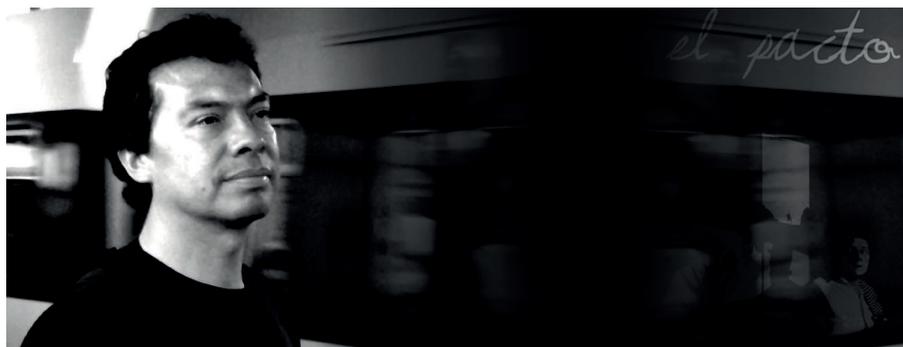


Foto: Leonar Arevalo.



Título: *Savia*
Autor: César Calle
Técnica: mixta sobre tela
Tamaño: 115 x 83 cm
Colección: Privada
Año: 2012



Audiovisualidad y Cultura Popular La Oralidad Reimaginada*

Audiovisual and Popular Culture Reimagining Oral Tradition

Julio César Goyes Narváez**

Docente Investigador, Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura IECO
Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia

Fecha de recepción: 24 de enero de 2012

Fecha de aprobación: 27 de febrero de 2012

Resumen

En primer lugar, me interesa la relación que establece la producción-circulación-recepción audiovisual en juego con la estética de la cultura popular. En segundo lugar, intento dibujar la comunicación audiovisual como un campo cuya significación es reimaginación en relación con el afuera que la afecta. Las creaciones audiovisuales no son autónomas y cerradas, sino un portal de entradas y salidas que alientan el desarrollo social al visibilizar elementos integrales del proceso, por ejemplo, sobre territorios simbólicos ancestrales e imaginarios populares, empoderando de manera crítica y creativa la comunidad frente a su propia identidad y de cara al reconocimiento de las diferencias. En tercer término, propongo la reimaginación de la cultura popular a partir de la producción multimedial que teje

* Artículo Resultado de Investigación Parcial.

Este texto hace parte de uno más extenso en proceso que contiene la reflexión que se ha venido consolidando al interior del programa de investigación creación *El Quinde: re-presentaciones audiovisuales de Colombia*.

** Doctorando de Estética y Teoría Cinematográfica, Universidad Complutense de Madrid; Magíster en Literatura Hispanoamericana, Instituto Caro y Cuervo. Correo electrónico: jcgoyesn@unal.edu.co

la oralidad, la escritura y la imagen; en su palimpsesto que deja emerger borrosamente el pasado en el presente. Se trata entonces, de re-figurar, re-valorar, re-presentar mediante la apropiación de la trama y el fondo los procesos culturales populares, narrar sus universos como imaginarios que tejen el mapa poético y político a fin de escucharlos, leerlos y verlos, para devolverlos a sus territorios, allí, donde continúan una nueva búsqueda de representación, por fuera del “folclorismo”, la “expresión populista” o la masificación, conceptos éstos con los cuales la “cultura oficial” establece una degradación estética e ideológica.

Palabras Claves

Oralidad, imagen, cultura popular, reimaginación, audiovisualidad, Quinde.

Abstract

First of all, I'm interested in the relationship that establishes the production-circulation-visual involvement with the aesthetics of popular culture. Second, I try to explain audio visual communication as a field whose significance is re-imagination related to the outside background that affects it. The audiovisual creations are not autonomous and closed, but a portal of entry and exit that encourages social development as visible integral elements of the process, for instance, regarding symbolic ancestral territories and popular imagination, empowering critically and creative style in the community against its own identity and for the recognition of differences. And finally, I propose the re-imagination of popular culture from the multimedia production that weaves the oral tradition, writing and the image; in its palimpsest that fuzzily merges the past with the present. It concerns then, the re-appearance, re-assessment, re-presentation by ownership of the plot and the popular cultural, background processes narrating their imaginary worlds that weave the poetic map and political map to listen, read and watch them, in order to get back to their territories, where they continue a new search of representation, outside of “folklore”, the “popular expression” or overcrowding, concepts with which the “official culture” sets an aesthetic and ideological degradation.

Key words

Oral, image, popular culture, re-imagination, audiovisual, Quinde.

De la Imitación al Simulacro

La comunicación audiovisual que deseo proponer es una estética que me ayude a construir una mirada que permita comprender la cultura popular y sus nuevos regímenes de visualidad y de legibilidad, puesto que es preciso pasar del “obstáculo epistemo-

lógico” con el que cargó la imagen desde Platón, hasta la mediación discursiva y textual de la audiovisualidad en el mundo electrónico con el que convivimos. Digamos, siguiendo la semiótica, que el signo audiovisual es esa materialidad expresivo-comunicativa que está en lugar de la realidad misma; es decir, en vez de otra cosa.

La comunicación audiovisual es una construcción de los sujetos sociales y este proceso está en escala icónica con respecto a la realidad que, para fortuna de la imaginación antropológica, no podremos conocer en su totalidad, pues ésta es bosque de símbolos (Charles Baudelaire) o un océano de signos (Ch. S. Peirce). La realidad parecería seguir siendo fantasmal, una aparición continúa en la caverna cotidiana. Pero ha cambiado la mirada, las sombras ya no son apariencias engañosas, ahora ellas también pertenecen al orden del ser y del saber. Platón es ahora también Plauto, pues no únicamente creemos en las sombras sino que además las producimos como signos audiovisuales entre signos.

De suerte que la audiovisualidad es una re-presentación de la cosa designada, sólo que ya no es tan arbitraria como en la comunicación verbal; es decir, no tiene que estar condicionada por los contextos de lengua como en la escritura. Esto nos lleva a pensar que la imagen y los códigos audiovisuales son más universales que el código verbal, por lo menos escrito, tan difícil de comprender por fuera de las culturas en las cuales tiene vida. Sin embargo, el signo verbal influye decisivamente en la forma como hemos comprendido la imagen y como seguimos asumiendo el audiovisual; lo contrario, el protagonismo sensorial y cognitivo del audiovisual como dispositi-

vo y agente para criticar y re-crear el mundo letrado empieza a transformar la cultura. De allí que prefiero hablar de audiovisualidad y no de signo visual circunscrito a un sujeto racional no contaminado.

Digamos algo más del audiovisual, enfrentemos el hecho de que quizá este tipo de producción ya no represente sino presente, simule más que copie la naturaleza de la realidad. La Imagen soporte del audiovisual ya no afronta como las Palabras un padecimiento hermenéutico que descubre el misterio que hay tras su velo. La imagen audiovisual más que mimesis es semejanza cultural, en el sentido que Umberto Eco (1997) reformulando a Peirce (1936) le da a la motivación icónica al plantearla como no natural, pues es el sujeto quién decide en qué aspecto encuentra semejanza entre el contenido cultural del objeto original y el contenido cultural de la imagen que se le asemeja.

Para Susan Buck-Morss, la imagen no representa el objeto sino que éste está en la imagen como trazo del instante único en que fue atrapado, así “el objetivo no es alcanzar lo que está bajo la superficie de la imagen, sino ampliarla, enriquecerla, darle definición, tiempo.” (2005:159) Esta relación es sensualización, acción productiva que inmanita la mirada y el cuerpo del que ve y oye, con el ver. Esta es la razón por la cual el audiovisual estaría muy cerca de la cultura popular y de masas, así como lo estuvo jun-

to con la oralidad en los orígenes de la imaginación humana, y como lo está de nuevo ahora, reimaginada a través de la imagen y sus regímenes audiovisuales analógicos y digitales, cuya persistencia –diría Walter Ong en su referencia a la oralidad– continúa en los estratos profundos de la memoria y la mentalidad colectiva.

Lo que no hemos podido aclarar del todo por la resistencia académica, es el hecho de que la oralidad y la imagen son procesos diferentes pero iguales de valiosos al efecto mágico de la escritura. La imagen es una producción mental del mundo sensible de la visión, por ello es creativa y cognitiva y no simple reproducción. El cerebro la percibe desde la globalidad, la simultaneidad y la síntesis, en cambio para descubrir el significado en la escritura alfabética, la percepción secuencial, el análisis y la abstracción. Esto genera una serie de afectos y efectos en la forma como se constituyen las sociedades y como se jerarquizan los géneros. Escribe Leonard Shlain que:

[...] el declive de la Diosa comenzó cuando a un sumerio se le ocurrió hacer unas marcas con un palito afilado en arcilla fresca e inventó la escritura. La implacable difusión del alfabeto, dos mil años más tarde, fue su acta de defunción. La introducción de la palabra escrita, primero, y luego del alfabeto en el intercambio social de los humanos, supone el inicio de un cambio fundamental en la forma en que las culturas que van adquiriendo la escritura comprenden la realidad. (2000; 22)

La propuesta de Leonard Shlain es que ese hecho significó un cambio drástico en la forma de pensar, causa principal del ascenso del patriarcado. Hoy estamos reconociendo los regímenes femeninos también en lo masculino y los masculinos en lo femenino; por tanto hay un ascenso de la audiovisualidad de cara al dialogismo.

Esto se nos aclara aún más si pensamos en las sagradas escrituras, en religiones que como el judaísmo, el cristianismo y el Islam, apelan al libro y su pliegue-despliegue escritural; todas son patriarcales, formas donde el significado se revela, pero además no está presidido por una diosa sino por un Dios sin imagen, una deidad abstracta que no vemos jamás, sólo podemos imaginar su silencio. No es difícil relacionar esto con la imagen de Dios que acuñó el cristianismo y otras religiones para representar al ser supremo y relacionarlo con las “escrituras”. De esta manera, por ejemplo, desde el momento mismo de la conquista de América, se le otorgó al discurso escrito una función político-religioso. Cuenta Martín Lienhard que el indio inca historiador Titu Cusi Yupanqui decía que los indios andinos se sorprendieron viendo a los españoles “á solas hablar en paños blancos”, es decir leer en sus papeles. Pero más que nada los dejó estupefactos el hecho de que se mostraran capaces de “nombrar a algunos de nosotros por nuestros nombres syn se lo decir naidie” [3.1./yupan-

qui 1570/1985:4] Percibieron como facultad mágica la capacidad que tenían los europeos de indentificar a algunos de ellos a partir de su documentación descriptiva ya realizada (1990: 34).

La escritura fue así fetichizada y suplantó a la oralidad con su imaginaria predominante de nuestros ancestros, sin que estos tuvieran acceso a ella. Se impone así la gráfica alfabética como único medio de comunicación oficial. A partir de aquí la sabiduría oral se solapará, muchas veces y en los mejores casos en la escritura poética; pero lo importante es que iniciará sin duda una alianza, todavía no lo suficientemente estudiada, con la imagen y sus regímenes de audiovisualidad. Tal es así que la entrada a la modernidad de los pueblos amerindios y andinos se hizo por los medios de comunicación masivos (el cine, la radio y más recientemente la televisión) y no por la educación alfabética de las clases ilustradas que cuidaron su simbología elitista (periódicos, revistas y libros).

¿Qué tienen los signos orales y visuales que los emparenta en esta revolución de la información y la comunicación sin precedentes en la historia de la humanidad? Tal vez que son signos holísticos, simultáneos y sensoriales, que apelan a los imaginarios corporales y hacen uso de las dimensiones contextuales que los circundan. En tanto que el signo verbal escrito es lineal, se-

cuencial y abstracto, apela a las dimensiones contextuales que inventa e inscribe en el texto. Si este último individualiza, carga al sujeto de una autorreflexión y una identidad de conciencia que lo hace aparecer como el centro del mundo, la audiovisualidad es más colectiva. No otra cosa vio W. Benjamín (1982) en la “reproducción técnica del arte”, la nueva sensibilidad cultural de las masas y la presencia creativa de lo popular. El pensador alemán configura un nuevo *sensorium* al mirar que la percepción “recogida” del individuo en soledad, el observador de pintura o el lector de literatura se ha “dispersado”. La dispersión rompe con el antiguo modo cultural de la recepción lectora performada en el “recogimiento”. Con la “imagen múltiple” Benjamín intentó significar el montaje cinematográfico que articula múltiples puntos de vista, de temporalidades simultáneas e instantáneas y fragmentos narrativos. Todo esto, claro, se opone al concepto de unicidad que reclamaba la mirada clásica o el signo visual tradicional anclado en el icono plástico clásico. La lectura de Benjamín se ubica a caballo entre lo rural y lo urbano, lo simbólico y lo sígnico; es más, baila en un espacio ruralurbano nuevo, híbrido.

Ha sido Jesús Martín Barbero quien estudiando los dramatizados y siguiendo a Gruzinski en su ya famoso libro *La guerra de las imágenes* (1994), descubre que:

la telenovela constituye hoy un particular espacio de mestizajes y de batalla cultural. Pues lo que la crítica académica no perdona, porque no parece capaz de captar, es que lo que hace el éxito de la telenovela remite –por debajo y por encima de los esquematismos narrativos y las estrategias del mercado– a las transformaciones tecnoperceptivas que posibilitan a los sectores populares urbanos apropiarse de la Modernidad sin dejar su cultura oral. (2003, 318)

De hecho es una oralidad secundaria como lo ha descrito W. Ong (1987) en la que se mestizan la larga duración del relato primitivo, la ritualización de la acción y la topología de la experiencia que impone una codificación de las formas y una separación tajante entre héroes y villanos, malos y buenos. De esta manera, consideramos que la oralidad reimaginada en la audiovisualidad narrativa explora: los imaginarios heroicos; los relatos de aventuras; los cuentos de miedo y misterio que se desplazaron del campo a la ciudad, primero en forma de literatura de cordel brasileña (hoy vertida al formato de cómic y la fotonovela), y luego a través del corrido mexicano que canta las aventuras de los narcotraficantes, el vallenato que fusiona el rock y el reggae, el rap y sus variaciones rítmicas; los dramatizados barriales y de inmigrantes y el video musical y experimental. Concluye Barbero: “lo que en la hibridación de viejas leyendas con lenguajes modernos mueve la trama es la vieja y nue-

va lucha contra todo lo que oculta y disfraza el reconocimiento, una lucha por hacerse reconocer en la mezcla de razas que confunde y oscurece la identidad.” (2003, 318)

¿Cuál de los dos procesos comunicativos descritos anteriormente es el más adecuado y el más válido? Es verdad que son opuestos, pero no hay duda que también son complementarios, sólo que el momento histórico del alfabeto se proclamó hegemónico, enviando a la imagen y a la oralidad a un plano vicario y moral. En un encuadre sincrónico, la imagen no es un estadio de conocimiento anterior o posterior a la palabra, porque no puede concebirse el uso de la una sin la otra. Aunque si lo consideramos desde un punto de vista diacrónico, observamos siguiendo a Jhon Berger que “la vida llega antes que las palabras. El niño mira y ve antes de hablar.” (2001, 13) La visualidad, entonces, es un acto creativo del sujeto, son todas las imágenes que el ojo crea al mirar, podríamos decir que son todas las palabras que produce al escuchar. Razón de más para la proliferación e hibridación de las tecnologías, pues están, no sólo ensanchan el conocimiento, sino que además sirven de soporte a la memoria y reactivan en shock la imaginación. La comunicación humana sin índices, iconos y símbolos es prácticamente imposible. Hoy la imagen retorna en el audiovisual como Hermes de entre el fuego de las piedras esculpidas por el tiempo, y su retorno es

potente y generoso porque apela a las fuerzas primigenias de lo sentidos, en especial la vista y sus promiscuas visualidades, y empodera desde allí las expresiones y secretos de la cultura tradicional, ancestral y popular, que solapados por ser considerados primarios, fantásticos, banales, sensuales y groseros, sobreviven en la imaginación de todos los días, en los deseos y los sueños, o yacen hibridados en los fenómenos de masas como distracción y consumo.

A este respecto de lo popular me referiré enseguida, pero antes quiero seguir provocando desde la presentación y no desde la representación; es decir, no tanto desde el significado cuanto desde la forma, el estilo, la superficie, el artificio, las sensaciones, el espectáculo, el derroche y la diversión que busca efectos inmediatos y efímeros; aunque dicho sea de paso, el goce se asienta en los símbolos que análoga las imágenes al interior de un contexto local y regional. Porque al penetrar en los imaginarios locales como dialogía frente a la globalización, se recuperan los contextos y su desarrollo cultural y cambio social. Partiendo de aquí Andrew Darley en su preocupación por la cultura visual digital y sus relaciones con lo masivo y popular, se pregunta si esta ornamentación, este estilo, este llamado espectáculo, este vértigo que sentimos en la cultura digital, son “conceptos inferiores desde un

punto de vista estético, o más bien se trata sólo de nociones distintas (ajenas) a las ideas establecidas en el arte literario, clásico y moderno.” (2004, 23)

Cerremos este apartado diciendo que el audiovisual popular que ya no dibuja un sujeto colonizado y dominado, que no se reconoce en la comunidad incontaminada y auténtica que resiste la corrupción de la modernidad, deja de ser definido desde el formalismo esteticista, el normativismo de la disyunción binaria y la ruptura vanguardista, y pasa a ser reimaginado como una escena de producción simbólica (tramazón con la huella, el icono y el signo), como un acto político de cara al reconocimiento. Al decir de Ticio Escobar refiriéndose al “arte popular”:

un lugar en donde diferentes sociedades se representan a través de maniobras formales que pueden o no aparecer separadas de las muchas funciones que requiere el hacer social y pueden o no corresponder a inspiraciones geniales y fructificar en obras irrepetibles (...) Es más, los lindes que separaban, tajantes, lo popular de lo masivo y de lo elitista se vuelven hoy porosos y provisionales. (2003, 294)

Por ello el investigador debe estar atento, como lo sugiere Jesús Martín Barbero, a lo que produce “lo popular” no homogéneo, ambiguo y conflictivo, de lo que produce “lo popular-masivo” que niega las diferencias y reduce la múltiple identidad a una masa sin diferencias.

La Tres Miradas del Quinde¹

Primera mirada: la nueva atención a “lo popular”. Una vez superado el esencialismo y logrado relacionar de manera dinámica con la identidad, la hegemonía, la cultura de masas, lo popular vuelve a adquirir vigencia. Lo popular no significa para este proyecto algo excluido o marginado, sino algo positivo, un hacerse continuo, un espacio de expresión diferente donde los sectores reimaginan sus haceres y situaciones diversas, recreando las formas de su tradición propia para asumir los desafíos que impone la Modernidad hegemónica (Escobar 281). De suerte que la especificidad histórica de lo popular en América Latina es “el ser espacio denso de inter-acciones, de intercambios y reapropiaciones, el movimiento de mestizaje. Pero de un mestizaje que es proceso no puramente “cultural” sino dispositivo de interrelación social, económico y simbólico.” (Barbero 137)

La cultura popular ha estado marcada por tendencias bien conflictivas que llevaron a la confusión su carácter emancipatorio y/o preservativo. La mirada romántica, por ejemplo, defendió la auténtica cultura

rural amenazada por la industrialización moderna. Este sentimiento de nostalgia hacia un pasado estático no reconoce la hibridación de la vida tradicional con la moderna. Otra mirada dice que la cultura popular “no puede menos que adoptar la forma de una variedad de cultura de masas –lo cual puede ser una tragedia o una solución, dependiendo del punto de vista.” (Rowe y Schelling: 1993, 14) Esta postura no confía en la imaginación de los sectores populares, ni en la capacidad de las culturas tradicionales para producir una modernidad diferente y propia. Otro punto de vista polémico es el marxista que ve en la cultura popular una misión emancipatoria y utópica, donde las comunidades oprimidas a través de la conquista de medios y relaciones de producción adecuados imaginan una sociedad alternativa. Rowe y Schelling observan que esta posición tiene la desventaja de que ubica al observador en un sitio ideal desde el cual juzgarse como promotor (o no) de un futuro positivo emergente, además escamotea la cuestión de “cómo unas tácticas populares podrían traducirse en una estrategia para tomar el poder y cómo este podría mantenerse sin autoritarismo.” (1993,15)

La imaginación popular apenas si se ve y escucha por causa de la invalidez sensitiva e intelectual a que nos tiene abocados la crisis histórica de la razón positivista, instrumental y consumista que, querámoslo o no

¹ Aceptación del habla andina para el Colibrí, Ruiseñor o Picaflor, oriundo de Sur y Centroamérica. Ave diminuta que chupa el néctar de las flores y poliniza. Puede estacionarse en el aire y volar hacia adelante y hacia atrás con su veloz aleteo. En muchas culturas el colibrí representa el alma y los estadios intermedios en las frondas del imaginario o al mensajero del fuego, como Prometeo en la antigua Grecia que le entregó la cultura al pueblo aún a costa del castigo de los dioses. Su simbología de comunicar y fertilizar la cultura, además de sugerir la imagen cinematográfica motiva el programa del IECO *El Quinde: re-presentaciones audiovisuales de Colombia*.

penetra desestabilizando y confrontando las prácticas y discursos políticos, religiosos, económicos y artístico-estéticos de la cultura colombiana. La relación –las más de las veces desafortunada– entre los territorios populares-tradicionales y los medios de comunicación, ha impulsado el desprecio de los sectores cultos que no leen más que “incultura” en sus producciones. Jesús Martín Barbero y Germán Rey en *Ejercicios del ver*, observan como este desprecio confundió al analfabeto con el inculto y se concentró especialmente en la televisión, el chivo expiatorio que da cuenta de la violencia, la crisis moral y la degradación cultural de Colombia; se preguntan porque los intelectuales e investigadores sociales “siguen mayoritariamente padeciendo un pertinaz ‘mal de ojo’ que les hace insensibles a los retos culturales que plantean los medios, insensibilidad que se intensifica hacia la televisión.” (1999, 17)

Entiendo la televisión como el eje tecnológico audiovisual más poderoso de nuestra cultura, no únicamente porque se expande a imagen de las neuronas, sino por la manipulación que despliega y la economía que contiene, y aunque por allí las más de las veces fracasa y no se emancipa la memoria popular y la imaginaria de masas, hay una producción cada vez más variada y pertinente que hace que las culturas audiovisuales populares estén dentro del proceso de cam-

bio que tienen que sufrir las subalternidades. Estamos hablando no de la televisión de empresarios y productores que a toda costa contabilizan ganancias, no del éxito del marketing y la asepsia consumista de la publicidad que parcializan los grandes conflictos culturales y deprimen a los sujetos con los cambios del mercado; nos interesa esas redes televisivas alternativas que investigan y proponen, esas producciones regionales que no se dan por vencidas y apelan a la minga de sus identidades, esas fuerzas locales cuya memoria es su patrimonio, por ello resisten y se empoderan. Tal vez algún día encendamos el televisor y encontremos un complejo y variopinto país. Néstor García Canclini en *Culturas populares en el capitalismo*, observa que:

en la época de la cultura letrada se dio el contraste con la oralidad; en los tiempos de la industrialización la tensión se presenta con la producción artesanal; cuando predomina la cultura audiovisual, la confrontación se da con la producción musical de los sectores populares, con sus diseños y su expresividad en la estilización de lo cotidiano. Por eso, el lugar que antes ocupaban las artesanías en el desarrollo cultural, como referentes populares, en los últimos años lo ocupan músicas populares y telenovelas. (2002, 36)

De suerte que la audiovisualidad popular en su nueva aleación imagen-oralidad, está llamada a jugar un papel decisivo en la construcción de imaginarios que confronten

las hegemonías letradas-audiovisuales enlazadas con las industrias culturales privadas. A este respecto, el tratamiento que se ha dado a lo audiovisual es posicionar esquemas globalizantes que funcionan sólo como medios para promocionar y vender productos e ideologías dominantes en el mercado simbólico, esta manera estrecha niega la complejidad identitaria de las comunidades y reduce la cultura audiovisual a un simple registro o instrumento que le impide desarrollarse como sistema de expresión y comunicación que re-imagina lo regional y pone a dialogar a lo local con lo global.

Segunda mirada: el campo de estudios sobre la cultura audiovisual. Toda imagen guarda un modo de ver, en los términos de *El Quinde* es un modo de imaginar, de pensar, de sentir, de estar en los patios de la historia nacional. La modernidad se conectó directamente con los medios de reproducción mecánica como la imprenta y sus ilustraciones, con la fotografía, el cine, el vídeo, la televisión y el ordenador. Todas estas extensiones tecnológicas captan y reproducen imágenes base de los lenguajes audiovisuales. Las imágenes son los soportes de la memoria, reactivan la sensorialidad y amplifican el conocimiento y la imaginación. La visualidad modifica las formas de percibir la realidad y representar el conocimiento, creando nuevas manifestaciones expresivas y comunicativas

al interior de la vida social en ámbitos privados y públicos, artísticos y académicos, pobres y ricos. Cada vez dependemos más para nuestro conocimiento y disfrute del mundo de los géneros televisivos, la experimentación artística del video, las propuestas estéticas del cine, los documentales, argumentales y las nuevas lógicas y lenguajes del Internet con su realidad digito-virtual a bordo.

Como campo de estudio o metáfora espacial la cultura audiovisual es un poder simbólico, configurada por las artes clásicas o “bellas artes”; las artesanías y el diseño; las artes escénicas, performativas, carnestoléndicas, rituales y del espectáculo; las artes electrónicas y los nuevos medios de comunicación e información. Toda esta miscelánea imaginativa y cognitiva está dentro de un campo más general que se denomina “producción cultural”, y éste a su vez en el campo de la producción general. Para Pierre Bourdieu este tipo de producción general es la producción del poder, sostenido por la economía y la política. Entonces, ¿cuál es la diferencia entre el campo cultural y el campo económico? La respuesta es muy interesante para los propósitos de *El Quinde*: la diferencia reside en el poder simbólico del campo cultural, en su experiencia estética, propiamente humana, puesto que hay reconocimiento, satisfacción y emoción. La cultura, entonces, está en la vida cotidiana y espiritual, es la base principal del desarrollo de los pueblos.

Asumir la cultura desde una representación del conocimiento distinta a las tradicionales tiene sus riesgos; no obstante, el quiebre de la mirada puede proporcionar nuevas alternativas de convivencia, nuevas formas de conocer la realidad y sobre todo de estar en una realidad polimorfa, hipertextual, palinsestrosa, especular y virtual. La cultura visual, la oral y la escritural son, sin lugar a dudas, tres medios diferentes de representación tan conectados hoy en la cultura multimedia.² Nada impide establecer puentes psicodinámicos, cognitivos y estéticos entre la oralidad (tradicional y secundaria) y la imagen en su trama y fondo audiovisual, pues juntos los medios de comunicación apelan a procesos emotivos y expresivos que reelaboran los imaginarios ancestrales y populares. Estamos así en la época en la que se desplaza al discurso moral basado en la belleza, el orden, el equilibrio, y en su lugar comienza a establecerse la cultura de la imagen, menos sistemática, más libre y sobre todo acogedora de múltiples estéticas: míticas, ecológicas, carnavalescas, telúricas, religiosas, de choque, de fealdad, de silencio, de caos...etc. Una cultura audiovisual

que incluye más las diferencias y que no promueve tanto las identidades monolíticas. O mejor, que construye identidades a partir de las diferencias.

La producción audiovisual dinamiza campos interdisciplinarios y transdisciplinarios de la Cultura, formada como consecuencia de la convergencia de varios saberes y metodologías. De allí que sea necesario, siguiendo a Régis Debray, constituir una historia de la mirada, puesto que debemos explorar un campo de conocimiento mestizo, híbrido, para contribuir a esa nueva historia sobre las historias que se cuentan, sobre los objetos artísticos y las manifestaciones culturales de tipo audiovisual: aquellas donde la imagen es el centro de perturbación y de paulatina transformación. Es preciso ir más allá del mentalismo, ampliando la noción de Cultura Audiovisual para considerarla en su contexto y desde el campo de sus propias sensibilidades y conocimientos. Dialogizar la comprensión y práctica audiovisual en las manifestaciones populares regionales, interpretando el cruce de voces, imágenes y textos que buscan un sentido transdisciplinario. Si la polifonía remite a estructuras de composición formal, la dialogía revela las interpretaciones ideológicas entre las “voces”. (Bajtín, 1986)

La hibridación imaginaria queda así representada, de allí que la cultura audiovisual tiene que ver, por un lado, con la mediación de significa-

²Las representaciones orales, visuales y escritas, según los apuntes de César González Ochoa (1997), han estado sometidas a determinaciones históricas mediante factores que tienen que ver con los medios de comunicación, con la jerarquía de los sentidos y las epistemes. Los contextos mentales y sociales del sujeto han concentrado, en uno u otro medio, la visión de la “realidad”. Véase mi ensayo “Horizontes de la comunicación visual contemporánea”, en revista *La Tadeo*, No. 68, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Primer Semestre del 2003. Versión digital en revista *Espéculo*, Universidad Complutense de Madrid, No. 22, www.ucm.es/info/especulo/numero22/

dos que activa, y por el otro, con la capacidad interpretativa que desarrolla a favor del conocimiento. Para que la cultura audiovisual ocupe el lugar que le corresponde es preciso comprender el papel mediador de la imagen en la construcción de identidades y representaciones. Digamos que la comunicación audiovisual la entendemos como una construcción de sentido interactiva e intercultural, que relaciona las emociones, los conocimientos, las prácticas y los valores de forma estética, ética, simbólica y epistémica, superando las prácticas comunicativas y educativas homogeneizantes y excluyentes construidas alrededor de la cultura occidental y la escritura verbal como único referente válido.

La interculturalidad audiovisual se hace posible cuando la comunicación entra en sinergia con los ámbitos cognitivos y emotivos, y con los códigos orales, escriturales y visuales. El programa *Quinde Audiovisuales* intenta explorar e interpelar la cultura regional popular transitando por nuevos senderos para su comprensión contemporánea desde: a) El cruce dialógico de la oralidad con la imagen y la escritura; b) las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y su eje central el audiovisual (video); c) El debate acerca de la representación, el iconismo y el simulacro, conceptos éstos sometidos a determinaciones históricas y culturales; d) La producción, circulación, recepción y consumo mediático de la imagen y las implicaciones den-

tro de los procesos educativos y culturales en una sociedad-mundo saturada por la hipervisualidad y el nuevo sensorium; y e) La comunicación integral que genera cambios sociales dinamizando procesos de desarrollo sostenibles, en tanto las comunidades se apropien de la mediación y del medio, del contenido y del proceso.

Tercera mirada: la investigación-creación. Quizá ya estamos en el umbral del sueño de Leibniz, según el cual los símbolos matemáticos liberarían la imaginación. Lo digital es ese link que conecta a la cultura audiovisual con los imaginarios creativos de los sujetos sociales, llámense masivos, populares, tradicionales, de élite, o como sea. Ya no es posible ver como a través de un cristal a la ciencia, al arte y a la tecnología separados, irreconciliables, divididos por un espacio inalcanzable; ahora ese cristal que nos dividía nos une en una exposición surreal de luces e imágenes. Los saberes rodean las vitrinas desde el deseo y el consumo, desde la identidad y la diferencia, desde lo público y lo privado.

Todo proyecto moderno intenta ir de la creación abstracta a la acción creativa pasando por una urdimbre de indagaciones. Se busca liberar la imaginación pero ejerciendo un control investigativo. Dentro de la ejecución de la producción misma se lleva a cabo la investigación, por ejemplo para el caso del video, la multimedia, etc. No se trata exclusivamente de una producción

audiovisual al margen de un planteamiento teórico o viceversa, sino que la fase teórica queda incorporada en el proceso creativo. Bien lo dice el profesor de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional, Fernando Zalamea Traba, al referirse a la dinámica combinatoria de inteligencia y emoción que dio vida al museo Guggenheim en Bilbao: “La creación y la investigación son, para el constructor mental, como los utillajes del alpinista: sin visión, sin imaginación, difícilmente puede el escalador apuntar a una alta cima, pero sin el aparataje de cables que lo sostienen y que le dan forma a su visión, difícilmente el escalador logra elevarse.” (2004, 109)

El productor, realizador (léase creador) audiovisual no puede reimaginarse solo, como el poeta romántico que contempla el infinito, su acción creativa depende de la capacidad sensorial y de la inteligencia para reconocer la tradición, procesar y redefinir la diversidad y multiplicidad cultural, trabajando en grupo y asumiendo los nuevos valores de la producción colectiva transdisciplinaria. De esta forma la investigación construirá mapas (tal vez croquis) por niveles y en escalas, soportes estructurales, apoyos preceptuales para la visión y la práctica creativa. De manera que un espacio investigativo y creativo es más dialéctico e interpretativo que la metodología estructuralizante. Se trata de una interpretación geopoética y dramática (“tramática”) del mundo cultural

popular, y no de una gramática glosográfica puramente descriptiva y prescriptiva de la realidad. Realidad “tramática”, observa el profesor de la Universidad Nacional, Gabriel Restrepo, en su libro *Las tramas de Telemaco*. El sociólogo distingue entre trama y red,

siendo la primera un tejido para vincular de un modo horizontal y proporcionado entre el todo y cada trazo, mientras que la segunda es un entretejido para atrapar, siendo el paradigma de la red la tela de la araña tendida para el sacrificio de las víctimas en el intercambio natural de la cadena trópica entre presas y depredadores. Más adelante, en otra sección, diremos que la trama representa un saber incluyente, mientras que la red traza un saber sub/ordinante y que la trama encarna el principio de sabiduría, mientras que la red representa un saber indiferente a su dimensión ética. De entrada es preciso indicar para evitar confusiones que una red (como la red global de internet) puede contener tramas, lo mismo que la trama puede convertirse en red, pero no obstante la distinción se mantiene. (Restrepo 18-19)

Quizá al margen de lo que Richard Rorty dio en llamar “el giro lingüístico”, podamos iniciar un giro audiovisual, una arqueología y geología creativa, que abra el círculo que cierra el lenguaje verbal al intentar comprender el ser.

Las tecnologías audiovisuales tejen un mundo complejo de significados y sensaciones que reelaboran la realidad con su “escritura de imágenes” y abren nuevas espec-

tativas en la construcción teórica y metodológica de la comunicación, las artes, las ciencias del lenguaje, la antropología cultural y las ciencias sociales. Pero la cultura audiovisual no se limita únicamente a la utilización de la tecnología, sino al proceso investigativo y creativo total que va de la pre-producción, la producción, la pos-producción, hasta los estudios de recepción y consumo. No olvidemos que el consumo es también un hecho social – como pensó Marcel Mauss– que abarca la totalidad de los espacios de la vida y todas las dimensiones de la persona. (Marinas 18)

Hibridación y síntesis

Defender la posibilidad de una estética audiovisual popular promueve la posibilidad de mirar a los hombres y mujeres que integran la cultura, no sólo como sujetos marginados, -incapaces de empoderar un horizonte; salvo que un ilustrado, un romántico o un ideólogo paternalista los guié-, sino como creadores, productores de formas genuinas transculturales (no ya aculturales), que permiten la apropiación de imágenes modernas hechas por sectores populares. Estos no buscan, como hacen las vanguardias periféricas, imitar o readaptar los lenguajes metropolitanos para sentirse ciudadanos del mundo, sino afirmar senderos propios de origen tradicional o “pre-capitalista”, pero incorporando con naturalidad las formas que las nuevas sensibilidades

requieren. Las culturas populares reimaginan por el audiovisual como práctica cultural y tecnología contemporánea, y negocian con espacios e instituciones que tradicionalmente han estado reservados a la cultura masiva o ilustrada (mercado, publicaciones, tecnología audiovisual, circuitos y redes internacionales, etc.), sin que estos cambios signifiquen atentar contra su historia propia. Toman directamente las formas, las metodologías, las tecnologías y los conceptos que necesitan para la realización de sus productos y proyectos y los insertan en derivas estéticas diferentes. Lo propio queda así hibridado con lo ajeno, emborronado lo local con lo global, desdibujados los límites entre la cultura hegemónica y la subalterna, la erudita, masiva y popular o la universal y particular. La impureza de su expresión y comunicación es la reimaginación de su identidad pero, ya no por su soporte esencialista, metafísico, sino porque es constructo histórico, afirmación de su diferencia, acción política: lo cultural popular como construcción de sujetos diferentes, como construcción histórica de subjetividades que dialogan de manera múltiple y diferencial. De allí que la identidad popular iberoamericana, escribe Ticio Escobar,

no es una substancia intacta ni comprometida como la gran síntesis que supera el conflicto colonial o como un proceso lastimoso de vaciamiento y duelo. Es considerada, más bien, como una constelación de signos di-

ferentes que se entreveran, bullentes, entre sí, un promiscuo enjambre de imágenes que copian, asimilan, contaminan, invaden, rechazan o adulteran las señales del centro con las que mantienen un embrollado tráfico de intercambios. Y puede ser vista no como el remanente de una exclusión sino como el esfuerzo de diversos actores que buscan autoafirmarse como sujetos a través de procesos activos, creativos, que apuntan a modelos diferentes según el peso de sus muchas memorias y la fuerza de sus deseos distintos. (2003, 294)

Las teorías que sustentan el multiculturalismo norteamericano critican el concepto de hibridez cultural y, lo hacen desde la convicción de que todo está irremediamente mezclado y de que no existen diferenciaciones. Desconocen el hecho de que aunque distintos sujetos compartan un patrimonio simbólico común y aunque intercambien sus posiciones y mezclen sus deseos y sus memorias, cada uno de ellos implica una perspectiva propia, provisional, vacilante si se quiere, pero ligada a un proyecto particular de construcción subjetiva, con ingredientes comunes pero que se combinan de forma diferente y significan de manera genuina.

El Quinde: re-presentaciones audiovisuales de Colombia

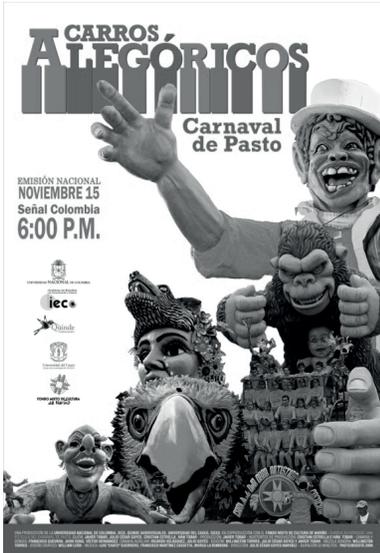
En el Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura –IECO– de la Universidad Nacional, estamos comprometidos desde la comunicación audiovisual con los tejidos

antropológicos, históricos, tecnológicos y estéticos, que estructuran las culturas populares, con una teoría y práctica comunicativa que desde el desarrollo, empuje el cambio social. Así, el programa *El Quinde: re-presentaciones audiovisuales de Colombia* intenta en el umbral del siglo XXI aportar en el acceso a la información, al reconocimiento cultural y a la comprensión de procesos interculturales menos homogeneizantes y excluyentes, abriendo nuevas posibilidades para la educación y formación de los individuos y colectividades regionales y locales contemporáneas.³

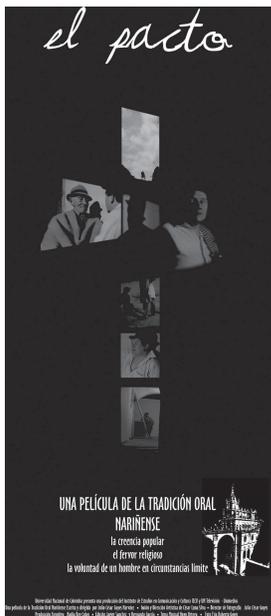
Producciones como *El Pacto: una película de la tradición oral de Nariño* (IECO-Untelevisión, 2003); *Carros Alegóricos: el carnaval de negros y blancos* (IECO-Universidad Nacional / Gicea-Universidad del Cauca / Fondo Mixto de Cultura de Nariño, 2009) y *La semana del diablo, el caso de Puente Nacional, Santander* (IECO-DIB-Universidad Nacional en coproducción con la Alcaldía de Puente Nacional, 2011), son claros ejemplos de investigación creación audiovisual con la cultura popular: el primero con la tradición oral, el segundo con los saberes y prácticas artísticas del

³ Para mayor información sobre los procesos y resultados de estas investigaciones consúltese la página web del IECO: <http://www.unal.edu.co/ieco/>
http://www.unal.edu.co/ieco/index.php?option=com_content&view=article&id=146&Itemid=204, o el documental *El vuelo del Quinde*, producido por Mente Nueva y Unimedios televisión: <http://www.prismatv.unal.edu.co/>; también pueden verse los tráiler y los detrás de cámara en YouTube.

carnaval y, el tercero, con la historia e imaginaria oral.



Cartel de la producción **Carros Alegóricos: Carnaval de Negros y Blancos**



Cartel de la producción **El Pacto: una película de la tradición oral de Nariño**

La finalidad central de **El Quinde** es acrecentar el banco audiovisual como capital simbólico de las culturas locales y regionales. Se pretende la realización de una serie de investigaciones creativas (documentales y/o argumentales) activando una estética y crítica audiovisual para contribuir a la comprensión y valoración de las diversas culturas que dinamizan el ser colombiano, reconociendo el aporte a la cultura en general e identificando los niveles dialógicos con otras regiones del país, otros países, y con otros proyectos audiovisuales y demás productos regionales o sobre las regiones.

Nos interesa recuperar diferentes manifestaciones estéticas y representacionales de la escritura, lo visual y la oralidad (tradición oral, mitos, leyendas y ritualizaciones: carnavales, fiestas y ceremonias), como una forma de acercarse desde la imagen y su comunicación audiovisual, a la cultura y reimaginación local y regional mediante un proceso de identificación y diferencia. No olvidemos que las identidades son construcciones culturales que se cuentan, por eso el relato promueve la eficacia de la dimensión simbólica de los sujetos.

En un país donde el poder político y económico es insensible ante las fuerzas representativas y las necesidades regionales, y los medios de comunicación centralizan la información y las difusión socio-cultural, desconociendo las diferencias regionales y locales como valor de riqueza, o atendiendo a sus imaginarios desde los

estereotipos, el proyecto **El Quinde audiovisuales** encuentra sentido intentando conectar de una forma creativa y crítica: la cultura popular con los medios de comunicación y las industrias culturales; la oralidad con la imagen, las simbologías locales con las globales. No se trata únicamente de mostrar (difundir) lo que se ha hecho y está en proceso, sino de resignificar esos procesos y productos, formando audiencias y apoyando a través de la formación y la investigación a individuos y colectividades que estén dispuestas a encarar la producción, circulación, recepción y consumo de diversos productos culturales, fruto de su región y de otras regiones, como medio para crear redes/tramas audiovisuales.

El audiovisual no únicamente es un punto de llegada sino también un punto de partida; pero ante todo, es un centro que propicia diálogos. Con este impulso significativo queremos imprimirle al programa **EL Quinde**, la fuerza y el conflicto necesarios para proponer un campo teórico de frontera, así como metodologías particulares fruto de los diferentes contextos, que sean capaces de asumir la diversidad de saberes y de prácticas audiovisuales en Colombia.

Por campo teórico de frontera entiendo más que un compendio de ideas sistematizadas, una metáfora espacial y temporal a la que convergen múltiples saberes y prácticas, tales como la comunicación,

la estética, la historia del arte y de la mirada, la sociología, la antropología, la semiología, la hermenéutica, la etnohistoria, la etnoliteratura, el psicoanálisis, la lingüística, la cinematografía, los estudios culturales y otras disciplinas que interpelan a la cultura audiovisual popular contemporánea. Constituirse como una propuesta transdisciplinaria no es un objetivo de arranque sino de construcción, un lugar desde el cual mirar y dinamizar las culturas regionales de Colombia, tan fragmentadas y desprovistas de interrelación.



Cartel de la película: **La Semana del Diablo**, proyecto que involucró a distintas regiones de Colombia.

Más que metodología, proponemos una dialogía que como poética de la imaginación va más allá del método o modelo; es decir, proponemos la inclusión y coexistencia de estrategias y procesos depen-

dientes de condiciones locales y regionales, de esta manera surgen las prácticas audiovisuales, se desarrollan y operan. La dialogía intenta encontrar en la perspectiva múltiple prácticas sociales y comunitarias, interpretaciones o lecturas de diverso orden social y cultural, que enriquecen la investigación-creación y logran que el investigador comprenda la experiencia humana en su complejidad y diferencia. No interesa para **El Quinde** la fórmula y la herramienta de aplicación infalible y demostrable. Aquello que se estudia no son “objetos” aislados de quien observa, sino sujetos en relación con objetos, con otros sujetos y con quien mira esa relación, que además es conflictiva y en continua transformación de saberes, cánones de belleza, prácticas morales, visiones del mundo, deseos, etc.

Desde este punto de vista, la creación incorpora la investigación o ésta camina con ella, en un proceso que va de la narración de la identidad y de su reconocimiento en la colectividad regional o local, pasando por la génesis de la realización audiovisual a la comprensión del producto audiovisual, mediante videoforos y lecturas analítico-críticas del material finalizado y puesto en relación dialógica con otras producciones audiovisuales locales, regionales, nacionales e internacionales.

Referencias Bibliográficas

Bajtín, M. *Problemas de la poética de Dostoievski*. trad. T. Burnova, México: Fondo de Cultura Económica, 1986.

Barbero, Martín Jesús. *Estética de los Medios Audiovisuales*. En: *Estética* (Edición de Xirau Ramón y Sobrevilla David). Madrid: Trota, 2003.

_____. *Oficio de Cartógrafo* (Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura). México: Fondo de Cultura Económica, primera reimpresión, 2003.

Barbero, Martín y Rey, Germán. *Los Ejercicios del ver*. Barcelona: Gedisa, 1999.

Beger, John. *Modos de ver*. Barcelona: Gili Gaya, 2001.

Benjamín, Walter. *Discursos interrumpidos*, trad. J. Aguirre, Madrid: Taurus, 1982.

Buck-Morss, Susan. Estudios visuales e imaginación global. En: *Estudios visuales, epistemologías de la visualidad en la era de la globalización*. José Luis Brea (ed.). Madrid: Akal, 2005.

Darley, Andrew. *Cultura visual digital* (Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación). Barcelona: Paidós, 2002.

Didi-Huberman, Georges. *Lo que vemos, lo que nos mira*. Buenos Aires: Manantial, 1977.

García Canclini, Néstor. *Culturas populares en el capitalismo*. México: Grijalbo, Sexta edición, 2002.

Fonzález Ochoa, César. *Apuntes de la representación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1997

Lienhard, Martín. *La voz y su huella* (Escritura y conflicto étnico-social en América Latina (1492-1988)). La Habana: Casa de las Américas, 1990.

Marinas, José-Miguel. *La Fábula del bazar* (orígenes de la cultura del consumo). Madrid: La Balsa de la Medusa, 2001.

Restrepo, Gabriel y otros. *Las tramas de Telémaco*. Una nueva Stoa: portales y pasajes para resignificar la ciudad/región/

nación/mundo. Bogotá: Instituto Superior de Pedagogía, Universidad Autónoma de Colombia, 2007.

Rowe, William y Schelling, Vivian. *Memoria y modernidad*. México: Grijalbo, 1993.

Shlan, Leonard. *El alfabeto contra la diosa* (El conflicto entre la palabra y la imagen, el poder masculino y el poder femenino). Barcelona: Debate, 2000.

Zalamea, Fernando. Investigación-creación (extrapolaciones desde el museo Guggenheim de Bilbao). En: *TRANS*, Revista de Sede de la Universidad Nacional, Bogotá, No. 2, Bogotá, 2000.