto, la manera de hacerlo parte de un atuendo, y mis objetivos descritos arriba al hacer la fotografía.

¹⁹ En ese momento sólo habían trece personas que hacían parte del proyecto.



Fig. 24
Retrato de Mauricio Alvarado



Fig. 25
Retrato de Liliana Rivas

Una vez con esto, propondría en Tunja la instalación de una sala parecida a la de un pabellón nacional de un museo histórico, con otros elementos como una placa conmemorativa y la bandera de Colombia, que se pondrían en relación con otros objetos pre-existentes en esa sala (como una mesa, sillas, y un baúl de la época de la colonia). La disposición de todos los objetos e imágenes respondía a la lógica de la sección de héroes y heroínas de la patria, que encontraría en uno de los lugares visitados previamente. La medalla del águila fue insertada en una vitrina que hace parte del espacio –la casa del Escribano Don Juan de Vargas en Tunja-, en la cual se exhiben normalmente artefactos de la época como una capa, candelabros, y demás piezas de valor simbólico.

Así mismo, pretendía tener en cuenta la obra de Marcel Broodthaers: *El Musée d'Art Moderne, Departement des Aigles (Museo de Arte Moderno, Departamento de las Águilas)* que es una recopilación de una serie de imágenes y objetos de águilas, que se plantea como un museo portable o móvil, capaz de instalarse en distintos lugares, un museo abstracto cuyo objetivo era desestabilizar formas de empoderamiento de una institución, y cuestionar la idea misma de museo. Esta instalación acudía a la imagen del águila como un método para un experimento, que pretendía hacer evidente una distancia entre el objeto expuesto y su valor simbólico, además de su valor de uso. Era una disposición no-sistemática de imágenes, que se separaba de un guión cronológico y geográfico, y que problematizaba un discurso mediante el cual se ensamblan piezas históricas. La totalidad de objetos e imágenes reunidas hacían parte de la colección de distintas instituciones culturales, es decir que ya se encontraban investidas de un *halo de artisticidad*. Al reunir las, y ubicarlas junto a fichas técnicas que señalaban que no eran obras de arte, el objetivo era evidenciar su producción y funcionamiento dentro de prácticas sociales contingentes, su carácter mismo de artefacto. Era un procedimiento de ready-made invertido, que ubica en primer plano la funcionalidad del objeto²⁰. (ver Fig. 26)

²⁰ Rainer Borgemeister and Chris Cullens Source , "*Section des Figures:*" *The Eagle from the Oligocene to the Present*. En: *October*, Vol. 42, Marcel Broodthaers: Writings, Interviews, Photographs (Autumn, 1987), pp. 135-154. Published by: The MIT Press. [en línea] Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/778271> [Consultado el 06/02/2009]



Fig. 26
Marcel Broodthaers.
Musee d'Art Moderne, Departement des Aigles, Section des Figures. 1972.
(Photo: Maria Gilissen.)

Sin título / Colombiana se presentó a final del 2007 como la construcción de un falso-positivo, que se revelaba como tal al momento de encontrar el equívoco presente en la representación de un símbolo, que trae consigo un elaborado discurso de identidad. El corto circuito se presentaba al no saber si 'eso' que vemos es un homenaje –en la medida en que se honran símbolos patrios y/o corporativos-, o por el contrario, nos revela unas posibles interpretaciones que cuestionan una estructura sobre la que se edifican varios presupuestos. El enfrentamiento entre águila y cóndor dejaba abierta la pregunta de cuál de esas dos opciones es la correcta, y de qué manera enfrentar la incorrecta. La manera de insertar la instalación en un espacio histórico, que se reconoce como importante en tanto cuenta un pasado necesario para entender el presente, deja entrever una serie de cruces de tipo cultural, y una construcción –quizás arbitraria- de una historia común sobre la cual se sedimenta un discurso identitario, ambas *naturalizadas*. (ver Fig. 27 -31).



Fig. 27
Sin Título / Colombiana – Instalación – Dimensiones variables – 2007



Fig. 28
Sin Título / Colombiana – Instalación – Dimensiones variables - 2007



Fig. 29
Detalle de la bandera de Colombia



Fig. 30
Detalle de placa conmemorativa



Fig. 31
Detalle del prendedor

4. El XII Salón Regional – Zona Centro – Bogotá

Tres meses después, esta misma muestra del XII Salón Regional de la zona centro estaba programada en el Museo de Arte de la Universidad Nacional de Colombia, en Bogotá. Como el espacio cambiaba, necesariamente tenía que hacerle ajustes al proyecto: esta nueva sala sí era un cubo blanco, un espacio neutro donde habitualmente se exhibe Arte Moderno y Contemporáneo.

Me interesaba separar de alguna manera el espacio de pared que me había sido asignado del resto de muros de la sala de exposición. Sin embargo, la intervención no podía ser invasiva, ya que a los curadores les modificaba el diseño de montaje. Propuse entonces instalar una pequeña moldura en yeso que separara ese cuerpo de obra del resto de trabajos exhibidos, de una manera parecida a la que usan los grandes museos para dividir secciones de pared. El prendedor fue puesto en una vitrina de base blanca con un cubo de acrílico en la parte superior, que es usado por el Museo Nacional para exhibir objetos valiosos de pequeño formato. De esta manera pensé que la instalación seguía funcionando de la manera que me interesaba.

El proyecto pasó de ser *site-specific* a tener que trasladarse a otro lugar, ya que era una de las condiciones del evento. Los cambios que sufrió, en todo caso, fueron en la manera de desplegar las imágenes y enmarcar el conjunto, y no de estructura. Esencialmente seguía siendo lo mismo (ver Fig. 32).



Fig. 32
Sin Título / Colombiana – Instalación – Dimensiones variables - 2008

5. ¿Con qué objeto?

“¡Sírvanse ustedes un Rembrandt!
Un Rembrandt como una tabla de planchar.”
Marcel Duchamp



Fig. 33

Sin título (imagen de la exposición *¿Con qué objeto?*, Fundación Cu4rto Nivel Arte Contemporáneo) – apropiación, imagen digital – dimensiones variables - 2009

Casi un año después de haber inaugurado en Tunja, recibí una invitación para participar en otra exposición, llamada *¿Con qué objeto?* Esta vez se trataba de una galería comercial llamada Cu4rto Nivel, y la muestra recogía propuestas de varios artistas que giraban en torno a la idea de objeto: obras de arte tridimensionales, la mayoría de pequeño y mediano formato, manufacturadas, que involucraban procesos industriales, algunas ediciones seriales, algunas piezas únicas, y que revisaban muchas veces el procedimiento del ready-made, y señalaban la manera en que un objeto se inscribe en distintos escenarios. Había una reflexión en torno al valor de uso, al valor simbólico, y en algunos casos, al valor de cambio.

Para presentar un nuevo avance del proyecto, no podía dejar pasar por alto las características y especificidades de este espacio: es una galería comercial de Arte Contemporáneo, cuya colección se mantiene en circulación; está ubicada en un centro comercial especializado en decoración, arte, muebles, y artesanías, donde cada local funciona a manera de vitrina; y muchas de las exposiciones propuestas por los curadores, proponen poner en relación lo que sucede dentro de la galería con el resto del edificio, y así señalar, cuestionar, e indagar esa problemática relación entre Arte e Industria Cultural, y Arte y Mercado.

En esta ocasión propuse otra fase del proyecto cuyos objetivos eran revisar las fases anteriores, los cambios hechos, qué tanto habían funcionado, y encontrar la manera de inscribir esta propuesta en ese nuevo espacio. Si en un principio estaba haciendo un cruce entre lo político y lo económico, y ya había presentado una parte 'seria' que consistía en parodiar ese discurso político, pensé que el otro lado de la moneda era hacer un comentario más directo al consumo y al mercado del arte. Pensando en que el proyecto inició circulando en la calle, luego fue presentado como una instalación *site-specific*, y después fue necesario desplazarla y volverla a emplazar en un nuevo espacio, el paso siguiente podría ser convertirla en algo así como un museo portable. Era un procedimiento que tenía que ver directamente con un simulacro, ya que implicaba la extracción y descontextualización de un *display* (una manera de exhibición), y su conversión en objeto: era una copia a tamaño reducido que desconocía el funcionamiento anterior, un lugar y unas características con las que fue producido en un principio; implicaba un vaciamiento y posterior reconversión de significado –o superposición de textos; era un falseamiento de la imagen que pretendía señalar su componente estilístico, o esteticista; era una cita directa a *la boîte-en-valise* de Marcel Duchamp²¹ y su comentario irónico al funcionamiento del mercado del arte y la Industria Cultural (ver Fig. 34).



Fig. 33

Marcel Duchamp

La boîte-en-valise (Box in a Valise), 1936/1968

Cerrada 40.7 x 38.1 x 10.2 cm, desplegada 102 x 90 x 39.5 cm

Fuente: www.centrepompidou.fr

²¹ Y en cierta forma, también al proyecto de Marcel Broodthaers mencionado anteriormente.

La propuesta fue presentar una edición coleccionable del pabellón nacional, que incluye la edición de lujo del prendedor del águila y reproducciones en miniatura de los demás elementos que componían la primera instalación; todo esto con la posibilidad de ser guardado en un pequeño guacal de madera.

El prendedor, que en principio estaba elaborado con materiales no tan costosos, y que era un múltiple de copias ilimitadas, de relativamente fácil acceso debido a su costo, era en esta ocasión una joya hecha en plata ley 925, en su totalidad manufacturada. Se había convertido en una pieza de diseño, de copias limitadas, y por tanto más costosa.

Las fotografías con sus respectivos marcos, fueron re-fotografiadas y ampliadas a un tamaño de 10 x 15 cm. El marco, en esta ocasión, hacía parte de la fotografía misma. Era una copia, un *fake*, de los primeros 'cuadros' producidos. Lo mismo sucedió con la placa conmemorativa: era también la fotografía de la placa, ampliada –o más bien reducida- a un tamaño proporcional al del resto de imágenes. El mismo proceso de reducción sufrió la bandera, que en este caso era una versión de escritorio, conseguida en almacenes de suministros militares (ver Fig. 35-41).

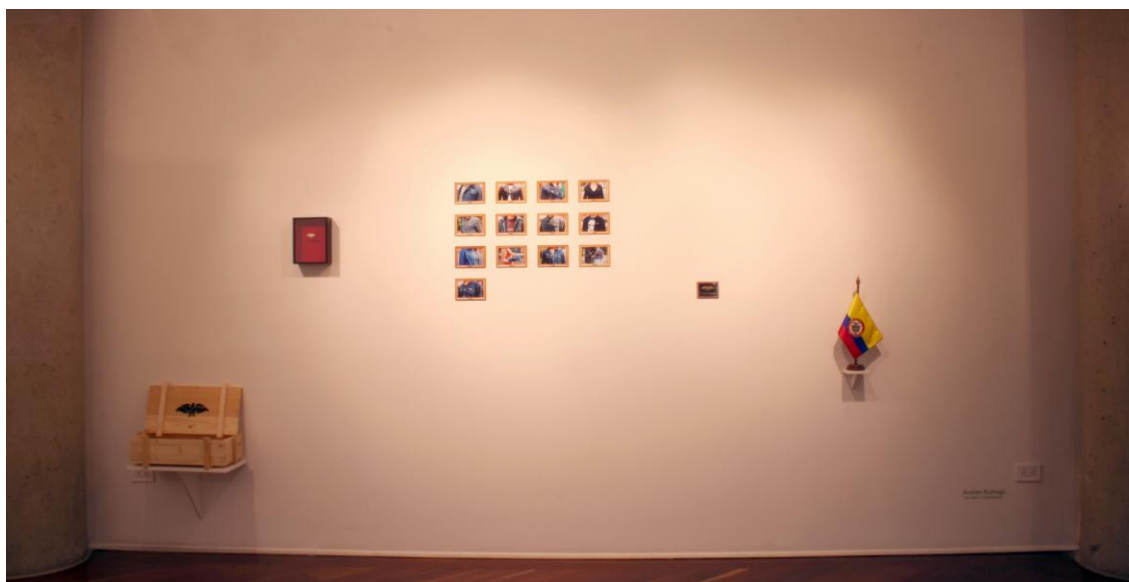


Fig. 35
Sin Título / Colombiana – Instalación – Dimensiones variables, Ed. 5 – 2009



Fig. 36
Detalle de la vitrina



Fig. 37
Detalle de la joya



Fig. 38
Detalle del guacal



Fig. 39
Detalle de las fotografías



Fig. 40
Detalle de la placa



Fig. 41
Detalle de la bandera

6. El Pliegue

"Éste es el comienzo de una nueva era, aquí no hay diferencias políticas, ni raciales, ni de religión; hoy somos uno, somos hermanos"
Juanes²²

Poco tiempo después de la inauguración de esta muestra, recibiría una nueva invitación a participar en una exposición titulada *El Pliegue*, en la Galería del Club El Nogal. Me propuse seguir avanzando con el proyecto, entregando otro resultado visual. Aunque esto podría ser tomado como otra fase, me gustaría decir que es más bien un primer resultado de un nuevo eje, no explorado anteriormente. Si antes estaba revisando una producción de artefactos, conectándolos con el género del retrato, aquí se trataba de otra cosa.

Esta exposición tenía como objetivo revisar la noción de pliegue, a partir de análisis de autores como Gilles Deleuze, Michel Serres, y Michel Foucault. Era un acercamiento a una forma diferente de entender la noción de espacio tanto en la filosofía como el Arte Contemporáneo: a partir de la crítica a las ideas modernas –y cartesianas- de temporalidad y espacialidad, de la construcción de no-lugares, zonas de tránsito, y el actual flujo de información en Internet. Era una pregunta abierta a la definición de límites, fronteras, y superficies, que recogía varias propuestas de artistas que se han interesado en problematizarlas.

Para abordar el tema, acudí a un archivo que he ido construyendo hace algunos años como parte de un proceso de documentación, y se compone de material impreso y videográfico que llama mi atención, y que me ha servido para breves ensayos, incluso comentarios relacionados con temas de interés, y como materia prima para producir obra. Todo este archivo está organizado en varios grupos, que hacen parte de proyectos de investigación realizados durante mi proceso académico. Al revisar lo que había recogido como parte de la tesis, me encontré con unos pocos videos que hasta el momento no había usado, y que consideré pertinentes para esta ocasión: unos comerciales de televisión de *Colombiana*, propaganda institucional del ejército colombiano, y un video hecho por un usuario de *youtube*²³ que criticaba una de las piezas publicitarias que circularon hace un tiempo por los canales nacionales.

Partiendo de esto hice una mejor búsqueda, capturando sistemáticamente videos que yo consideraba relacionados, en cuanto movilizaban ideales de nación, conformación de identidad y comunidad, y valores como tolerancia, pluralismo, y diversidad. Encontré más comerciales, más propaganda

²² Ésta frase la dijo el cantante Juan Esteban Aristizábal durante el concierto *Paz Sin Fronteras*, que se realizó en la frontera Colombo-Venezolana, luego de estallar la crisis diplomática entre Colombia, Ecuador y Venezuela, producida por la operación militar colombiana en territorio ecuatoriano, donde resultó muerto Raul Reyes –miembro de las FARC-.

²³ www.youtube.com

institucional, y más videos realizados por usuarios de *youtube* que por cuenta propia los ponían en red. Una vez reunido todo ese paquete de información, me daría cuenta –también mirando retrospectivamente- que el tema de identidad y símbolos de nación reclamaba protagonismo, y era necesario un análisis más detallado a partir de nueva bibliografía. Aunque estos temas ya se abordaban anteriormente, para esta ocasión necesitaba más herramientas que permitieran un mejor desarrollo de contenidos; fue así que empecé a buscar en distintas fuentes: entre libros, artículos y ensayos en línea, profesores e intelectuales, etc.

Al revisar cuidadosamente los videos, noté que abordaban de manera peculiar (entre otras cosas) el paisaje, el retrato de personas anónimas, y sus costumbres, como elementos que ayudan a construir un texto: es decir, que en medio de la exaltación de un producto –en los comerciales-, la exaltación de valores nacionales –en la propaganda institucional-, y la exaltación de ‘otros’ personajes y valores –en el caso de la producción independiente-, se muestran imágenes que intuyo, se podrían relacionar de algún modo con géneros de la pintura colombiana del S. XIX, y que tenían como uno de sus intereses, formular la idea de *lo nuestro y lo propio* (ver Fig. 42-45).



Fig. 42
Still de un comercial de *Colombiana*



Fig. 43
Still de un comercial de *Colombia es Pasión*



Fig. 44
Still de un video independiente



Fig. 45
Still de un video del ejército nacional

Estaba pensando en particular, en la *Comisión Corográfica*, que con el ánimo de describir sistemáticamente las diversas regiones del país, produjo una serie de dibujos y acuarelas de paisajes, personas, costumbres, y cartografías. También estaba pensando en la *Escuela de la Sabana*²⁴, y en manifestaciones de la pintura histórica en Colombia que harían hincapié en las fuerzas militares, los héroes nacionales, y los padres de la patria. Estas posibles coincidencias – entre estos dibujos y pinturas, con los videos- radicarían en la manera de abordar la representación de grupos humanos de ‘todas’ las clases, razas y etnias, los paisajes naturales, y un estado nación encarnado en la milicia.

A partir de estas relaciones entre productos culturales ya historizados, y producción audiovisual actual, podía encontrar entrecruzamientos: no sólo la replicación de modelos representacionales, sino un campo discursivo que en ambos casos se estaría enunciando. Con esto quiero decir que tanto en el museo histórico –en este caso puede ser el Museo Nacional- como en el espectro electromagnético –la televisión nacional, y en alguna medida Internet-, se puede ver que este tipo de imágenes estarían imbricadas en la conformación de la identidad nacional, tendrían un interés por delimitar a una comunidad, y rescatarían unos valores propios dentro de un *nosotros* (los colombianos), que se confunde con un *todos* (los colombianos)²⁵.

Estos enunciados, sin embargo, los encontraría problemáticos. Me surgen entonces las siguientes preguntas: ¿Por qué el *nosotros* necesariamente se funde con el *todos*?, y ¿Por qué dentro de un *todos* no es evidente la diferenciación entre un *nosotros* y unos *otros*? Mi hipótesis era que este tipo de representaciones de lo diverso, en realidad se hacen desde posiciones de sujeto marcadas por el género, la raza, la clase, y demás, en las que se involucra también el ejercicio del poder; esto determinaría en gran medida la manera de enfrentarse a un *otro*, y de encontrar diferencias y similitudes. La manera de representar esto, tendría que caer necesariamente en la formulación de estereotipos que permitan poner en imagen la pluralidad y multiplicidad del conjunto, reduciéndolo inevitablemente.

Lo anterior me sugiere una nueva revisión al material recogido, que cruzara tanto la aplicabilidad de modelos representacionales establecidos a ese material videográfico, con un ejercicio de poder que moldea esas representaciones. Al hacerlo, encontraría lo siguiente:

1. Un paisaje rural marcado por lo pintoresco y lo exótico. Un ejemplo de esto puede ser un comercial de cerveza águila, ambientado en algún lugar de Boyacá; un pequeño pueblo en medio de montañas. Sus

²⁴ Lo que a su vez me recuerda al paisaje del Romanticismo.

²⁵ Ejemplos de estas elaboraciones, en ambos casos pueden ser las siguientes: 1. La sección de fundadores de la patria en el Museo Nacional, que muestra pintura, objetos, y otros artefactos del S. XIX, y evidencia mediante su disposición y un guión, la importancia histórica de lo anterior al momento de entender la independencia, y la idea de identidad nacional. 2. Un comercial de Cerveza Águila donde se muestran distintos momentos en que su producto es consumido: en una cena de una pareja, en un paseo de grupo a la playa, en una fiesta de barrio, y en las graderías de un estadio en un partido de fútbol. Esto se yuxtapone con el siguiente texto leído por una voz en off: “Águila, más que una cerveza, es el encuentro entre amigos. Es el sentimiento de un barrio. Es nuestra manera de celebrar. Águila es Colombia(!), refresca nuestra pasión.”

habitantes están reunidos en una tienda, una construcción arquitectónica algo humilde, de estilo colonial, que registra muy bien en cámara. La calle del pueblo no está pavimentada, y por ahí circulan personas en bicicleta, en burro, o caminando, con perros y ovejas atadas a una cuerda; alrededor del lugar hay vacas y gallinas. La acción se centra en un personaje –al igual que los demás, usa sombrero y ruana- especial, capaz de predecir, por medio de un sentido auditivo bastante desarrollado, que un camión de Cerveza Águila está por llegar. Cuando el camión entra al pueblo, empieza a sonar música, la gente se agrupa para recibir las canastas de cerveza, y aparece una papayera –la responsable de la música- para animar la fiesta que está iniciando.

2. Un paisaje natural marcado por lo paradisíaco. Ejemplos de esto pueden ser las imágenes de los comerciales de *Vive Colombia, viaja por ella*, en las que se muestran lugares de difícil acceso, y que no están poblados -no hay casi construcciones, a menos que sean hoteles o cabañas de descanso-. Esto hace parte de estrategias por impulsar el turismo: la venta de la diversidad de climas, pisos térmicos, y ambientes como la playa, la selva, el desierto, o los nevados; todo atravesado por la idea de tener una experiencia con la naturaleza.
3. Las ciudades vistas desde perspectivas modernistas, marcadas por la industria, la tecnología, y la promesa del progreso. Ejemplos de esto se pueden encontrar en varios comerciales, cuando muestran grandes edificios y piezas arquitectónicas (el edificio e.e.p.p. de Medellín, la torre Coltejer, la torre Colpatria), grandes avenidas, el sector industrial, y algunos eventos internacionales que tienen sede en Bogotá (Feria del Libro, Festival Iberoamericano de Teatro)
4. Representaciones de gente, marcadas por una diferencia de raza, clase, y etnia, donde se privilegia al blanco de clase acomodada, y se exotiza al *otro* de color. Aquí quisiera describir dos casos:

1. Un comercial de *Colombiana*, donde a la bebida la introduce un joven blanco, de clase media-alta, que se muestra como un prototipo de colombiano, y cuenta con la capacidad económica para viajar por el territorio nacional (al que le llama su casa) y así presentarnos los lugares que más le gustan (que compara con ambientes domésticos): su cuarto son las salinas de Carrizal en la Guajira –y ahí es donde pasa las noches-; su comedor es un moderno edificio en Medellín; su patio es en Puerto Gaitán, Meta –y ahí es donde respira-; y el cuadro que más le gusta mirar es un árbol en Cartago, Valle.

2. Un detrás de cámaras también de *Postobón*, que empieza con el Vicepresidente de Servicio al Cliente de la marca, diciendo que el motivo de las grabaciones que se llevarán a cabo, es una necesidad de la empresa de llegar a más hogares de distinto nivel socio-económico. Dice también que la idea del comercial es mostrar que cuando esto es posible, las personas lo celebran con una fiesta. Sigue hablando uno de los creativos de la campaña, que explica que había una intención por

involucrar a toda la ciudad y todos los estratos, en medio de una gran celebración que se produce cuando la gente se da cuenta que el producto promocionado se encuentra al alcance de todos. Luego habla el director –escogido por su particular sensibilidad-, quien dice que la manera de orientar su propuesta es hacia lo popular (se refiere a que los personajes son personas humildes, y la banda sonora es una pieza de música salsa). Este video hace evidente –tal vez no queriéndolo-, la construcción que hay detrás de un imaginario en el que no se habita: la acción transcurre en un barrio de estrato 2 o 3, y los personajes no dejan de cantar y bailar al ritmo de la música. La representación de ‘todos’ los estratos y clases, en realidad se reduce a un sector en particular.

5. Representaciones de cuerpos femeninos, marcados por unos discursos y narrativas orientadas a un público masculino; de este modo, el cuerpo de la mujer es reificado y sexualizado. Como ejemplo hay un video de las *Chicas Águila 2007*- también un detrás de cámaras-, en donde es posible ver la manera en que se construyen las imágenes publicitarias en torno a un cuerpo deseado, que promociona un producto. Son 4 mujeres, todas blancas y que bien podrían responder a un estereotipo europeo o anglosajón, que posan en bikini, en un paisaje desértico – curiosamente están rodeadas de representaciones fálicas como los cactus.
6. Una iniciativa por reafirmar una soberanía nacional a través del poder militar, que quizás, necesariamente, acude a narrativas de heroísmo, valentía y virilidad; estaría ejemplificado en los comerciales del Ejército Nacional, que tienen como slogan ‘*los héroes en Colombia sí existen*’. Los soldados son presentados como guardianes de una tranquilidad, protectores de un territorio, con un compromiso humanitario, y con valores como la amabilidad y solidaridad.

Según esto, podría decir que lo que en un principio parecía una pluralidad de textos emitidos, y la multiplicidad de miradas, en realidad corresponde más a un patrón masculino, heterosexual, blanco, de clase media-alta. Este lugar de enunciación se ha transformado históricamente en algo neutro, naturalizado, y deslocalizado: un sujeto esencializado, no marcado, y que aparentemente sería el representante del colombiano –sujeto con el que seguramente se tendría que identificar el televidente, sometiéndolo a sus diferencias. Al presentarse de tal manera, este imaginario escondería racismo, clasismo, sexismo, homofobia, y otras formas de segregación. Es una forma de construir un imaginario en el que se puede sustentar “un orden jerárquico y naturalizador de las diferencias poblacionales y espaciales” (Castro-Gómez, Restrepo; 2008, 22).

De igual forma, se podría decir que ese patrón estaría entrecruzado con una maquinaria capitalista que hace uso de nuevas estrategias de turismo, políticas identitarias nominales, y una fuerte política militar estatal²⁶. Las ideas de identidad y comunidad sería entonces un ejercicio de definición, que se realiza mediante el trazado de límites, y que por lo tanto deja por fuera una serie de

²⁶ Aquí recuerdo nuevamente que uno de los motivos por documentar los recursos naturales y humanos en el S.XIX, era su explotación por parte del colono.

cosas: la ironía de estas formas de representación radicaría en hacernos creer que la exclusión no existe. Esto debería entenderse de la siguiente manera: la construcción de la nación Colombia se hace a partir de imaginarios que acuden a nuestra identificación, que reclaman un nosotros homogéneo, pero que para lograrlo necesitan mostrarse incluyentes, enseñando un país múltiple y diverso. La ironía consiste entonces en que a partir de lo políticamente correcto, se afianzan mecanismos de exclusión.

Stuart Hall cita a Ernesto Laclau para describir la manera en que la construcción de una identidad social se entrecruza con un ejercicio de poder, en el que se afirma la posición de lo *uno*, mediante la exclusión de lo *otro*:

“Si (...) una objetividad logra afirmarse parcialmente, sólo lo hace reprimiendo lo que la amenaza. Derrida demostró que la constitución de una identidad siempre se basa en la exclusión de algo y el establecimiento de una jerarquía violenta entre los dos polos resultantes: hombre / mujer, etc. Lo peculiar del segundo término queda así reducido a la función de un accidente, en oposición al carácter esencial del primero. Sucede lo mismo con la relación negro-blanca, en que el blanco, desde luego, es equivalente a ‘ser humano’. ‘Mujer’, y ‘negro’ son entonces ‘marcas’ (esto es, términos marcados) en contraste con los términos no marcados de ‘hombre’ y ‘blanco’.”²⁷

Los ejemplos presentados arriba corresponden a propaganda institucional o a comerciales de televisión. Sin embargo, al hacer el mismo análisis en el caso de los videos independientes –los de los usuarios-, encontraría coincidencias.

Entonces, uno podría ver que esa mirada a la idea de 'lo nuestro'²⁸, que en principio parecía no solo estar dictada por un discurso 'oficial' -lo que yo podría pensar como políticas de representación de organismos estatales y canales privados-, sino también por lo que uno creería son diversas conformaciones de subjetividad -las personas que de manera espontánea ponen en circulación mensajes en canales de libre distribución como *youtube*-, en realidad no es así. Lo interesante aquí es preguntarse qué tanto comparten o enfrentan ideas y estereotipos: no deja de ser curioso que en un espacio que se creería libre de tensiones, se repliquen formas de pensamiento y representación hegemónicas dictadas por intereses políticos y económicos. Así mismo, es de notar que *slogans*, marcas, y maneras de performar una identidad, sean apropiadas y repetidas de maneras tan próximas a las oficiales, no obstante independientes; y sean puestas en circulación sin una revisión crítica en espacios que permiten la disensión.

²⁷ Laclau, E. (1990) *New Reflexions on the Revolution of Our Time*, Londres: Verso. [Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo, Bueno Aires: Nueva Visión, 1993]. En: Hall, Stuart. *Introducción: Quién necesita <<identidad>>?*, en: *Cuestiones de identidad cultural*. Stuart Hall y P. Dugay, compiladores. Amorrortu editores, Buenos Aires, 2003. pp. 19.

²⁸ Nuestro territorio, nuestros compatriotas, nuestras costumbres, nuestros valores que nos caracterizan, etc.

Aquí es necesario anotar que aunque las capturas fueron hechas en su totalidad de una página en internet, muchos de los videos circulaban en televisión, y por tanto cuentan como productos audiovisuales que se hacen por encargo con objetivos particulares. De esta manera, una parte del material es producida por el estado y corporaciones, y otra por personas con iniciativa propia –y por tanto no pagos, ni subsidiados- y con acceso a unos medios de producción amateur. Así mismo, podría decir que casi la totalidad de material capturado emerge a partir del año 2000, y que además coincide temporalmente con el gobierno de Uribe. Esta no sería solo una coincidencia, si se piensa que esa administración ha hecho esfuerzos por reafirmar un sentimiento patriótico, y de exaltar un marcado nacionalismo²⁹.

Esta cuestión acerca de lo oficial, y lo no oficial, permitía una pregunta por los límites y la posibilidad de pensar la localización geográfica y epistémica de un producto visual. Esto quiere decir que existía un interés por hacer un rastreo de en qué lugar, y en qué condiciones histórico-socio-económicas se podía ubicar cada uno de los videos capturados. Para decirlo en términos de Deleuze, pretendía analizar de qué forma esos videos podían estar *territorializados*, o quizás *desterritorializados*, y la manera de abordar la representación del *otro*, o en dado caso, un *devenir el otro*.

En un principio pensé que el enfrentamiento de producción visual legítima, y producción visual independiente, podía generar una especie de mapa siguiendo este procedimiento de localización –del cual surgiría un diagrama descentrado al ubicar varios lugares de enunciación. Sin embargo, de lo que me estaba dando cuenta, era de el repliegue de las manifestaciones ‘*otras*’ hacia el centro.

El paso siguiente fue organizar los videos, que dividí en tres grupos –según su origen-, y construí una presentación en *loop*. Al juntar todo el material, pretendía cuestionar si estas representaciones de los recursos naturales y humanos, eran el resultado de una mirada centralizada e institucional, o si se podían ubicar fuera de un centro de poder. La extracción de este material me permitía desnaturalizar estas formas de representación, y empezar a ubicar ejes comunes a partir de la comparación y la repetición. Al sacar esas imágenes de su nicho habitual de circulación, se producía un extrañamiento, algo así como la interrupción de una fantasía que revela su lado más oscuro, y que permitiría su análisis. Eran presentadas ya no en una pantalla neutra dedicada al divertimento, sino a la manera de un cuadro: una enmarcación que pusiera en entredicho la naturalidad de un producto cultural (ver Fig. 46).

²⁹ Un ejemplo de esto es un proyecto, que hacia el mes de Agosto de 2008 se encontraba en estudio por parte del Senado de la República. La iniciativa presentada pretendía adoptar, como obligatoria en todo el país, la postura firme y con la mano derecha en el corazón, que asume el presidente Álvaro Uribe al escuchar el Himno Nacional. Esta postura, que es la misma que adoptan los miembros de la Fuerza Pública, querían imponerla en todos los actos de escuelas y colegios, auditorios, o encuentros públicos y privados, donde se escuche esta pieza musical. El objetivo era generar mayor respeto y veneración a los símbolos patrios. Tomado de: *Senado estudia adopción de gesto de Álvaro Uribe al escuchar Himno Nacional*. En: RCN Nuestra Tele, Noticias 24, 11 de Agosto de 2008. [en línea]. Disponible en: <http://www.nuestratele.tv/content/senado-estudia-adopcion-gesto-alvaro-uribe-al-escuchar-himno-nacional>



Fig. 46

Sin Título / Colombiana – video-captura, apropiación – 36 x 30 x 9 cm – 2009

Resumiendo, esta idea de comunidad que se abordaba, escondía ejercicios de poder, control, estrategias de mercado de productos, conformación de estereotipos –y narrativas estereotipadas de nacionalidad-, y turismo. O más bien al revés: éstos van camuflados en cierto imaginario que interpela a quien lo ve; lo que quiere decir que a partir de una imagen que promete emancipación, y una expiación de culpas históricas, continúa funcionando una maquinaria de poder, consumo, y mercado. El ejercicio de extracción, comparación, y yuxtaposición, posibilita un análisis mediante la conformación de un cuerpo de información bastante extraño -una especie de cartografía. En medio de todo esto se formula la pregunta de si esta multiplicidad de representaciones hacen justicia, y más aún, si se trata efectivamente de una '*multiplicidad de representaciones*'. Con este ejercicio de mapeo, encontraría que las ideas de pluralismo, diversidad, y multiplicidad, en realidad hacen evidente un interés por la homogeneización y el control.

Esto sería, sin embargo, el inicio de una nueva etapa del proyecto en donde se hace necesario detenerse en textos de autores que problematizan la idea de identidad y nación, y en donde se pueda analizar más detalladamente cada uno de los casos encontrados en el proceso de documentación.

7. El museo, la galería

“Entrelazados entre sí, (...) el censo, el mapa y el museo iluminan el estilo de pensamiento en el estado colonial tardío, acerca de su propio dominio.”
Benedict Anderson³⁰

Llegado este punto, se me hace necesario continuar profundizando en esta sección, los temas señalados en el capítulo anterior: los discursos en torno a la conformación identitaria y de nacionalidad, y la circulación de los imaginarios que los movilizan en distintas plataformas. Además, presentar otra propuesta visual en donde se puedan articular las preguntas y reflexiones que esto pueda suscitar.

Hasta aquí, el texto ha sido un breve recuento de las distintas fases que ha tenido el proyecto. La necesidad de separar las distintas capas obedece a que cada una cuenta con especificidades: son producidas en tiempos distintos, para espacios distintos, y con objetivos distintos, así en conjunto puedan hacer parte de un mismo cuerpo de trabajo. No hay entonces, una pretensión de dar por finalizado el proceso. Hacerlo sería abortar una investigación que tiene todavía cómo crecer, y en la que seguramente se me escapan alternativas y enfoques. En todo caso, quisiera señalar que la conjunción de estos esfuerzos debe leerse tanto haciendo parte de una unidad –como proyecto de grado-, como cada una de manera autónoma. De este modo, aquello que las aglutina –y que es motivo de este trabajo-, no excluye otras tantas interferencias temáticas que se están dando en cada caso por separado, esto es: otras posibles lecturas que se puedan dar.

Quisiera entonces, primero centrar mi punto de atención en lo que creo va a ser el resultado de este trabajo de grado³¹, para luego, según sus requerimientos, seguir tocando los problemas estructurales de esta ocasión.

A lo largo de casi todo el proyecto, ha sido importante conectar los casos de análisis –las imágenes que me interesa trabajar- con ejemplos de la Historia del Arte, en particular la local. Esta no será la excepción: me propongo seguir revisando las disposiciones de imágenes, formas de exhibición, y museografía de los museos históricos –el Museo Nacional seguirá siendo mi objeto de estudio-, haciendo énfasis en la dimensión textual que articula esas formas de exponer. Cuento ya con una producción visual previa a este estado, que quisiera re-elaborar en la medida en que deberá ser mostrada en conjunto,

³⁰ Anderson, Benedict (1983). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Traducción de Eduardo L. Suárez, Fondo de Cultura Económica, México, 2005. Pag. 257

³¹ Necesariamente, debido al cronograma de entregas, tengo que adelantarme a los hechos. El plan de trabajo, por lo tanto, es susceptible de sufrir cambios entre la entrega de este texto, y la presentación del proyecto –son casi dos meses de diferencia. Sin embargo trataré de exponer unos intereses fundamentales que guiarán esta fase.

puesta a dialogar entre sí, mediante una museografía y un guión; además de esto, presentaré otras imágenes, que el mismo desarrollo de esta investigación me sugiere trabajar.

Hay entonces, 2 capas en las cuales esta fase se desarrollará: la producción de obra no existente hasta el momento, y la disposición de todo el conjunto en un espacio que lo recibirá. El elemento textual será el encargado de ponerlas en relación, citando formas ya existentes de hacerlo –los museos. Ahora, esto no es exclusivo de esos lugares; de hecho he venido revisando maneras en que se emiten enunciados que veo problemáticos, y he intentado cuestionar.

Esta primera intención formal, me da pie para tocar nuevamente el tema central de interés. Lo primero que quisiera rescatar es que las formulaciones de identidad y nación, que circulan en distintos medios –en la televisión, radio, prensa, en los museos, e incluso en la calle-, son construidas a partir de la idea de un pasado común, de la idea de trascendencia, y pensadas como algo esencial, que no puede ni debe cambiar. Al momento de ser enunciadas, se solidifican, sedimentan, y naturalizan: son tomadas como obvias e inmodificables.

Para intentar desarrollar esto, tendré en cuenta especialmente a dos autores: Benedict Anderson, y Santiago Castro-Gómez. Anderson da cuenta en su libro *Comunidades Imaginadas*, que la idea de nación se construye a partir de un proceso complejo en el que interviene el lenguaje, la religión, la raza, el territorio, formas de gobierno, una concepción del tiempo, y el desarrollo del capitalismo. Señala tres características principales que se tuvieron que dar para que a partir del S. XVIII fuera posible pensar en nacionalismos –que a pesar de su reciente formulación, celebran una pretendida antigüedad:

“(...) la mera posibilidad de imaginar a la nación sólo surgió en la historia cuando tres concepciones culturales fundamentales, todas ellas muy antiguas, perdieron su control axiomático sobre las mentes de los hombres. La primera era la idea de que una lengua escrita particular ofrecía un acceso privilegiado a la verdad ontológica, precisamente porque era una parte inseparable de esa verdad. Fue esta idea la que creó las grandes hermandades transcontinentales del cristianismo, del islam, y todas las demás. La segunda era la creencia de que la sociedad estaba naturalmente organizada alrededor y bajo centros elevados: monarcas que eran diferentes a los demás seres humanos y gobernaban mediante alguna forma de dispensa cosmológica (divina). Las lealtades humanas eran necesariamente jerárquicas y centrípetas porque el gobernante, como la escritura sagrada, era un nudo de acceso al ser y algo inherente a él. La tercera era una concepción de la temporalidad donde la cosmología y la historia eran indistinguibles, mientras que el origen del mundo y del hombre eran idénticos en esencia.”³²

³² Ibid., p. 61-62.

Junto a esto, considera fundamental la aparición de la imprenta en tanto hace posible una noción de tiempo distinta, emparentada con la idea de simultaneidad³³, y el desarrollo del capitalismo en tanto posibilita la formación de comunidades de tipo secular y horizontal. Esta primera tecnología de la comunicación hizo también posible el surgimiento, fijación, y sedimentación de unas lenguas vernáculas habladas –una diversidad lingüística que nunca había sido protagónica debido al extendido uso del latín en la escritura-, y el surgimiento de un sistema de producción y relaciones de producción (el capitalismo), posibilitó su propagación. La convergencia de ambos factores tuvo como resultados la conformación de comunidades imaginadas –en la medida en que una persona sabe que existen otros con los que tiene rasgos en común, pero que no necesariamente están presentes ante él- y así hizo posible la construcción de bases para la nación moderna.

Añade luego que el caso de Latinoamérica no deja de ser especial, ya que aquí la conciencia nacional se da antes que en muchos lugares de Europa. Su manera de explicar este fenómeno es a partir de un fortalecimiento del control por parte del gobierno extranjero, y la difusión de ideas liberadoras de la Ilustración. Esto sin embargo, no era suficiente para que se agrupara una gran cantidad de individuos y decidiera luchar por ideales de emancipación y liberación del sistema colonial opresor. Factores que ayudaron a que esto sucediera fueron la creación de unidades administrativas cerradas de la colonia, bloqueos comerciales, y obstáculos naturales –la vastedad del territorio, las grandes distancias entre una ciudad y otra, la diversidad de suelos y climas-, y la dificultad de las comunicaciones en una época pre-industrial. Sin embargo, lo que es en gran medida el aspecto fundamental, que hizo posible que esas unidades administrativas se vieran como naciones, es la creación de significados por parte de éstas últimas. Esta labor la desempeñarían funcionarios e impresores criollos. Los primeros influyeron en alcanzar formas de gobierno autónomas. Estos últimos hicieron posible, mediante la circulación de información impresa localizada, la creación de un cuerpo social que dado el caso se aglutina en torno a afinidades políticas.

Entonces, en esa configuración de lo nacional, y al mirar el caso de Colombia, se pueden introducir varios elementos: el primero sería una unificación de la población, que como Castro-Gómez³⁴ puede observar, implica de igual manera una diferenciación interna; el segundo sería la transición entre colonialidad y modernidad; el tercero un imaginario de blancura hegemónico, desde donde se articula la unificación nacional; y por último un afán por generar un conocimiento científico del territorio que permita su explotación. Esto incluye tanto recursos naturales, como recursos humanos –la manera de tener control

³³ Esto es consecuencia de unas formas distintas de narrativa. Anderson explica que “el pensamiento cristiano medieval no tenía una concepción de la historia como una cadena interminable de causa y efecto o de separaciones radicales entre el pasado y el presente” (1983, 44-45). En oposición, una noción de tiempo moderna (vacía), permitía la conjunción de distintas acciones, en distintos espacios, pero en un mismo tiempo, las cuales no tenían una relación causal, sino una coincidencia temporal (medida por el reloj y el calendario).

³⁴ Castro-Gómez, Santiago y Restrepo, Eduardo –editores-. *Genealogías de la colombianidad. Formaciones discursivas y tecnologías de gobierno en los siglos XIX y XX*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar. Bogotá, 2008.

sobre este aspecto sería mediante la implementación de corpo-políticas y noo-políticas; esta última “opera mediante la *modulación* de los deseos, los afectos, la percepción, y la memoria”³⁵.

Estas cuatro líneas de análisis, desde donde acercarse al complejo problema de la conformación de identidad nacional, me plantean un marco teórico desde el cual poder abordar formulaciones actuales de *colombianidad*, y señalar así sus paradojas: primero, la pretensión de homogeneizar y unificar, aún cuando se celebra la diversidad, multiplicidad y diferencia; segundo, la carrera por alcanzar el progreso, la tecnologización, y una apertura mundial aún cuando se esgrimen rasgos pre-modernos; tercero, la celebración de una tolerancia respecto a las diferencias de género, raciales, de clase, y religión aún cuando no hay igualdad de condiciones; y cuarto, el ejercicio del poder por parte del estado y las corporaciones, en aras de controlar un territorio y los individuos, aún cuando se celebra la libertad.

Todo esto me sirve precisamente para cuestionar el por qué esta noción –de identidad nacional-, se ha sedimentado y naturalizado, cuando es producto de procesos históricos, políticos y económicos diversos; es decir, que en su origen es contingente. De ahí el interés por revisar al museo, y los artefactos culturales que dan cuenta de ese proceso, y contraponerlos a los *mass media*, que, aún si se piensa que las condiciones han cambiado, podrían seguir replicando esos patrones y modelos de adhesión a discursos establecidos. Incluso, cuestionar la creencia común de que la identidad es algo esencial del sujeto, y que por lo tanto debe ser algo que tiene que mantener fijo³⁶.

El objetivo de este siguiente avance, sería entonces un señalamiento a las contradicciones que supone, en la práctica, la puesta en marcha de políticas de identidad nacional, y lo que se puede esconder detrás de esas estrategias. Un mejor desarrollo discursivo necesariamente queda por fuera de los alcances de este texto, debido a –como dije al inicio de esta sección- el cronograma de entregas. Sin embargo, quise dejar esbozado por un lado, un marco teórico que para la presentación del proyecto será analizado más a fondo, y por el otro, un campo de experimentación visual a partir de ciertas imágenes que tomo como referencia.

³⁵ Ibid., p. 15

³⁶ Caso que analiza Stuart Hall a partir de estudios previos, y plantea la pregunta de por qué es necesario seguir hablando del tema. Da una respuesta doble: la primera es una imposibilidad de hablar sobre esto con otro término; en la segunda, encuentra que esto “radica en su carácter central para la cuestión de la agencia y la política” (2003, 14).

ANEXOS

Antecedentes

1. Metro cuadrado de ciudad

El siguiente trabajo fue producido como parte del primer módulo de la clase *Procesos Plásticos*, donde el objetivo consistía en revisar dispositivos de exhibición museográfica a partir de un referente específico: la obra de Mark Dion. El ejercicio propuesto consistía en la extracción de un metro cuadrado de ciudad, y en su exposición de determinada manera.

Para desarrollar este problema, empecé mirando lo que yo consideraba desechos de ciudad, en busca de cosas que pudieran interesarme y así poder empezar una recolección de imágenes que en conjunto conformaran el metro cuadrado. Esto llevó a que empezara a interesarme en la publicidad como materia prima. Aunque en semestres anteriores había realizado otros trabajos con productos de los medios masivos, en su mayoría era material relacionado con las noticias, teniendo frecuentemente como referente las series de muertes y desastres de Andy Warhol. Tal vez este era el segundo caso, durante toda la carrera, donde prestaba atención especial a imágenes publicitarias con intereses críticos, y que más adelante se convertiría en una metodología de trabajo.

En este caso quise hacer un experimento, que casualmente resultó afortunado. Durante el tiempo que tenía para llevar a cabo el ejercicio, un día se me ocurrió hacer una medición al área de papel dedicada a las pautas del periódico. Al principio se trataba de encontrar una proporción entre el área dedicada a las noticias VS el área dedicada al consumo: producción visual que no hace parte de los temas de interés diarios, pagada por empresas privadas. Luego, el ejercicio tomó un desvío al hacer la medición del periódico del día siguiente y encontrar una curiosa coincidencia: el área dedicada a los avisos pagados había aumentado en 1 metro cuadrado (!). Esto, como es de suponerse, no podría seguir la lógica de una progresión matemática: supondría un periódico excesivamente grande a los pocos días. Sin embargo, no dejaba de ser curioso e interesante el hecho de encontrar un aumento en la proporción de publicidad de un día a otro; sugería un comentario acerca del consumo y la contaminación visual.

Todo se presentó de la siguiente forma (ver Fig. 47 y 48):



Fig. 47

Metro cuadrado de ciudad – Documentación – 2005

	Miércoles 5 de Octubre de 2005	Jueves 6 de Octubre de 2005	Diferencia
No. total de páginas	40 págs	46 págs	6 págs
Área de papel disponible	7,168 m ²	8,2432 m ²	1,0752 m ²
Área dedicada a la publicidad	1,8589 m ²	2,9554 m ²	1,0965 m ²

* Para la medición no se tuvo en cuenta la sección de Anuncios Clasificados

Fig. 48
Detalle de la tabla de contenidos

2. Como el gato y el ratón

Este fue otro ejercicio que hacía parte de la misma clase descrita anteriormente, dentro de un módulo que proponía un acercamiento a formas alternativas de circulación de productos visuales. El referente directo era en este caso Cildo Meireles y las *inserciones en circuitos ideológicos*.

El interés por analizar la cultura de masas me llevó a indagar acerca de la manera en que algunas imágenes se inscriben dentro de un campo de enunciación particular, que determina una forma de representar al *otro*. El descubrimiento del equívoco en el logotipo de *Colombiana* me impulsó a hacer una búsqueda de producción audiovisual nacional, donde pudiera detectar un problema de cruces culturales y ejercicios de poder en la construcción de la imagen. Lo primero que llamó mi atención era una serie de televisión llamada *Casados con hijos*, que curiosamente parodiaba una típica familia colombiana, copiando el formato directamente de la serie norteamericana.

El énfasis por rescatar los valores *propios de nuestra cultura* en productos de la televisión nacional, junto a la reciente *ley del cine* que facilitaba la labor de los cineastas locales, hacían parte de un interés generalizado por construir un imaginario que pretendía estar alejado de estereotipos formulados por la industria cultural foránea. Los esfuerzos por impulsar el cine colombiano eran parte de una política de construcción identitaria, y de reafirmación de *lo propio* en la pantalla grande; era un caso interesante que me pareció oportuno revisar.

Visité entonces una tienda de alquiler de películas, una gran cadena internacional llamada *Blockbuster* en busca de la sección de cine colombiano. Me interesaba en primer lugar ver de qué manera los objetivos de *hacer justicia* se cumplían: una emancipación del régimen representacional extranjero en donde lo local era generalmente comparado con lo salvaje. Estaba pensando en modelos instaurados en la conquista, que intuía eran recurrentes en varios momentos, y estaban ejemplificados en las imágenes de los nativos de Suramérica y la selva: el objetivo era encontrar una relación con la mirada actual a estos mismos territorios. Por un lado se encontraban acercamientos a las zonas rurales, contraponiéndolas a la ciudad; por el otro, dentro de la misma ciudad encontré una diferenciación entre unas zonas civilizadas y modernizadas, y cinturones de miseria y pobreza. Esto me hacía pensar que existía un campo de enunciación de esos productos culturales, en donde se podrían evidenciar tanto ejercicios de poder, como marcaciones de lo subalterno. Es decir: había sujetos encargados de producir esas imágenes, que no podían separarse de unas condiciones de raza, clase, género, etc., y por tanto podían estar haciendo evidentes estas marcaciones a lo *otro que no son ellos*, exotizándolo.

La manera de abordar este trabajo fue la siguiente:

Escoger una película reciente de cine colombiano, donde pensara que podían ser evidentes estos problemas. Al verla, me proponía detectar si eso que estaba pasando por mi mente se podía cumplir, y tener así un ejemplo sobre el cual trabajar.

La película escogida fue *Como el gato y el ratón*, dirigida por Rodrigo Triana. Cuenta la historia de los habitantes de un barrio marginal de Bogotá, habitado por desplazados de la violencia, cuando después de mucho tiempo de esfuerzos logran que la alcaldía instale alumbrado eléctrico en sus calles. Aprovechan la oportunidad y hacen derivaciones para poder alumbrar ilegalmente sus casas. La ubicación de los cables y la pelea por la luz, hacen que finalmente dos familias amigas se enemisten, y se declaren mutuamente la guerra. Esta situación hace emerger lo peor de ambos bandos, en una búsqueda por hacerle daño a su contraparte.

La consideré un material interesante, y tenía una plataforma sobre la cual poner a circular un mensaje relacionado: las películas pasaban de mano en mano a través del sistema de alquileres. En ese entonces los cassettes de VHS todavía eran funcionales, y no habían sido reemplazados en su totalidad por la tecnología digital del DVD. Esto se prestaba para una intervención: el inserto de un breve texto en los créditos del comienzo de la película. Era un pequeño gesto que pudiera ser significativo, después del cual la película siguiera su trama –a la intervención la delataba el tracking; un ruido característico de una cinta magnética maltratada.

El trabajo fue realizado en una copia de la película, en un local al norte de Bogotá (Colina Campestre). Desde el momento en que se puso nuevamente en circulación, no sabría de qué manera fue recibido. Estos son algunos stills de la manera en que se inserta el mensaje (ver Fig. 49 y 50):



Fig. 49
Como el gato y el ratón – inserciones en circuitos ideológicos – 2005



Fig. 50
 Detalle del inserto

3. Colección Águila Calva

Lo que viene a continuación se propuso como entrega final de esta misma clase. Era un intento por continuar el trabajo anterior que pretendía revisar el cine norteamericano más comercial en búsqueda de problemas de representación de una cultura.

Las películas de acción hollywoodense generalmente dentro de su trama hacen uso de un personaje heroico, que utiliza la violencia de modo característico. Hacen hincapié en un poder militar, derivado de una carrera armamentista real, y del papel que juega el ejército en el desenvolvimiento de conflictos armados mundiales. Consideré bastante particular el hecho de que en un grupo de películas, el ejército norteamericano, o en algunos casos un héroe norteamericano, estuviera encargado de salvar al mundo de la amenaza de destrucción (de un villano tercermundista, de un dictador fascista, de las fuerzas de la naturaleza, etc.)

Esto me sugirió un caso de auto-representación que rayaba tanto en el narcisismo como en el imperialismo. De ahí surgió nuevamente una conexión con emblemas nacionalistas, en los que se proyectan valores como heroísmo y valentía, y que promueven ejercicios de poder tendientes a la dominación.

Empecé ubicando un grupo de películas que considerara características de esta situación, y las agrupé bajo el título de *Colección águila calva* –teniendo presente también que en las video tiendas es común encontrarse con varias colecciones de películas que se agrupan por género, director, tema, etc. Hice un sticker y lo pegué en las cajas de cartón, de manera que cualquier cliente pudiera distinguir los elementos pertenecientes a ese conjunto. Luego alquilé una copia de cada una en VHS, y les hice un inserto.

La manera de abordar la interrupción en la película fue la siguiente: ubiqué en cada caso el momento de clímax, el instante donde culmina la acción y empieza el desenlace de la historia –un dato curioso es que en las 4 películas escogidas, este momento coincidía con una explosión: es la manera de aniquilar al villano. Paso seguido, se insertaba un pantallazo neutro a la manera de una película muda con esta información: un texto en inglés que traducía “*siempre salvando al mundo*” hecho con el mismo diseño y tipografía de los créditos finales; el subtítulo correspondiente, y la imagen del sticker que reunía a todos los elementos de la colección. Luego, la película continuaba normalmente, y era el tracking el encargado de hacer evidente la manipulación de la cinta.

Se trataba entonces de un procedimiento de inserción, que intentaba camuflarse en la continuidad del filme, pero que debido al mismo proceso técnico que se necesitaba para realizarlo, lo delataba (ver Fig. 51 y 52). Era un comentario que pretendía desubicar y alterar la ficción de la cinta, señalando correspondencias de la trama con el mundo real y sus complejos problemas, de manera que el espectador pudiera salir de la ilusión de la pantalla y cuestionarla. Es también, si se quiere, un señalamiento a la manera en que se entrecruza la política y el consumo.



Fig. 51
Colección águila calva – inserciones en circuitos ideológicos – 2005



Fig. 52
Detalle del sticker

El almacén escogido para realizar esta intervención fue también el de Colina Campestre. Desafortunadamente, no cuento con imágenes en digital que registren este trabajo –dentro del local no se podían tomar fotografías, razón por la cual presento fotomontajes. Me queda sin embargo, una compilación de las cuatro intervenciones en un cassette de VHS, que fue lo que mostré en ese entonces. Al igual que en el trabajo anterior, no sé de qué manera fue recibida esta intervención, debido a que unos meses después, todos los VHS's empezarán a salir del inventario de estas video tiendas. De todos modos, lo que quisiera rescatar es una metodología de trabajo, un procedimiento, y una puesta en circulación específica. Estas serían cuestiones que me habían interesado de hace algún tiempo, y que continuaría elaborando.

Bibliografía

Debido a que en las distintas etapas del proyecto me he encontrado con distintas fuentes -entre libros, artículos, páginas web, y entrevistas con académicos, curadores, y artistas-, considero necesario separar la siguiente información en 3 grandes etapas en las que se ha desarrollado este proyecto:

1. Año 2005

- Cuéllar Moyano, F. *Aves falconiformes de Colombia: Águilas y afines* [en línea]. Bogotá: Colombia Curiosa, 2008. Disponible en: <http://colombiacuriosa.blogspot.com/> [14 de mayo de 2009].
- Dion, Mark; Graziose Corrin, Lisa y Kwon, Miwon. *Mark Dion: Contemporary Artist (Contemporary Artists)*. Phaidon Press, New York, 2007.
- Herkenhoff, Paulo; Mosquera, Gerardo y Cameron, Dan. *Cildo Meireles*. Londres, Phaidon Press, 1999.

Google

www.google.com

Wikipedia, la enciclopedia libre

www.wikipedia.org

Agradezco las conversaciones con Fernando Escobar y sus comentarios en la clase *Procesos Plásticos*.

2. Años 2006-2008

- Baudrillard, Jean. *El sistema de los objetos*, México: Siglo XXI, 2003. Pag. 186-229.
- Benjamin, Walter. *Pequeña historia de la fotografía*. En: _____. *Sobre la fotografía*. Edición y traducción de José Muñoz Millanes. Pre-Textos, Valencia, 2004. Pag 21-54.
- _____. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. En: _____. *Sobre la fotografía*. Edición y traducción de José Muñoz Millanes. Pre-Textos, Valencia, 2004. Pag 91-110.
- _____. *El autor como productor*. En: *Arte después de la modernidad, nuevos planteamientos en torno a la representación*. Edición de Brian Wallis. Traducción de Carolina del Olmo y César Rendueles. Ediciones Akal, S.A. Madrid, 2001. Pag. 297-310.
- _____. *El origen del drama barroco alemán*. Traducción de José Muñoz Millanes. Altea, Taurus, Alfaguara. Madrid, 1990.
- Brea, José Luis (ed.). *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Ediciones Akal, S.A. Madrid, 2005.

- Buchloh, Benjamin H. D. *Formalismo e historicidad. Modelos y métodos en el arte del siglo XX*. Traducción de Carolina del Olmo y César Rendueles. Ediciones Akal, S.A. Madrid, 2004.
- Crimp, Douglas. *Imágenes*. En: *Arte después de la modernidad, nuevos planteamientos en torno a la representación*. Edición de Brian Wallis. Traducción de Carolina del Olmo y César Rendueles. Ediciones Akal, S.A. Madrid, 2001. Pag. 175-188.
- _____. *Posiciones Críticas. Ensayos sobre las políticas de arte y la identidad*. Traducción de Eduardo García Agustín. Ediciones Akal, S.A. Madrid, 2005.
- _____. *On the Museum's Ruins*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts. London, England. 1997.
- Danto, Arthur C. *Más allá de la caja brillo. Las artes visuales desde la perspectiva posthistórica*. Traducción de Alfredo Brotons Muñoz. Ediciones Akal, S.A. Madrid, 2003.
- De Andrade, Oswald. Manifiesto Antropófago. Revista de Antropofagia, año 1, Nº 1, mayo de 1928. Sao Paulo, Brasil; [en línea]. Disponible en: <http://escholarship.bc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1050&context=xul>
- García Canclini, Néstor. *Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo, México, 1989. 18ª reimpresión, 2005.
- González Flores, Laura. *Fotografía y pintura: ¿dos medios diferentes?* Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 2005.
- Guasch, Anna María (ed.). *Los manifiestos del arte posmoderno. Textos de exposiciones, 1980-1995*. Traducción de César Palma. Ediciones Akal, S.A. Madrid, 2000.
- Hutcheon, Linda. *La política de la parodia posmoderna*. Traducción de: Desiderio Navarro, [en línea]. Criterios, La Habana, 2006. Disponible en: <http://www.criterios.es/pdf/hutcheonpolitica.pdf>
- Owens, Craig. *El impulso Alegórico: contribuciones a una teoría de la posmodernidad*. En: *Arte después de la modernidad, nuevos planteamientos en torno a la representación*. Edición de Brian Wallis. Traducción de Carolina del Olmo y César Rendueles. Ediciones Akal, S.A. Madrid, 2001. Pag 203-236.
- Prada, Juan Martín. *La apropiación posmoderna. Arte, práctica apropiacionista y Teoría de la posmodernidad*. Editorial Fundamentos. Madrid, 2001.
- Ramonet, Ignacio; Chomsky, Noam y Sader, Emir. *Cómo nos venden la moto*. Fundación para la investigación y la cultura. Colombia, 2007.
- Rosler, Martha. *Espectadores, compradores, marchantes, y creadores: reflexiones sobre el público*. En: *Arte después de la modernidad, nuevos planteamientos en torno a la representación*. Edición de Brian Wallis. Traducción de Carolina del Olmo y César Rendueles. Ediciones Akal, S.A. Madrid, 2001. Pag 311-342.

Entrevistas:

A Carlos Castro y Ricardo León. Agradezco la amabilidad y disposición de cada uno para hablar sobre sus exposiciones, proyectos, y procesos.

Conversatorios:

- Andrés Gaitán. Exposición: *I like América, but... does América like me?*, Galería Cu4rto Nivel.
- David Palacios. Exposición: *Nos/otros ...de la sociedad del arte en América...* Galería Cu4rto Nivel.

Agradezco a Ricardo Toledo, su clase *Imagen y Consumo*, y la bibliografía trabajada en ese entonces, que lastimosamente no tengo cómo referenciarla en este momento.

Agradezco las conversaciones con Andrés Gaitán y Claudia Salamanca en el marco de los XII Salones Regionales de Artistas, curadores de la muestra *El espejo: ni sí ni no... sino todo lo contrario*.

3. Año 2009

- Anderson, Benedict (1983). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Traducción de Eduardo L. Suárez, Fondo de Cultura Económica, México, 2005.
- Bhabha, Homi. *Diseminación: narrativa y los márgenes de la nación moderna*. En: *Cuadernos de nación, Miradas anglosajonas al debate sobre nación*, Erna Von der Walde (coordinadora). Ministerio de Cultura, Bogotá, 2002.
- Borgermeister, Carl y Cullens, Chris. "Section des Figures:" *The Eagle from the Oligocene to the Present*, October, Vol. 42. Marcel Broodthaers: Writings, Interviews, Photographs (Autumn, 1987), pp. 135-154. Published by: The MIT Press
- Bourriaud, Nicolás. *Estética relacional*. Traducción de Cecilia Becerro y Sergio Delgado, Adriana Hidalgo editora, Buenos Aires, 2006.
- _____, *Postproducción, la cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Adriana Hidalgo editora. Buenos Aires, 2007.
- Briones, Claudia. *Teorías performativas de la identidad y performatividad de las Teorías*. Tabula Rasa – Revista de Humanidades, No 6. Bogotá, enero-junio de 2007.
- Castro-Gómez, Santiago y Restrepo, Eduardo –editores-. *Genealogías de la colombianidad. Formaciones discursivas y tecnologías de gobierno en los siglos XIX y XX*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar. Bogotá, 2008.
- Castro-Gómez, Santiago y Grosfoguel, Ramón –compiladores-. *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar. Bogotá, 2007.
- Césaire, Aimé. *Discurso sobre el colonialismo*. Traducción de Mara Viveros Vigoya, Ediciones Akal, S.A. Madrid 2006. Pag 13-43.
- Hall, Stuart. *Introducción: ¿Quién necesita <<identidad>>?*, en: *Cuestiones de identidad cultural*. Stuart Hall y P. Dugay, compiladores. Amorrortu editores, Buenos Aires, 2003. pp. 13-39.
- Renan, Ernst. *¿Qué es una nación?*, en *La invención de la nación. Lecturas de*

la identidad de Herder a Homi Bhabha. Alvaro Hernández Bravo (compilador), Ediciones Manantial SRL. Buenos Aires, 2000. Pag 53-66.
Wade, Peter. *Identidad*, en *Palabras para desarmar*, Serge de la Ossa y otros (eds.), Ministerio de Cultura, Instituto Colombiano de Antropología e Historia. Bogotá, 2002. pp. 255-264.

Agradezco al *Diplomado en Teorías del Arte Contemporáneo*, ofrecido por el Centro de Educación Continua y la Facultad de Artes Visuales de la Pontificia Universidad Javeriana; las clases de cada maestro me han sido de gran ayuda.

Agradezco a las sesiones de estudio en *ChapArts*, en especial al ciclo sobre *El giro decolonial*, y las clases de Richard Tamayo sobre Judith Butler.

Agradezco de manera muy especial a Ana María Lozano, sus asesorías y conversaciones sostenidas sobre el proyecto de grado a partir del año 2006. De igual manera sus invitaciones a participar como expositor en las muestras colectivas: *¿Con qué objeto?* – Fundación Cu4rto Nivel Arte Contemporáneo, y *El Plieque* – Galería Club El Nogal.