



La Nariz del Diablo

**22
- 11
a 10
- 02**

La Nariz del Diablo

Curaduría invitada: Equipo TransHisTor(ia)

La Nariz del Diablo es un inolvidable referente visual para quien ha viajado por la vía terrestre Bogotá-Melgar. Su leyenda inició durante la construcción de la carretera hace setenta años, cuando en la zona de Boquerón los trabajadores dinamitaron una gran roca para proyectar la vía cerca al cauce del río Sumapaz. Tras varias explosiones la piedra resistió y dejó una gigante protuberancia en forma de nariz, lo que impulsó a varios testigos a sostener que el diablo habitaba esa zona. A esto se sumó que, tras la apertura de la carretera, fue común la accidentalidad vehicular en las curvas vecinas a la gran roca, lo que para algunos se justificaba en la estrechez y peligrosa sinuosidad de la vía -entonces de doble sentido-, mientras que para otros comprobaba la presencia e influencia del demonio.

A pesar de la resistencia o dificultades que la naturaleza impuso a la construcción, esta vía permitió el desarrollo económico de Melgar, población que bajo el gobierno de Gustavo Rojas Pinilla en la década de 1950 fue proyectada como epicentro de una amplia zona de esparcimiento y turismo que repercutió en la construcción de numerosos balnearios y sitios de descanso familiar, convirtiéndolo en un hito que más adelante serviría de referente para la proyección de las políticas estatales relativas al estímulo del sector turístico aún por desarrollarse en nuestro contexto. La prolongación de esta ruta conduce hacia el tramo principal de la vía panamericana en territorio colombiano, conectando la capital con el suroccidente del país y, derivadamente, con el puerto de Buenaventura sobre el Océano Pacífico. Antes de acoplarse a la panamericana esta vía también conduce a Cajamarca, uno de los municipios que más fuertemente ha resistido ante la penetración que supone el emprendimiento de proyectos de extracción minera a gran escala. Justamente, en marzo de 2017 y a través de la plataforma de consulta previa, la población de Cajamarca se manifestó en contra del megaproyecto de explotación de oro en la mina La Colosa que venía impulsándose hace algunos años.

Entonces, la Nariz del Diablo, como referente geográfico y visual, resulta en un índice que señala sectores de la economía que han sido fundamentales para las políticas estatales durante el último medio siglo en Colombia: el turismo y la minería mediados por el trazado y construcción de megaobras que intervienen la naturaleza y el territorio en procura de consolidar la infraestructura del país en torno a vías y medios de comunicación o servicios. El desarrollo cabal de estos dos

sectores se ha encontrado en estado de suspensión pero se vislumbran determinantes para el crecimiento económico en el marco de la pacificación, al tiempo que socialmente resultan actividades económicas que, impulsadas por el anhelo de desarrollo bajo la concepción de un mundo moderno globalizado, intervienen y transforman no solo la naturaleza, sino también la vida de grupos humanos que la habitan, generando nuevas formas de comprensión del territorio y los ejercicios de soberanía que de él se derivan.

En efecto, en las últimas décadas existieron políticas de diferente intensidad y proyección para el desarrollo turístico interno y externo, al punto en que este sector cobró un valioso lugar en el organigrama del estado colombiano al situarse en el antiguo Ministerio de Fomento (luego Ministerio de Desarrollo Económico) con la creación de la Corporación Nacional de Turismo (CNT), fundada en 1968 y en liquidación desde 1997; un año antes se creó el Fondo de Promoción Turística para asumir algunas funciones de la CNT, más adelante se renombró como Fontur y se integró a la cartera del nuevo Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit) en 2002, cuando nació el Viceministerio de Turismo y desde donde se impulsaron varios programas para la implementación de las marca-país “Colombia es pasión” (creada en 2005), y “La respuesta es Colombia” (vigente desde 2012). En su momento, desde cada uno de estos nichos se impulsaron políticas de estado y campañas de promoción para proyectar al territorio y la sociedad colombianos como escenarios propicios para prácticas turísticas con un impacto notable en la economía nacional, y aunque comprensiblemente estas actividades mermaron durante los años de recesión económica e incremento del conflicto armado, se fortalecieron durante la última década a partir del gobierno de la Seguridad Democrática, la reactivación económica, la minimización del conflicto, y tras el inicio de los diálogos de paz con las FARC y el ELN.

Paralelamente a este largo proceso de proyección del sector turístico los primeros casos de intervención territorial para extracción minera a gran escala se iniciaron en la década de 1970 con la concesión del Cerrejón para la explotación de carbón a cielo abierto a través de una licencia que en 2009 (tras veinticinco años de explotación iniciada en 1985) amplió su vigencia hasta el año 2034 en favor del consorcio explotador; un modelo que hoy, desde diferentes puntos de vista, resulta

paradigmático en el marco de la solicitud y emisión de títulos para la explotación minera de gran envergadura. Consecuentemente, durante la década de 1980 y 1990 la proyección visual de escenarios económicos como los del Cerrejón buscaron estimular una imaginación sobre esta actividad económica que procuraba ponderar el ejercicio de extracción con la conservación del medio ambiente y el desarrollo humano de las comunidades indígenas del departamento de la Guajira, así lo proyectan algunos cortometrajes de carácter documental producidos directamente por el consorcio y otros realizadores. Esta imaginación contrasta con polémicas que se han presentado recientemente sobre el impacto ambiental y social que la explotación de carbón a cielo abierto ha generado en el transcurso de estas décadas a nivel regional.

En suma, ambos sectores, el turístico y el minero, han cobrado una producción de imágenes con diferentes grados de impacto en la cultura visual colombiana, de modo que hoy, cuando los horizontes de desarrollo crecen en torno a estos dos sectores en medio de las expectativas estimuladas por el proceso hacia el posconflicto, es posible iniciar una genealogía sobre el impacto de esta visualidad. Dos índices concretos de este impacto son la producción visual que emprendió la CNT desde su creación y el carácter que tomó buena parte de la producción de cortometrajes realizados en el marco de la “ley de sobreprecio”.

Desde su fundación y durante tres décadas la Corporación Nacional de Turismo realizó diversas campañas publicitarias dirigidas a estimular el viaje y el consumo interno que redundaron en la producción de nuevas narraciones y representaciones del territorio nacional. Entre sus actividades estuvo la definición de sectores para el desarrollo turístico en regiones como San Andrés, Santa Marta y Cartagena entre otros, el impulso al desarrollo del sector hotelero, la producción de cartografías de viaje y un buen número de campañas para visibilizar diferentes regiones y destinos, materializadas en pautas, afiches y propaganda. Durante la década de 1970 la CNT procuró una focalización en la comprensión de un ciudadano turista por medio de un versátil personaje resuelto en una caricatura que promovía la práctica del turismo a la par de un buen comportamiento, patriótico y ciudadano, entonces fueron comunes consignas como “Turista satisfecho trae más turistas” y “Enamórese de su Colombia”. Durante los años ochenta, la CNT realizó campañas que insistían en la afirmación de lo nacional como “Por las rutas de Colombia”, “Quédate en Colombia” y “Colombia, tu nuevo destino”, entonces su producción visual impulsó la creación de pautas y afiches que focalizaban el valor patrimonial, tradicional, folclórico o arqueológico al interior de diferentes regiones bajo el denominador común de la soberanía colombiana, de modo que la actividad viajera, el patrimonio y la promoción de un orgullo nacional encontraron un asidero común en el turismo. En la década de los noventa el turismo mermó con la crisis econó-

enamórese de su

COLOMBIA



Acacias Carretera - Puente



Leticia Victoria Regia



turista satisfecho
trae más turistas!



corporación nacional de turismo-colombia

Calle 19 No. 6-68 Piso 7 Teléfono 810510

Pauta de la Corporación Nacional de Turismo en la Revista Colombia, década 1970

mica y la CNT se renovó en torno al "Sol muisca de Colombia para el mundo", un logosímbolo de inspiración precolombina diseñado por David Consuegra en 1991 y resuelto en torno a un espiral tricolor que generó un buen número de críticas. Esta espiral acompañó una de las últimas campañas impulsadas por la CNT, "Colombia, para amarla hay que andarla", un eslógan que contrastaba fuertemente con la agudización del conflicto y sus efectos sobre la seguridad en las carreteras que atravesaban el territorio colombiano. Tras los primeros años de liquidación de la CNT este logosímbolo fue perpetuado en la campaña "Vive Colombia, viaja por ella", iniciada en 2001, pero sostenida y consolidada dentro del plan de gobierno de "Seguridad Democrática", cuando las acciones militares impulsadas por el gobierno colombiano vigente emprendieron un ejercicio de soberanía territorial que simultáneamente cobró una dimensión en torno a la implementación de caravanas por las principales vías como parte del programa "Vías seguras" para promover la reactivación del turismo interno. Es así que ante las expectativas de un proceso de pacificación y pos-conflicto se ha reactivado la promoción del sector turístico proyectado como una valiosa actividad económica, a la par de una práctica cultural determinante para la construcción de una nueva identidad y sensibilidad ante el territorio colombiano (tan claramente vinculado al relato sobre el conflicto), lo que supone nuevas condiciones para su comprensión, habitación y tránsito.



Colombia

Todo lo que usted imagina...
...y mucho más!
Everything you ever imagine...
...and much more!

CNT
corporación nacional de turismo - colombia

Ministerio de Desarrollo Económico

Oficina de Información, Calle 39 No. 12A-40 Tel. 8004000 - Apartado Aéreo 9000 - Bogotá

De otro lado, el decreto 879 de 1971 o “Ley de sobreprecio” benefició a varios actores de la industria cinematográfica en Colombia, lo que estimuló la producción y distribución de cine durante una larga década: mientras los realizadores recibían bolsas y fondos que favorecían las posibilidades de financiación para emprender proyectos creativos y los importadores de insumos para la producción cinematográfica obtenían exenciones tributarias, los distribuidores, al comprometerse a programar proyecciones de películas colombianas –especialmente cortometrajes– podían cobrar un importe extra en las entradas; justamente, un porcentaje de este sobreprecio se redirigía a los fondos de producción mientras que otra parte beneficiaba directamente al distribuidor, con lo que se buscaba dinamizar y consolidar la integridad del sector. En conjunto, la implementación de las acciones que implicó la ley redundó en la promoción y construcción de un público que podría encontrarse o sentirse reflejado como parte de una nación a través de imaginarios proyectados en la representación cinematográfica, que en muchas ocasiones fueron mediados por retóricas institucionales o folclorizantes que simultáneamente procuraban una descripción del país, el estado y los ciudadanos en torno a la colombianidad, modernidad y riqueza territorial. Es así que una buena parte de los cortometrajes producidos y proyectados bajo el estímulo de la “Ley de Sobreprecio” redundan en el formato de “revistas audiovisuales”, dirigidas a exaltar la comprensión de la población, el territorio y la naturaleza como recurso para el desarrollo del país en torno a diferentes sectores económicos y su integración con el mundo; en parte, esta recurrencia ha hecho que la comprensión histórica de la dinámica estimulada por el “sobreprecio” arroje buena cantidad de críticas sobre la manera en que esta producción operó como cierta plataforma de promoción y propaganda de estado, restringiendo las posibilidades de beneficio que pudo ofrecer a la producción crítica e independiente. Resulta inevitable encontrar afinidades de aquel proceso con la trayectoria que ha cumplido la Ley de Cine actual a quince años de su primera fase de implementación, pues aunque indudablemente ha permitido un desarrollo y crecimiento de la producción cinematográfica en Colombia, desde sus inicios fue clara en comprender el rol que el cine podría tener en la representación y proyección de lo nacional.

Según lo anterior parece claro que existe una trayectoria de más de cuatro décadas en la que se ha desarrollado una producción visual en torno al turismo y la explotación territorial a través de la propaganda y producción audiovisual. Sin embargo, en términos generales los problemas correspondientes al turismo, la minería e infraestructura han resultado escasos en el arte contemporáneo colombiano y apenas en los últimos años ante la visibilidad de este problema, el impacto de la minería se ha manifestado en una creciente producción de artistas como Nohemí Pérez, Hernando Velandia, Fernando Pertuz, Julián Santana, Fredy Alzate y más recientemente Rodrigo Echeverry y Clemencia Echeverry, con la que se reconocen y señalan actores, prácticas y contextos particularmente vinculados con diferentes escalas de la explotación minera, al punto en que ya se han realizado curadurías donde converge buena parte de esta producción, como "Des-minado", realizada por Santiago Rueda en 2016. Esta producción artística ha cumplido diferentes formas de aproximación y registro del problema, sin embargo, su materialización no necesariamente corresponde o vincula la cultura visual que ha aportado representaciones durante el último medio siglo sobre la comprensión del proyecto económico que implica la explotación del territorio y la naturaleza a través de la minería.

La Nariz del Diablo es una propuesta curatorial que procura iniciar la construcción de una genealogía sobre la producción artística y visual vinculada a imágenes y representaciones producidas desde hace medio siglo en torno al turismo, la minería a gran escala y la construcción de megaobras de infraestructura, tres valiosos sectores económicos en estado de suspensión pero sobre los que se centran muchas expectativas para al desarrollo económico del país en el marco del posconflicto y que comprometen la representación de lo nacional, la naturaleza y la soberanía territorial; todo esto estimulado ante el anhelo y efecto generados por políticas de desarrollo turístico vigentes, el avance en la proyección y construcción de megaobras de infraestructura comprometidas en los planes de desarrollo de los últimos gobiernos, y la concesión de licencias para la extracción minera, todas estas iniciadas en las últimas décadas pero incrementadas recientemente; es así que el conjunto de obras e índices visuales integrados en *La nariz del Diablo* procuran la apertura de esta genealogía.

En el contexto impulsado por la Ley de Sobreprecio, el cortometraje *Pa'Colombia* (Carlos Lersundy, 1971-1979) y el mediometraje *Se llamaría Colombia* (Francisco Norden, 1970) ofrecen relatos audiovisuales que operan diferentes representaciones sobre el territorio nacional y sus habitantes. El primero es un ensayo audiovisual independiente realizado en un viaje de reconocimiento realizado por el autor, registra diversas regiones rurales e indígenas del territorio colombiano que luego dan paso a escenas de la vida moderna y agitada, tan común en las grandes ciuda-

Carlos Lersundy

- Pa'Colombia, 1971-1979)

pa'colombia

de
carlos lersundy



Video, 14'

des donde el flujo de la información se acelera a través de la radio y la televisión; el desarrollo narrativo del cortometraje da buena cuenta de las transformaciones sociales que soportó el país al alejarse de los modos de vida rural para concentrar su población en las ciudades. *Se llamaría Colombia* es un mediometraje que, apoyado y financiado por varias entidades estatales, presenta una historia sintética del país, exaltando el paisaje y la naturaleza, los primeros habitantes y pobladores, para luego, a través de símbolos y alegorías, desplegar vertiginosamente el periodo de conquista y colonización, hasta llegar al mundo moderno y actual, que se enmarca en el paisaje de Chocontá, interrumpido por el par de antenas gigantes que inauguraron la comunicación vía satélite, emblema de la modernización, y de la forma en que Colombia se conectaría con el mundo. Vistas en conjunto ambas producciones ofrecen un contraste sobre la experiencia del viaje que aborda el territorio a través del registro individual y la proyección folclorizada e idealizada de la nación en un relato de tiempo largo. En cualquier caso ambos audiovisuales ofrecen un registro diferenciado sobre las transformaciones del país generadas por efectos e ideales del progreso y la modernización, comprometidos en la asimilación de avances tecnológicos y la explotación de la naturaleza.

Estos mismos valores y su capacidad para interpelar a los colombianos atraviesa la producción fotográfica recuperada por Alejandro Arango del archivo de Fotorama, una empresa dedicada a la producción de postales con motivos y temas que simultáneamente comprendían y exaltaban la riqueza natural a la par de manifes-

Archivo Fotorama

Hotel Guadaira, ca. 1970



Díptico de fotografías, 50 x 50 cm c/u

Instalación con fotografías, dimensiones variables



Andrés Buitrago

Paisaje Invisible, 2009

taciones de la modernización comprometidas con el desarrollo de infraestructura y el crecimiento en la producción de bienes y servicios impulsados desde entornos urbanos; es así que en la selección figuran registros que dan cuenta del desarrollo urbano en torno a la Avenida El Dorado en Bogotá, rodeada de edificaciones institucionales y puentes que implicaron la asimilación de construcciones de cierta envergadura, novedosa en su momento pero que hoy han sido revertidas según nuevos planes de desarrollo urbano para Bogotá; al tiempo, la revisión del archivo de Fotorama aportada por Arango también ofrece registros sobre la construcción de infraestructura relativa al impulso de las actividades turísticas como el Hotel Guadaira en Melgar, y la implementación de atracciones mecánicas en focos de desarrollo turístico, como el tren infantil construido en Monserrate.

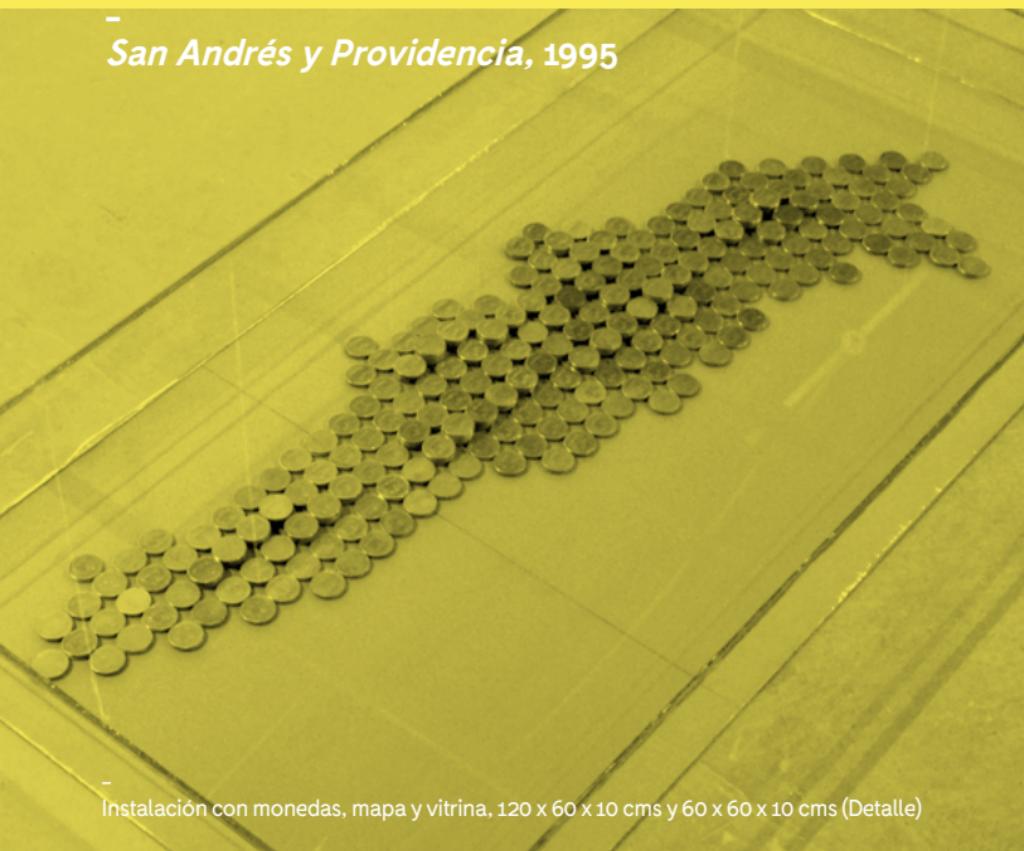
Muchas campañas y programas de promoción turística desarrollados por la CNT, Fontur y otras instituciones públicas y privadas exigieron la realización de material gráfico impreso y pautas comerciales de televisión para su ejercicio de propaganda y divulgación, una buena cantidad de estos materiales fueron empleados para conformar *Afección Turística* (Juan David Laserna, 2010) y *Paisaje Invisible* (Andrés Buitrago, 2009). Ambas composiciones parten de la identificación y estudio de producciones visuales empleadas para promover el turismo apelando a imaginarios que, a la par del fervor turístico, movilizaron ideologías dispuestas a estimular la producción de subjetividades cargadas de sentimientos nacionalistas, a veces sutiles, a veces exacerbados. Uno de los conjuntos resueltos en *Afección turística*

vincula carteles desgastados que fueron producidos por diferentes instituciones en la década de 1980 y 1990 para promover la afirmación de la colombianidad y el ejercicio del turismo, son avisos sobre los que ha pasado el tiempo y, en conjunto, describen la convergencia de diferentes instituciones y empresas en torno a un propósito común desgastado. En otro conjunto, una esperanzadora valla compuesta por postales colombianas destetadas sirven para emitir una consigna sobre la conquista de un propósito indeterminado, se trata de postales que envejecieron en vitrinas y escaparates de almacenes de suvenires y recuerdos que no tuvieron un remitente ni destinatario, su acumulación resulta en un índice de una producción desbordada sin consumidores. Por otra parte, una de las composiciones empleadas en *Paisaje Invisible* reúne fotogramas extraídos de comerciales de televisión que hicieron parte de campañas de promoción turística como “Vive Colombia, viaja por ella” y “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar”, empleadas durante el programa de gobierno de la Seguridad Democrática y que, aislados, resultan en una reiteración del género del paisaje empleado en la publicidad para promover una imagen de naturaleza exótica y esencializada, como un paraíso libre de conflictos sociales y políticos pronto a conquistar y dispuesto al goce de unos ciudadanos participantes del ejercicio de soberanía territorial a través del turismo como parte de la construcción de un imaginario de nación. Otras composiciones incluidas en *Paisaje Invisible* confrontan el género del paisaje como una representación visual del territorio en dos entornos comprometidos con la promoción turística: las playas de la isla de Tierrabomba muy próxima de Cartagena y la represa del Sisga construida en el altiplano cundiboyacense; cada conjunto incluye tres fotografías que describen la producción cultural que supone la construcción del paisaje, contrastando su representación convencional guiada por la mirada dirigida al horizonte, con registros que evidencian el acto contemplativo del turista presente en estos parajes (replicada en los espectadores como observadores de la obra) y el revés de los paisajes convencionalmente divulgados, una mirada opuesta al horizonte descrito por los mantos de agua. En conjunto, las piezas de Laserna y Buitrago logran describir la sucesión y suplantación de una discursividad que se hace caduca tras la secuencia de campañas y regímenes visuales que exigen renovación ante la expectativa de crecimiento económico concentrado en un sector productivo específico.

En contraste con la orientación de la mirada hacia el horizonte que definió históricamente el género del paisaje y el acto testimonial o subjetivo de “estar” ante el paisaje, la mirada cenital conduce el ideal moderno que supone una comprensión objetiva del territorio, tal condición se manifiesta en *Libertalia*, un video realizado por el Elkin Calderón en Santa Cruz del Islote en 2015. Allí, el plano aéreo de la secuencia funciona como el registro de un testigo mudo que merodea la

Antonio Caro

- San Andrés y Providencia, 1995



Instalación con monedas, mapa y vitrina, 120 x 60 x 10 cms y 60 x 60 x 10 cms (Detalle)

cotidianidad de la isla más densamente poblada del planeta, un escenario social que en su condición de insularidad ha mantenido un modo de vida particular y soberano, pero que resulta vulnerable ante la extensión de proyectos urbanísticos a desarrollar en un futuro cercano dada su proximidad con el área de desarrollo turístico que implica la cadena de playas que va del golfo de Morrosquillo a Cartagena, cuando la densidad de proyectos hoteleros y de condominios destinados al descanso en el Caribe suplanten a la densidad conformada por un modo de vida sostenido por años.

El caso emblemático para el desarrollo turístico sobre territorio insular colombiano corresponde a la isla de San Andrés, cuando se inicio su equipamiento con servicios hoteleros tras su declaración como puerto libre en la década de 1950, a lo que siguió su reconocimiento como Zona de Desarrollo Turístico en 1972 por parte de la CNT. Entonces la comprensión de la isla como escenario de desarrollo económico vinculó explícitamente la dinámica del puerto comercial con los dividendos arrojados por el turismo a lo que siguió una intensa producción visual para proyectarla como destino; en reconocimiento a la dinámica económica de este territorio, desde 1981 y hasta 1989, el gobierno nacional emitió una moneda de diez pesos que portaba en el anverso los mapas de San Andrés y Providencia. En 1995, cuando el valor adquisitivo representado por esta moneda había mermado dramáticamente ante el proceso de inflación y devaluación que vivía el país, Antonio Caro empleó una colección de estas monedas para resolver la instalación *San Andrés y Providencia*, donde la precariedad del valor monetario del circulante le permitió convertirlo en el material fundamental de una suerte de “maqueta escolar” con la que describió la topografía de ambas islas dispuestas sobre cartulinas azules que representaban el mar Caribe, aportando una declaración explícita sobre las correspondencias entre los conceptos de soberanía territorial y soberanía monetaria: aquel territorio sobre el que se intercambian las denominaciones específicas de un circulante.

Una declaración semejante se manifiesta en otra composición modular compuesta con monedas por Jeison Castillo para inscribir la palabra “Santurbán” como parte de la serie *Páramo* (2015-2017) en la que ha resuelto los nombres de algunos de estos valiosos ecosistemas. Esta vez, las arras empleadas por Castillo corresponden a monedas de cien pesos que hacen parte de la renovación del circulante emprendida por el Banco de la República hace cinco años con la familia de monedas y hace un año con la familia de billetes. Las nuevas monedas llevan en el anverso la imagen de un frailejón, especie emblemática de estos entornos ambientales ricos en fuentes hídricas y productores permanentes de agua, así que los letreros de Castillo expresan bien esa tensión que en la última década han generado las declaraciones de consorcios interesados en emprender la construcción de represas en páramos como el de Sumapaz o, particularmente en el caso de Santurbán, obtener licencias para la extracción de oro, plata, cobre, piritita y carbón que, en su proceso de explotación, podrían alterar el medio ambiente y contaminar las fuentes de agua, ante lo que han surgido movimientos ciudadanos que luchan por el derecho al agua de miles de habitantes en la región.

Algunas de estas reacciones y movimientos sociales generados ante el impacto previsto por la construcción de megaobras de infraestructura, han sido registrado en los últimos años por Carolina Caycedo en Colombia y otros países de la región. Desde 2013 Caycedo ha seguido el proceso de construcción e implementación de

Carolina Caycedo

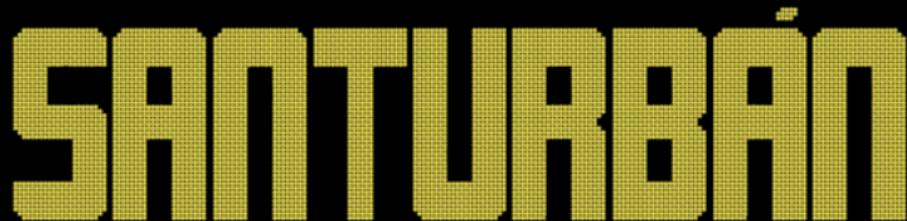
Tierra de amigos, 2014



Video monocanal, 30'10"

Jeison Castillo

- Santurbán de la serie Páramo, 2015-2017



- Instalación con monedas de 100 pesos colombianos, 90 x 435 cms.

la hidroeléctrica del Quimbo en el sur del Departamento del Huila, un proyecto que contempló la desviación y represamiento del río Magdalena modificando el territorio y los modos de vida de habitantes situados en varias poblaciones ubicadas cerca de las riveras originales del río: en *Tierra de amigos* (2014) una suma de testimonios da cuenta de costumbres y prácticas económicas estimuladas desde tiempos remotos por el curso del río y la comprensión de su escala natural pronta a ser modificada; *El desangre del Huila* (2015), realizado junto con la organización Entre Aguas, sirvió para documentar el impacto negativo que ha tenido el proyecto de construcción de la represa e hidroeléctrica del Quimbo, con la voz directa de los habitantes de la región el audiovisual narra la manera en que han cambiado sus condiciones de vida y han sido desplazados de sus tierras por el megaproyecto; también se despliegan imágenes de la tensión y confrontaciones generadas entre el movimiento social y las autoridades policiales durante algunas protestas, y discursos que dan cuenta de la concientización sobre sus derechos derivados de la experiencia de lucha, como de los proyectos de vida alternativos basados en la autonomía y dignidad campesinas. Por otra parte, el par de fotografías aéreas dispuestas sobre bloques de concreto que componen *Paisaje represado* (2013) permiten comprender las modificaciones que ha sufrido el territorio y el cauce del río con el desarrollo de la megaobra, de modo que la alteración que ha soportado el paisaje reposa sobre pedestales que recuerdan la mediación e intervención de materiales industriales empleados en la superestructura de las represas e hidroeléctricas.

El reconocimiento de la imagen cenital provista en las obras de Elkin Calderón, Antonio Caro y Carolina Caycedo recuerda ese paradigma moderno que supone la comprensión del territorio como la plataforma que soporta el desarrollo de un programa económico y de conquista, asunto que se hace más explícito en los dispositivos que integran la serie *País para quien* emprendida por Fernando Arias en 2012. Una estas piezas presenta aisladamente el relieve de las cordilleras colombianas resueltas como una atractiva masa dorada. En otros segmentos de la serie, Arias se apropió de la síntesis cenital que implica la totalidad de un mapa político: en un audiovisual emplea el mapa de Colombia para localizar, a manera de infografía, el crecimiento exponencial de las solicitudes para la obtención de títulos mineros por parte de diversas multinacionales, así como las actividades de exploración y explotación que se vienen desarrollando en los últimos años en Colombia. Muy cerca, otra síntesis del croquis de Colombia resuelto con un cordón rojo dispuesto en barandas metálicas de baja altura y semejantes a los que orientan clientes en filas de bancos y entidades financieras hurga la posibilidad de que el público atraviese el límite descrito e irrumpa penetrando el territorio. Frente al croquis dispuesto sobre el suelo se levanta una extensa pintura mural dorada con la inscripción "Columbia", resuelta según la caligrafía empleada por Antonio Caro en el desarrollo de la serie *Colombia Coca-Cola* pero aludiendo al nombre equívoco con que algunos extranjeros se refieren a Colombia, al usar la "u" por la "o" en la segunda sílaba, con lo que simultáneamente recuerda el origen etimológico del nombre del país: "tierra de Colón", y por lo mismo, el largo y continuo proceso de colonización que ha vivido este territorio y una de sus manifestaciones actuales bajo el modelo de concesiones que, en el escenario global, perpetúan formas de administración, control y explotación del territorio propias del mundo moderno-colonial iniciado desde los primeros años de la conquista.

El origen del imaginario colonial que animó ese vasto y largo programa de extracción se asoma en la escultura *Soplo de Oro* (2013) de Nadín Ospina, con la que objetualiza una reconocida estampa producida por el editor y grabador Theodorus de Bry en el siglo XVII. La escultura resuelta por Ospina mantiene los elementos principales de una escena en la que un cacique es preparado para participar en uno de los ritos indios que alimentó la leyenda de El Dorado, cuando su cuerpo cubierto de resina recibía polvo de oro arrojado por otros indios a través de cerbatanas antes de iniciar la ofrenda que incluía su inmersión en una laguna sagrada, todo esto en medio de esa extraña condición en la que los cuerpos indios figuran resueltos según el canon occidental. La escultura de Ospina elabora un ejercicio sincrético en el que se reúnen el tamaño y carácter contemplativo y seductor de la escultura rococó, junto con el monocromo dorado característico de las orfebrería prehispánica. La invocación de la imagen de De Bry apela a la persistente imaginación del territorio como un mito que aguarda una latente promesa económica.

Esa promesa sobre la riqueza mineral aparece figurada en la interpretación convencional de los códigos simbólicos de la bandera colombiana, específicamente en la franja amarilla que ocupa la mitad de su composición. En *Colombia, minería* (2016), Antonio Caro presenta dos pabellones nacionales con incrustaciones de palabras estratégicamente dispuestas: la primera reitera la inscripción de la serie *Colombia Coca-Cola* sobre la franja roja, en la segunda bandera cubre la mayor parte de la franja superior con un fondo negro del que apenas emergen segmentos amarillos que inscriben la palabra “minería”, como si el volumen en bruto de la riqueza declarada originalmente en el pabellón disminuyera ante el oscuro proceso de extracción que ha llegado a ser parte del proyecto nacional. Al abordar creativamente emblemas nacionales como la bandera y el mapa, Antonio Caro y Fernando Arias coinciden en señalar el protagonismo que ha cobrado la minería en las políticas de desarrollo económico más recientes, iniciadas por los primeros dos gobiernos del presente siglo, y consolidada durante los dos últimos bajo la expresión de la “locomotora minera”. Ambos artistas intervienen dispositivos simbólicos de la nación para señalar la alteración de sus significados tras la implementación de políticas que ponen en entredicho la soberanía territorial ante el contexto de una nación que se concibe como independiente, moderna y democrática.

De algún modo la aproximación a estos fenómenos desde las prácticas artísticas implica un aporte de contenidos para considerar críticamente la proyección del desarrollo económico y sus índices en la cultura visual colombiana. Tales programas económicos y políticos determinan la producción de una visualidad donde se ponen en juego las tensiones y expectativas generadas por las promesas de desarrollo actual, así que esta cultura visual también puede servir para conducir contenidos e ideologías que contribuyan a construir ciudadanías complacientes o críticas ante la implementación de modelos económicos diseñados para abordar un territorio recientemente despejado de las acciones del conflicto armado.

Existen un par de índices visuales que en la actualidad corresponden bien al avance de esta producción y que resultan en un estado actual y cotidiano de esta genealogía inicial que pone en juego las expectativas de integración económica y movilidad global frente a los riesgos que el extractivismo cultural y material puede estimular ante el impulso desmedido del sector turístico, de infraestructura y mineral para el desarrollo social y económico del país. En primer lugar, la proyección de la película *Colombia, magia salvaje*, una revista audiovisual compuesta como un recorrido geográfico destinado a exaltar la diversidad y riqueza de la naturaleza dispuesta en el territorio nacional y a reconocer (a través de breves comentarios y escenas) el impacto de los planes de penetración y extracción vigentes. Gracias a una masiva actividad de mercadeo y difusión que incluyó la producción de una buena cantidad de productos derivados que aún se encuentran disponibles

en el mercado y múltiples actividades de divulgación con participación estatal, *Colombia, magia salvaje* logró convocar millones de espectadores que en muchas ocasiones aplaudían efusivamente al final de la película, como si al ser testigos de esta proyección se cumpliera un valioso acto patriótico.

Por otra parte, la emisión de la nueva familia de billetes colombianos se ha sumado a cierta tendencia global donde la naturaleza, biodiversidad y multiculturalidad ocupan un lugar central en el diseño del papel moneda: caño cristales, los páramos del altiplano, la selva amazónica, los sabanales próximos a la costa caribe, la sierra nevada de Santa Marta, y el bosque de niebla en el valle de Cocora sostienen representaciones de indios y campesinos como habitantes naturales o idealizados ocupando el reverso actual de los billetes colombianos y conformando un recorrido de paisajes semejante al de la película. En suma, un manifiesto visual que, de mano en mano, insiste en declarar la biodiversidad y multiculturalidad como el capital potencial necesario para un desarrollo económico y social que, a través del turismo o la minería y sus efectos, convoca el abordaje masivo de la naturaleza y el territorio como el lugar de desarrollo económico para las próximas décadas.

Nadín Ospina

Soplo de Oro de la serie Resplandor, 2013



Bronce, 39 x 41 x 19 cms.

Curaduría invitada . Equipo TransHisTor(ia)

Agradecimientos . A todos los artistas:

Carlos Lersundy, Francisco Norden, Carolina Caycedo, Fernando Arias, Nadín Ospina, Jeison Castillo, Juan David Laserna, Andrés Buitrago, Antonio Caro, Elkin Calderón y Alejandro Arango.

Diseño gráfico . Mirona



ESPACIOS
CONCERTADOS
IDARTES



BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

Espacio Odeón
www.espacioodeon.com - Cra 5 # 12C -73
Bogotá, Colombia

