

# **INTERICONICIDAD AFRICANIZANTE EN UN VIDEO OFICIAL SOBRE SAN BASILIO DE PALENQUE**

**Jerónimo Moncayo**

**Maestría Análisis de Discurso - UBA**

**jeronimoncayo@gmail.com**

## **Introducción**

En el siguiente texto abordaremos un video oficial elaborado y difundido por la gobernación de Bolívar (departamento de Colombia) dentro de la estrategia turística “Ruta Cimarrona” del gobierno “Bolívar sí avanza” en el marco de la Economía Naranja propuesta por el expresidente colombiano Iván Duque. Nuestro propósito es indagar en la cultura visual en la que se incrusta el video y así mismo en las memorias visuales que activa. Este trabajo indicial y abductivo (Arnoux, 2009) lo haremos desde el marco conceptual de la intericonicidad propuesta por Courtine (2013).

En primera medida enmarcaré la reflexión sobre el discurso turístico como una formación discursiva que evoca imaginarios. Aquellos imaginarios se cristalizan en enunciados visuales y lingüísticos que reparten identidades. De ahí que optemos por el marco conceptual de la intericonicidad. Resaltaré, concentrándome en el análisis sobre dos elementos del video, primero, la presencia de tambores y su interpretación africanizante como punto de anclaje de identidad palenquera; y segundo, la presencia yuxtapuesta de rostros palenqueros y rostros turistas que funciona, entre otros, como frontera identitaria. Se conforma así una visión del palenquero como personaje fuente de atractivo turístico opuesto a personas extranjeras al poblado consumidoras de esa museificación.

Trataremos de abordar estos elementos con el fin de responder, en parte, las cuestiones sobre a) la memoria visual que activa el video y, b) sobre la cultura visual en la que se apoya. Ambos elementos (tambores y rostros) los ubicamos como parte de una forma de ver, de una cultura visual amplia que recae sobre las personas afro. Se trata, fundamentalmente, de una estereotipia colonialista de larga tradición. Aquella cultura visual deviene en cierto reflejo que impacta el video tanto en su dispositivo turístico como político (cristalizados en sus géneros visuales) donde se enseña una cara y su contracara, y se actualiza en la diada turista-palenquero.

## Contexto

San Basilio de Palenque se funda a principios del siglo XVII, pero es sólo hasta mediados del XIX que se lo empieza a incorporar a la historia nacional (Maglia y Schwegler, 2012). En 2005, la Unesco nombra a San Basilio de Palenque como patrimonio de la humanidad, la comunidad afropalenquera adquiere entonces un estatus especial a nivel nacional e internacional como lugar de interés. Esto otorga a San Basilio de Palenque con otro “sentido de lugar” (Agnew, 2014). Si bien desde la década de los 50’s los estudios antropológicos y lingüísticos ubicaron la población como un lugar de interés, la declaración de la Unesco activa, además otros “imaginarios turísticos” (Gravari-Barbas y Graburn, 2012) en el sentido de que se torna un lugar con un especial atractivo “etnoturístico” (Jaworski y Pritchard, 2005), es decir, se constituye como un lugar de memoria (Nora, 1989) donde se revisita la historia colombiana previa a la República con fuerte trazos de la diáspora africana.

En 2019 el expresidente Iván Duque visita la población de San Basilio de Palenque para inaugurar una estrategia turística. En ese marco, la gobernación de Bolívar crea y difunde el video oficial sobre la “Ruta Cimarrona” que invita al turismo hacia, en particular, el poblado de San Basilio de Palenque. El acto presidencial y el proyecto gubernamental se inscriben en una matriz turística nacional que, en el caso palenquero, explota los estereotipos y clichés (Amossy y Herschberg, 2010) que recaen sobre las poblaciones en general y la palenquera en particular<sup>1</sup>. Estereotipos e imaginarios (Wunenburger, 2020) que componen dos registros: lingüísticos y expresiones visuales.

El presidente Iván Duque, del bloque uribista, decide que un pilar económico de su gobierno será la llamada Economía Naranja, es decir, una economía de bienes inmateriales dónde el turismo ocupa un lugar central. A su vez, esta matriz turística se apoya en los lineamientos que, desde los gobiernos de Uribe en los 2000, se trazan en busca de inversiones extranjeras y de evidenciar una Nación dónde las fuerzas militares iban ganando el terreno a las fuerzas insurrectas.

---

<sup>1</sup> Ferrari (2012) habla de la performativa de la libertad que recae sobre la población a partir de esferas académicas, institucionales y mediáticas. Performativa que se organiza sobre “tres ejes fundamentales: ‘el primer pueblo libre de América’, ‘Africa en América’ y ‘Obra Maestra del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad’” (2012:57). Desde nuestro punto de vista aquellos ejes son centralmente enunciados que evocan imágenes.

Aquella matriz turística se apoya, en el caso particular de San Basilio de Palenque, en el reconocimiento que hace la Unesco al poblado en 2005 como “Patrimonio cultural e inmaterial de la Humanidad”. Tal reconocimiento se apoya en la historia del poblado, el mito fundacional, las expresiones artísticas y musicales, los ritos fúnebres, la lengua catalogada como criolla. Aquellos elementos, además, desde la Unesco y el Estado colombiano se señalaron como amenazados por los cambios económicos y demográficos en la población. Ante la amenaza, en los años 80’s se despliegan la etnoeducación y el Festival de tambores y expresiones culturales. El festival, desde entonces, se ha ido configurando como el gran evento que atrae turistas extranjeros y nacionales, representando, a su vez, un insumo económico privilegiado por la comunidad.

En ese marco es que se alinea la preocupación estatal del cuidado de unas tradiciones interpretadas como reflejo de la diáspora africana de la colonia con la preocupación por forjar una identidad nacional por fuera de lo bélico que afiance las inversiones extranjeras. De ahí que a inicios del gobierno de Duque se retome la matriz turística y se le dé prioridad a una población como la de San Basilio.

### **Intericonicidad y Géneros discursivos**

Cualquier puesta en escena de una representación de colectivos requiere una representación de estos colectivos representados (Didi-Huberman, 2014). Dicho de otra manera, en la representación podemos ver las huellas que deja el proponente de la representación. Huellas que dan cuenta de una posición, de un esquema (Grize, 1990). Tal esquema, no desde la lógica natural, ha sido planteado como imaginarios, en especial del campo de reflexión de la geografía social y el análisis turístico, como “imaginarios turísticos” (Gravari-Barbas y Graburn, 2012), “imaginarios geográficos” (Debarbieux, 2003) o “imaginarios espaciales” (Davoudi, 2018). Si bien se tratan de imaginarios diferentes con distintos abordajes es central la idea de evocación que atañen imaginarios (Wilson, 2021). Aquella evocación depende de memorias discursivas (Courtine, 1981).

Courtine, diferenciándose de la semiología estructuralista saussureana, del estilo de Barthes, donde la imagen y la lengua operarían bajo las mismas lógicas, propone una lectura de inscripción más antropológica para analizar imágenes. La imagen, desde esta perspectiva, no obedece a un modelo lingüístico sino discursivo. Para Courtine, Barthes y su retórica de la imagen se equivocan en aplicarle a las imágenes el modelo lingüístico

buscando el signo en la imagen<sup>2</sup>. Lo discursivo, en esta línea, imbricándose con la mirada histórica e indicial, es un complejo que excede el enunciado verbal. Lo discursivo es también lo imaginético.

Courtine sigue entonces el método arqueológico, inspirado en Foucault. Privilegia el análisis de imágenes de densidad antropológica y de profundidad histórica. Cercano al método denominado “microhistoria” de Ginzburg (1986). Courtine entonces señala que su camino analítico preferido está más cercano al indicio que al signo. Para entender la imagen hay que recurrir a un modelo discursivo donde la interpretación es indicial e histórica. El modelo discursivo que le sirve a Courtine para pensar lo icónico, la imagen, es el que sigue Foucault. Esto es, donde “el discurso puede ser un fragmento de imagen como un destello de lenguaje” (Courtine 2013:42). De ahí que el indicio opere con especial énfasis y utilidad en la lectura de las imágenes.

Para Courtine “toda imagen se inscribe en una cultura visual y esta cultura supone la existencia junto al individuo de una memoria visual, de una memoria de las imágenes donde toda imagen tiene un eco” (2013:43). La inscripción antropológica deviene a su vez en la etnografía del investigador que, como miembro de la sociedad, se ve interpelado por las imágenes. La memoria es aquí tanto interna (psicológica) como externa (social). De ahí que el concepto con el que Courtine se refiera al análisis de imágenes sea el de intericonicidad, porque la memoria discursiva, la interdiscursividad, apela a la forma de entender las imágenes. Dicho de otra manera, con el concepto de intericonicidad se quiere señalar el carácter discursivo de la iconicidad.

La lectura de toda imagen, de todo ícono, de sus partes indiciales se inscribe en modelos amplios de lectura, a lo que Courtine señala como culturas y memorias visuales. Sin profundizar en los matices, podemos afirmar que estas lecturas amplias coinciden con el modelo de género discursivo propuesto por Bajtín (1982). Es decir, toda imagen se inscribe en formas genéricas que orientan y anclan históricamente su lectura. Estas orientaciones, en el campo de las expectativas y de los contratos de lectura están asociados a rasgos que podemos asimilar a los rasgos de uno o varios géneros discursivos. Para Bajtín los géneros discursivos se reconocen a partir de las regularidades temáticas,

---

<sup>2</sup> Es de resaltar que el propio Courtine señala que su propuesta se acerca a la propuesta de Barthes en “el sentido obtuso” donde hay un algo opaco, un eco, una voz que habla en la imagen que se le presenta al espectador o al investigador con una presencia difusa que se intenta indagar a través de formas genéricas, históricas, tradicionales o individuales e íntimas.

estilísticas y composicionales que permiten además inscribir la producción en una serie donde las expectativas, las pautas de lectura se configuran en función de aquellas regularidades.

El video, en esta línea de reflexión, se inserta a su vez en dos géneros discursivos, por un lado, tenemos el video de promoción de una política pública. Este género se distingue en la medida que se justifican las intervenciones gubernamentales sobre un aspecto de la vida civil, en este caso la inauguración de una ruta turística. El acto en particular se enmarca en la política económica de la denominada Economía Naranja y del proyecto de la gobernación de turno “Bolívar sí avanza”. Por otro lado, tenemos el género discursivo relativo a los videos de oferta turística. En estos vídeos se promocionan lugares, eventos, efemérides, etc. En este tipo de vídeos se exaltan los rasgos positivos del atractivo al que se convoca y se extraen las características más atrayentes. Ambos géneros activados y reconocidos no sólo hablan de formas de acoger políticas turísticas sino a su vez de un proyecto político más amplio donde el turismo resulta además como una política identitaria. Esto es, hace parte de un discurso nacional y de una amplitud temporal mayor.

En ese sentido, Gilland (2012) reseña que en 2001, bajo el gobierno de Álvaro Uribe, se inaugura una forma de subvertir imaginarios nacionales e internacionales sobre la Nación colombiana y sus riesgos derivados de décadas de conflicto armado. Esta nueva matriz ideológica hace frente a la idea de país violento y con poca inversión extranjera. De esta manera se estrena una política turística denominada “Vive Colombia, viaja por ella”. Para 2004 profundizando en la marca país se inaugura “Colombia es pasión” iniciativa que agrupa sectores públicos y privados. Y en 2007 se estrena “Colombia, el único riesgo es que te quieras quedar”. Para Olave (2022) estas iniciativas sirvieron para abonar las posteriores negociaciones de paz. Acuerdos que, sin embargo, el uribismo plantearía como nocivos. El gobierno de Duque, abiertamente uribista, retoma, después de dos periodos del expresidente Juan Manuel Santos, las fuertes políticas turísticas como formas enfáticas de convocar identidades.

En ese marco histórico se entiende la matriz turística-política que incide para que el material analizado, es decir, el video oficial, contenga en sí rasgos de un video de promoción de una política pública particular (la inauguración de una ruta, de un evento, de una infraestructura, etc.) y rasgos de un típico video de oferta turística donde hay una exaltación de caracteres señalados como atractivos. Resulta de particular interés la imbricación de ambos géneros discursivos donde el atractivo es una población. En esa

medida lo que el video tensiona es aquella representación donde gente y sus prácticas, el territorio y su historia se conjugan generando una mixtura problemática para delimitar el atractivo turístico y la política pública.

### **Festival de tambores**

En el conjunto de cuadros (*frames*) totales del video notamos que un tercio de los cuadros exponen una presencia enfática y pronunciada de tambores. Esta presencia se debe a que San Basilio de Palenque se ha constituido, desde inicios de los 2000, como lugar de turismo cultural. El evento principal que recoge esa idea es el “Festival de tambores y expresiones culturales” que se organiza desde mediados los 80’s. Sin embargo, es desde inicios de los 2000’s que el festival adquiere sobresaliente nacional e internacional. Esto se debe a que, en parte, en el 2005 la Unesco nombra a San Basilio “Patrimonio cultural e inmaterial de la Humanidad”. No es un dato menor que la Corporación responsable del festival fue coautora del dossier que la Nación le presenta a la Unesco en 2002.



Entonces tenemos que, por un lado, a inicios de los 2000’s se da, de manera casi simultánea, el énfasis nacional sobre el turismo como política identitaria y, por otro lado, el rango especial otorgado a San Basilio de Palenque por la Unesco. Ambos procesos resultan en potenciar lógicas particulares que se cruzan para la población y, por extensión, al lugar que ocupa esa población en el imaginario nacional. Tal es el caso que, para 2010, siendo el festival de Palenque el evento central que convocaba turistas interesados, las

imágenes que rondaban en los reportajes no podían evitar fotografiar palenqueros tocando tambores<sup>3</sup>:

## Los palenqueros recuerdan las tradiciones africanas en su Festival de Tambores



AGENCIA EFE • 19/10/2010 - 09:42 h.

Según el dossier presentado ante la Unesco, el festival es el encargado de resguardar tradiciones y de potenciarlas en su exhibición. De ahí que poco a poco el festival vaya adquiriendo interés nacional e internacional. Si bien las actividades del festival han sido variadas y el festival mismo se ha ido diversificando gracias a su crecimiento es posible afirmar que el tambor sirve como metonimia del mismo. Tal es el caso que el nombre más familiar sea el acotado a Festival de tambores. El tambor entonces se erige como el elemento, el objeto central de anclaje identitario representado mediáticamente.

---

<sup>3</sup> [https://www.telecinco.es/informativos/cultura/palenqueros-recuerdan-tradiciones-Festival-Tambores\\_0\\_1111425096.html](https://www.telecinco.es/informativos/cultura/palenqueros-recuerdan-tradiciones-Festival-Tambores_0_1111425096.html)



Este elemento, además, se ha incorporado como parte no sólo de lo puramente musical sino que se extiende a su presencia comunicativa en la época colonial, su presencia ritualística y celebrativa. De ahí que el tambor tenga una lectura densa, que va desde lo comunitario que sirve tanto a su mito fundacional y la historia que ello activa hasta llegar a una lectura únicamente asociadas a lo musical y sus ritmos. En ese espectro complejo el tambor se erige con una centralidad que prevalece en la identidad poblacional. El tambor, en esta lectura, es uno de los puentes semiológicos que une al palenque con África.

La presencia del tambor también está asociada a quién lo toca y dónde. Para Thurlow y Jaworski (2011) el discurso turístico reparte roles e identidades. En la serie de imágenes del video, en relación a otras imágenes del pasado del Festival, parece relevante mostrar un entorno precario, suelo en tierra, arquitectura de choza/madera, y la persona ejecutora con ropaje enfáticamente informal. Esta evocación de precariedad se sustenta en la memoria colectiva/cultural sobre reportajes visuales de África como los de revistas de divulgación (National Geographic o la Muy Interesante) que apelan al imaginario del africano precarizado. En contraste, pero que opera de forma complementaria, están las imágenes con presencia de tambores en situaciones rituales y donde se ven ropajes exóticos, africanizados.



Existe, entonces, una relación tensa entre la persona y el personaje: el músico como personaje que habla y canta en criollo. Esa correlación está en contacto con la idea de “primer pueblo libre de América” y de señalar al Palenque como una parte de África en América. Es interesante ver el uso del gorro kufi, prenda ampliamente utilizada por la



diáspora africana. El personaje músico vive en choza y habla el criollo. Esa construcción escénica se refuerza en las imágenes y en el decir que recae sobre la población.

Esta idea de personaje palenquero aparece de forma explícita en el video, calificados como “grandes personajes”. De esta forma además se refuerza con las ideas de “territorio vivo” y “museo vivo” que pretende la estrategia turística. Las personas palenqueras entendidas y mostradas como personajes implica una puesta en escena en función del turista y de la museificación de la población.

### **Caras y contracaras**

Courtine (2013) dedica dos partes de su texto para indagar en la forma de ver los shows teratológicos. La segunda parte la nombra “La normalización de los anormales”. Lo que nos ocupa en este momento es sensible a una fórmula que aplicó Courtine para entender parte del fenómeno de la cultura visual de aquellos shows. En su texto cita a Canguilhem a quien le atribuye la fórmula: “En el siglo XIX, el loco está en el hospicio para instruir la razón, y el monstruo en la pipeta del embriólogo para enseñar la norma” (122). Justamente a ese apartado lo subtítulo “enseñar la norma”. A Courtine le interesa cómo en la cultura visual de entretenimiento de masas estaba, de forma transversal, el dispositivo (a lo Foucault) de enseñar lo normal y lo anormal. Ambos procesos sintetizados y conviviendo en el mismo acto de mirar.

Courtine aplica la fórmula y obtiene: “tras las rejas del zoológico humano, el salvaje se presta a enseñar la civilización” (122). Esto es, la exhibición opera en una lógica especular donde la frontera de la reja ubica opuestos. La “exhibición de su contrario” dirá Courtine. Quisiera señalar que ese “contrario” es parte del dispositivo (a lo Foucault) que construye discursivamente aquellos opuestos. Como el interés eran los shows teratológicos, finalizará el apartado sentenciando: “es la normalidad del cuerpo urbanizado del ciudadano que el círculo de los estigmatizados desfilando delante del objetivo invita a reconocer en el espejo deformante del anormal” (126). Parte de la cultura visual, no en un sentido intencional o consciente, sino más bien en la forma de dispositivo del show, era enseñar simultáneamente lo normal y lo anormal, lo civilizado y lo salvaje, lo urbano y lo rural.

Quisiera en esa misma línea de reflexión, señalar una operatividad similar a la que apunta la fórmula: la de escenificar discursivamente opuestos. Para ello me centraré en un

segmento del video. Segmento que resulta de sobresaliente interés por dos razones. A) porque se enuncia que San Basilio deberá ser considerado un “gran museo vivo”. B) porque se muestra un juego especular de figuras (personas) en las que se evidencian los dos roles centrales: el turista y el palenquero.

El segmento en cuestión además presenta un interesante juego de responsabilidad enunciativa donde la principal recae en Jackeline Howard quien explícitamente habla y en segunda medida la gobernación de turno quién produce el video. El segmento cierra el video; diferenciaré los modos visual y textual para retomar el fragmento donde se exponen los rostros turísticos:

<b>MODO VISUAL</b>	<b>MODO TEXTUAL</b>
JACKELINE	“Esta estrategia, en el marco de la economía naranja del presidente Iván Duque,
FOTOGRAMAS DE 3 FOTOGRAFÍAS: UNA CANTANTE, UN MÚSICO Y UNA BAILARINA.	Pretende convertir a San Basilio
JACKELINE	En un gran museo vivo en el que
ROSTROS DE 4 MUJERES Y UN FRAME DEL PERFIL DE UNA SELFIE	Propios y extranjeros puedan venir
JACKELINE PLANO AÉREO DE SAN BASILIO	A conocer más de nuestra Historia”

Desde la multimodalidad (Krees y Van Leeuwen, 2001), el modo visual, auditivo y verbal (textual) operan de manera conjunta y posibilitan diversos tipos de relaciones. Podemos aventurar que desde aquel marco de análisis los diferentes modos se complementan y se

anclan mutuamente. La yuxtaposición de rostros, personas, gestos, actos, enunciados orales se mixturán para dar sentido a un mensaje: exponer las figuras del turista y del local palenquero.

Sin embargo, nos adherimos a pensar el turismo como una formación discursiva (Yanoshevsky, 2021). Por ello, un fragmento puede ser indicial de un posicionamiento sobre el que realiza el video, es decir, su punto de vista. De ahí que, de ese fragmento, me enfoco en el juego de los rostros presentados. Se plantea una correlación entre dos tipos de turistas: los propios y los extranjeros. Sabemos además que son turistas por el refuerzo del gesto cliché al final del segmento: la escena de la foto selfie, estereotipo del acto turístico. Estos dos tipos de turistas, curiosamente mujeres, se presentan en un orden que se condice con la expresión “propios y extranjeros”. La primera, por fenotipo estereotipado, activa la idea de la turista nacional y las otras tres de turistas extranjeras.



Lo interesante, retomando la fórmula recordada por Courtine, pareciera que turista (nacional y extranjero) se oponen al palenquero. De nuevo pareciera que el dispositivo político y turístico enseñan algo que excede la típica diferencia entre visitante y local. Se enseña, ya no lo normal o lo anormal, sino sobre el viajero y el exótico, lo moderno y lo pre-moderno, lo urbano y lo rural, lo blanco y lo negro. Quizás también se enseña sobre

las personas museificadas como personajes y las personas viajeras interesadas en aquellos personajes. Las presencias de las fotografías de las personas palenqueras en sus roles (cantante, percusionista y bailarina) contrasta con la de las mujeres turistas. En última instancia la diferencia planteada entre persona y personaje.

La turista blanca citadina que visita al territorio exótico del palenquero negro anclado a un pasado nos habla de aquella oposición entre lo moderno y lo pre-moderno. Pensemos que los enunciados que rodean a San Basilio de Palenque registran una preocupación por salvaguardar un pasado africano, cimarrón, criollo que da cuenta de una parte de “nuestra historia”. La africanización aquí pasa también por el estereotipo del negro africano en situación de pobreza extrema, de precariedad, donde la choza es la vivienda y el poblado es desértico. De nuevo, la diferencia entre persona (ciudadano actual) y personaje (incluido en una historia/narración) se pone de presente. La diferencia entre los rostros en el marco de la museificación señala aquella oposición.



### **Interpelación al espectador y conclusiones**

La percepción africanizante de la comunidad palenquera de San Basilio no es un asunto automático, de fidelidad histórica sin mediatización donde los palenqueros son sujetos pasivos o meros objetos. Al contrario, se ha construido un relato desde diversas instituciones y en el que la propia población opera de forma activa y motivada, especialmente por la revitalización de un pasado épico que genera réditos económicos y orgullo local (Schwegler, 2012; Moñino, 2012; Maglia y Schwegler, 2012)

Evidentemente la política turística gubernamental pretende la museificación de San Basilio y en ese acto el video resulta una herramienta poderosa pues al mismo tiempo incentiva el turismo y justifica aquella política gubernamental. Como estrategia de oferta turística la vida mediática del video (Fernández, 2021) dependerá de las plataformas en las que circule, más allá de su difusión por la televisión local. Facebook y Twitter fueron las principales plataformas de internet para su distribución.



Como espectadores del video, las personas son interpeladas como potenciales turistas. De ahí que los rostros presentados de las turistas en contraste con los palenqueros sea particularmente potente para la distribución de roles. La frontera identitaria entre turista y palenquero ubica al espectador de un lado. De esa manera, además, señala aquella marca limítrofe entre la otredad que representa el palenquero. Así como las rejas en el zoológico humano, la pantalla funciona como límite que opone identidades (cualquiera que sea el dispositivo y la plataforma utilizada). Finalmente el espectador del video, salvo que fuese palenquero, queda por fuera de ser un “personaje” en aquella historia y es interpelado como persona turista, especialmente el “visitante” internacional.

La interpelación al espectador como turista implica no sólo explotar los tópicos nacionales sobre los palenqueros (primer pueblo libre, festival de tambores) sino, además recurrir a los estereotipos visuales de la diáspora africana (vestimenta, kufi). Todo ello en

una operación sintetizada por el formato de video corto de promoción turística que circula en plataformas sociales.

Para señalar la africanización de la cultura visual en la que se apoya el vídeo, ubicamos, en primera medida, que la presencia de los tambores se apoya en el imaginario nacional e internacional donde los “ritmos palenqueros” son una tradición Cimarrona y su cuidado y exhibición hacen parte del rol estatal. En segunda medida resaltamos que el dispositivo político/turístico enseña la frontera identitaria entre el palenquero y el turista. Ese dispositivo no es ajeno al discurso donde el palenque de San Basilio es un “pedazo de África” en América donde “África” activa un conjunto heterogéneo de imágenes que coadyuvan a forjar el imaginario palenquero. En este dispositivo, el turista y el palenquero son las dos caras de la misma moneda y la existencia de uno está condicionado por la existencia del otro.

La memoria visual que interpela el video está asociada a los géneros discursivos en los que se inscribe: el de promoción de políticas públicas y el de oferta turística. Además, aquella memoria se ancla en una cultura visual donde la persona afro resulta un personaje exótico y merecedor de una exhibición particular. Esta memoria y esta cultura se mixturan para repartir los roles del turista y del negro palenquero. Memoria que, activada a través de videos, relatos y políticas públicas, señala la fantasía donde el negro es exotizado y extranjerizado, indomable a la historia nacional criolla, blanca, mestiza. Fantasía que ubica al negro en una historia anterior y en una escala inferior. Que sirve, finalmente, para corroborar una otredad y alinear identidades nacionales turísticas, en definitiva, del ciudadano moderno capaz de apreciar la historia y de viajar por el territorio nacional.

Si bien no exploramos la dimensión argumentativa del discurso turístico del video según los topi (Amossy, 2000) o de recomponer una esquematización compacta de visiones compartidas (Grize, 1990), sí rastreamos huellas, ecos, memorias discursivas que activa el video. La africanización exhibida resulta de la amalgama entre memorias visuales y una cultura visual donde se explotan los estereotipos icónicos del negro africano con ecos coloniales. La choza, la precariedad, lo desértico, el tambor, al ajuar asociado a ese imaginario (gorro kufi) impactan en la forma de ver, en las prácticas del mirar a las personas afro palenqueras. Esta forma de ver además se refuerza en la dupla turista-palenquero cuya existencia parece sostenerse mutuamente, enseñando varios pares: lo moderno y lo pre-moderno, lo ciudadano y lo rural, el turista y el palenquero, el blanco y el negro, la persona y el personaje.

## **Bibliografía**

**Agnew, J.** (2014) *Place and Politics: The Geographical Mediation of State and Society*. London, Routledge.

**Amossy, R. & Herschberg, A.** (2010) *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires, Eudeba.

**Amossy, R.** (2000) *L'argumentation dans le discours*. Malakoff, A. Colin

**Arnoux, E.** (2009) *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Buenos Aires, Santiago Arcos.

**Bajtín, M.** (1982) El problema de los géneros discursivos. En: *Estética de la creación verbal*, México, Siglo Veintiuno, pp 248-293.

**Barthes, R.** (1986) *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces*. Paidós comunicación.

**Courtine, J.** (1981) Quelques problèmes théoriques et méthodologiques en analyse du discours. À propos du discours communiste adressé aux chrétiens. *Langages* 62.

**Courtine, J.** (2013) *Decifrar o corpo. Pensar com Foucault*. Vozes.

**Davoudi, S.** (2018) Imagination and spatial imaginaries: a conceptual framework. *Town Planning Review* 89, 97-107.

**Debarbieux, B.** (2003) *Imaginaire géographique*. Lévy, Jacques & Michel Lussault (éds).

**Didi-Huberman** (2014) *Pueblos expuestos, pueblos figurantes*. Buenos Aires, Manantial.

**Fernández, J.** (2021) *Vidas mediáticas: entre lo masivo y lo individual*. Buenos Aires, La Crujía.

**Ferrari, L.** (2012) San Basilio de Palenque (Colombia): un performance de la libertad. En: G. Maglia y A. Schwegler (2012) *Palenque (Colombia): oralidad, identidad y resistencia*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

**Gravari-Barbas, M. Y Graburn, N.** (2012) *Imaginaires touristiques*. *Tourism Review* 1.

**Grize, J.** (1990) *Logique et langage*. Paris, OPHRYS

**Guilland, M.** (2012) La Colombie, le risque est de vouloir y rester. *Via Tourisme Review*, 1. 10.4000/viatourism.1234.

**Ginzburg, C.** (1986). *Mitos, emblemas, indicios*. Gedisa.

**Jaworski, A.** Et **Pritchard A.** (éds). (2005) *Discourse, Communication, And Tourism*. Clevedon, Channel View Publications.

**Krees, G. Y van Leeuwen, T.** (2001) *Multimodal discourse. The modes and media of Contemporary communication*. Londres, Arnold.

**Maglia, G. Y Schwegler, A.** (2012) Palenque (Colombia): Nuevo debate para viejas historias. En: G. Maglia y A. Schwegler (2012) *Palenque (Colombia): oralidad, identidad y resistencia*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

**Moñino, Y.** (2012) Pasado, presente y futuro de la lengua de Palenque. En: G. Maglia y A. Schwegler (2012) *Palenque (Colombia): oralidad, identidad y resistencia*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

**Nora, P.** (1989) Between memory and history: lieux de mémoire. *Representations* 26: 7-24. Special issue, Memory and Counter-Memory.

**Thurlow, C. & Jaworski, A.** (2011) Tourism discourse: Languages and banal gglobalizatio. *Applied Linguistics Review* 2, 285-312.

**Olave, G.** (2022) *El discurso de las Farc-EP: identidad guerrillera y lucha armada en Colombia*. Bucaramanga, Universidad Industrial de Santander.

**Schwegler, A.** (2012) Sobre el origen africano de la lengua criolla de Palenque (Colombia). En: G. Maglia y A. Schwegler (2012) *Palenque (Colombia): oralidad, identidad y resistencia*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

**Wilson, A.** (2021) *Marchandisation sans frontières : la construction discursive d'espaces touristiques transnationaux en France*. *Argumentation et analyse du discours*, 27.

**Wunenburger, J.** (2020) *L'imaginaire*. Lyon, Université Jean-Moulin.

**Yanoshevsky, G.** (2021) Introduction : les discours du tourisme, un objet privilégié pour l'analyse du discours. *Argumentation et analyse du discours*, 27.