



LOS AÑOS VIEJOS

X. Andrade | María Belén Calvache | Liset Coba | Martha Flores | Ángel Emilio Hidalgo | Carlos Tutivén Román | María Pía Vera
Fotografía: Álvaro Ávila Simpson | François Laso | Florencia Luna | Jorge Vinuesa G.

PACO MONCAYO GALLEGOS
Alcalde Metropolitano de Quito

CARLOS PALLARES SEVILLA
Director Ejecutivo del Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural de Quito

FONSAL, 2007

Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural de Quito
Venezuela 914 y Chile / Telfs.: (593-2) 2584 961 / 2584 962

LOS AÑOS VIEJOS

Autores

X. Andrade, María Belén Calvache, Liset Coba, Martha Flores,
Ángel Emilio Hidalgo, Carlos Tutivén Román, María Pía Vera

Fotografía

Álvaro Ávila Simpson, François Laso, Florencia Luna, Jorge
Vinueza G.

Coordinación Editorial

Alfonso Ortiz Crespo

Editora

María Pía Vera

Diseño y diagramación: TRAMA

Dirección de Arte:

Rómulo Moya Peralta, Arq. / TRAMA

Arte:

Verónica Maldonado Dávila / TRAMA

Gerente de Producción:

Ing. Juan C. Moya Peralta / TRAMA

Preprensa: TRAMA

Impresión: Imprenta Mariscal

ISBN: 978-9978-92-523-2

Hecho en Ecuador, Octubre 2007

© TRAMA

Juan de Dios Martínez
N34-367 y Portugal
Quito - Ecuador
Telf.: (593 2) 2246315
Fax: (593 2) 2246317

www.libroecuador.com
www.trama.ec
editor@trama.ec
info@trama.ec

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido de este libro sin la expresa aprobación de los autores.

LOS AÑOS VIEJOS

X. Andrade | María Belén Calvache | Liset Coba | Martha Flores | Ángel Emilio Hidalgo | Carlos Tutivén Román | María Pía Vera
Fotografía: Álvaro Ávila Simpson | François Laso | Florencia Luna | Jorge Vinueza G.

Contenido ■

Primera parte

Repensar el orden del mundo. Estudio introductorio María Pía Vera	7
Años viejos. Origen, transición y permanencia de una fiesta popular ecuatoriana Ángel Emilio Hidalgo	31
La fiesta de Inocentes y Año Viejo. Una síntesis de costumbres desvanecidas Martha Flores	51
Inocentadas, diablos, monigotes... Momentos de una transición María Belén Calvache	77
Política y vandalismo institucionalizado en la práctica de los años viejos X. Andrade	97
Fin de Año: noche de viudas alegres Liset Coba	117
Visualidad, estética y poder en los años viejos contemporáneos de Quito y Guayaquil Carlos Tutivén Román	143

Segunda Parte

El fuego de antes y el de hoy: Teniente Telmo Méndez – Guápulo Florencia Luna	178
Quemando el tiempo – Sur Álvaro Ávila Simpson	216
La Junín, calle de pulso lento – Centro Jorge Vinueza G.	256
Creando el último día del año – Norte François Laso	306
Viudas y viejos Jorge Vinueza G.	342

1: Cobertizo iluminado, forrado con ramas de eucalipto y encendido por la música de un D.J.; allí reposan en espera de su inmolación varios años viejos. Quito, 2006. Foto: Florencia Luna.

Visualidad, estética y poder en los años viejos contemporáneos de Quito y Guayaquil

Carlos Tutivén Román*

Antecedentes¹

Todo empezó en el año 2003, cuando un equipo de investigadores vinculados al Museo Antropológico y Arte Contemporáneo de Guayaquil, interesados por la cultura urbana, nos preguntábamos por algunas prácticas culturales de y en la ciudad que se hayan mantenido en el imaginario colectivo con vitalidad renovada durante décadas, que a pesar de esa continuidad, existiera innovación continua y, que por lo demás, hayan atravesado las fronteras sociales e ideológicas de las diversas colectividades y zonas urbanas de Guayaquil. De haber alguna o muchas, nos preguntábamos si también, podían ser consideradas como prácticas patrimoniales, no en el sentido cosificado del término, sino por el contrario, en el sentido de ser prácticas incorporadas a la cotidianidad del cuerpo social, ya sea por apropiación simbólica, usos o ritualidad. Al poco tiempo de exploración de campo coincidimos en reconocer en los años viejos la práctica social y cultural que respondía afirmativamente a nuestras preguntas, convirtiéndose para nosotros en una especie de prisma antropológico desde el cual podíamos comprender algunos aspectos de la historia de la ciudad, los cambios urbanísticos y sociológicos que la regeneración urbana estaba produciendo en Guayaquil, así como las mutaciones en la esfera pública y en las mentalidades de las distintas generaciones que han elaborado, comprado y consumido años viejos.



2

1: Taller artesanal; elaboración de un año viejo basado en el protagonista de la película animada de Pixar "Shrek". Guayaquil, 2005. Foto: Carlos Tutivén.

2: Taller de años viejos: juguetes, fotos e ilustraciones que sirven de temas para la construcción de monigotes. Guayaquil, 2005. Foto: Carlos Tutivén.

* Sociólogo, profesor e investigador del Departamento de Investigación en Comunicación y Cultura, DICYC de la Universidad Casa Grande de Guayaquil.

Nos referiremos con la expresión años viejos, no sólo al monigote como tal, sino también al conjunto de prácticas sociales, culturales y artesanales que se sostienen y complejizan a partir de un campo de poderes articulados por redes sociales y comunicativas de orden local y transnacional. Estas prácticas, a su vez conllevan expresividades y visualidades determinadas por procesos históricos, económicos y políticos.

Para empezar a delinear un campo de estudio más fructífero que gire en torno a los años viejos he escogido para los casos de Quito y Guayaquil, unos escenarios de significación densa y abigarrada. Tales escenarios, si bien no agotan el fenómeno en su extensión y complejidad, nos aportan una serie de elementos relevantes para el análisis, no sólo de la fiesta en su conjunto, sino de los monigotes y lo que representan sociológica y antropológicamente en el contexto de las transformaciones urbanas, así como sus políticas culturales y sociales concomitantes. Estos escenarios urbanos, en el caso de Guayaquil, son: la calle 6 de Marzo y la zona del suburbio oeste de la ciudad. La primera está localizada en el centro sur de la urbe. Es el lugar de expendio masivo de los monigotes comerciales, producidos a escala pequeña y mediana. En la práctica, esta calle se ha convertido en la heredera pública del concurso de años viejos del diario El Universo (1962–1993), no por que goce de una organización tipo concurso, sino por la espontánea y, otra veces, la planificada concurrencia de miles de visitantes que van a ver y a comprar monigotes exhibidos a los largo de unas ocho cuadras. Este kilómetro y medio se convierte desde los primeros días de diciembre en un verdadero lugar antropológico e histórico, lleno de la vida y el frenesí de una feria popular. Es una de las pocas calles que quedan en la ciudad para experimentar las intensidades afectivas de un ritual urbano y masivo como los de años ya pasados, en tiempos de regeneración urbana presente. El segundo escenario elegido es la zona del suburbio oeste de Guayaquil, que desde el año 2000, viene sorprendiendo a la ciudadanía y a los medios de comunicación, y a su vez, preocupando a las autoridades municipales y especialmente a los Bomberos, por la instalación de monigotes de hasta 12 metros de alto. Años viejos gigantes que son producto de la asociación juvenil y barrial, en una zona urbanizada casi en su totalidad y habitada por sectores populares a partir de las invasiones de los años cincuenta.

En Quito, hemos elegido el concurso de años viejos de Metrohoy, que desde el 2002 viene organizándolo por acuerdo y encargo del diario Hoy. Éste, a su vez, lo venía organizando desde su misma fundación en el año 1982. El concurso ha ido creciendo con el tiempo a tal punto que es reconocido como una fiesta propia del Quito moderno². Las particularidades de este concurso, los tipos de participantes, las técnicas artesanales y semi industriales practicadas, las temáticas presentadas por las instituciones, empresas privadas y particulares, como el impacto que va obteniendo en el resto de la ciudad y en los artesanos espontáneos de años viejos, lo convierten en un escenario relevante y significativo para lograr algunas comprensiones sobre el fenómeno en ese contexto ciudadano.

Enfoque y metodología

En el contexto de este trabajo vamos a describir, analizar y reflexionar sobre los años viejos “modernos” desde la experiencia de campo y la etnografía visual³, como desde algunas perspectivas teóricas desarrolladas por los estudios de comunicación, el trabajo documental y algunas lecturas comprensivas de las ciencias sociales que hemos realizado para acercarnos al fenómeno y sus diversas dimensiones sociológicas y antropológicas.

gicas. Nos interesa también explorar las dimensiones políticas y estéticas que atraviesan todo el ritual social identificado colectivamente como las fiestas de Fin de Año, donde los monigotes adquieren una centralidad de máxima relevancia⁴.

Pensamos que los años viejos condensan, como la metáfora lingüística, un anudamiento de fuerzas sociales que atraviesan este “ritual de paso societal” que es el Fin de Año. Anudamiento que jalona, tensa y afloja poderes, discursos y narrativas en lógicas que van de la contradicción a las paradojas, de la complicidad con los poderes dominantes y hegemónicos a la resistencia; de la política instituida a la politicidad instituyente.

Introducción: crónicas para la imaginación urbana

En Guayaquil los años viejos se modernizan a partir del concurso del diario El Universo en el año de 1962. Los señores Raúl Cruz y José Cruz ganaron el concurso con un monigote del presidente José María Velasco Ibarra, construido a partir de una estructura de madera cubierta con papel engomado, pintado en esmalte e incorporando un mecanismo adaptado de las marionetas de cartón que elaboraba José Cruz desde joven –distinto por tanto a la confección marcada por la tradición. Dicho mecanismo consistía en una especie de bisagra que articulaba las mandíbulas del monigote permitiéndole mover los labios inferiores con unas cuerdas. Esta innovación técnica, más la forma de producirlos en un taller ad hoc para ser mostrados en un escenario público⁵, con una temática netamente política, hacen de este suceso un hito de ruptura y continuidad en la casi centenaria tradición de los años viejos en la ciudad.

A partir de entonces, en Guayaquil, a los años viejos se los empieza a reconocer como unos monigotes contruidos en papel, madera y/o cartón, que adoptan formas y figuras alusivas a personajes públicos, reales o de ficción, ligados a sucesos noticiosos de la sociedad de masas, que sobresalieron en el imaginario popular durante el año que termina. Con esto se da comienzo a una especie de esfera pública alternativa al mismo tiempo que a un mercado artesanal en crecimiento⁶.

En términos generales, los llamados años viejos, encarnan una práctica social y cultural en las ciudades de Guayaquil y Quito, que está vivamente presente en el imaginario colectivo de Fin de Año. Parafraseando a Michael de Certeau (1999), los años viejos son una especie de “saber practicado” que ha ido evolucionando a través de la incorporación progresiva de nuevas técnicas de construcción, nuevos materiales, nuevas técnicas de pintura, y nuevos aditivos tecnológicos, que dan como resultados verdaderas obras artesanales, de corte moderno, con un valor patrimonial estimable.

A partir de los años noventa, sobre todo en Guayaquil, los años viejos empiezan a estetizarse y a involucrarse más con los *imagos*⁷ de las industrias culturales que con los temas de la política pública o las problemáticas sociales. En Quito, en cambio, el concurso de la calle Amazonas comienza modernizado y estilizado desde sus orígenes, pero teniendo como centro todavía a personajes y temáticas públicos. La influencia de las industrias culturales está presente sobre todo en las formalidades estéticas y caricaturescas que adoptan los monigotes más que en los contenidos o la identidad de los mismos. En ambas ciudades los regímenes de producción y consumo también se transforman, inaugurando un nuevo tiempo signado por la com-

binación de una mercantilización extrema del monigote (Guayaquil) o de su escenificación pública empresarial (Quito). Con nuevos usos y resignificaciones de esos mismos *imagos* industrializados en una insospechada valoración política por parte de algunos sujetos sociales.

Desde un punto de vista sociológico ésta práctica se va constituyendo a partir de redes sociales que involucra a familias enteras, amigos de barrios, artesanos, incluso a microempresarios populares, como un modo de generar ingresos en las precarias economías domésticas. Por otro lado, para los consumidores, los monigotes son objeto de un “culto” muy particular: ellos son paseados en automóviles por la ciudad, exhibidos en ventanas, veredas y esquinas de barrio, son puestos como símbolos en restaurantes, jardines de infante, talleres mecánicos, para el disfrute de automovilistas y transeúntes urbanos. En casos especiales, los mejores monigotes son perennizados untándoles un barniz sellador que los protege de la intemperie, se los guarda, se los colecciona, se los exhibe fuera de temporada, lo que implica, por razones que debemos explorar, un paréntesis, un quiebre en la temporalidad cíclica que desde siempre los ha condenado al fuego purificador. Por otro lado, en Quito, la ciudadanía junto con las instituciones públicas y privadas, las empresas y los gremios, participan de un nuevo ritual urbano enfocado en el Concurso del Metrohoy, en una síntesis que amalgama lo popular con lo empresarial, dándose un nuevo giro al sentido histórico del fin de un ciclo productivo y vital.

Los simbolismos que manifiestan estos muñecos, como las prácticas socioculturales que se generan alrededor de la construcción y consumo de los mismos, traduce significados y valoraciones que permiten leer la mentalidad de una época, de un tiempo y un espacio social. Tensionados estos por ideologías hegemónicas y por actitudes que revelan complicidades y resistencias políticas imbricadas en un lenguaje estético. Lo que muestra la complejidad envuelta en una fiesta que divierte, a la vez que señala los malestares de la urbe, de lo nacional, e incluso de lo global.

Los que llamaremos años viejos posmodernos, es decir, los situados a partir de finales de los años noventa hasta hoy, son una especie de “artesanías-mercancías” de consumo y uso efímero, configuradas y producidas simultáneamente desde y para la sociedad del espectáculo actual⁸. En el fondo se mantiene la tradición ritual que se va transfigurando cada año, lo que permite una especie de continuidad en la ruptura de las formas y los gustos de imagineros y consumidores.

Por último, desde el año 2000 han surgido en la ciudad de Guayaquil unos años viejos gigantes. Construcciones monumentales de hasta 12 metros de altura. No se venden y son producto de la cooperación barrial. En tanto símbolos gregarios, estos gigantes son expresión de una nueva sensibilidad urbana, y de un nuevo uso social del monigote. Revelan otra época, un nuevo sentido de barrio que emerge en tiempos de regeneraciones urbanas y cambios políticos.

De la esfera pública al mercado posmoderno

Llama la atención cómo desde los años noventa del siglo pasado han proliferado en el mercado mundial y particularmente en el mercado de los años viejos –por inferencia en el repertorio de los imagineros populares–, los personajes de las industrias culturales como son los dibujos animados, los héroes y antihéroes del

manga japonés, las estrellas de las telenovelas o del deporte mundial. Esta sobreabundancia de personajes mediáticos está a tono con las hegemonías visuales del mundo global, que han venido desplazando, en veinte años, intensiva y progresivamente, a otras figuras más tradicionales como fueron Juan Pueblo⁹ y Condorito, para Guayaquil, Evaristo en Quito, el diablo o figuras de políticos populares o incluso simplemente de “viejos” en todo el Ecuador. Esta nueva visibilidad ha implicando, no sólo el desplazamiento de esos personajes tradicionales del mercado y del escenario público, sino que además, representa una mutación del sentido mismo de lo público.

En otras palabras, lo que ha venido gestándose en los últimos veinte años es una metamorfosis de lo público, entendido clásicamente como el espacio de producción y reproducción del sentido de lo común, del nosotros, de lo popular o de lo público imaginado como lo publicitado, es decir, lo reconocido como familiar por visto y consumido mediáticamente. Ya no lo público que nos atañe por tener una vida compartida, socializada, entramada, interesada desde las posiciones que adoptamos en la sociedad civil, sino lo público ubicado por lo que se muestra, se enseña e identifica en la pantalla, en la prensa, como figura pública, porque sale publicitada en la TV o en el cine, las revistas del corazón o de la farándula. Lo público afamado, un semblante sin contenido.

Este hecho evidencia un fenómeno muy complejo e importante para ser analizado y comprendido, que no se agota interpretándolo de un modo apocalíptico, como lo hacían los críticos de la *pop culture* de los años setentas o satanizando la cultura de masas o la popular bajo los imperativos e ideales críticos de la ilustración. Se requiere más bien de un abordaje comunicacional y antropológico que logre atender las variaciones groseras y sutiles del sentido social de las prácticas culturales. Sentidos que vienen permeándose de los *imágenes* de la globalización y que van generando nuevas narrativas visuales que se consolidan en verdaderos regímenes materiales para la producción y reproducción de las tradiciones urbano populares. Pues, lo que llamamos popularmente años viejos, evidencian, el pasar de los cambios, las transformaciones del sentido urbano de lo cultural y de lo social político en el imaginario, donde también se van articulando afectos, pasiones, sensibilidades y valoraciones obtenidas y asimiladas en el año que termina.

Por ello es de cabal importancia resaltar cómo desde mediados de los años noventa viene observándose en la elaboración de los monigotes, en su valoración y aprecio por consumidores y comentaristas espontáneos de la urbe, una tendencia preciosista o detallista, tanto en el uso de nuevos materiales, como en el acabado formal de los monigotes. Esta tendencia se encarna con más fuerza a partir del año 2000 con la incorporación a este mercado de producción popular, de jóvenes grafiteros, egresados de bellas artes, hijos de artesanos tradicionales consumidores de cómics y video juegos. Además de la incorporación de niños y jóvenes de barrios populares que construyen años viejos gigantes sin fines de lucro. Esta nueva fuerza laboral sabe pintar con estencil y aerógrafos los detalles estéticos más precisos y preciosos de sus personajes y héroes, colocan sombras que dan profundidad a los rostros de sus cabezas y los diseñan y construyen con materiales de una consistencia admirable. Este afán por el acabado final preciosista, la adopción irrestricta de temáticas y figuras vinculadas al cine de acción juvenil, es lo que nos lleva a enfocar el tema desde una perspectiva de análisis cultural centrado en la expresividad estética.

La dimensión estética es crucial a la hora de analizar los años viejos como bienes culturales en tiempos globalizados. La mirada estética nos plantea la relación, siempre problemática, entre formas, sensibilidad

social y recepción. Será en la recepción y los usos donde las formas y las sensibilidades se juegan la posible resignificación de los mensajes y los textos, por medio de una subjetividad que construye una lectura cultural y un tiempo propios. Será esa lectura estética pero resignificada la que se devuelva en los años viejos posmodernizados. Esta perspectiva se justifica también por el tipo de demanda espectacularizada que se hace de los monigotes comerciales en Guayaquil y también en los que se muestran y concursan en la avenida Amazonas de Quito. La dimensión estética, por lo tanto, nos invita a reflexionar sobre el sentido transfigurado de lo cultural-ritual, tomando en cuenta los lenguajes expresivos, sus artilugios y puestas en escena, donde el color y la forma se combinan con sentires y opiniones, malestares y humores de la vida urbana contemporánea.

De lo público a los públicos

Poco sobrevive del antiguo ritual que dictaba hacer un muñeco con ropas viejas rellenas de aserrín, papel o viruta, coronadas con una careta de viejo, con pelo y barba canosa. Aquel muñeco cosido entre los niños, los jóvenes y la abuela o la madre de familia generalmente, simbolizaba al año que terminaba. La vejez de su rostro representaba el agotamiento del calendario, no había más vueltas que darle. Sin embargo, desde que los monigotes se empezaron a hacer con cartón y madera, su identidad mutó de significado. Las caretas crecieron a cabezales tridimensionales o mascarones y los temas e identidades se multiplicaron, especialmente hacia personajes políticos. En conjunto, empezaron a representar, no tanto el año genérico, como a personajes que se destacaron por buenas o malas razones en el año que moría.

Los años sesenta vieron nacer un tipo de años viejos que se mostraba en tarimas altas, fabricadas para lograr un efecto de escenario, de pulpito o de balcón, logrando una visibilidad concentrada y atenta, ocupando un lugar de importancia en las esquinas de los barrios populares de Guayaquil y Quito. La “galladas” (Guayaquil) y las “jorgas” (Quito) organizaban fiestas con ánimo competitivo, lo que incidió tanto en la calidad de la manufactura de los monigotes, como en el ingenio de las escenas o *sketch* representados en esas tarimas. Mientras más punzante se mostraba la escena representada con muñecos dialogando, con frases y leyendas alusivas a una temática general, más espectáculo ofrecía a los curiosos y visitantes de otras zonas urbanas. Si el tema era político, más divertía. Esta práctica se empezó a observar no sólo en los barrios sino también en las instituciones civiles de la sociedad como los clubes sociales, deportivos y universidades. Y en las públicas como los bomberos, los marinos, el ejército y la policía. En estas últimas, fueron siempre los “subalternos” quienes llevaban adelante la elaboración de los monigotes con creatividad y humor y fueron ellos los que forjaron la tradición institucional hasta los años ochenta. Sin embargo esta práctica dejó de efectuarse por mandatos jerárquicos al interior de esas instituciones, hasta llegar, como en el caso de los bomberos, a ser tajantemente prohibidos por ser considerados una potencial amenaza a la “seguridad” de la ciudad.

Los años viejos puestos en escena pública en los barrios y en las instituciones entre los años sesenta y setenta comenzaron a crear y a evidenciar simbólicamente un espacio para la representación social¹⁰ de lo pensado e imaginado¹¹ por el pueblo¹². Escenario donde la catarsis colectiva encontró un fuelle para expresarse a través de formas simbólicas cargadas de ironía, parodia y sátira caricaturesca. Comenzó a configu-

rarse una esfera pública alternativa, festiva pero cargada de simbolismos críticos a la usanza popular. El concurso del diario El Universo en Guayaquil así como el de ILEPSA o el de diario Hoy confirmaron esta tendencia, consolidando este nuevo espacio social donde el monigote del Año Viejo es el protagonista principal.

En el caso de Guayaquil, el concurso auspiciado por El Universo empezó en el año 1962 y terminó en 1993. Con el tiempo, el concurso fue consagrando a las calles del Malecón Simón Bolívar, el Boulevard 9 de Octubre y Lorenzo de Garaycoa, como los escenarios más significativos de esta fiesta-concurso. Los gremios, asociaciones, barriadas, instituciones y artesanos fueron los actores de esta nueva agenda pública que simbolizaban los años viejos. El concurso organizado por el diario fue un verdadero catalizador de la expresión popular, un amplificador de su impacto en el imaginario colectivo, a tal punto, que las sensibilidades conservadoras y los poderes políticos de turno empezaban a resentirse, a cuidarse, a estar en guardia y a la defensiva. Los públicos masivos acudían a tropel, en verdaderas marejadas humanas, a verlos, comentarlos, gozarlos y criticarlos.

Con estas mismas características sociológicas se realizaron en Quito a partir de 1963 concursos de años viejos, el primero organizado por el Consejo Municipal en 1963. En 1964 el concurso es organizado por ILEPSA hasta 1968 y más tarde en 1974 por el Canal 8 y Últimas Noticias¹³. En estos concursos a excepción del último no definían un espacio de concentración urbana y lo que se daba era una especie de esfera pública difusa y esparcida vinculada a las dinámicas barriales. Estos primeros concursos dan la pauta en Quito para ubicar una intensificación en la formación de esfera pública popular. En estos concursos al igual que sucedía con el auspiciado por El Universo en Guayaquil, las marcas de algunos productos de consumo popular no perdieron la oportunidad de acompañar esta verdadera feria del humor satírico y, de este modo, empezar a pautar y a premiar a los ganadores. Su presencia estaba, sin embargo, perfectamente mimetizada con el entorno, acompañando a los monigotes y a los concursantes sin imponerse a la fiesta, ni ser el centro de la atención, como sí es ahora uno de los objetivos en el concurso de Metrohoy en la capital.

En los años sesenta los sectores populares urbanos no podían acceder a los espacios donde se generaban las “opiniones publicadas”, pero sí podían acceder a las primeras planas de los diarios gracias a los años viejos. Era un privilegio estar presentes en la fiesta de Fin de Año del barrio con un muñeco alusivo, lo mismo pasaba en los bajos de las veredas de las instituciones donde se trabajaba, y mejor aún presentes en las calles de los concursos por su escenificación pública. Por entrevistas realizadas a los protagonistas de aquella época que aún viven, la motivación para concursar se nutría de una especie de doble estímulo, el económico –que venía acompañado de otros premios como latas de conservas, champaña comercial, y otros productos domésticos–, y el simbólico, que se podía observar en el estatus que lograban los vencedores en sus barrios y comunidades. Estos concursos permitían acceder a una fama muy especial, ya que la competencia exigía demostrar entre ellos quién tenía la mejor técnica e innovación, la temática más original, la más lúdica, la mejor armada, la más directa y cómica a la vez.

La puesta en escena de los monigotes de los concursos y los barrios implicaba una serie de elementos y condiciones que ahora se han perdido. Los monigotes no estaban aislados, se los mostraba en relación a otros monigotes, dialogando, exhortando, anunciando o denunciando temáticas de corte político, social y

cultural. Los muñecos no se exhibían individualmente sino en un contexto dramático, casi teatral y paródico, donde existían personajes principales y secundarios, diálogos escritos en cartulinas a semejanza de las burbujas de las tiras cómicas o de una caricatura política, e interactuaban sugiriendo movimientos dinámicos, con efectos especiales rústicos, pero efectivos. Al fondo de la tarima una pared de corte escenográfico contextualizaba el decorado con grafismos y luces, dando al ambiente un tono espectacular en el que flotaban unos mensajes de interés público para el gozo de los espectadores. Se podían observar los viajes espaciales de los Apolos XI y XII, un episodio de la Guerra Fría, un “negociado” entre funcionarios, un escándalo mediático o los resultados del campeonato nacional de fútbol. Pero los temas que sin discusión se llevaban los mejores aplausos y generaban las más intensas expectativas eran los políticos. Los presidentes y los alcaldes, Velasco Ibarra y Don Assad Bucaram o Gustavo Herdoiza “El maestro Juanito”; los candidatos de alguna reñida elección, los prefectos y diputados.

La asistencia a estas “instalaciones populares” era masiva y su cobertura mediática, especialmente para los concursos, exuberante, con titulares de media página a página completa. Los habitantes de estas ciudades recorrían una a una estas tarimas, viendo todo un abanico de temas y tópicos relacionados con la vida del año que fenecía. Se podía sentir como las calles se convertían en verdaderas tribunas populares donde las masas podían regodearse de sus líderes políticos o de sus coetáneos. La fiesta del Año Viejo en su conjunto ofrecía a los más reflexivos una oportunidad para socializar, recordar, brindar, hacer balances del año, compensar afectos y sacar conclusiones. No por casualidad algunos políticos de la época tenían ser retratados por los artesanos o ridiculizados por los grupos barriales que esperaban el concurso para expresarse. No faltaron en nuestras entrevistas algunas declaraciones donde se nos contaba: “ [...] en algunas noches los guardaespaldas de ciertos políticos pasaban por los talleres amenazándonos, o simplemente los ‘roba burros’ entraban a nuestros patios y bodegas y violentamente sacaban nuestros monigotes y los destruían, o se los llevaban en camionetas”¹⁴.

Es de destacar que, si bien había un claro dominio de los temas políticos y sociales en los concursos, ya en el temprano año de 1964 irrumpe en el concurso de El Universo una temática que a la postre dominará hasta el hartazgo la imaginería popular de los artesanos y consumidores de los “viejos”: los personajes de las industrias culturales del entretenimiento.

En 1964, a pesar del predominio de los “sketches” políticos, se produce un interesante acercamiento a ciertos temas que no habían sido tratados hasta ese momento: el mundo de la farándula aparece en escena con una representación de Los Beatles en plena “tocada”; y el primer “monstruo” del aún no tan influyente poder mediático: un cíclope con los brazos alzados, elevando la esfera terraquea, en actitud feroz¹⁵.

Según se lee en el artículo de Ángel Emilio Hidalgo publicado en este mismo libro, el público admiró asombrado estas estampas que fueron el deleite de niños y niñas especialmente. Es importante tomar nota de este acontecimiento puntual, porque esta demanda infantil va a detonar, unos años más tarde, en una especie de norma obligada para la oferta de monigotes y caretas. Podemos ver que los niños se van convirtiendo en el actor más influyente para la compra de años viejos. Esto generó otro escenario menos politizado y

más comercial, más de cultura de masas que de cultura popular¹⁶, menos ciudadano y más aparentemente banal. Para que este desplazamiento se produzca fue necesario un giro paulatino de la significación de los años viejos en el imaginario colectivo. Este giro comenzó en Guayaquil por varias razones. En primer lugar, la terminación –por motivos no muy claros¹⁷– del concurso del diario El Universo en el año 1993. Lo que agotó, en segundo lugar, territorial y simbólicamente este espacio o esfera alternativa de opinión popular. En tercer lugar, desde 1992 la ciudad viene protagonizando, de modo irreversible, un proceso de modernización urbana que conlleva hasta la fecha, una serie de reformas en las normativas y ordenanzas municipales que facilitaron a los gestores de este proyecto, llamado de regeneración urbana, una serie de cambios físicos, arquitectónicos, funcionales y de control social en la ciudad. Una nueva política urbana se impuso en el espacio y en el imaginario. La racionalización del territorio y las prácticas ciudadinas, el orden, la eficacia, la escenografía ornamental, entre otros, fueron y son algunos de los valores de esta política administrativa y cultural. Todo lo que pueda salirse del control y del orden planificado es y debe ser evitado.

Si bien el concurso de El Universo estaba planificado, no tenía, ni le interesaba, por razones ideológicas o por simple inadvertencia, un control excesivo sobre las prácticas espontáneas de la festividad. El discurso del orden y la seguridad aún no existían –como sí se hará presente en el concurso actualmente organizado en Quito. No había tampoco una preocupación sobre el cuidado del inmobiliario urbano, que dicho sea de paso, empezaba, con el tiempo y por descuido de las administraciones municipales, a desgastarse y arruinarse. En cuarto lugar, las condiciones de la economía y la geopolítica estaban cambiando a las ciudades. De la Guerra Fría al muro de Berlín; de la crisis de los estados nacionales a las sociedades civiles mercantilizadas, de la producción endógena a la inversión extranjera; del “nuevo hombre” que animaba las retóricas de los discursos revolucionarios al hombre unidimensional que predijera Marcuse; de la ciudad subdesarrollada y dependiente a la ciudad informacional y turística.

Estas nuevas condiciones terminaron de minar o socavar el concurso y su ritualidad de fiesta popular, así como las motivaciones y los entusiasmos relacionados. Sin embargo, lo más importante que trajo aparejado estas nuevas condiciones sociológicas fue el cambio en las percepciones o representaciones sociales del simbolismo mismo del monigote. Se fue transformando, en veinte años, de un monigote politizado, dialogante, ingenioso, satírico, irreverente, en un monigote aislado e individualista, sin contexto ni problemática, sin diálogo e interacción y con un humor infantilizado. En definitiva, sin un protagonismo que no sea el que se logra de la copia o mimesis del espectáculo industrial mediatizado. Las estrellas de la farándula global, los cómics, las estrellas del cine, la televisión y el deporte, los dibujos animados, entre otros, serán los nuevos invitados al festín de Fin de Año.

De este modo es importante señalar cómo se fue imponiendo una motivación comercial en los actuales “artesanos del papel”, que ha desplazado o minimizado –sobre el fondo de la tradición misma– los intereses populares y públicos de una ciudadanía subalterna que se expuso a mediados del siglo XX en el famoso concurso del diario El Universo y en los concursos de Quito. Estos intereses fueron caracterizados y expresados en términos de crítica social, política económica y expuesta en un estilo paródico y satírico. Los de hoy parecen ser los intereses de una ciudadanía constituida exclusivamente desde estimulaciones netamente económicas, recreada en los consumos culturales de la industria masiva del entretenimiento, que supondrían, a la vez, afectos, actitudes y despolitizaciones correspondientes a estos procesos.



3



4



5

Las preguntas que nos hacemos a partir de aquí son: ¿Hay alguna clase inédita de “politicidad” expresada en estos posmodernizados años viejos de fines de siglo y comienzo del XXI? ¿Ha desaparecido esa esfera pública popular generada desde la visibilidad de los años viejos de antaño? ¿Hay una nueva esfera pública? ¿Cuál sería su particularidad significativa?

La estetización de lo político en la mercantilización de las formas y los gustos

Según Jesús Martín-Barbero (1982), las masas urbanas latinoamericanas entran a la modernidad, no desde la cultura letrada, sino de la mano de la cultura audiovisual. Las mayorías se apropian de la modernidad sin dejar su cultura oral y tradicional, transformándola en una oralidad secundaria, esto es, gramaticalizada por los dispositivos y la sintaxis de la radio, el cine y la televisión. Desde este enfoque, la textualidad de los años viejos se puede leer como una síntesis entre las tradiciones que corren de fondo, pero gramaticalizadas o articuladas con los dispositivos y las sensibilidades del audio visual y el multimedia, donde la ciudad es el escenario mediador de su circulación, comunicación, consumo.

Desde una perspectiva histórica plana, es decir, lineal, se puede pensar que se ha venido dando una despolitización progresiva del discurso social como de las puestas en escenas de los años viejos, claramente desde el período que va de 1990 al 2007. El monigote que empieza a aparecer a comienzos de los noventa es diferente al “clásico” monigote de la “era pública”. El “nuevo” monigote emerge bajo el cruce de varios condicionantes sociológicos que dan como resultado otra configuración del sentido antropológico de la práctica social y ritual, como de las tecnologías de la producción artesanal y de los significados del consumo adheridos a él. Para ir reconstruyendo esta mutación cualitativa en los significados adscritos al monigote, al consumo, y a su puesta en escena contemporánea en Guayaquil, primero debemos describir brevemente el cambio ambiental que sufren todas estas variables luego de 1993.

Transformaciones de la visibilidad: La calle 6 de Marzo

Cuando deja de reproducirse el concurso anual del diario El Universo, se extinguen también el espacio de visibilidad popular que había generado. Pasa a posicionarse, de a poco, la calle 6 de Marzo, localizada en los perímetros del centro sur de la ciudad, como el nuevo espacio de visibilidad. Desde los años setenta, esta calle es el lugar donde muchas familias trabajan en la producción de caretas y monigotes ya sea en talleres artesanales, talleres mecánicos, patios interiores o sus propios hogares. La categoría “unidad doméstica de producción” puede aplicarse a estos espacios y lugares donde se fabrican, elaboran y manufacturan los años viejos.

Los talleres de la calle 6 de Marzo secaban sus muñecos al sol en las veredas. Al estar a la intemperie estos trabajos, las veredas y posteriormente toda la calle se convirtieron en una vitrina tácita para los cientos y luego miles de monigotes hechos con diversas facturas y acabados, tamaños y precios. De a poco, el consumidor de años viejos fue descubriendo la calle, visitándola cada 30 o 31 de diciembre. Las familias iban a pie o en auto a ver la oferta y las novedades. En pocos años esta calle dejó de ser una especie de trastien-

3: Calle 6 de Marzo, lugar donde se concentra la comercialización de años viejos. Guayaquil, 2005. Foto: Xávier Blum.

4: Kiss, bada norteamericana de heavy metal. Guayaquil, 2004. Foto: Carlos Tutivén.

5: Demonio de Tasmania, personaje de caricaturas de la Warner Brothers, trabajado por Cristian Pazmiño un artesano del papel. Guayaquil, 2004. Foto: Carlos Tutivén.

da de los años viejos públicos y pasó a ser la principal arteria urbana para la visibilidad, comercialización y producción del monigote; a tal punto que, cada año, los distintos medios de comunicación visual y escritos la visitan, ya sea para denunciar rutinariamente el alza anual de los precios, como para incursionar levemente en las vidas de sus actores, aquellos que están detrás de las tramoyas del nuevo espectáculo: los artesanos.

Este carácter fuertemente comercial que adoptó la calle, cincelará una impronta indeleble en la imaginaria y las motivaciones de los artesanos de casi toda la ciudad. Desde mediados de diciembre, la mayoría de fabricantes buscan alquilar u ocupar un lugar ahí. Lo que se privilegia es la rentabilidad sobre cualquier contenido de poco interés. Indagando en los tópicos y temas que más conocen y disfrutan las masas, los artesanos encontrarán en las figuras creadas por las industrias culturales del entretenimiento su “agosto”.

En esta época, la sociedad moderna guayaquileña está reconstituyéndose a partir de una nueva lógica urbanística caracterizada funcionalmente por las redes telemáticas de información y comunicación, penetración agresiva de las mercancías chinas, multiplicación de los centros comerciales, ensalzamiento de la retórica turística y una economía dolarizada desde 1999 centrada en los servicios, publicidad asfixiante, prestamos bancarios y crediticios. Todo esto combinado con la escasez de empleo, dependencia casi total de las multinacionales y la inversión extranjera y con una administración municipal centralizada en el discurso de la eficiencia. Este panorama se tradujo en la vida cotidiana del habitante urbano como un drama soft posmoderno, donde la tragedia no se vive como tragedia y la banalidad se sufre como catástrofe. Inmerso en la cultura simulacro del capitalismo líquido¹⁸, el sujeto popular urbano guayaquileño sufre las penurias de su precaria condición material. Al mismo tiempo, tiene la sensación de participar de la “cosa pública-publicada” por la visualidad exuberante que los medios, la propaganda, las vitrinas y los letreros, el mobiliario urbano y las nuevas postales de la regeneración que se ofrecen a sus sentidos y apetencias. Según algunos autores especializados en los estudios sobre visualidad y ciudad (Lynch 1998), la visualidad urbana de finales del siglo pasado y comienzos de este ha adquirido un poder simbólico sobre la identidad, la subjetividad y sus espacios de interacción.

Las ciudades posmodernizadas de Latinoamérica están siendo diseñadas y reconstruidas desde la intervención planificada de su visualidad arquitectónica, expresada en un estilo transnacional entre aséptico y fotogénico, con la finalidad –no siempre manifiesta– de producir emociones y adherencias empáticas a las políticas y los servicios de la regeneración en marcha. Estas estrategias biopolíticas¹⁹ operan desde la espacialidad estetizada de la urbe y desde la subjetividad de los habitantes urbanos que han introyectado esta visualidad arquitectónica sin enjuiciarla críticamente. Pero sobre todo, operan gracias al reencantamiento de esos mismos espacios. Quedan así legitimados los criterios del gusto y uso público del espacio en las conductas disciplinadas del cuerpo y en la represión del antojo. Las ciudades estetizadas logran crear, en el entorno social del sujeto, una fuerza identificatoria capaz de generar un sentimiento de identidad favorable a los espacios que habitan, anulándose comportamientos de resistencia política cultural, al ser sólo traducidos, gracias a la empatía visual, en gestos de un malestar culposos.

La creación popular no fue inmune a este proceso urbanístico “glocal”. De la producción de sentido político, paródico y satírico de los años viejos pasados, emanado de las representaciones sociales compartidas en

6: Clones de un molde “original” del hombre piedra, uno de los personajes del cómic “Los cuatro fantásticos”. Guayaquil, 2005. Foto: Carlos Tutivén.

7: Alvarito y Chávez entre Sherk, Wilma Salgado y una diva de la tecno cumbia, monigotes de venta en la calle 6 de Marzo. Guayaquil, 2005. Foto: Carlos Tutivén.

8: Monigote de Ronaldhino elaborado por el “Chino” Gastón. Guayaquil, 2006. Foto: Xavier Blum.



6



7



8

un contexto antagónico, típico de las décadas del sesenta, setenta y ochenta, se pasó a un proceso de reconversión simbólica, donde la creación popular urbana ha ido adecuando a la nueva lógica urbana, hasta llegar a una apropiación cuasi total de su significación. Digo cuasi total, porque a pesar de que las formas emuladas del espectáculo son un patrón común en los monigotes comerciales, hay en sus sub-textos formas de resistencia por reconocer, las cuales obedecen a otras lógicas y tácticas de reconocimiento social y de subjetivización²⁰.

La videocultura en los años viejos

Hay otra visualidad a tomar en cuenta en esta reconversión simbólica de los años viejos posmodernos. Se trata de la visualidad lograda por el valor otorgado a la iconización de la sociedad informacional actual. Según el filósofo y crítico de arte español José Luis Brea (2004) refiriéndose a la estetización de las sociedades occidentales contemporáneas dice:

La referencia a la “estetización de las sociedades actuales” designa en efecto “el tránsito de rasgos de la experiencia estética a la experiencia extra-estética, al mundo de vida, a aquella que es definida tout court como la realidad, contrapuesta de esta manera al mundo de la belleza y el arte” (Salizzoni).

La posición más extremada en cuanto a esta problemática considera que ese proceso de “estetización” está ya plenamente cumplido, –dando por hecho entonces que “el propio modelo de experiencia está caracterizado estéticamente”, e incluso que “la propia realidad en sus estructuras profundas se convierte en múltiple juego estético”, corroborando de esa forma las tesis de una ontologización débil de nuestro presente epocal.

De este diagnóstico se deduce que la experiencia subjetiva se produce y reproduce estéticamente, como las prácticas que movilizan y expresan esa subjetividad. Dichas prácticas, en el caso de los años viejos, se definen en buena medida, por la tecnificación de los procedimientos constructivos y por los acabados puntillosos y detallistas de los monigotes más actuales. Según Brea (2004), la estetización de la existencia que planea en el horizonte mundano, no resultó tanto una forma emancipatoria cuanto una nueva forma de dominio basado en la tecno-ciencia:

Este mundo “estetizado” y débilmente definido, carente de consistencia alguna en la que asentar algún principio firme de valoración de las prácticas –tanto estéticas como éticas, y aún especulativas– es el mundo postmoderno, el mundo de la poshistoria, un mundo en el que el hombre habría perdido ya cualquier posibilidad de establecer su propio proyecto por encima de la determinación del complejo de la tecnociencia, en el que la engañosa seducción del “todo vale” habría arrojado al hombre a los brazos inclementes de la única determinación cuyo potencial se mantendría intacto: el de la propia racionalidad instrumental del tejido económico-productivo.

Tecno-ciencia que transita por los poros de la sociedad a través de los sistemas expertos²¹ posmodernos de las industrias de la imagen, el diseño y la publicidad. Si bien los artesanos populares de los años viejos

no son directos agentes de estos sistemas expertos, sus prácticas y valoraciones —especialmente entre los más jóvenes—, empiezan a configurarse desde esta neo matriz a través del consumo de video juegos, películas piratas, *gadgets* de origen chino, juguetes articulados y mecánicos, prensa, farándula, y los más sofisticados de la *internet* y celulares multimedia. En la globalización de los imaginarios, los años viejos son el resultado de una apropiación desigual de los bienes culturales que el capitalismo posfordista hace circular por su multidimensional sistema comunicativo.

Por lo tanto, la matriz originaria de la sociabilidad y la representación social de la que anteriormente se alimentaba la producción de los monigotes no queda ya vinculada a la vida sociopolítica directa de la urbe, sino que está mediada e hipotecada a los imaginarios colectivos del consumo estetizado de las industrias culturales, donde “lo virtual es la forma de darse el ser de lo real” (Brea 2004)²².

En las entrevistas de campo efectuadas a los artesanos especializados en “muñecos posmodernizados”, es decir, estetizados y temáticamente vinculados a los personajes del espectáculo creados de las industrias culturales, se pudo observar con facilidad la fuente de inspiración de sus diseños. Cuando le preguntamos a los artesanos líderes de la producción a mediana escala de monigotes de dónde extraen los temas y tópicos que definirán los personajes de moda que van a elaborar y a ofrecer ese año, nos daban algunas de estas respuestas: “de las visitas a las jugueterías, y de los juguetes de mis hijos”, “de los programas de televisión que los chicos ven”, “de las cajas de video juego”, “de las revistas y carteleras de los cines que salen en el diario [...] por ahí”²³.

El cruce de condicionamientos sociológicos con la continua demanda creada a partir de un mercado-espectáculo hegemónico, al que se suma la privatización de los espacios públicos y la individuación hedonista del consumo cultural, ha dado como resultado una producción tipo pequeña industria de un “monigote-mercancía” que tiene características *sui géneris*. El muñeco de estos tiempos neoliberales, será un muñeco atractivo visualmente, tecnificado en su producción, estetizado en sus formas y acabados, experimental en algunos sentidos (algunos están hechos para colgar de un tumbado), híbrido en otros (muñecos que poseen prótesis tecnológicas), solipsista comunicacionalmente (no se los exhibe teniendo un “diálogos” con otros), y aparentemente, un perfecto autista político (no se queja, no protesta, no denuncia, tampoco ironiza o se burla).

¿Se han despolitizados los años viejos?

¿Qué significados están presentes en el hecho de que se ha producido un cambio radical entre el año viejo “público”, cuya apariencia consistía en la máscara de un viejo anónimo, sentado en una silla desvencijada, con puro y trago de por medio, simbolizando el sentido cíclico y renovador del tiempo, para luego ser quemado en un ritual de despedida memoriosa y catártica? ¿Qué nos dice la actual “infantilización” de los años viejos derivada de sus aspectos iconográficos? ¿Han perdido poder de símbolo? ¿Está todavía presente una dimensión política en los nuevos años viejos como la tenían hace treinta años? Expresado en términos psicoanalíticos: ¿Por qué se produjo esta transformación que va de los sentidos a los semblantes? O parafraseando al filósofo y psicoanalista Giorgio Agamben (2000): ¿Nos hemos quedados sólo con medios pero sin fines?

Desde cierta exterioridad epidérmica y superficial se puede colegir que la puesta en escena de los años viejos modernizados de los años sesenta y setenta, situados en la política, la economía y la cultura local, cambió notablemente en Guayaquil con los monigotes posmodernizados de los noventa; cuyo marco de valoración es ahora el ofrecido por las industrias mediáticas del entretenimiento, con todo el sentido banal y frívolo que pueden llegar a tener; más todo el peso que la comercialización y mercantilización que conllevan para el usuario. Pero, ¿es así? ¿Expresa esta mutación del ambiente cultural un debilitamiento irrecuperable de los sentidos de pertenencia al tejido social y humano? ¿Reina sin escrúpulos en la subjetividad de las personas el modelo de una cultura-mercado?

Durante los años que hemos observado, dialogado, cuestionado y registrado en video a los “artesanos del papel” de tres generaciones de la calle 6 de marzo y de haber compartido sus espacios de trabajo y vida, sus interacciones con clientes, amigos y familiares, podemos afirmar que existen por lo menos dos actitudes básicas con respecto a sus obras. La primera actitud es la de manufacturar monigotes comerciales para la venta, para ganarse unos dólares, lo que para algunos significa un alivio económico por unos cuantos meses. La otra actitud es subterránea. Por debajo de su trabajo manifiesto, hay unos pensamientos y unas emociones ligados al descontento, al coraje, a la carestía de la vida. En los más veteranos pervive un sentimiento cuasi amargo de que la tradición de los años viejos, como la ciudad misma, se están muriendo tal como ellos la vivieron. Hay nostalgia y resignación. No hay alienación en el presentismo, hay fisuras hechas de recuerdos y evocaciones.

Pero en los más jóvenes la situación es de lo más interesante. Ellos son jóvenes populares urbanos de la generación @. Sus filiaciones simbólicas no están pauperizadas. Vienen del *Hip-hop* suburbano, del *Regue*, del *grafitti* y la patineta, de los talleres de *tunning* donde se personalizan motos y autos para la distinción simbólica, de las bandas roqueras, del dibujo y el diseño de cómics y *mangas*. Algunos son surfistas, otros diseñadores de gorras y camisetas. Estos chicos se mueven entre los territorios urbanos y los consumos de modas, lenguajes y sistemas de representación posmodernos. Disfrutan de un encebollado a la vez que se hallan conectados a sus mp3. Interrogados sobre sus prácticas y sus obras esculturales comentaban: “*Hulk, ¡es la furia que llevamos dentro!*”, “*El hombre piedra es muy especial. Por fuera es un monstruo, como nosotros cuando estamos cabreados. Pero por dentro sufre y es buen tipo, pero eso no ve la gente*”. “*Me gusta Spider Man porque el pana es ágil, rápido, no se enreda. ¡Como hay que ser en esta vida!*”²⁴. Así mismo, los muchachos del suburbio oeste de Guayaquil que construyen los gigantes, también manifestaron opiniones del mismo talante: “*Todos los poderes que tienen estos personajes los llevamos dentro, pertenecen a la pandilla, a nuestro barrio*”. “*Como King Kong, si nos quieren avasallar, respondemos*”²⁵.

Estas respuestas y comentarios revelan otra dimensión del fenómeno: “*Ganar un billete nunca está de más, dicen, pero nuestros muñecos son obras de arte que enseñan lo que somos y lo que pensamos del mundo*”. Para estos muchachos la práctica de hacer años viejos les significa un empoderamiento que hibridiza economía popular con pasiones subterráneas. No son sujetos de la política ortodoxa, son actores de una política situada en la vida diaria, en la lucha diaria, en la cotidianidad. Al preguntarles por qué no hacían muñecos políticos, nos respondían gesticulando con las manos: “*Hacerlos es premiarlos. Y esos hijos de putas no se merecen nada. Hay que castigarlos. No pierdo mi tiempo. Por eso prefiero hacer Hulkes. En esto nos hemos convertido, ¡en el hombre increíble! Me dan más billete y a la vez expreso mi cabreadera*”²⁶.

Contrario a lo que parece, aquí no hay infantilización del monigote. Los que hemos venido llamando monigotes posmodernos o como los llaman algunos consumidores juveniles: los hi-tech, son en verdad piezas que simbolizan los desplazamientos de la política del orden público institucional, al orden –que no es exacto llamar privado– de la cotidianidad rebelde de algunos jóvenes urbanos que resisten y a la vez se relacionan con los poderes, jugando con ellos pero también sintiendo su carga opresiva.

Sin pruebas todavía que alcancen, vemos en esta parcela de la fenomenología de los años viejos, una especie de trabajo inmaterial (Hardt y Negri 2000) que alimenta resistencias repartidas difusamente, pero actuan-tes en el momento preciso. Es curioso, pero cuando participábamos de un regateo en los precios de estos costosos muñecos tecnificados y estetizados, los artesanos juveniles grafiteros, no cedían mucho, casi nada. Valoraban tanto su trabajo como las pulsiones que los habían creado.

Guayaquil: del original a la serie

El sentido de lo auténtico y lo genuino en materia de años viejos posmodernos, no tiene nada que ver con lo irreplicable, exclusivo y único. No hay aura que se degrade por la reproducción técnica. Lo original lo constituyen algunos rasgos y gestos inaprensibles aunque presentes en la ideación de los monigotes y su elaboración. Los propios artesanos llaman original a la mimesis perfecta de un modelo icónico materializado en un juguete, un cromó, una foto. La originalidad está en la forma de hacerlo y sobre todo en el estilo de pintarlo, en el trazo, en el pulso que da forma visual y sensible al acabado, al terminado final, con detalles pictóricos, esos sí, únicos de cada muñeco.

Otra manera de ubicar “un original” es en el molde-matriz hecho con cartón, relleno de papel y envuelto con cinta plástica industrial adhesiva. Este original es costoso y sólo lo hacen los maestros del oficio. De él saldrán decenas de clones, sólo diferenciados por los detalles en el acabado de los que hablábamos arriba.

Son pocos los artesanos que crean los moldes originales de los personajes que definirán el año (Bob esponja, Shrek, los 4 fantásticos o Bin Laden, George Bush, Lucio Gutiérrez) y son muchos los que compran los moldes y los reproducen *ad infinitum*. La sobre oferta satura el mercado con el mismo personaje y caen las ventas. Es curioso, pero los mismos maestros que se quejan de esto son los que venden los moldes a los principiantes y no iniciados. Paradoja que repite y emula lo que sucede con los restaurantes populares, una conducta social de copia con éxito asegurado, que teme la diferencia, el riesgo, la creación original y la innovación.

Por último, hay jóvenes muñequeros que denominan “original” el fabricar un personaje o ser imaginario (dragones, antihéroes, robots) que todavía no se conocen bien en el mercado ecuatoriano. Ya sea porque la película donde sale aún no se estrena en DVD pirata o en el cine comercial. Sin embargo, la figura existe en el repertorio imaginario de la globalización, pero antes fue descubierto o exhumado por el ojo avizor e inquisitivo del joven muñequero barrial y además, explorador de *internet*.

Transfiguraciones del sentido ritual

Hoy lo nuevo es cotidiano, tanto que comienza a ser viejo en el mismo instante de su surgimiento, y el descubrimiento y la invención sólo nos sorprenden por el hecho de que ya no nos resultan sorprendentes. Y sin embargo [...]
Mauricio Márquez Murrieta.

Memorias del fuego, del pasado y el presente

Si lo que cambia lentamente se explica por la vida, lo que cambia rápidamente se explica por el fuego.
Gastón Bachelard.

Si hay un elemento tradicional e inmemorial en la ritualidad festiva de los años viejos, es su quema ceremonial trepidante. En el fuego encontramos el principio universal del cosmos y de la vida. No hay comienzo que no haya sido comienzo de ardiente luz. En los tiempos del mito, el fuego escindió al hombre de la naturaleza, con temor reverencial ofreciéndose sin embargo a su cuidado y posterior dominio a través de las técnicas que fue practicando para humanizarlo. El antropólogo francés Claude Lévi-Strauss (1968), sostenía que un elemento importante del pasaje del estado de naturaleza al de cultura se halla en el paso de lo crudo a lo cocido, lo cual supone el control doméstico del fuego. Pero más allá de su utilidad civilizatoria, el fuego –nos dice Gastón Bachelard (1938)– es entre todos los elementos, verdaderamente, el único que puede recibir de modo neto las dos valoraciones opuestas: el bien y el mal. Brilla en el paraíso, arde en el Infierno; es dulzura y tortura; es cocina y apocalipsis. El fuego es elemento y símbolo, interior y exterior, condena y purificación. Desde Prometeo, quien robó el fuego a los dioses y osó igualarse a la divinidad con los astutos recursos de la razón, el hombre ve en el fuego más que una amenaza, un aliado para su progreso material y un recurso simbólico para expresar su talante esotérico.

Serán los ritos ceremoniales los que capturarán al fuego en el tiempo sagrado, para que nos otorgue esta doble cualidad que posee. Muchas manifestaciones culturales de otras sociedades tienden a la quema de objetos específicos como un ritual de cambio, purificación, renovación, cierre y despedida de ciclos temporales, vitales, emocionales y espirituales²⁷. Los años viejos se inscriben en estas tradiciones hermanadas por el fuego desde el preciso momento en que son quemados al finalizar el año de un modo estruendoso y ritual.

En las fiestas del Fin de Año ecuatoriano, será el fuego el que cierra y abra los ciclos del tiempo. Un fuego que hace arder unos monigotes contruidos para hacer existir antropomórficamente al tiempo que se va y al que viene. La quema del “viejo” es un ritual de paso que nos lleva del consumado pasado a la promesa futura, a la renovación misma de los votos por la vida.

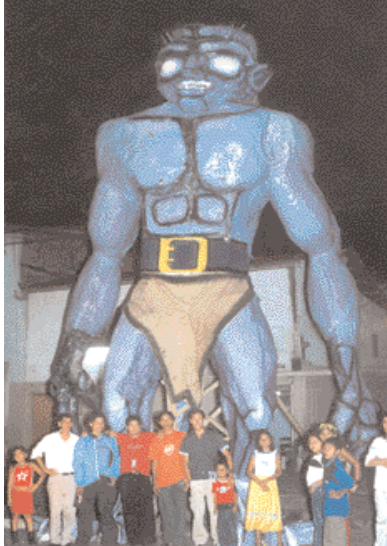
La tradición cambió de piel

Los años viejos ponen a disponibilidad de sus consumidores y productores un repertorio de formas simbólicas (las formas significativas que adoptan los personajes) con las cuales se ejecutan una serie de usos posibles: la exhibición pública y privada, la “caridad” ocasional, la sociabilidad de grupos y la consagrada quema

ritual de Fin de Año. Es el atractivo visual y estético del monigote, el que añade un contenido virtual a la compra. Ya no sólo se lo reserva para la noche festiva, se lo pasea, se lo muestra, se lo engalana, se lo encarama en el auto. En el balneario de Salinas, en la provincia del Guayas, los años viejos más espectaculares son comprados para el vacile, es decir, para facilitar las relaciones, las juergas, los tragos, la farra, el coqueteo juvenil y adulto. Tener el mejor *Spider Man* representa estatus tanto como tener el mejor video juego.

Otro fenómeno que llamó poderosamente nuestra atención fue el hecho de que algunos compradores de monigotes no los quemaban, los reservaban para otros fines. Nos enteramos que un pequeño comerciante, al que llaman don Víctor, tenía en su restaurante ubicado en las calles Manabí y Gallegos Lara, todo un Mariachi conformado por 5 monigotes con sus respectivos instrumentos musicales. Se los había comprado a don Eduardo que llevaba 3 años seguidos haciendo Mariachis en su pequeña casa-taller de la calle Huancavilca y la 13. Los Mariachis decoraban el comedor del restaurante y, según decía su propietario, le habían dado suerte y un ambiente especial a su restaurante. Así mismo, nos encontramos con otro caso de años viejos re-utilizados. Un jardín de infantes, compró un “hombre-piedra”, personaje de la película los 4 fantásticos; lo colocó en la entrada superior del establecimiento y es el deleite de los niños que asisten a él. “*Son tan perfectos, que da pena quemarlos*”, nos decía una señora. Otro de casi tres metros de altura (HellBoy) está situado en el corazón de un patio de juegos en el Centro Comercial Albán Borja de Guayaquil como testigo silente de su nuevo desempeño y funcionalidad, que va más allá de ser un simple año viejo.

Parece que esta apreciación se va convirtiendo en una tendencia curiosa. Los monigotes más vistosos y más elaborados se compran, se “embalsaman” con barniz y en vez de ser quemados, se los perenniza colocándolos en otro contexto de visibilidad. Ni siquiera lo impide la creencia popular de que no quemarlos en la noche del 31 trae mala suerte. Como corolario de esta actitud, nosotros mismos fuimos autores de cierta museificación del año viejo, cuando en el año 2005 organizamos una muestra museográfica titulada: “Años Viejos: Modernidades y tradiciones”²⁸. Se compraron 18 monigotes seleccionados por sus temáticas y por las técnicas empleadas; se los distribuyó en el espacio museal acompañados de pantallas planas donde se narraban 5 historias diferentes y complementarias sobre los años viejos; los protagonistas, 6 artesanos de 3 generaciones. La intención de esa exposición museográfica y audiovisual fue la de llamar la atención de la ciudadanía sobre la importancia que tiene esta tradición en la ciudad, cómo ha ido mutando su significación y porqué esta corriendo peligro de desaparecer debido a las presiones de algunas autoridades vinculadas al discurso de la seguridad y el orden. Fue la primera vez en la historia de la urbe que decenas de artesanos de extractos populares fueron reconocidos como “artistas del papel”, y parte importante del legado cultural y patrimonial intangible de la memoria urbana guayaquileña.



9



10



11

Años viejos y ciudadanías emergentes: Los monigotes gigantes del suburbio oeste de Guayaquil.

“¿Existe lo popular fuera del gesto que lo suprime?”
Michel de Certeau.

No todo es comercio

Entre 1998 y el año 2000 comienzan a surgir en el suburbio oeste guayaquileño un tipo nuevo de año viejo: los gigantes. Construidos generalmente por jóvenes populares urbanos que se conocen por vínculos barriales, colegiales y familiares, estos nuevos muñecos han re-actualizado las antiguas galladas de antaño. Los gigantes son verdaderamente monumentales. Miden entre 5 y 12 metros de alto y también aluden, casi exclusivamente, a los personajes de las películas hollywoodense. Para construirlos, se reúne dinero de diversos modos: por colecta familiar, “vaca” juvenil, donaciones de ferreterías locales, “préstamos” de materiales de construcción, y por la “caridad” solicitada a todo vehículo que pase por el lugar. Lo llamativo de estos monstruos no está sólo en el tamaño, que de por sí es significativo, debido a las habilidades técnicas que implica levantarlos, sino por lo que expresan en términos de sociabilidad, re-significación de identidades barriales y resistencias ciudadanas.

Estas esculturas gigantes de cartón y papel, armadas de caña y madera, ponen a circular nuevos sentidos de pertenencia barrial y ciudadano en los sectores populares urbanos. Cuando se empieza a planificar la construcción de uno de estos monigotes, todo el barrio comienza a moverse, ya sea porque la gente empieza hablar de lo que se va a construir ese año, por los comentarios de los vecinos y barrios rivales, por las decisiones y compromisos que se adquieren entre padres de familia, microempresarios, niños y jóvenes. En las dos o tres semanas que lleva terminar un gigante, los barrios van apoderándose de su proyecto colectivo, comienzan a salir publicados en la prensa, y los más organizados empiezan a lidiar con las autoridades por asuntos de permisos y autorizaciones, no sin una buena cuota de regateo y conflicto. El muñeco destaca lo mejor de la convivencia barrial, de la sana competencia –aunque hemos conocido de casos donde los muñecos han sido destruidos furtivamente por manos oscuras en las noches sin vigilancia. Este “otro ritual”, de a penas ocho a diez años de vigencia, ha ido creando una curiosa identidad barrial en movimiento que ha sabido “abandonar el lastre ontológico de lo puro e incontaminado y juega dialécticamente entre la tradición y la novedad, la coherencia y la dispersión, lo propio y lo ajeno, de lo que se ha sido y de lo que se puede ser” (Subercaseaux 1998). Esta nueva práctica se intensifica al finalizar el año, cuando orgullosos, los habitantes que pueblan estas zonas cuentan y narran a los curiosos: *“Aquí es donde estuvo el Mazzinger que salió en el periódico el año pasado”*. *“Nosotros hemos hecho el Gollum del señor de los anillos”*. *“El King Kong llegaba hasta la terraza de la casa y de sus ojos salían luces rojas como fuego”*²⁹.

Cuando pregunte a muchos de estos jóvenes entusiastas, por qué hacían los muñecos de modo gigante y por qué elegían un personaje particular, las respuestas eran sorprendentes: *“Guepardo [personaje de la película X man] simboliza la garra del barrio”*, *“la fortaleza de un amigo que migró hacia España”*, *“la unión de nosotros frente a los problemas”*³⁰. Estos significados son sobreimpresos a las significaciones oficiales que los personajes tienen en la cultura de masas. Los íconos hollywoodenses son re-semantizados en la cultura

9: Año viejo gigante en un barrio del suburbio oeste, a sus pies artesanos y vecinos que participaron en su construcción. Guayaquil, 2003. Foto: Cortesía del grupo de artesanos.

10 y 11: Años viejos gigantes en barrios del suburbio oeste. Guayaquil, 2004. Foto: Carlos Tutivén.

popular urbana por contextos y procesos de apropiación intersubjetivos donde los grupos sociales buscan en las formas simbólicas del mundo socio-mediático la ayuda para explicar y orientar la acción.

Los gigantes asombran y maravillan a la ciudadanía en la misma medida en que preocupan a las autoridades locales y a cierto periodismo. Desde los años 2005 y 2006, ha venido planteándose de parte de la Comandancia de los Bomberos, la Intendencia de Policía, cierto sector municipal y algunos periodistas que se hicieron eco de estas dudas, una voz de alarma cuasi sensacionalista que bajo la etiqueta omnicomprendensiva de “la seguridad”, piden y exigen la terminación de esta novel tradición con sus construcciones monumentales, aludiendo a posibles daños irreparables al ornato público, potencial peligro de incendio a gran escala y obstrucción indebida de la vía pública. Amenazas de incautación de muñecos –como en la era política, pero sublimada en el discurso de la higiénica seguridad pública y despersonalizada de cualquier caudillo narcisista– circulan de susurro en susurro; destrucción y derribo aleccionador de uno que otro gigante semi construido y prohibición total, son algunos de los ataques a esta forma de expresión popular. Lo cierto es que nuestras indagaciones, que se remontan al año 2000, no han encontrado ningún caso de incendio motivado por la quema de estos gigantes, ni daños que no sean mínimos y propios de estas fechas, ni obstrucciones vehiculares que no sean las que provengan de una típica, justa y necesaria fiesta barrial. Más bien, hemos sido testigos de una ceremonia de quema alucinante y surrealista.

Foucault (1979) señala que el poder en las sociedades del control, se constituye como un campo de fuerzas sin centro cuya forma actual es la de una biopolítica; es decir, donde la irradiación de sus mandatos afecta la reproducción material de la vida, los cuerpos y los territorios a través de regulaciones y reglamentos que rigen las instituciones y las ciudades. La bioética será entonces la respuesta de esas mismas vidas, cuerpos y espacios, cuidando de sí mismos y de los otros, por redes de solidaridades, sin más cálculo que el beneficio común, descentrados de los imperativos de control, gracias al ejercicio de la libertad y la potencia de ser humanos.

Comienzan las quemas entre las 3 y las 6 de la mañana del nuevo año, no a las 12 como hace medio mundo. Se cerca, con una cadena humana o con palos, al muñeco gigante para que el público se mantenga a una prudencial distancia. Se lo derriba al piso escuchándose el digno estruendo que provoca la caída de la efigie e inmediatamente suben sobre él decenas de muchachos, saltando y apaleándolo. Primero los dueños del monigote, luego todo el barrio. Después, se lo parte en pedazos y se le prende fuego dándose un espectáculo estremecedor; no tanto por las dimensiones de la fogata, cuanto, y especialmente, por la potencia subterránea que en ese momento emerge del vínculo barrial, cuasi tribal, de una sacralidad pagana. A pocas cuadras dos motobombas vigilan atentas. Después de terminar el gigante en cenizas, la muchedumbre a tropel se desplaza por las calles hacia el siguiente barrio, donde espera el próximo “tótem” para ser ofrecido a las llamas. Nada se parece a lo que hubo en décadas pasadas en la ciudad de Guayaquil. Al alba, sólo yacen los restos humeantes bajo un cielo nuboso de tenue lapislázuli.

Los años viejo gigantes se muestran como una recuperada expresión popular más allá del mercantilismo que ha caracterizado a la fiesta desde los años noventa. Montados sobre una tradición centenaria, no son contruidos para la venta ni para algún concurso importante (aunque algunos artesanos desean que vuelva un tipo de concurso barrial organizado y reconocido por alguna institución pública o privada que les sirva de pro-

tección y garantice la continuidad de esta modalidad de “viejos exóticos”). Mostrados en la calle sin más parapetos que ellos mismos, estos gigantes, como en los viejos tiempos, “reclaman el derecho a la voz, a la visibilidad y a administrar los modos de esa visibilidad” (Alabarse 2006:6). Sin apoyos declarados por parte de la ciudadanía, ambivalencia mediática e indiferencia de las clases hegemónicas, estas mega artesanías encarnan lo más significativo de las culturas urbano populares contemporáneas de América Latina, es decir, una ética, una estética y una retórica del aguante.

El concurso del Metro Hoy de Quito

*“El paisaje urbano, entre sus múltiples papeles, tiene también
el de algo que ha de verse, recordarse y causar deleite.
Dar forma visual a la ciudad constituye un
tipo especial de problema de diseño”*
David Lynch.

El contexto: Quito moderno

La década de 1980 fue para la ciudad de Quito una época de consolidación y expansión planificada de las transformaciones urbanística y arquitectónica que empezaron en los años setenta, en el marco de las dictaduras militares y el *boom* petrolero. La entrada en la modernización, a veces de corte social demócrata, otras de corte neoliberal se había franqueado, no sin altibajos y contradicciones, como lo simbolizó la decadencia y pauperización del centro histórico que, sin embargo, había alcanzado el reconocimiento de la UNESCO que lo declaró en 1978 Patrimonio de la Humanidad. Después del *boom* petrolero, la ciudad dejó de ser una ciudad andina³¹ para ser una ciudad de corte internacional, articulada a los mercados mundiales y de progresiva sofisticación cultural. La modernización del aparato estatal y la ayuda internacional de organismos financieros y de desarrollo como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), se reflejaron en la transformación arquitectural de la urbe, con edificios monumentales, plazas y jardines, surgidos de los idearios de la escuela de La Bahaus y Le Corbusier, como queriendo competir en majestad y altura a los miradores naturales del Panecillo y el Pichincha. La Banca se informatizó y los lenguajes telemáticos invadieron de racionalidad instrumental los discursos de una floreciente burocracia tecnocratizada. Las artes empezaron a salir de un “quiteñismo” tradicional para proyectarse en los horizontes latinoamericano e internacional con desempeños loables. Se construyeron nuevos barrios al norte de Quito para la nueva clase media y la burguesía adinerada y moderna, mientras el sur de la ciudad empezada a recibir los beneficios de la planificación municipal y privada con urbanizaciones de bajo costo, uniformes y multifamiliares:

Esta evolución del paisaje urbano refleja en forma concreta la pujanza de la clase media por alcanzar el modelo de vida difundido para la radio, el cine y la televisión, y adquirir los objetos de consumo del sueño americano (Delavaud 2002).

Quito estaba entrando en los imaginarios de la globalización gracias a su inclusión en los mercados económicos y simbólicos transnacionales, y lo hacía de la mano de los medios de comunicación, la inversión privada y estatal, el auge progresivo de los *malls* con sus estéticas de deleite reposado y clima para las aspiraciones. Como también a partir de las exigencias de un consumo cultural a tono con la nueva identidad, lograda en treinta años, de capital contemporánea de los ecuatorianos.

Orígenes del concurso

En 1982 un grupo de amigos vinculados al recientemente fundado diario Hoy –que con el tiempo gozaría de la fama de ser un diario alternativo y políticamente cercano a una cosmovisión de izquierda ilustrada–, convencen a su director Jaime Mantilla de organizar el primer concurso de años viejos. Con expectativas y entusiasmos iniciales se lo llevó a cabo ese 31 de diciembre en la avenida Amazonas, pero poca participación se logró obtener, a tal punto que hubo que comprar monigotes para ocupar los espacios disponibles. Sin embargo, la iniciativa continuó el próximo año con mejor suerte, mejores premios económicos, más participantes y nuevos eventos como comparsas y grupos musicales. En el año 2002, pasa a ser organizado por Metrohoy, un diario más cercano a los sectores populares que utilizan las redes de la transportación urbana municipal, este medio es el encargado de la organización y promoción noticiosa del concurso.

En una entrevista realizada en 1994 para el diario Hoy a Raúl Endara –ex concejal de Quito, concursante institucional y memorioso seguidor de las festividades de Fin de Año– comentaba que la fiesta había decaído en intensidad, y que los monigotes se encontraban dispersos por la urbe, pero gracias al concurso las fiestas había recobrado su brillo y esplendor. El invitado recordaba que en el pasado los años viejos se hacían de aserrín y ropa vieja cocida, pero que después, fueron las jorgas o galladas de muchachos quienes empezaron a darle a los monigotes una identidad política. Copiando a los presidentes de turno para burlarse de ellos, o a cualquier personaje que el pueblo sabía que los había perjudicado, o los había ayudado. Todos pasaban por ese escrutinio popular. A los muñecos les acompañaban sus infaltables viudas, que con lloriqueos e histrionismo podían sacar algunos sucecitos a los incautos. Por último, se recordaba con nostalgia que antes del actual concurso, eran las tarimas del Regimiento Quito y las del Cuerpo de Bomberos de la Tola, las que ofrecían el espectáculo del Fin de Año a los habitantes de la ciudad romántica.

En este punto del relato es importante enfatizar que la fiesta tradicional quiteña de los años viejos viene marcada fundamentalmente por un humor muy especial. La burla jocosa y satírica, la juerga, el trago y la fiesta son los elementos centrales de la ritualidad, y los temas, si bien son elegidos desde el imaginario popular, son sólo excusas para celebrar el año que acaba. Lo importante es la festividad, el carácter carnavalesco del tinglado urbano. Señalo este elemento, porque algunos observadores del concurso actual de Metrohoy comentan que desde el 2003 viene acentuándose en las temáticas y puestas en escena de los “arreglos” que concursan, un énfasis en la queja social que va asfixiando al humor y a la fiesta. Según el antropólogo Segundo Moreno, algo ha cambiado en la tradición del concurso: “el humor está ahogado por la política” a lo que se le añade una pérdida de la creatividad en la temática de los muñecos, según lo expresa Nelson Maldonado, parte del jurado del concurso del año 2003. Si bien la política es un ingrediente infaltable de las propuestas, “el ingrediente esencial de esta fiesta es el humor, el reírse con desparpajo de las penurias”³², termina manifestando Maldonado.

Este concurso, si se lo observa desde una óptica nacional, viene a tomar la posta, sin proponérselo, al concurso del diario El Universo de Guayaquil, que para ese entonces todavía era muy popular y duraría sólo una década más. Pero el concurso de Quito tendría otras características, muy propias de la ciudad modernizada, con otra lógica y significación.

Características del concurso

El concurso inicia sus labores de organización algunos meses antes del 31 de diciembre. Ha logrado coordinar progresivamente esfuerzos con las principales instituciones quiteñas como la Policía Municipal, Policía de Tránsito, del Regimiento Quito, la Empresa Eléctrica Quito, la Cruz Roja Ecuatoriana y la Defensa Civil. El Municipio se incorporó a los 8 años de inaugurado el Concurso. Cada sector tiene un rol y es responsable de su área de influencia.

Las reglas del concurso comenzaron siendo sencillas, pero fueron complejizándose en aras de la seguridad de los ciudadanos, que crecían año a año³³. La última versión del reglamento expone con claridad la visión global que tiene el diario sobre el concurso, de lo que “debe ser” una fiesta popular urbana y moderna, de la clase de monigotes que deben ser mostrados y los diferentes públicos que pueden asistir. Estas reglas reflejan una racionalidad particular que clasifica, separa, administra el espacio público, pero sobre todo el espacio de la representación social. Hay dos tipos de concursantes: la primera categoría aglutina a organizaciones barriales, ligas deportivas, instituciones sin fines de lucro, colegios, gremios, etc.; y la segunda categoría, donde participan por un premio simbólico³⁴, las instituciones públicas y las empresas privadas. No participan los partidos políticos. Los concursantes de la primera categoría reciben un estímulo económico para ayudar a financiar las costosas instalaciones con las que van a participar. Los temas son libres pero no deberán ser injuriosos ni reñir con la religión, la moral y las buenas costumbres. También los organizadores pueden sugerir temas para que concursen.

Las instalaciones son llamados “arreglos”, donde no puede haber menos de cinco monigotes de un mínimo de 1,80 metros de alto en una tarima ubicada a 1,50 metros de altura sobre el piso. Cada arreglo debe tener escenografía, fondo, iluminación y música amplificada o en vivo. Los monigotes deben estar acompañados de sendas leyendas con letras de por lo menos 12 centímetros de alto. Los materiales que están permitidos utilizar para la confección de los monigotes que son relativamente grandes, son el papel maché, cartón preformado, telas, esponjas, espuma flex o similares. La estructura que se emplea para armar los monigotes puede ser de madera, metal, alambre o malla metálica. Una característica especial del concurso es la presencia de un director artístico que se encarga de supervisar la calidad de las muestras, su puesta en escena y ejecución. A demás, todo concursante, a la hora de inscribirse, debe presentar un esbozo y una maqueta con el tema bien definido para poder ser tomados en cuenta por el jurado seleccionador.

Los muñecos deben estar listos y dispuestos a la primera inspección general de los organizadores a las 10h00 del 31 de diciembre, y estar completamente terminados para ser presentados al público, entre las 12h00 y 15h00. La particularidad de este concurso es la co-presencia de los monigotes construidos por los sectores sociales, urbanos y gremiales, artistas de bellas artes, intelectuales, panas y yuntas, reunidos con las empresas, las instituciones y las marcas de los auspiciantes con sus banners y pancartas que dominan el decorado.

La promoción mediática es amplia, por prensa, radio y televisión. Afiches y CDs interactivos completan una difusión donde queda muy claro el marketing del concurso, los agradecimientos, los resultados con las respectivas ceremonias de entrega de premios.

Los participantes

La participación puede ser analizada desde dos puntos de vistas: a) desde los parámetros que el concurso establece para calificarlos y b) desde la composición socio cultural de los inscritos. Cuatro son los parámetros del concurso: mensaje, creatividad, realización y vistosidad. Cada uno suma o resta puntos al arreglo. Hay que decir que en el concurso vota un jurado que pasa revista a determinada hora y es el que sigue estos parámetros formales. El público vota a toda hora por medio de una papeleta que se depositan en ánforas distribuidas a lo largo de la avenida y donde se pone el número del concursante y su calificación general. Cada clase de voto cuenta por el 50% del total. Es imposible evaluar con que criterios subjetivos se leen estos parámetros o calificaciones, pero recogiendo las impresiones de algunos actores y visitantes regulares del concurso³⁵, podemos decir que hay una sensación general de que antes –en los primeros lustros– las propuestas eran más satíricas, creativas, y con cierta dosis de polémica. Pero desde los 2000 se viene percibiendo una combinación de arreglos con carga social, política y humor burlesco, con otros más inocuos, publicitarios y neutros, casi decorativos³⁶. La participación de temas por lo tanto, van desde lo social, pasando por lo político y lo deportivo, hasta el publicitario, donde marcas empresariales están presentes en formato año viejo, que dependiendo del año, han tenido una presencia creativa y original y otras veces plana.

La otra participación es la sociológica: los monigotes son manufacturados desde dos perspectivas, bien por particulares o bien por instituciones tanto de la sociedad civil como del Estado o de los poderes locales. En los particulares encontramos mínimamente dos clases de estímulos, uno para contar algo que se siente, como fue el arreglo sobre Carlota Jaramillo y la muerte del pasillo ecuatoriano, y dos para ganar el premio económico. La composición social es muy heterogénea, mucho más de lo que fuera el concurso de años viejos en Guayaquil. Para el de Quito se asocian: amigos, artesanos calificados como la familia Mora, ejecutivos, artistas de brocha gorda y brocha fina, intelectuales y servidores públicos. Se reúnen con distintos roles los sectores populares con las clases medias y medias altas. En las instituciones participan jóvenes políticos, funcionarios, gremios como la Unión Nacional de Educadores (UNE), empresas, almacenes e iglesias evangélicas. Es de observar que predomina también el trabajo por encargo, esperado por maestros de la carpintería y del hierro, dibujantes, diseñadores, estudiantes universitarios y de bellas artes.

Años viejos: entre libertad y regulación

Sociológicamente hablando el curso de Metrohoy responde a la época que vivimos. No se puede decir que es una feria popular ni tampoco una galería de la diversidad espontánea de la vida urbana quiteña. Es una fiesta sí, pero organizada desde la racionalidad empresarial bien entendida; es decir, emprendedora, cautelosa de los mensajes, que cuida de los detalles estéticos y formales, facilitadora y coordinadora de lo público, lo semi público y lo privado. E incluso se trata de una racionalidad que quiere ser democrática y participativa, hasta inclusiva, a condición de seguir a pie juntillas todos los requerimientos exigidos por su reglamen-

12: "Pare de sufrir" año viejo presentado en el concurso organizado por Metrohoy, elaborado por la firma auspiciante del concurso Finalin-forte cuyo producto aparece en la instalación. Quito, 2006. Foto: Cortesía del diario Metrohoy.

13: "Patinadores" año viejo presentado en el concurso organizado por Metrohoy, elaborado por la firma auspiciante Pingüino y cuya instalación sirve de medio para su propaganda. Quito, 2006. Foto: Cortesía del diario Metrohoy.

14: "Cuento [...] con la selección" título del año viejo ganador del concurso organizado por Metrohoy, elaborado por Pablo Oña. Quito, 2006. Foto: Cortesía del diario Metrohoy.

15: "Consejo Provincial" año viejo presentado en el concurso organizado por Metrohoy, elaborado por el Consejo Provincial de Pichincha en el que se pone énfasis en la diversidad de la provincia. Quito, 2006. Foto: Cortesía del diario Metrohoy.



12



13



14



15

to. Es así, debe ser así, si de un concurso moderno y serio se trata. Por eso, cuando algunas voces solicitan a los organizadores institucionales que se replique el concurso en los barrios del sur de Quito, esta solicitud se la desestima con ponderación. No porque los barrios del sur no se lo merezcan, sino porque exigiría tal esfuerzo organizativo y empresarial que desbordaría la actual capacidad ejecutiva que se ha logrado con uno.

Otra cosa muy distinta es desde el punto de vista histórico y antropológico. Para decirlo en términos del investigador Eduardo Kingman, se podría pensar que el concurso se inscribe en un movimiento más amplio que lleva a cabo la "ciudad oficial", para legitimar los vínculos entre el pasado y el presente moderno, pero de una manera abstracta:

Quando hablamos de políticas de la memoria, nos referimos a procesos selectivos realizados desde centros institucionales como las academias de historia, las comisiones de celebraciones, las juntas de embellecimiento urbano o más contemporáneamente, las empresas encargadas del manejo de áreas históricas, la industria turística global y los mass media (Kingman y Goetschel 2005:98).

Esta selección de la memoria responde a dispositivos que clasifican lo que debe ser mostrado y lo que no; lo que se adapta a la ideología hegemónica de las "buenas costumbres" y lo que no; lo que la publicidad puede legitimar y lo que no puede. O lo que debe ser patrimonial en sintonía con historiografías y narrativas pedagógicas y lo que se resiste o no se adapta a éstas. Por ello, el paisaje que brinda el concurso es sinérgico con la morfología de la ciudad moderna, pero no es tradicional en el sentido "vivo" del término, el que invoca a procesos que siguen reproduciéndose en el presente por fuera de intervenciones reguladoras y que obedecen más bien a intercambios de los mundos vitales y menos a los mundos institucionales.

Quando entrevistaba a artesanos y concursantes sobre la "joven tradición" (26 años) que había labrado el concurso en la ciudad de Quito, estos manifestaban un sentimiento, o mejor dicho, una percepción de quiebre o discontinuidad entre las memorias del año viejo tradicional, barrial y eminentemente popular, y lo que pasaba en términos de nostalgia al ver los arreglos de la Amazonas. La modernidad de los monigotes espectacularizados con luces y música, pancartas y leyendas publicitarias generaba por rebote, evocaciones mentales de lo que fue y ya no será más. Se había convertido la práctica social del año viejo en un recuerdo nostálgico y lejano. Lo que se veía en las tarimas no era sino el espectáculo de la memoria transfigurada.

La Amazonas

“Los jóvenes y los no tan jóvenes pasaban y repasaban por la alegre avenida, ágiles, modernos, despreocupados [...] Y había turistas, hippies, gente errabunda de todo tipo. Era agradable el lugar.”
Abdón Ubidia.

Sin embargo no hay duda de que el concurso es una vitrina refulgente y masiva donde un promedio de 800.000 personas lo vistan cada año. El concurso se ha convertido en un termómetro del clima social, cultural y político del año que fenece. Es también un gran negocio para las decenas de pequeños restaurantes y tiendas comerciales, que gustosos ayudan a los organizadores con atenciones y servicios.

El concurso asienta su territorio a lo largo de 15 cuadras de la avenida Amazonas cada 31 de diciembre. Una avenida que radicaliza su identidad de calle mosaico, de umbral y de paso entre el Quito de los márgenes gravitantes y el Quito de la sofisticación ascendente:

La Amazonas es lo kitsch de esta ciudad. Es el lugar en el que se enseñorean, reinantes y orondas, la liviandad y la apariencia [...] El tontódromo, la bautizó alguien un día de cinismo y certeza. avenida de tontos y mendigos, de negociantes y adivinos de la Bolsa y del dinero plástico. avenida que a pesar de su deslumbramiento y magia, no puede desprenderse de los malos olores y los locos y los parias que la vuelven misteriosa y llamativa. avenida de los fracasados y triunfadores, de los que pasean de arriba a bajo sin oficio ni beneficio (Rubio 2005).

En el libro *Quito imaginado* hay otra descripción de nuestra calle especial, en la que someramente se menciona al concurso:

Amazonas es la calle alegre para el pasado: ahí se festejaba el Carnaval, ahí los chicos lucían sus autos y el volumen estereofónico de sus autos irrumpía todo el día [...] Por el pasado que tuvo y por el presente que tiene, la avenida Amazonas despierta una visión nostálgica muy frecuente entre los sectores medios y altos [...] Paradójicamente la Amazonas, en su carácter de vía principalmente peatonal, sigue siendo una calle alegre: es la avenida donde se festeja el equipo de fútbol cuando gana y desde donde se vieron los partidos clasificatorios al primer Mundial; es la calle por la que circularon los carros pitando de la emoción cuando Ecuador clasificó, y, luego, cuando jugó en Japón-Corea; es la calle en que cada 31 de diciembre hay concursos de Años Viejos; es el lugar al que acuden disfrazados quienes celebran el Día de Brujas” (Aguirre, et al. 2005:104-105).

Aunque se ha sugerido cambiar el escenario urbano del concurso de la Amazonas hacia la avenida de los Shirys, al Estadio Atahualpa o la avenida Rodrigo de Chávez, esta posibilidad está cerrada porque ninguna de ellas tiene la infraestructura ni el carisma de la Amazonas.

Esta avenida es el verdadero escenario de la fiesta de los años viejos del Metrohoy. Por ella circulan disfrazados de todo tipo: viudas escandalosas y prudentes, sacerdotes y mendigos, diplomáticos, aristócratas, periodistas y desplazados colombianos, travestis y bandas juveniles, rockeros, hip-hoperos, enamorados y viejitos jubilados por la vida. El trago circula entre clandestino y de la marca permitida. La música es estentórea, chispeante y contagiosa. Hay puestos de comida y bebida de los auspiciantes y carpas de primeros auxilios y otras donde se maquillan a los niños. Por tiempos horarios cambian su fisonomía: por la mañana y tarde, los niños y sus familias; más de noche los jueguistas, los que perdieron y ganaron el concurso, los turistas noctámbulos. Antes de la media noche, a desmontar, a quemar monigotes, a reciclar espuma, tela, papel y cartón; pero sobre todo, a casa, a festejar con la familia y el barrio que esperan, a la “jorga” o gallada que se atrevió a visitar la fama con alegría en una noche de años viejos.

Conclusiones para un debate: ¿Deben ser un patrimonio cultural los años viejos?

“Aunque la problemática del patrimonio pertenece a todos, la definición de sus políticas se ha convertido cada vez más en una cuestión privativa de los expertos”
Eduardo Kingman.

Este artículo, si tiene alguna intención de fondo, es la de convencer a los lectores que el tema de los años viejos es una temática que pertenece a todos. No hay patrimonios culturales ingenuos, aunque su discursividad a veces lo sea. El concepto de “lo patrimonial” surge por una “selectividad interesada” que emana de una serie de fuerzas sociales y políticas que determinan su valor y eficacia al interior de los procesos que construyen hegemonía. “La producción del patrimonio se ha convertido en algo que es definido por los expertos, como generadores de políticas pero también de ideologías” (Kingman y Goetschel 2005). El patrimonio no está fuera del poder, más bien es un dispositivo de poder³⁷ que funciona de una determinada manera, organizando, incluyendo/excluyendo, valorando/desvalorando, prácticas y discursos.

En las actuales condiciones de producción de la materialidad de la vida social de nuestras urbes, los patrimonios fungen de reguladores de la memoria, convirtiendo a los objetos, espacios y prácticas tradicionales en simulacros de sus propios orígenes; a veces, descontextualizados, otros higienizados, la mayoría de la veces, vacíos de contenido y disputa. Esta mirada crítica se ha construido sobre la base de los llamados patrimonios tangibles o materiales, ya sean naturales o culturales. Sobre los llamados patrimonios intangibles, inmateriales o efímeros la discusión recién comienza. Pueden correr la misma suerte de los anteriores, pues de hecho, son los intangibles los que en teoría dan vida a aquellos. Sin embargo, esta es una oportunidad teórica y política para reditar la discusión en torno a lo patrimonial intangible y a lo patrimonial en general, sobre todo cuando, como en el caso de los años viejos de Guayaquil, hay un peligro eminente sobre su futuro, sobre su práctica desregulada y marginal a las fuerzas de un disciplinamiento regenerador.

Los años viejos no son estáticos ni meramente históricos. No son étnicos ni folkóricos. Su materialidad es efímera pero renovable año a año. Su permanencia históricos, no depende de un sector social o cultural

específico, está repartido entre todos y se difunde entre todos. No es deudor del canon de la autenticidad y para nada tiene las características de la cultura monumental. Los años viejos son una práctica que se acerca a lo que define la UNESCO como patrimonio intangible:

A diferencia de la cultura monumental, el patrimonio intangible suele ser dinámico y evoluciona de manera constante debido a su estrecha relación con las prácticas propias de la vida de las comunidades. Si se trata de que este tipo de patrimonio siga constituyendo una parte viva de las comunidades, debe desempeñar en ellas un papel social, político, económico y cultural significativo (Noriko 2000).

Lo propio del así llamado patrimonio intangible es que está vivo y actuante de generación en generación. Prefiero el término intangible al de inmaterial pues es más sensible a los aspectos cualitativos, comunicativos y espirituales de las prácticas culturales, aunque igual sean manifestaciones de fuerzas socio históricas en disputa, y por ende, materiales. En cambio, el término inmaterial ligado al de patrimonio puede fácilmente tergiversarse en un sentido trascendental y metafísico, lo que siempre es caldo de cultivo de posiciones políticas fundamentalistas y/o particularistas. No quisiéramos ver que se piense que existen años viejos de la *guayaquileñidad* o de la *quiteñidad* en tanto signos distintivos de clase, región o proyecto político.

El patrimonio se piensa como legado o herencia cultural. Este legado es una transmisión que merece ser preservada en tanto conlleva respuestas a preguntas fundamentales de la vida humana y que se plasman en bienes, obras, prácticas y narraciones. Se transmite de múltiples modos, pero fundamentalmente por el lenguaje, rituales, fiestas y aspectos materiales como herramientas y tecnologías. Por eso tiene razón Antonio Donnini cuando dice:

Carece de sentido la distinción entre patrimonio tangible e intangible, ya que ambos son inseparables: el patrimonio tangible (cultura material) adquiere “significado” por el patrimonio intangible (cultura inmaterial), y éste, a su vez, necesita hacerse “visible” (adquirir “materialidad”) a través de aquél (Donnini 2006).

Es importante reconocer que la fiesta popular de los años viejos posee por su historicidad actuante, ritualidad, usos, consumos y prácticas, muchos de los indicadores que la habilitan, con creces, como un “patrimonio cultural intangible”; pero que por mucho tiempo han sido desapercibidos por académicos, medios de comunicación e instituciones relacionadas al patrimonio. Estos “indicadores” guardan una relación directa con esa otra idea, la de “apropiación social de los patrimonios”, que en el caso de los años viejos, no necesitan de ninguna apropiación social, pero sí de un reconocimiento social conciente y crítico, que permita una defensa sobre posibles embates reguladores, mistificadores o llanamente liquidadores de la práctica.

Los años viejos representan una práctica social centenaria. Son bienes culturales efímeros que simbolizan la mentalidad de una época sin perder actualidad en la próxima, lo que indica su capacidad para reinventarse en el imaginario y en las narrativas de los pueblos urbanos. El carácter efímero de su existencia no impide su renovación constante por medio de nuevas técnicas de manufactura artesanal, experimentación con materiales y acabados que los sintoniza con las modernas percepciones de los públicos. A través de su circula-

ción y consumo, los años viejos amalgaman y cohesionan a diversos grupos humanos, ciudades y a la nación misma, sin que por ello dejen de perder su particularidad local, no obstante su vinculación a las redes más amplias de conexión con el mundo y otros sistemas de representación. Esto último lo podemos observar cuando las comunidades de migrantes ecuatorianos importan cientos de caretas del país para comercializarlas en Nueva York o Barcelona, o cuando elaboran sus propios muñecos en el extranjero para sentirse más cerca de casa, o cuando reciben los correos electrónicos de familiares con fotos donde los monigotes acompañan las veladas de Fin de Año.

Pero si hay algo específico de los años viejos es su capacidad para simbolizar y significar la vida urbana con toda su complejidad dinámica y social del presente. Son un llamado a la invención y al ingenio humano, a la memoria y al humor. No necesitan ser legitimados pero si protegidos sin coacciones. Su historia representa un legado patrimonial. Sólo basta la mirada de un niño sobre un monigote para que enseguida lo quiera, lo atrape, lo copie y lo reinvente. Mimesis y *techné* creativa al servicio de la imaginación urbana.

NOTAS

- 1 Este artículo es un producto parcial de un proceso investigativo que ha durado aproximadamente cuatro años. Proceso que comenzó en el Área de Estudios Urbanos del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo de Guayaquil en el año 2003, y se encuentra en su fase final en el Departamento de Investigación en Comunicación y Cultura (DICYC) de la Facultad de Comunicación Mónica Herrera de la Universidad Casa Grande de Guayaquil.
- 2 Entrevista a Fernando Paz y Miño, Gerente General de Metrohoy y organizador del concurso desde el 2002.
- 3 Entendemos por etnografía visual un tipo de abordaje antropológico a los espacios urbanos y sus dinámicas culturales con la ayuda de técnicas audiovisuales, sin más mediación que la cámara y el sesgo obligado que la presencia del investigador tiene sobre su campo de registro.
- 4 En este ensayo no nos ocuparemos de los otros ingredientes que configuran las fiestas del Fin de Año, como son los testamentos, las viudas, los rituales gastronómicos, las fiestas bailables en barrios y casas, primero porque desbordarían los límites de este trabajo y porque estas prácticas están mutando vertiginosamente de sentido, debido a procesos que analizaremos y describiremos en este ensayo. Por otro lado, la centralidad del monigote la asumimos como metáfora que sintetiza los cruces de otras variables metonímicas de la fiesta.
- 5 Los monigotes se exhibían en ese entonces a lo largo de la avenida 9 de Octubre.
- 6 A diferencia de las artesanías étnicas, los monigotes de años viejos son artesanías elaborados desde espacios sociales de producción no tradicionales, caracterizados por su inserción en las economías urbanas subalternas ligadas al desempleo o sub-
empleo y a la cultura de clase urbana popular.
- 7 Las *imago*s de las industrias culturales son improntas, marcas o huellas psíquicas que se fijan en la memoria por reiteración perceptiva y receptiva. Por ejemplo, después de seis décadas de consumo de las películas de Disney basta ver la silueta redondeada de unas orejas negras para imaginarse a Mickey Mouse.
- 8 "El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes", Guy Debord.
- 9 Es curioso observar como "Juan Pueblo" ha venido reduciéndose de tamaño con el tiempo, a parte de ser muy difícil de encontrar. En el 2005 hemos hallado éste símbolo del pasado entre otras figuritas y sólo medía 40 centímetros.
- 10 Las representaciones sociales evidencian, a través de los diversos lenguajes, las formas en que los sujetos ven e interpretan los objetos, los acontecimientos y los hechos que se presentan en la sociedad. Son productos cognoscentes de la experiencia vital y reflejan las apropiaciones que los grupos sociales hacen del mundo en busca de dar sentido a su accionar.
- 11 Los imaginarios colectivos tienen una doble vertiente. Desde el punto de vista inductivo son el resultado de agrupar las conciencias individuales que se tienen de las experiencias de los mundos de la vida en amalgamas significativas y homogéneas. Desde una perspectiva deductiva, los imaginarios son equivalentes a una cultura contextual de la subjetividad, al universo simbólico que funge de matriz universal de la significación y la comunicación.
- 12 Para una apreciación conceptual del término "pueblo", nos remitimos a la obra de Jesús Martín Barbero, en especial, *De los Medios a las Mediaciones*, México, Editorial Gustavo Gil, 1982.
- 13 Información brindada por María Bélen Calvache, más datos se

- encuentran presentes en su artículo en esta misma compilación.
- 14 Entrevista con José Cruz, artesano de la calle 6 de marzo. Diciembre de 2005.
 - 15 Hidalgo, Ángel Emilio. "Años Viejos: origen, transición y permanencia de una fiesta popular ecuatoriana", en este misma compilación.
 - 16 Entendemos por "cultura de masas" aquella que se forma por consumos culturales de bienes materiales y simbólicos provistos por las industrias culturales. En cambio, por "cultura popular", entendemos una matriz de significación que se forja a partir de procesos históricos que vehiculizan la tradición, la memoria, las costumbres y las mentalidades en contextos de modernización urbana continua.
 - 17 Hay versiones encontradas de este hecho. Algunos cronistas afirman que el concurso terminó por falta de apoyo económico. Pero historiadores como Ángel Emilio Hidalgo y empresarios de aquella época sugieren que fueron las presiones de la alcaldía de León Fébres-Cordero las que hicieron desistir al diario de continuar con el evento, aludiendo a razones de higiene y orden. *El Universo*, diciembre de 1994.
 - 18 Es líquido el capitalismo que generó la sociedad líquida, basado en flujos informáticos y capitales de inversión financiera, especulación y crédito total (Bauman 2003).
 - 19 La biopolítica es el conjunto de dispositivos que gestionan y producen la hegemonía para el control de la vida, tanto en el sentido biológico como social.
 - 20 Ver más abajo, "¿Se han despolitizado los años viejos?".
 - 21 Para una definición de sistema experto ver: Giddens, Anthony. *Consecuencias de la Modernidad*, Alianza Universidad, 1994.
 - 22 "La virtualización del ser de lo real" manifiesta el perfeccionamiento de la sociedad del espectáculo denunciado por Guy Debord, en la era digital.
 - 23 Entrevistas a Cristian Bazurto, José "El Chino" Cruz, Will One. Diciembre del 2004-2005.
 - 24 *Ibidem*.
 - 25 Conversación colectiva con un grupo de jóvenes de las calles Capitán Nájera y 23. Guayaquil, 2006.
 - 26 Conversación con "El Chino" Gastón en su taller alquilado de la 6 de Marzo y Gómez Rendón. Guayaquil, 2005.
 - 27 En el budismo Tibetano existe la *Puya del fuego*. Una ceremonia del Vajarayana que ofrenda los humos obtenidos de la quema de alimentos a los seres errantes del Bardo (estado intermedio entre esta vida y la otra) para que se alimenten de ellos.
 - 28 Muestra que tuvo lugar en el Hall del Museo de Antropología y Arte Contemporáneo (MAAC), de Guayaquil y que se realizó con la participación de Ángel Emilio Hidalgo, Alfredo Moreira, Juan Carlos González, Pepe Yépez y Xávier Blum.
 - 29 Expresiones de asombro de niños que habitan los barrios populares y cuentan como se construyeron estos gigantes, registradas durante la etnografía visual.
 - 30 Etnografía visual y entrevista a Julio Cárdenas, quien lidera a un grupo de jóvenes que construyen años viejos gigantes en el barrio de la Huancaivilca y la 13.
 - 31 "[...] hasta avanzada la década de los ochenta lo andino era asumido como algo que competía al campo y no a las ciudades. Como contrapartida, lo urbano era pensado como sinónimo de la ciudad y no como un proceso global de incorporación de conjunto de espacios a una dinámica de flujos y transformaciones sociales" (Kingman 2005).
 - 32 "Los años viejos pierden su humor", diario Hoy, Quito, 6 enero 2004.
 - 33 Entrevista con el Sr. Francisco Paz y Miño, Gerente General de Metrohoy. Julio del 2007.
 - 34 Metro hoy de oro, de plata y de bronce.
 - 35 Muchas de estas impresiones fueron recogidas a través de entrevistas directas y otras por llamadas telefónicas a amigos y colegas de las ciencias sociales que viven en Quito.
 - 36 Entrevistas a Francine Córdova y a Pablo Alberto Oña, participantes del concurso de Metrohoy. Julio de 2007.
 - 37 "Un dispositivo se constituye de manera discursiva y práctica y a partir de un campo específico de fuerzas [...] Para entender lo que sucede en materia de patrimonio éste debe ser asumido como un dispositivo, al igual que la escuela, el sistema de control sanitario, la policía, [...] es preciso entender, cómo y cuando surge el patrimonio en cada lugar y en cada momento como dispositivo específico, a partir de qué sistemas discursivos, qué saberes, qué prácticas" (Kingman y Goetschel 2005)

BIBLIOGRAFÍA

- Alabarse, Pablo
2006. "Las culturas populares: cuanto queda de resistencia y cuanto falta de poder". Ponencia al XII Encuentro Latinoamericano de Comunicación Social. FELAFACS, Bogotá.
- Aganben, Giorgio
2000. *Medios sin fin. Notas sobre la política*. Valencia: Pre-Textos.
- Aguirre, Milagros, Fernando Carrión y Eduardo Kingman.
2005. *Quito imaginado*, Quito: Convenio Andrés Bello.
- Andrade, Xávier
2005. "Guayaquil: renovación urbana y aniquilación del espacio público", en Fernando Carrión y Lisa Hanley (ed.), *Regeneración y revitalización urbana en las Américas: hacia*

- un Estado estable, Quito: FLACSO-WWICS-USAID.
- Bachelard, Gastón
1973. *Psicoanálisis del Fuego*, Buenos Aires: Schapire Editor.
- Barbero, Jesús-Martín,
1987. *De los medios a las mediaciones*, México: Gustavo Gil Editores.
- Barrios, Leoncio
1999. "La Escuela de Francfort y la crisis cultural de nuestro tiempo", en Marcelino Bisbal (comp.), Industria Cultural. *De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*, Caracas: Litterae Editores.
- Bauman, Zygmunt
2003. *Modernidad líquida*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Certau, Michael de
1999. *La invención de lo cotidiano*, México: Universidad Iberoamericana.
- Delavaud, Anne Collin
2002. Quito. *La ciudad del volcán*, Quito: Ediciones Libri Mundi Enrique Grosse-Luemer.
- Donnini, Antonio
2006. "El patrimonio intangible", en La dimensión social del patrimonio, <http://www.cicopar.com>.
- Foucault, Michael,
1979. *Microfísica de poder*, Madrid: Ediciones de la Piqueta.
- Freire Rubio, Edgar (comp.)
2005. *El derecho y el revés de la memoria. Quito tradicional y legendario*, Quito: FONSA.
- Giraldo F. y F.Viviescas (comps.)
1996. *Pensar la ciudad*, Bogotá: Tercer Mundo Editores
- Kingman, Eduardo y Ana María Goetschel
2005. "El patrimonio como dispositivo disciplinario y la canalización de la memoria: una lectura histórica desde los Andes", en Carrión y Hanley (ed.), *Regeneración y revitalización urbana en las Américas: hacia un Estado estable*, Quito: FLACSO-Ecuador.
- Lévi-Strauss, Claude
1968. *Mitológicas I. Lo crudo y lo cocido*, México: FCE.
- Lynch, Kevin
1998. *La imagen de la ciudad*, Madrid: Gustavo Gil Editores.
- Noriko, Aikawa
2004. Departamento de Patrimonio Intangible, UNESCO. <http://www.unesco.org>.
- Silva, Armando
2005. *Polvos de Ciudad*, Bogotá: La Balsa.
- Subercaseaux, Bernardo
1988. "La apropiación cultural en el pensamiento y la cultura de América Latina". Estudios Públicos Nro. 30, Otoño.
- Tutivén, Carlos
2005. "Transiciones y permanencias de la memoria", en *Guayaquil al vaivén de la ría*, Quito: Ediciones Librimundi Enrique Grosse-Luemer.
- Ubidia, Abdón,
1996. *Ciudad de Invierno*, Quito: Editorial Casa de la Cultura.
- Varios autores
2004. "Patrimonio, memoria y regeneración urbana". Revista *Iconos*. No.20, FLACSO-Ecuador.