

# La imagen postal de Guayaquil. De las imágenes regeneradas a las microintenciones de control estético<sup>1</sup>

## *Postcard conception of Guayaquil. From regenerated images, to aesthetic control micro intentions*

Tina Zerega

Departamento de Investigación en Comunicación y Cultura,  
Universidad Casa Grande, Guayaquil

Email: tzerega@casagrande.edu.ec

Fecha de recepción: septiembre 2006

Fecha de aceptación y versión final: diciembre 2006

### Resumen

Los estudios de la visualidad han analizado las series de postales en forma individual y en su conjunto, ya que sintetizan intenciones e idealizaciones que pueden considerarse como actos antropológicos. Este artículo presenta un estudio sobre postales de Guayaquil producidas entre 1970 y 2004 y da cuenta del impacto de la regeneración urbana en el imaginario visual urbano actual. Un análisis de contenido y textual de estas postales, así como entrevistas a los fotógrafos que las producen, permitieron descubrir discursividades visuales generadas alrededor de la ciudad de Guayaquil. Las postales y fotógrafos evidencian cómo la mirada se centra en espacios regenerados que materializan intenciones de control social e idealizaciones urbanas y raciales, así como un rechazo hacia lo popular. Asimismo, también se analizan postales que presentan otras miradas-intenciones alternativas a los discursos hegemónicos visuales.

*Palabras clave:* postal, estudios visuales, discursividad visual, estética, representaciones urbanas, imaginarios urbanos, antropología visual

### Abstract

The visual studies have analyzed the postcard series individually and as a whole, as they summarize the objectives and idealizations that might be considered as anthropological actions. This study based on postcards of Guayaquil, carried out from 1970 to 2004, shows the impact of the urban regeneration upon the current urban visual imaginary. A content and textual analysis of these postcards as well as interviews to photographers that produced them, enabled us to find out the visual discursiveness generated with regard to the city of Guayaquil. Postcards and photographers clearly demonstrate how the attention is focused on the regenerated spacious materializing the intentions of social control and urban and racial idealizations, as well as a rejection to what is considered popular. There are also postcards with other alternative looking-intentions toward the visual homogeneous discourse.

*Key words:* Postcard, visual Studies, visual discursiveness, aesthetic, urban representations, urban imaginaries, visual anthropology

---

1 Este estudio fue iniciado en el área de Estudios Urbanos del MAAC (Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo de Guayaquil – Área Cultural del Banco central de Guayaquil) en el año 2004 y reformulado en el DICYC (Departamento de Investigación en Comunicación y Cultura) de la Facultad de comunicación Mónica Herrera de la Universidad Casa Grande, Guayaquil. Se agradece la contribución de ambas instituciones para la realización de este estudio, así como los comentarios realizados a éste por parte de Carlos Tutivén (MAAC, DICYC) y Xavier Andrade.

En Guayaquil no existe una sola ciudad. Una es la ciudad física que se expande y planifica. Otra es la que se habita y que entra en tensión con las planificaciones. Otra es la ciudad que se imagina a partir de recorridos, conversaciones e imágenes mediáticas. Y definitivamente hay una ciudad que se imagina en las postales de correo. Todo ello, en el marco de la “regeneración urbana”: un proceso de mejoramiento que implica remodelaciones y reconstrucciones de diferentes espacios de la ciudad, acompañadas de marcos legales y ordenanzas que buscan tener un “efecto sinérgico” y “conducir” hacia una “mejora” de las conductas sociales y la calidad de vida<sup>2</sup> (Wong 2005).

La postal es un formato específico de representación fotográfica de la ciudad. Es una foto que se comercializa y se destina principalmente a un mercado extranjero que, además, sirve de recuerdo y reemplaza un momento de estadía en un lugar. Hay que tener en cuenta que a medida que la ciudad se va complejizando, los ciudadanos nos convertimos en “turistas” de nuestra propia ciudad, en donde los diversos sectores socioeconómicos acuden a la nueva infraestructura para ver lo que “ha cambiado” (Aguirre *et.al.* 2001, Delgado *et.al.* 2001<sup>3</sup>). Estas miradas implicarán desplazamientos indiciarios, icónicos,

culturales y de motivo, y contribuirán a las lógicas de interpretación de estas postales (Joly 2002).

Metodológicamente, el sentido de la postal se construye en este texto a partir del análisis de la serie de postales como conjunto, así como de las características individuales. Se entiende a la postal como parte de una serie que circula, se comercializa, se vende. El estudio de una serie de imágenes, que eventualmente se convierten en un archivo, en una “colección”, que se ha movilizó desde los análisis de sus contenidos, hacia el análisis de su circulación y de cómo ésta establece lo que se considera como culturalmente diferente (Poole 2005). El análisis implica, a su vez, fragmentar la serie para considerar a cada una de estas postales como “actos de intenciones antropológicas” (Poole 2005) que pueden ser entendidos como microintenciones (Edwards 2001, citado por Poole 2005). Toda imagen sintetiza una microintención, en la medida en que es un texto que plantea “directivas” sobre cómo interpretarlo y en el que emergen “horizontes de expectativas” sobre esas imágenes (Joly 2002). Estas microintenciones deben entenderse como una síntesis que representa una serie de idealizaciones de raza y clase (Poole 2005). Las fotografías representan una serie de imágenes que no existen por fuera de sus bordes. La representación “permite al espectador ver por delegación una realidad ausente, que se le ofrece tras la forma de un representante” (Aumont 2000:111). En este caso, la ciudad que se muestra en las postales recoge una microintención de un fotógrafo, que a su vez puede sintetizar en ella visiones ideológicas de la ciudad, compartidas con el poder, el mercado y otros ciudadanos; pero también permite presentar otras maneras de reproducir la ciudad, que no se encuentren acordes a las visiones hegemónicas imperantes.

Podríamos considerar a las postales como la objetivación de imaginarios y discursividades urbanos y, en el caso de la ciudad de

2 “Este continuo mejoramiento urbano va ajustando los disfuncionamientos entre el desarrollo sociocultural y el espacio público que se habita, modificando las formas urbanas de sectores deprimidos olvidados y abandonados donde se fomentaban las actividades rechazadas por la sociedad que provocaban actos de ingobernabilidad y corrupción, lográndose un contexto ambiental seguro, limpio y de mayor convivencia que mejora la actuación social y la cultura urbana... este espacio mejorado será el medio pedagógico donde aprenderán de manera natural y reflexiva los actuales y nuevos ciudadanos, una convivencia más incluyente” (Wong, 2005: 11).

3 Delgado *et.al.* (2001) es una investigación sobre imaginarios urbanos de Guayaquil de guayaquileños y extranjeros para la realización de una propuesta gráfica..

Guayaquil, las postales de la última década están muy vinculadas al impacto de la “regeneración urbana” con los discursos políticos y mediáticos que la acompañan.

Este estudio sobre los imaginarios urbanos desde las postales analiza aproximadamente 300 postales publicadas de Guayaquil que fueron recolectadas entre el año 2001 y marzo del 2004, y que abarcan imágenes de la ciudad producidas aproximadamente entre 1970 y marzo de 2004. Este estudio utilizó herramientas como el análisis de contenido y textual en el marco de un análisis discursivo visual que se complementó con entrevistas a casi la totalidad de los fotógrafos sobre el mercado postal<sup>4</sup>, su dinámica, sus supuestos estéticos y su trabajo fotográfico.

Todo texto genera su significación en un contexto que funciona como un marco de lectura. Así, los imaginarios sobre la ciudad de Guayaquil se han transformado radicalmente en la última década a partir de la proliferación de estéticas arquitectónicas (pos) modernistas y el auge de los centros comerciales en el marco de una crisis social preocupante que se manifiesta en los índices altos de migración y en indicadores de violencia e inseguridad pública exacerbados por el poder y los medios. Por otro lado, la “regeneración urbana” ha “devuelto” a los ciudadanos el espacio público antes pauperizado, dominado por el comercio informal y la marginalidad (lo que se objetiva en los discursos mediáticos y políticos de “inauguración” de esos espacios), pero lo ha devuelto resignificándolo, convirtiendo a los espacios urbanos en espacios semi-públicos, administrados por fundaciones cuyos técnicos dictan normativas y reglamentos sobre el uso de esos espacios. Sin embargo, estos cambios han redundado en

cierto optimismo, una masiva aceptación ciudadana (Delgado *et.al.* 2001, Wong 2005) y en entusiasmos mediáticos que proyectan la idea de una ciudad que progresa (Aguirre *et.al.* 2001, Delgado *et.al.* 2001) y que se avalan con apoyos económicos, voto electoral y débiles ciudadanías.

El fenómeno de la “regeneración urbana” empieza a tener repercusiones en los “imaginarios” (Muratorio 1994) de la ciudad en el sentido en que va sugiriendo, persuadiendo y, en algunos casos, imponiendo tendencias sobre lo que se debe mostrar, lo que no se debe mostrar y la forma en que debe ser mostrada Guayaquil y que se evidencian en los cambios del mercado de postales:

“Hace 20 años, uno podía decir que el mercado de postales era Quito... Ahora la proporción es diferente. Podría decir que el 70% del mercado de postales es Guayaquil y el 30% Quito, por el cambio de 180° que ha dado la ciudad” (entrevista a fotógrafo B).

Parte de esta legitimación se evidencia en una producción creciente de postales y proyectos editoriales con imágenes de Guayaquil que ha proliferado en los últimos años. Estos libros



Monumento a los Donantes. En este monumento se ubica el nombre de todo ciudadano, empresa o institución que haya aportado económicamente a la construcción del Malecón 2000.

*Carlos Andrade, Grupo Mamey, 2000-2004.*

4 Se entrevistaron los 3 fotógrafos productores de esas postales. Ellos solicitaron mantenerse en el anonimato. Los únicos no entrevistados de manera formal fueron los hermanos Franco.

fotográficos centran su mirada en los espacios regenerados (Orellana 2003, González 2003 y 2004), ya sea enfatizando fragmentos de la arquitectura (Crespo 2004), contraponiendo imágenes iniciales de la ciudad y enfrentándolas a imágenes del presente (González, 2006) o incorporando dimensiones de la naturaleza (González 2004).

La postal es un acto retórico: “selecciona, evalúa, clasifica, jerarquiza. Incluye y excluye” (Lozano 1998:168). En ese sentido y en estricto rigor, la postal es un recorte en el continuo imaginario. La postal visibiliza e invisibiliza (Shields 2003) y censura (Joly 2002). Es una “microintención” sobre la ciudad: “desde que hemos localizado el instante, la escena, el encuentro que se quiere ‘tomar’ nos transformamos, cambiamos de mirada y de forma de vivir el momento: videntes convertidos en mirones, intensificamos el instante, escenificándolo, encuadrándolo, y deseamos hacer que exista ese lugar, ese instante, esa persona, eternamente, inmortalizarlo” (Joly 2002: 92). Si bien entonces la postal no “representa” a la ciudad, hace parte de las “representaciones” de la ciudad y en la medida en que estas representaciones están vinculadas a proyecciones mentales y sociales de sus habitantes y a las lógicas del poder, el estudio de las postales se vuelve una entrada significativa para dar cuenta de un “discurso urbano” como una forma de creación, pero a su vez como un dispositivo “que regula la relación del espectador con sus imágenes en un cierto contexto simbólico” e histórico (Aumont 2000: 202). Con su trabajo, los fotógrafos ofrecen “lecturas de la ciudad” que mediatizan la mirada y el resultado visual depende en gran medida de qué expectativas pensamos que ese otro-que-mira tiene de la ciudad.

La ciudad de las postales es imaginada por fotógrafos-imagineros para los turistas externos, internos, emigrantes y paseantes, sostenida por hábitos no cuestionados de la repre-

sentación urbana y por discursos hegemónicos que se dejan leer en el texto y especialmente en el subtexto: entre las líneas de la composición visual de la superficie fotográfica y las líneas discursivas de los productores. Como productores debemos considerar también a las instituciones públicas o imprentas privadas que encargan, demandan o reciben la oferta de trabajo, ya que las postales son también parte de un proceso de negociación comercial, que en este caso está relacionado al proceso de producción y circulación.

Tradicionalmente las postales sirven de sustento y de filtro a la memoria, entendiendo la memoria en un sentido problemático (Berger 2000). Las postales recuerdan y encubren. Dicen cómo debe recordarse esa ciudad. Así, aunque las postales recogen imágenes selectivas de la ciudad, nunca la “reemplazan”. Aunque podríamos afirmar que de hecho sí hay esa intención subyacente en la creación de estos productos, por lo menos en el discurso de fotógrafos, instituciones públicas y turísticas y -por qué no intuirlo- en los consumidores finales. La postal pretende, y en el imaginario puede hacerlo, reemplazar a la ciudad real idealizando un momento o espacio temporal de su historia presente y pasada. En nuestro caso, llama la atención la ausencia notable de postales que aludan a los pasados recientes o lejanos. Algunos de los fotógrafos revelaron que desde los 80 hasta mediados de los 90, la ciudad disminuyó su producción de postales de manera considerable: “no había qué perennizar” en esos tiempos en que “la ciudad estaba sucia, descuidada”. Así, las postales son otro ejemplo de una amnesia social guayaquileña: más que perennidad, la postal en Guayaquil busca la novedad, la transformación y el cambio inaugural, no ese “pathos generalizado de la añoranza” (Sontag 1977).



Composición collage en la que el monumento de La Rotonda se ubica en el centro, pero a la vez se des-centra la mirada hacia otros lugares de la ciudad. *Fotógrafo no determinado, 1990-1995.*

### De las ciudades a “la ciudad-malecón”

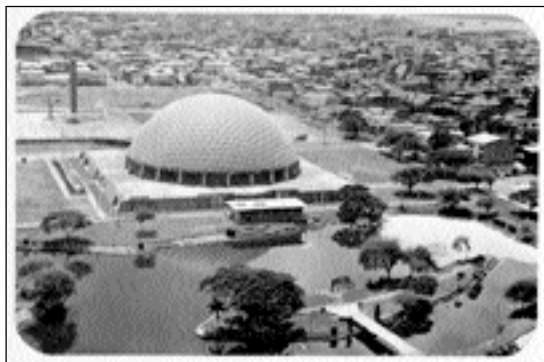
Antes de los procesos de “regeneración urbana”, las postales se caracterizaban por una composición en collage, en la que se mostraban diferentes lugares de la ciudad. En el 2004, aproximadamente el 80% de estas postales tenían que ver con la regeneración urbana. Y entre ellas, se privilegian imágenes del Malecón. Esto coincide con otras cifras numéricas de corte sociológico, en las que para los ciudadanos “salir a la ciudad” tenía que ver con ir a un Mall o un Malecón (Aguirre *et.al.* 2001).

Ambos lugares (Mall y Malecón) tienen cosas en común: una estética modernista, los aluminios, las luces, lo siempre-limpio, lo siempre-controlado, aquello que se constituye en un “atributo diferenciador” en relación

a las demás ciudades:

“Guayaquil es la ciudad de lo espectacular, es un modelo de desarrollo urbano, la regeneración urbana provoca que cada mes exista algo nuevo; en cambio Quito es histórica...es lo colonial” (Entrevista a fotógrafo A).

Esta elección visual que se fija en los tópicos modernistas de la regeneración en las postales, nos lleva a pensar si Guayaquil ha roto con la arquitectura “tradicional” no sólo en las fotos, sino en sus políticas patrimoniales arquitectónicas: “los edificios de los cuales se pretendía informar fueron destruyéndose por la velocidad y la voracidad de una dinámica de renovación urbana sin respetar e incorporar la memoria y la cultura arquitectónica al desarrollo y al progreso de la ciudad” (Lee, Compte y Peralta 1996: 13).



Postales con imágenes del sur: con frecuencia se centraron en retratar “el progreso” o el modernismo del sur, como es el caso de El Centro Cívico y el Parque Forestal. La imagen apunta a retratar la “novedad” de la época.

*Fotógrafo Indeterminado, 1970-1979*  
*Imprenta Gráficas Feraud.*



Compte (2003) también critica que únicamente se circunscriba al centro como arquitectura patrimonial y califica las acciones vinculadas al mantenimiento del patrimonio como “infructuosas y escasas”, así como a los habitantes de “desinteresados” en la conservación de ese patrimonio.

Es necesario tomar en consideración que existen otros proyectos de regeneración urbana en las zonas marginales de importante infraestructura e impacto social que incluyen remodelaciones de parques, mercados y barrios marginales. Sin embargo, análisis mediáticos y los libros fotográficos revelan que esas obras municipales no gozan de una gran

cobertura en los medios (o se registran en las páginas finales) y la propia gente de esos sectores habla de los cambios “del centro” como “los grandes cambios”:

Pregunta: ¿Y a qué se refiere con regeneración?

Respuesta: A los cambios del Malecón. Los parques no se sacan mucho. Es que la gente del parque, los globos, los comerciantes. A nuestra gente no le gustan cosas muy saludables para la ciudad. Yo creo que por eso lo que más se saca es el Malecón y el Cerro. *Ese es el gran cambio de la ciudad*. (Entrevista a fotógrafo C; los subrayados son nuestros).



*Raúl Rueda, 2000-2004.*  
*Diseño: Artes Gráficas Digitales. Imprenta Coello.*

Los grandes cambios de la ciudad se toman las cámaras. Y sus fotos revelan cierta amnesia resultado de los lugares que prefieren retratar. Para la cámara que captura postales, por ejemplo, el sur no existe.

Las postales de décadas anteriores, en cambio, sí recogen imágenes del sur. El sur continúa siendo un sinónimo de marginalidad, no sólo porque los asentamientos de sectores populares han crecido en ese sector, sino porque es un sector no legitimado en el ima-

ginario ciudadano (Aguirre, Nader, Tutivén, Zerega 2001). También “el sur” (que en el caso de las postales de la década de los 80 se limita a imágenes vinculadas al Parque Forestal, los monumentos del Parque Forestal y el Centro Cívico construidos alrededor de los años 70) se muestra “mientras está en buen estado”. Sin embargo, es interesante considerar que, aunque estos edificios, parques y plazas han sido recientemente regenerados, aún no forman parte de la oferta de postales y no se insertan dentro de los circuitos turísticos oficiales. La postal está condicionada a reproducir espacios de circulación turística: “el atractivo de una postal es tener una imagen del lugar que se visitó. A los turistas les interesan los lugares y no las personas...” (entrevista a fotógrafo C). En ese sentido vemos cómo la producción y el mercado de las postales depende también del circuito turístico configurado en cada ciudad.

¿Qué sucede entonces con la marginalidad? Si bien la regeneración intervino también en sectores marginales, esas zonas no se convierten en postal. Por lo visto no basta la simple regeneración del lugar para ubicarse en lo “mostrable” o “memorable”. Robles (1997), un autor que trabaja el concepto de imaginarios urbanos, habla de esta ciudad utilizando las metáforas del pantano y el jardín. De acuerdo a Robles, Guayaquil se debate siempre entre esas significaciones. El sur y los sectores marginales son un pantano, la ciudad regenerada del centro o la idealizada del urbanismo norte son ahora un jardín. Y esa percepción se legitima en los medios de comunicación y entre los ciudadanos.

### **La ciudad idealizada o la perennización del jardín**

El tema de la ciudad idealizada ha sido ampliamente desarrollado en los estudios urbanos latinoamericanos y en los estudios visua-

les bajo la concepción anteriormente presentada sobre la idealización de raza. La ciudad idealizada es la que entra en tensión en el momento en que se la habita y planifica, pero también en el momento en que se toma una fotografía. Es la ciudad del orden, de la urbanización de los lugares y costumbres, del aseo, de la seguridad<sup>5</sup>: “antes, en Guayaquil, sólo se podía hacer foto nocturna. En la noche había ricos colores que *distráían la mirada* de una banca mal pintada, de un árbol mal cuidado, los edificios” (Entrevista a fotógrafo C). La ciudad idealizada, soñada, deseada desde hace años por los guayaquileños, se manifiesta en la “regeneración urbana”. La “regeneración urbana” es una ciudad soñada por el poder, pero legitimada por la mayor parte de los ciudadanos, a costa también de la deslegitimización de los espacios no-regenerados en los que viven. Algunos de estudios de corte etnográfico y exploratorio, sugieren que sólo se nombra a lo regenerado como “ciudad” y que los demás lugares no existen si no están dentro del marco de la regeneración (Benavides y Poveda 2002, Chancay y Uscocovich 2002, Delgado *et.al.* 2001, De Wind y Crespo 2003, Aguirre *et.al.* 2001).

De hecho, las fotos de los 90 tienden a usar grandes planos generales que muestran el edificio en sus contextos, que “engrandecen” las infraestructuras y las muestran “completas”. Aproximadamente el 48% de las imágenes poseen encuadres de gran-plano-general y un considerable porcentaje revelan tomas de gran angular. Además, la ausencia de planos cercanos nos sitúan en una posición de contemplación frente al objeto, nos sitúan a una distancia “prudente”. Así, la postal nos hace

5 Reflexiones como éstas pueden dar cuenta de las “intenciones” detrás de determinada fotografía turística de Guayaquil: “[La regeneración urbana nos brinda] la oportunidad de caminar por las calles y pasear a lo largo de veredas impecables, lavadas con chorros de presión y trapeadas cada noche por celosas cuadrillas de mantenimiento” (González 2004).

levantar la cabeza para mirarlo: “la distancia codificada entre el espectador y el objeto es un rasgo semiótico más. Las fotografías nos sitúan como espectadores física y socialmente en relación con una serie de factores sociales e interpersonales significativos: el poder, la proximidad, la distancia” (Kress, Leite-Garcís y Van Leeuwen 1997:407).



Foto tomada en gran plano general en la que se utilizó a su vez un gran angular que incrementa las connotaciones de “poder” adscritas al edificio de la Gobernación.

*Raúl Rueda, 2000-2004, Diseño Artes Gráficas Digitales, Imprenta Coello, Archivo MAAC.*

A esto se suma el hecho de que en las postales haya primado una composición simétrica-equilibrada (74%) y exista una preferencia por las fotos de composiciones de linealidad vertical (57%). Al casi no mostrarse personas en la fotografía (los lugares asemejan a un “paisaje natural”), se muestran distanciados del espectador, recordando que “la inaccesibilidad es una cualidad capital de las imágenes de culto” (Benjamín 1974:149) y que, sumado al carácter irreplicable de ese momento, contribuye a las problemáticas del aura y que presenta una mirada “políticamente educada” de lo urbano (Benjamín 1977:42).

Sin embargo, la estética de las postales da cuenta también de cómo la demanda prefiere esa composición “naturalizada”:

“Digamos que tomo la Catedral con unas ramas cruzadas al frente o tomo una cúpula

de un ángulo diferente. Allí es cuando me dicen ‘pero no sale completo’ o ‘le falta iluminación’” (Entrevista a fotógrafo C).

Los efectos digitales (retoques de cielos, colores acentuados e incluso imágenes superpuestas) acentúan el carácter idealizado que se desea construir. La necesidad de idealización es intrínseca a la producción de postales:

“La fotografía de viaje tiene una aplicación al turismo. Hay que hacer que todo aparezca espectacular, bonito, apetecible. Es una fotografía maquillada... ya sé lo que esperan [los operadores turísticos]. La ciudad es un producto y hay que lograr que aparezca vendible. [Las postales] evitan sistemáticamente mostrar problemas” (Entrevista a fotógrafo A).

En ese marco, ¿qué es lo no-postalizable, lo no-ideal? Las imágenes que tienen relación con el campo, la pobreza, los habitantes, la tradición y lo “pequeño” no son parte de la producción postal de este momento, precisamente porque no se insertan con facilidad en los discursos y planes de la regeneración, pero también porque no se enmarcan en lo que se desea mostrar. Asimismo por ejemplo, una pelea de gallos como la que se muestra en una postal por Manuel Tama, imagen netamente rural, única en esta serie, da cuenta de una realidad que no se muestra en las fotografías de las postales. La “invasión rural” se considera como una de las causas del “desorden” y se evidencia en los estudios de corte etnográfico anteriormente señalados, en las problemáticas de los espacios regenerados plantadas por lo medios y las ordenanzas y reglamentaciones urbanas. Existe una demanda de orden que tiene que ver con “ordenar al campo”.

Por otro lado, es interesante notar que las postales que antes del año 2000 se concentraban en buena medida en mostrar diferentes lugares del centro de la ciudad, han sido reemplazadas por un nuevo centro: el malecón.





Algunas muestras de décadas anteriores de dimensiones más habitadas del centro.

*Fotógrafo Indeterminado, Imprenta Gráficas Feraud.*



En la muestra de las postales de la década de los 90, aproximadamente el 38% se ubican en el centro de la ciudad, mientras que en la muestra de postales del 2000-2004, solo el 12% se ubican en esa zona.

Con frecuencia existen proyectos que se nombran a sí mismos como de “rescate del centro” en un sentido patrimonial, pero también en un sentido de “rescatarlo” del desorden del comercio informal, de la marginalidad, de la delincuencia.

Parece que el comportamiento informal (que normalmente se adjudica al migrante campesino y que lo relacionan a los de barrios marginales; ver De Wind y Crespo 2003) “ensucia” la postal o, tal vez, “la desordena”. La gente le quita su brillo geométrico y cartesiano: “por ejemplo, sobre esta postal de la Plaza de la Administración, me han dicho ‘no le ponga el carrito con una venta de naranjas, porque ya no queremos que eso pase en Guayaquil’” (entrevista a fotógrafo A).



Dos postales de contraste: a la izquierda, postal del Mercado Sur “invadido” por el comercio informal antes del proceso de regeneración, y arriba, transformado en lo que se conoce como “El Palacio de Cristal” en la Plaza de la Administración, después de los procesos de regeneración. El edificio se moviliza del “deterioro” en que se encontraba (según discursos oficiales) a la completa y transparente “pulcritud”.

*Izquierda: Fotógrafo indeterminado, Imprenta Gráficas Feraud, Archivo MAAC, 1980-1989. Arriba: Luis Muñoz (Folch), Imprenta Imágenes Ediciones, Archivo MAAC, 2005.*

Realizar un estudio de representación de la “regeneración urbana” en los medios sería interesante, porque en muchos casos se apunta también al “control” y “limpieza” de estos espacios.

Una y otra vez vemos lo marginal por fuera de la ciudad ideal: “en relación a esta foto del cerro antes de la regeneración, me han pedido que ya no circule...me dicen ‘esto fue, pero esto ya no es así’” (entrevista a fotógrafo A). Un signo de idealización es la ausencia completa de la ciudad habitada en la ciudad ideal, lo que a su vez parece ser un fenómeno global en la producción postal. Si bien la demanda condiciona la reproducción de la imagen de ciudad deshabitada, también algunos de esos fotógrafos legitiman representaciones que dan cuenta de una asimilación o un “estar de acuerdo” con los mecanismos de control y los discursos políticos y mediáticos para mantener fija la imagen idealizada de ciudad.

“En mis fotos prefiero que no aparezcan personas. Sobre todo por la moda: la moda cambia y desactualiza la foto. Además puede salir una persona con una funda, alguien despeinado, los enamorados besándose, no estar bien vestidos... Si alguien está en el Parque Histórico y aparece con su vestuario apropiado, un señor con su cotona, es otra cosa... apropiado sería el traje de campesino, si el traje va acorde, lo ubico. No es que me digan mis clientes ‘sin gente’; yo lo decido. Hay que cuidar las fotos si van a circular. Es preferible que no haya gente. Hay que cuidar el vestuario. Si va a circular ¿qué van a decir?, que somos indios, que somos cholos. Preferible que no nos vean. Yo he visto que en las postales de afuera, de otro país, casi no se ven personas” (Entrevista a fotógrafo C).

En ese sentido, vemos que no toda la gente debe quedar por fuera de la imagen-postal. Son solamente ciertas personas, las personas “inapropiadas”, entendiendo por inapropiado

la marginalidad urbana, lo “popular” asumido como lo “cholo” y los “comportamientos inapropiados” de connotaciones moralizantes. Lo “apropiado” es entonces reproducir la *imagen-postal*, muchas veces cliché, ideológica en el sentido de reproducir los valores y las cosmovisiones de lo establecido, que seguramente son parte de los propios repertorios que circulan en las instituciones políticas y culturales de discursos localistas o autonómicos, los textos de colegio, las festividades cívicas de la ciudad. Aún así es interesante observar que ambos repertorios (sea el campesino folclorizado o el del pasado burgués de la cotona tradicional) casi no aparecen en las postales y son “avasallados” por las imágenes de corte arquitectónico. Sin embargo, estas imágenes dan cuenta de otra concepción de corte más “folklorista”, que podría considerarse a su vez como una limitada concepción de la ciudad al “postalizarse” y que -en pocas ocasiones- se asume por los productores desde una posición crítica:

“Yo hacía postales con indígenas cargando a sus niños en Guayaquil. Tenía una niña pidiendo caridad, un racimo de guineo, y se vendían muchísimo, pero dejé de hacer eso... Una vez viajé a Estados Unidos y cuando le preguntaba a la gente, ellos pensaban que todos en Guayaquil, en Ecuador, éramos indígenas o pobres. Yo por eso ya no hago eso... *Eso* no es Guayaquil” (entrevista a fotógrafo B).

Las postales son también el espacio para presentar al Otro visto como un espectáculo, representado dentro de los marcos de estereotipación (Hall 1997). Vemos cómo en la postal, en el caso que elija representar en ella al otro, la diferencia entra también en el marco del espectáculo: el indígena, el montubio, el campesino. Ése debe -puede- convertirse en postal. El otro-popular no es “apropiado” para esa postal y tampoco es “apropiado” en los procesos de regeneración. Estas presencias

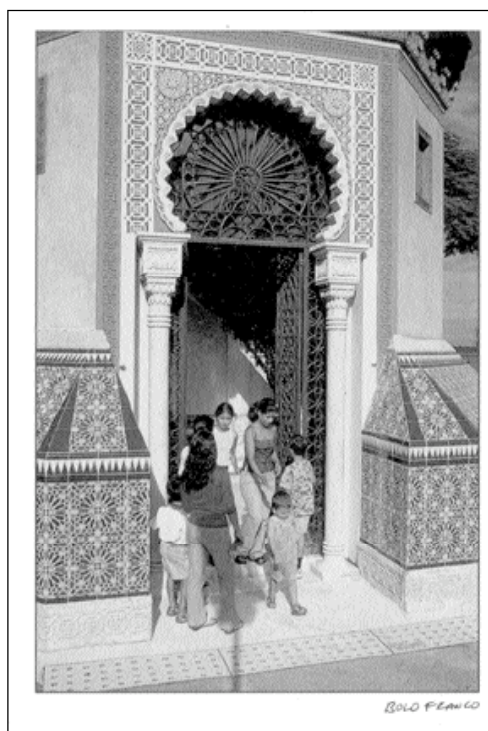
obedecen también a las reflexiones de la imagen como idealizaciones de raza (Poole 2005). Podríamos enlazar estas interpretaciones a otras, vinculadas a los estudios sobre los “miedos” urbanos, en donde el otro (sobre todo el otro-marginal, popular) es el lugar donde se acumulan las desconfianzas, temores y reproches urbanos. El otro y sobre todo el otro popular es el que se evita, el que puede hacer daño, el que desordena, el que ensucia, aunque también hay que considerar que el concepto de “otro” varía según las comunidades de sujetos (Delgado *et.al.* 2001, Crespo y De Wind 2003, Chiriboga *et.al.* 2002).

Por supuesto, en las series siempre hay excepciones. Los hermanos Franco rescatan las dimensiones habitadas de la ciudad y espacios de “menor legitimidad” si se lo compara con las demás postales.

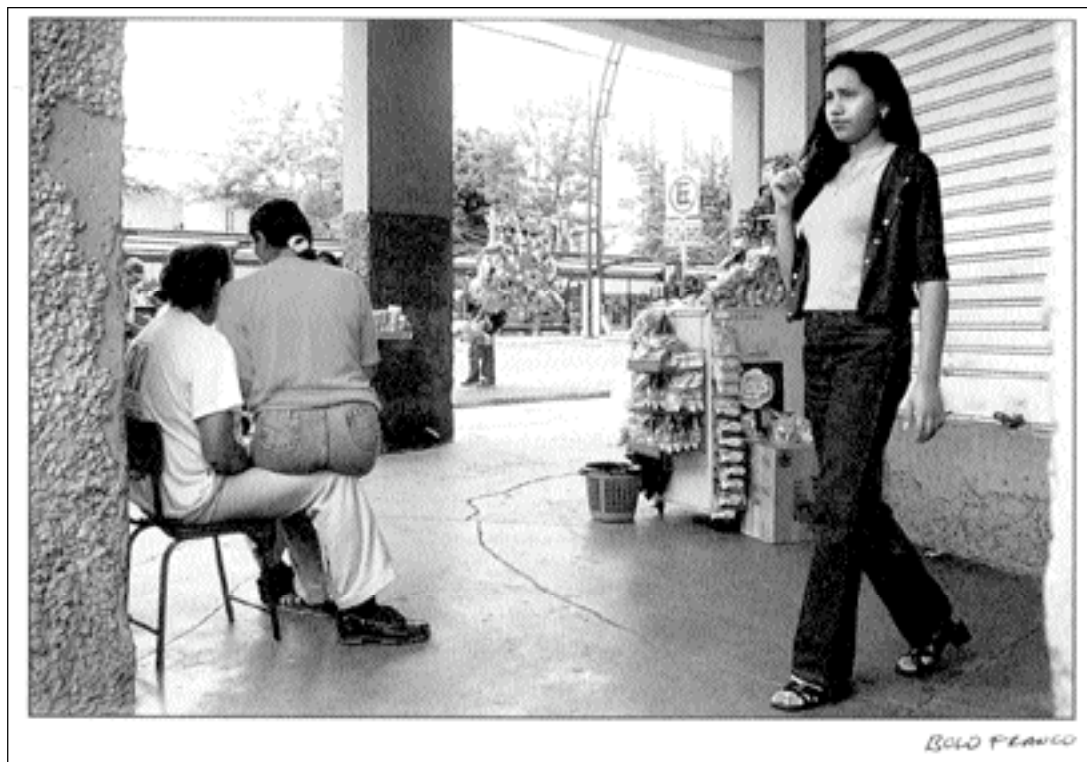


*Imprenta Imágenes Ediciones, Archivo de Postales del Observatorio Cultural Urbano del MAAC.*

Los hermanos Franco (principalmente Bolívar, “Bolo”) muestran una dimensión habitada de la ciudad: se contrasta al Malecón - el lugar del orden, la reglamentación, la limpieza, lo formal- con la cuadra del frente, donde ubicamos lo informal del comercio, la costumbre cotidiana, lo no-bien-sentado. Sin embargo, paradójicamente, la ciudad-cotidiana-habitada como la de esta postal “no vende” (Bolo Franco).



*Arriba: Bolo Franco, Imprenta Senefelder, Archivo de Postales del MAAC, 1995-1999. Abajo: Bolo Franco, Imprenta Senefelder, Archivo de Postales del MAAC, 2000-2004.*



*Bolo Franco, Imprenta Senefelder, Archivo de Postales del MAAC, 2000-2004.*

Otro caso a analizar (a pesar de su muy escasa producción), es el fotógrafo Andrade del grupo “Mamey”. Andrade se centra en la dimensión habitada urbana en casi toda su producción, entendiendo por lo habitado tanto a los “sujetos de sector popular” y “vendedores informales” como a “objetos” que dan cuenta de lo habitado: frutas en un mercado, venta

de recuerdos religiosos, etc., que podrían también, desde otra óptica, enmarcarse en concepciones del otro como espectáculo o idealizaciones de raza, pero en todo caso, en el marco de la serie de postales analizadas y que circularon en el 2004, representa otra mirada de la ciudad, no solamente por los temas elegidos, sino por las formas y encuadres con los que la cámara mira.



*Carlos Andrade, Grupo Mamey, Archivo de Postales del MAAC, 2000-2004.*

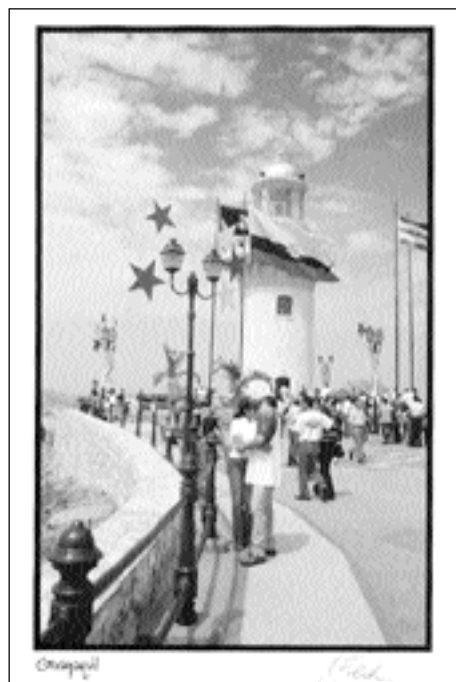
Folch también presenta dimensiones habitadas de la ciudad, sobre todo en sus últimas producciones, aunque las presente siempre en los marcos de la regeneración del centro (Cerro, Plaza de la Administración, Mirador del Cerro Santa Ana, la calle 9 de Octubre, etc.) y no en lugares descentrados de la regeneración urbana como el caso de los hermanos Franco o Andrade.

## Cerrando encuadres

La postal en Guayaquil funciona como una especie de peón semiótico que posiciona a la ciudad frente a las otras dos ciudades-históricas (Quito y Cuenca) y como “equiparable” a la de esos otros que vienen “del primer mundo” a observar procesos de desarrollo. La estrategia visual implica el “borramiento” de todo aquello que no contribuya a ese posicionamiento y que aleje a Guayaquil de su pasado de “desorden” y lo acerque a otros órdenes de países desarrollados y “sorprenda” al turista con este orden, que tal vez no pensaba encontrar.

A través de la televisión y de los procesos de migración de imaginarios accedemos a esta nueva concepción de la ciudad-mundo que se reproduce también a nivel local y que es parte de las políticas municipales y estatales que hablan constantemente de una “imagen-ciudad” o una “ciudad-marca” para el turismo, las inversiones y los negocios. Sin embargo, ese mismo concepto de ciudad-mundo, en el caso de la postal, presenta dos tipos de idealizaciones. La primera es una ciudad “idealizada en el pasado”, que les sirve para explicar el origen, justificar y tratar de entender su presente por la búsqueda del génesis, el “de dónde venimos”, “cómo nacimos” (Gaggioti 2000). Esta ciudad se construye a partir de la invención de elementos simbólicos que se ligarán muy especialmente a un momento, también simbólico, que se denomina la “fundación de la ciudad”. Éste es el caso de la postales del cerro Santa Ana, que en el “mito-urbano” es el lugar donde “nació” la ciudad, aunque las referencias históricas para sustentarlo no queden explícitamente establecidas, pero que también podría ligarse a ese mismo espacio y al Malecón como los símbolos del nacimiento de una “nueva ciudad”, la regenerada, la ordenada.

Esta idealización del pasado entra en contradicciones severas con una *idealización de lo*



Fotógrafo Luis Muñoz (Folch), Imprenta Imágenes Ediciones, Archivo de Postales del MAAC, 2000-2004.

*nuevo*. El “pasado” fotografiado (Cerro, Malecón, Centro) en realidad es un pasado reconstruido (tampoco se pretende indicar que existen “pasados originales”), sin embargo, estos lugares-hitos del pasado representan a su vez los hitos de la regeneración, lo que se ha “logrado” cambiar. De hecho, los mentalizadores de la regeneración urbana hablan de “mantener el momento” (concibiendo el momento regenerado del espacio como un momento original o momento cero) como un instrumento estratégico en el plan de regeneración urbana (Wong 2005).

Por otro lado, el Malecón representa una ciudad “idealizada en el futuro”, que ayuda a los grupos a organizar su proyecto de ciudad, la cual se compara y liga a otras ciudades de la red urbana. En esta mimesis con otras ciudades se procura además la búsqueda de la identidad colectiva a partir de la comparación “somos como”, “somos distintos a” (Gaggioti 2000). En el caso de Guayaquil, la ciudad-malecón la posiciona como una ciudad de de-

sarrollo, que da cuenta -aunque sea a manera de mimesis- a ciudades de carácter comercial del primer mundo, pero que a su vez la diferencia de Quito, que ha hecho de lo histórico-colonial el eje de su posicionamiento. Además, es la ciudad del orden, del control, de la seguridad.

¿Qué Guayaquil, entonces, se recorre en las postales? Podríamos decir que es el nuevo Guayaquil. El Guayaquil que se quisiera - desde el poder y la ciudadanía- reproducir en toda la ciudad. El Guayaquil idealizado en donde los sujetos, los guayaquileños, somos vistos como “contaminadores” del nuevo espacio que debería conservarse siempre moderno, siempre ordenado, siempre limpio, siempre seguro. Y podríamos decir que la visión-postal (tal vez por el poco tiempo de la regeneración) se reproduce también en muchos de los medios de comunicación, de los discursos políticos y algunos de los sociales y educativos. ¿Qué significa eso? Kress, Leite-García y van Leuden (1997: 389) indican que “las significaciones de quienes dominan en mi medio, continuarán siendo dominantes para mí y serán ellos los que modelen, más que yo mismo, los recursos representativos de mi comunidad y, por lo tanto, los medios de mi producción de significaciones”. En ese sentido se explica el impacto de la regeneración no sólo a nivel del discurso de los fotógrafos, sino también en el de los ciudadanos guayaquileños. En ese sentido, estas series de postales son representaciones urbanas, pero no vanas representaciones. Son representaciones que dan cuenta del nuevo orden imaginario, de la intención del orden que aplicamos a la ciudad, pero que también pueden convertirse en un encuadre donde otras miradas, otras intenciones de hacer ciudad, sean posibles.

## Bibliografía

- Aguirre, Antonio, Nader, Denisse, Tutivén, Carlos y María Mercedes Zerega, 2002, “Sondeo cuantitativo de los aspectos relativos a la ciudad, su pasado y el museo”, Banco Central, sucursal Guayaquil, mimeo.
- Aumont, Jaques, 1992, *La imagen*, Paidós, Barcelona.
- Benavides, Beatriz y Ana Gabriela Poveda, 2002, “Lo que se toma y lo que se deja. Investigación realizada entre los moradores de la escalinata Diego Noboa alrededor de los cambios generados en su vida cotidiana a partir del proyecto de regeneración urbana”, Tesis realizada en la Universidad Casa Grande, Guayaquil.
- Benjamín, Walter, 1977, “Pequeña historia de la fotografía”, en José Muñoz Millanes, editor y traductor, *Sobre la fotografía, Walter Benjamín* (2005), Colección Pre-textos, N. 705, Valencia.
- , 1974, “Sobre algunos temas de Baudelaire”, en Muñoz Millanes José, editor, *Sobre la fotografía, Walter Benjamín* (2005), Colección Pre-textos, N. 705, Valencia.
- Berger, John, 2000, “Usos de la fotografía”, en *Revista Trimestral Elementos*, N. 37, Vol. 7, Universidad Autónoma de Puebla, México.
- Chancay, Alexandra, Uscocovich, 2002, “El consumo cultural del espacio público de jóvenes de sectores populares en la regeneración urbana: caso malecón 2000”, Tesis de licenciatura realizada en la Universidad Casa Grande, Guayaquil.
- Chiriboga, Héctor, Tutivén, Carlos y María Mercedes Zerega, 2001, “Material de campo Cartografías Urbanas de Guayaquil”, Banco Central- Sucursal Guayaquil.
- Compte, Florencio, 2003, “La ciudad de los soportales”, en publicación sin compila-

- dor, *Guayaquil al vaivén de la ría*, Libri-Mundi, Enrique Grosse-Luemern, Quito.
- Crespo, Sebastián, 2004, *Guayaquil Otra Mirada*, Co-edición TRAMA y Mr. Books, Quito.
- De Wind, Joanne y Juan José Crespo, 2003, “El Guayaquil Imaginado desde los taxistas”, Tesis de licenciatura realizada en la Universidad Casa Grande, Guayaquil.
- Delgado, Roberto, Manrique, Roberto y Gabriela Monteverde, 2001, “Proyecto GYE”, Proyecto de licenciatura realizado en la Universidad Casa Grande, Guayaquil.
- Gaggiotti, Hugo, “Ciudad, texto y discurso. Una reflexión en torno al discurso urbano”, en línea, (ff), revisado el 22/08/2006, (ff actualización), en Scripta Vetera, edición electrónica de trabajos publicados sobre geografía y ciencias sociales, Geo Crítica Web, [www.ub.es/geocrit/sv-34.htm](http://www.ub.es/geocrit/sv-34.htm).
- González, Carlos Julio, 2006, *Guayaquil Ayer y Hoy*, Imprenta Mariscal, Quito.
- , 2004, *Guayaquil del Río Grande y Estero*, Imprenta Mariscal, Quito.
- , 2003, *Guayaquil Siglo XX*, Imprenta Mariscal, Quito.
- Hall, Stuart, 1997, “The spectacle of the Other”, en *Representations, Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage Publications, The Open University, Gran Bretaña.
- Joly, Martine, 2003, *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*, Colección Paidós Comunicación, Editorial Paidós Ibérica, Barcelona.
- Kress, Ghunter, Leite-García, Regina y Theovan Leeuwen, 1997, “Semiótica Discursiva”, en Teun A Van Dijk, compilador, *El discurso como estructura y proceso, Estudios sobre el discurso I, una introducción disciplinaria*, Serie Clade-Ma, Lingüística/ Análisis del Discurso, Editorial Gedisa S.A, Barcelona.
- Lee, Pablo, Compre, Florencio y Claudia Peralta, 1996, *Testimonio y Memoria de la Arquitectura Histórica de Guayaquil*, Ediciones La Chaza, Impresión en Artes Gráficas Senefelder, Guayaquil.
- Lozano, Elizabeth, 1998, “La Ciudad: un mapa nocturno para la comunicación”, en publicación sin compilador, *Mapas nocturnos: Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*, Universidad Central y Siglo del Hombre editores, Santafé de Bogotá.
- Muratorio, Blanca, 1994, “Nación, identidad y etnicidad: imágenes de los indios ecuatorianos y sus imagineros a fines del siglo XIX”, en Blanca Muratorio, editora, *Imágenes e imagineros: representaciones de los indígenas ecuatorianos, Siglos XIX y XX*, Serie Estudios, Flacso – Sede Ecuador, Quito, pp. 109-196.
- Orellana Arenas, Miguel, 2003, *Santiago de Guayaquil, Una ciudad Abierta, documento*
- Robles, Humberto, 1997, “Imagen e idea de Guayaquil: el pantano y el jardín (1537-1997)”, en *Revista Caravelle*, N° 69, Toulouse, Ports D’amerique Latine.
- Shields, Rob, 2003, *Visualicity – on urban visibility and invisibility*, en línea, revisado en (20/03/2004), Carleton University Ottawa, <http://www.carleton.ca/~rshields/index.htm>.
- Sontag, Susan, 2005 (1977), *Sobre la fotografía*, Editorial Alfaguara, Buenos Aires.
- Tutivén, Carlos, 2003, “Transiciones y permanencias de la memoria”, en *Guayaquil al vaivén de la ría*, Ediciones Libri-Mundi Enrique Grosse-Luemern, Quito, Ecuador.
- Wong, Daniel, 2005, *Regeneración urbana marca Guayaquil*, Imprenta Poligráfica, Guayaquil.