LO CULTO Y LA PARODIA DE UNA “CIUDAD CERVANTINA”

Karen Keheyán¹

Introducción

Este trabajo refleja parte de un proceso de reconversión de la imagen identitaria urbana de una ciudad media. De modo específico, busca establecer cómo es construido desde los imaginarios urbanos locales el nombramiento oficial de Azul (Provincia de Buenos Aires, Argentina) como “Ciudad Cervantina”. A tal fin, parto de considerar que el proceso de emblemización de su imagen forma parte de una tendencia global de conversión de las ciudades en “marcas” que resulta de la “transición” de modelos de producción fordistas hacia formas de acumulación geográficamente más abiertas. Siguiendo a David Harvey (2007), se trata del “traspaso” de modelos de gobernanza urbana en la fase del denominado capitalismo tardío: de un enfoque municipalista-gestor de las ciudades, a uno de tipo empresarial afianzado en las décadas de 1970 y 1980.

La ciudad de Azul se ubica en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires y resguarda una de las colecciones cervantinas privadas más completas de América². Desde comienzos de siglo XX, atravesó una serie de hitos que encauzaron su identidad hacia una reciente auto-imagen urbana: la de “Ciudad Cultural” con anclaje en lo cervantino como valor distintivo hegemónico. A lo largo de este trabajo me propongo ilustrar cómo se edifica esta imagen a partir de dos focalizaciones empíricas: por un lado, una biblioteca-museo llamada “Casa Ronco” que tipificaré como el sector de “la” cultura. Por el otro, una agrupación local de moteros llamada “Quijotes del Camino”, a través de la cual introduciré una lectura de la ciudad partiendo del concepto de *parodia* analizado por Mijail Bajtín.

Como hipótesis de trabajo señalo que el nombramiento oficial de Azul como “Ciudad Cervantina” configura -en el imaginario urbano generalizado- un elemento de identificación respecto de otros centros urbanos. No obstante, aunque parecería acrisolar la

¹ Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina.

² La colección está conformada por ediciones de los siglos XVII, XVIII, IX y XX de “El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de La Mancha” de Miguel de Cervantes, miniaturas, retratos de Cervantes, artículos periodísticos, poesías, entre otros ejemplares vinculados con el autor.

identidad local mediante *lo cervantino* (entendido como valor), éste es re-significado por parcialidades de la ciudad que difieren del sector ligado a “la” cultura en términos restrictos.

Tras el proceso de reconfiguración de su identidad como “Ciudad Cultural” me pregunto: ¿cuáles fueron los elementos distintivos que configuraron a Azul como tal?, ¿qué usos del concepto de cultura edificaron esta auto-imagen? y ¿cómo es re-significado lo cervantino desde el concepto de *cultura popular*?

¿Atesorando historias o afianzando el mito cervantino?

La identificación de “Ciudades Cervantinas” forma parte de una iniciativa propuesta por el Centro UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) Castilla - La Mancha, entidad creada en 2002 que impulsó la fundación de una red integrada por ciudades que exhibieran relación con el autor Miguel de Cervantes y su obra cumbre *El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de La Mancha*. Algunas de ellas son: Alcalá de Henares (España), Guanajuato (México), Montevideo (Uruguay) y Azul (Argentina).

El caso de Azul respondió a la ponderación de un conjunto de antecedentes reunidos en un proyecto oficial con un objetivo específico: posicionar a la ciudad en la Red de Ciudades Cervantinas³. Los elementos distintivos que configuraron esta imagen se basaron en el patrimonio arquitectónico de la ciudad, la “puesta en valor” de dos colecciones (“Cervantina” y “Hernandiana”⁴) y una serie de exposiciones realizadas durante la década de 1930 por la “Biblioteca Popular” bajo la dirección de Bartolomé José Ronco, figura sobre la que me detendré más adelante.

De acuerdo con el *imaginario erudito*⁵ local (Gravano, 2005), en 1931 fue organizada la “Exposición Martín Fierro” y, al año siguiente, la misma institución ejecutó la “Exposición Cervantes” mediante la consigna “popularizar la obra cervantina” (Dossier

³ Uno de los objetivos de la Red De Ciudades Cervantinas es difundir el conocimiento de lugares relacionados con Miguel de Cervantes y su obra a través del desarrollo de proyectos a nivel educativo, comunitario, turístico y económico. Ver: http://www.cervantesvirtual.com/portales/red_ciudades_cervantinas/presentacion/

⁴ “Colección Hernandiana” remite a la obra literaria “Martín Fierro” del autor argentino José Hernández.

⁵ Según Ariel Gravano, el imaginario erudito es aquel “*compuesto por el conjunto de imágenes de la ciudad presentes (en forma explícita o subyacente) en los estudios académicos, principalmente en las historias locales de las ciudades*” (Gravano, 2005: 20).

Tierra de Quijotes, 2006).

Por otro lado, la exposición de 1932 fue reeditada setenta y dos años más tarde bajo el nombre “Cervantes De La Mancha... A la Pampa”. A cargo de la Biblioteca Popular “Bartolomé J. Ronco” y la Asociación Española de Socorros Mutuos, en 2004 tuvo lugar la conmemoración del IV Centenario de la primera edición de “El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de La Mancha”. Tal como señalan las fuentes consultadas, sus objetivos fueron:

Testimoniar la eterna amistad entre España y la Argentina; fijar la posición de Azul como referente de las colecciones cervantinas en Argentina; sensibilizar a la población el reconocimiento y valoración del patrimonio cultural cervantino de la Casa Ronco; rescatar y transmitir especialmente a los niños, los valores implícitos en la obra cumbre de la lengua española (Fernández, 2008).

Los hitos precedentes fueron formalizados en la elaboración de un Dossier titulado “Tierra de Quijotes. Proyecto Azul Ciudad Cervantina de Argentina”. Este documento oficial fue elevado ante el Centro UNESCO Castilla-La Mancha en 2006 a cargo de la Municipalidad y la Asociación Española. Conformado por instituciones público-privadas, materializó una propuesta de posicionamiento local con base en tres ejes de desarrollo: patrimonio, educación y cultura. Como destaca Stella Maris Fernández (2008), estos fueron establecidos en función de responder a objetivos potenciales en caso de que Azul se convirtiera en una “Ciudad Cervantina”. Un año después de la presentación de este documento, Azul obtuvo el nombramiento oficial e institucional como tal, a través de un decreto emitido por el Centro UNESCO que ponderaba:

La valiosa actividad cultural de Azul, desde los antecedentes con que cuenta la comunidad azuleña, en la promoción de la cultura, desde los baluartes e ideales cervantinos, quijotescos y de la UNESCO, en el ámbito de la Cultura, la Ciencia, la Comunicación, la Educación y la Cultura de Paz (Fernández, 2008: 56).

Ronco o la pervivencia de un sueño...

La “Casa Ronco” es una edificación de estilo ecléctico italianizante construida en 1883. Se trata de una biblioteca-museo constitutiva del patrimonio urbano de la ciudad. Su nombre responde a una de las figuras que parte del imaginario erudito local emblemizó mediante la reconstrucción de su historia: Bartolomé José Ronco. Nacido en Buenos Aires, fue Doctor en Jurisprudencia y participó en instituciones como la “Junta de Historia y Numismática Americana” y la “Biblioteca Popular” de Azul. Las fuentes bibliográficas consultadas lo presentan desde múltiples definiciones: como bibliófilo, intelectual y coleccionista. No obstante, no es la intención de este trabajo exhibir de modo exhaustivo parte de su biografía, si no, ilustrar cómo se constituye en una de las principales figuras evocadas al momento de definir la auto-imagen de Azul como “Ciudad Cultural”.

Ante su fallecimiento en 1952, las ediciones correspondientes a las colecciones “Hernandiana” y “Cervantina”, junto con la casa y sus pertenencias fueron conservadas y legadas a la “Biblioteca Popular” por quien fuera su esposa, María de Las Nieves Giménez. Según detalla Fernández, en 2007 la “Biblioteca Popular” publicó un folleto titulado “Azul Ciudad Cervantina de la Argentina. Propuesta de Recuperación integral y ampliación de la Casa Ronco”. A grandes rasgos, este anteproyecto planteó dos objetivos: convertir a la “Casa Ronco” en Biblioteca Cervantina de América y Casa Museo, y propiciar un centro de investigaciones y estudios cervantinos de carácter nacional e internacional (Fernández, 2008). En primera instancia se orientaron fondos para la reconstrucción de la fachada, dejando como tarea posterior la recuperación del interior.

Esta iniciativa de reconstrucción se acentuó tras la reapertura de la casa en el marco del nombramiento oficial obtenido por Azul. En tal contexto, adquirió el carácter de biblioteca-museo focalizada en la conservación tanto de la construcción edilicia (en sus condiciones originales) como del material bibliográfico coleccionado por Ronco. De acuerdo con la reconstrucción histórico-urbana establecida por el Dossier “Tierra de Quijotes. Azul Ciudad Cervantina de la Argentina”, Bartolomé Ronco ha sido definido en términos de “hacedor”, “mecenas” o “pionero” de “la” cultura.

Para comprender esos modos de definirlo, me detengo en una forma de abordar la relación entre política y cultura según Néstor García Canclini (1987): el mecenazgo liberal. Según el autor, este paradigma constituyó una forma de promover a “la” cultura - entendida en términos restringidos - en Europa cuando aún no existía un mercado artístico consolidado. Su promoción estaba en manos de:

⁶ Esta imagen corresponde a la “Sala de las colecciones” de la “Casa Ronco” y fue extraída de la galería de fotos de la siguiente página virtual: <http://www.bibliotecaronco.com.ar/index/album/id/1>

Una familia poderosa o un consorcio controlado por un gran empresario que dona periódicamente altas sumas de dinero para la creación artística, basado en gustos y criterios de selección personales (García Canclini, 1987: 29).

Afirma García Canclini que el mecenazgo liberal podría considerarse como una forma de “política cultural”, en la medida que:

Ha servido y sirve en varios países para normar las relaciones en este campo, distribuir fondos importantes, establecer líneas prioritarias de crecimiento y desestimar otras (García Canclini, 1987: 30).

Subyace a su definición el uso restringido o iluminista del concepto de cultura, es decir, aquel que la concibe:

Como algo cuantificado, acumulable, seleccionable y centralizable, siempre determinada por el sujeto que se autoatribuye el poder de cuantificar, acumular, seleccionar y centralizar ciertos valores supuestamente 'más' culturales (Gravano, 2011: 11).

Es en la evocación de Ronco como “mecenas” u hombre impulsor de “la” cultura donde podría pensarse en la auto-imagen de la ciudad bajo el concepto de mito, entendido como mecanismo mediante el cual:

Se pretende instaurar, dictar e indicar cuál debe ser el valor a imponer, a fijar, a congelar en el tiempo, a sacar del discurrir histórico, a deshistorizar, de modo que la dimensión temporal pase a estar subordinada al horizonte simbólico reivindicado (Gravano, 2005: 47).

El sentido de actualidad y presencia que supone la figura del mito, se ve reflejado en ciertas enunciaciones con que el *imaginario erudito* evoca a la figura de Ronco. En particular, ilustraré dos modos de metaforizar su imagen, extraídos de fuentes bibliográficas distintas. Una de ellas lo menciona en términos de “El fervor de Azul”⁷ y la otra como “La pervivencia de un sueño”⁸. *Fervor* podría ser definido como un sentimiento de admiración hacia algo o alguien; del mismo modo, el concepto de pervivencia refiere a la duración o

⁷ “*Fervor de Azul. Ideas, sueños y concreciones a través de sus propias palabras*” se titula el libro de Luis Lafosse.

⁸ La expresión “Pervivencia de un sueño” fue extraída del libro “*Martín Fierro en Azul: catálogo de la colección martinfierrista de Bartolomé J. Ronco*” de Alejandro Parada.

permanencia con vida de algo a pesar del paso del tiempo. Considerando que el uso de la metáfora constituye una herramienta de objetivación, estas menciones parecerían operar en función de perpetuar su imagen a pesar del paso del tiempo.

En pos de celebrar el nombramiento oficial de Azul como “Ciudad Cervantina”, en enero de 2007 fue organizado por primera vez el “Festival Cervantino”, bajo dirección de la Asociación Española de Socorros Mutuos y la Municipalidad del partido. Bajo el lema “Encuentro de culturas”, el Festival se propuso como instancia para afianzar el proyecto oficial presentado ante UNESCO, el cual priorizó un tipo de trabajo descentralizado y focalizado en la participación conjunta de organismos públicos y privados. A partir de su segunda convocatoria en 2008, se desarrolló bajo la consigna “Soy Quixote”, una vez más con el fin de promover la inserción internacional de la ciudad en el marco de la “Red de Ciudades Cervantinas del Mundo” y generar espacios de promoción de múltiples expresiones locales, nacionales e internacionales.

Teniendo en cuenta la definición de mito esbozada precedentemente, la "alta" cultura se expresaría no sólo a través de Ronco en condición de “mecenas”, sino también a partir de lo cervantino referenciado en el apellido del autor Miguel de Cervantes como sinónimo de lo culto. Empero, frente al *mito cervantino* como mecanismo motorizador de la imagen identitaria de Azul como “Ciudad Cervantina”, propongo ilustrar una posible expresión paródica o burlesca interpretada desde el análisis del concepto de cultura popular en un sentido bajtiniano.

Una parodia motorizada

¿A qué me refiero cuando hablo de parodia? ¿Cómo se relaciona con *lo popular*? ¿De qué modos podría objetivarse el concepto de cultura en relación a ciertas expresiones populares? Para dar respuesta a estos interrogantes, me baso en el análisis de Mijail Bajtín (1987) sobre la cultura cómica popular de la Edad Media y el Renacimiento. Principalmente, en su abordaje de las manifestaciones populares establecidas frente a las festividades oficiales en la Edad Media.

Según señalaba Bajtín, durante el Medievo los espectáculos y ritos organizados “a la manera cómica” se diferenciaban de las ceremonias oficiales ejecutadas por la Iglesia y el Estado feudal. Estas formas de culto:

Ofrecían una visión del mundo, del hombre y de las relaciones humanas totalmente diferente, deliberadamente no-oficial, exterior a la Iglesia y al Estado; parecían haber construido, al lado del mundo oficial, un segundo mundo y una segunda vida a la que los hombres de la Edad Media pertenecían en una proporción mayor o menor y en la que vivían en fechas determinadas (Bajtín, 1987: 8).

Desde esta conceptualización, lo popular es definido por su oposición a los cánones de estabilidad y formalidad impuestos por la “cultura oficial”. Así lo define Gravano (2005) tomando las consideraciones de Bajtín:

Es una lógica al revés, una parodia de la vida ordinaria. No es una crítica negativa, sino ambivalente y renovadora. La risa y el goce son populares porque se oponen a la seriedad oficial, con ese principio original de renacimiento, regeneración y renovación (Gravano, 2005: 169).

De acuerdo con el autor ruso, las expresiones carnalescas de la plaza pública formaban parte de la vida cotidiana, y suponían una existencia extra-oficial donde la risa adquiriría un lugar protagónico:

La risa carnalesca es ante todo patrimonio del pueblo (este carácter popular, como dijimos, es inherente a la naturaleza misma del carnaval); todos bien, la risa es ‘general’; en segundo lugar, es universal, contiene todas las cosas y la gente (incluso las que participan en el carnaval), el mundo entero parece cómico y es percibido y considerado en un aspecto jocoso, en su alegre relativismo; por último esta risa es ambivalente: alegre y llena de alborozo, pero al mismo tiempo burlesca y sarcástica, niega y afirma, amortaja y resucita a la vez (Bajtín, 1987: 14).

Con el advenimiento del Renacimiento - explicaba Bajtín - la risa fue definida como una significación positiva de carácter regenerador y creativo: “*al llegar al Renacimiento, se convirtió en la expresión de la nueva conciencia libre, crítica e histórica de la época*” (id: 72). La mirada renacentista enfatizó en el carácter positivo y renovador de la risa, a diferencia de corrientes teóricas posteriores que - según señalaba el autor - acentuaron sus funciones denigrantes. Partiendo de una concepción bajtiniana de las manifestaciones

populares y ante el interrogante por las posibles re-significaciones de lo cervantino en tanto valor hegemónico, me centré en el uso iconográfico de la figura del “Quijote de La Mancha” como símbolo de identificación de ciertos espacios. Con el nombramiento oficial de la ciudad, su imagen fue diseminada en forma de logotipo de comercios, locales de entretenimiento, plazas y, particularmente, de una agrupación de moteros llamada “Quijotes del camino”.

Ser Quijote: del libro a las rutas

“Quijotes del Camino” es el nombre de una agrupación de moteros creada en 2007 en la ciudad de Azul, conformada por hombres y mujeres de edades⁹ y ocupaciones laborales diversas. Ante cualquier desfasaje semántico, cabe aclarar que tomo el concepto de motero para referenciar a quien se auto-define como aficionado a la conducción de motos y todo lo que concierne a ellas. Según los imaginarios ligados a esas prácticas, la figura del “motociclista” no necesariamente comprende a un sujeto aficionado a las motos, sino que su ligazón a ellas puede circunscribirse a otras razones: por ejemplo, traslado por necesidad o trabajo. En este sentido, quien se auto-adscribe como motero puede considerarse “motociclista” pero el “motociclista” no siempre restringe su figura a la del motero. Introduzco, entonces, una categoría basada en gusto o afición que -en este caso- presenta la particularidad de identificarse con el logotipo del “Quijote de La Mancha”.

No se trata del “Quijote” presentado por la literatura clásica universal¹⁰, o bien, se trata de la misma figura bajo otro ropaje: porta armadura corporal, lanza y escudo, un pañuelo sobre su cabeza, calzado en punta, y se dispone como conductor de una moto. Ante la re-apropiación de su imagen por parte esta agrupación me pregunto: ¿qué significados atribuyen sus integrantes al “ser Quijote”? ¿Por qué eligieron su figura como logotipo de identificación distintivo respecto de otras agrupaciones? Expresado en otros términos:

⁹ Las edades de los integrantes de la agrupación oscilan entre los veinte y sesenta años.

¹⁰ El “Ingenioso Hidalgo Don Quijote de La Mancha” encarnó el personaje de una de las novelas más emblemáticas de la literatura universal. Esta obra literaria posee una particularidad: su tratamiento burlesco configura una parodia de la tradición caballeresca medieval. Su protagonista es un hidalgo (“Don Quijote”) aficionado a las obras de caballería que vive en la ciudad española de La Mancha a principios del siglo XVII.

¿cómo es definido *lo quijotesco* en tanto valor distintivo?

11

De acuerdo con el presente análisis, el “Quijote motorizado” configura una resignificación popular de lo cervantino como valor anclado en el uso restringido del concepto de cultura. Con el fin de ilustrar estas consideraciones, expongo a continuación parte del trabajo etnográfico focalizado en la agrupación “Quijotes del Camino”:

En el 2007 le pusimos a nuestra agrupación ‘Quijotes del Camino’ en alusión de ser ‘Ciudad Cervantina’, muy orgullosos de llevar el Quijote arriba de una moto por todo el país, promocionando nuestro encuentro de motos y a nuestra querida ciudad... lo pensamos, no sabíamos cómo hacer, le buscamos la vuelta... porque queríamos que la palabra ‘Quijote’ estuviera en el nombre y fue justo con todo esto de la ‘Ciudad Cervantina’ Somos unos Quijotes, porque andamos... viajamos, traemos gente de otros lados (Valeria, 40 años).

Nosotros con ‘El Cervantino’ somos el agua y el aceite. Lo que pasa es que lo de ‘Ciudad Cervantina’ es más cultural, esto es otra cosa, si bien también es cultural... pero no viene del libro, no sé cómo explicártelo. Lo que no significa que no tengamos cultura, no es que seamos más o menos cultos, no encuentro la palabra para explicártelo, pero creo que vos me entendés la idea (Mariana, 52 años).

Es otra filosofía, lo cervantino es como más... frío -acompaña su frase con un gesto dubitativo- yo no sé si en eso se pondrán a decir o preguntar: ‘¿te gusta la cervantina? ¿te gusta la cervantina? ¿te gusta la cervantina?’ Nosotros sí... cuando viene la gente les preguntamos: ¿te gustan las motos? Y no es que seamos más o menos cultos. Hay gente

¹¹ Se trata del logotipo de identificación de la agrupación local de moteros que protagoniza parte de este trabajo. La imagen fue extraída del Facebook “Quijotes del camino”.

que es instruida o tiene cultura, pero esto es otra cosa. Un hombre que trabaja en el Senado se saca el traje, sube a una moto y es otra persona (Raquel, 35 años).

Esto es otra cosa: el orgullo de la burla

El uso iconográfico de la figura del “Quijote” por parte de esta agrupación podría ser interpretado desde un sentido positivo y auténtico (“muy orgullosos de llevar el ‘Quijote’ arriba de la moto”), que hace ostensible su carácter impugnador: a partir de la exageración de sus rasgos, el “Quijote” es presentado bajo un ropaje que trasciende los parámetros literarios oficiales - o “cultos” - que lo caracterizaron oficialmente desde el espectro literario que le dio origen.

No se entiende aquí el concepto de parodia como una manifestación contra-hegemónica. Establecerlo de este modo implicaría concebir lo quijotesco y lo cervantino como valores distintivos antagónicos, haciendo a un lado el carácter ambivalente de la expresión paródica entendida en un sentido bajtiniano: a partir de su aspecto sarcástico y renovador. Tal como señalara Bajtín: “la negación pura y llana es casi siempre ajena a la cultura popular” (Bajtín, 1987: 13). En este aspecto, disiente con la parodia moderna como expresión exclusivamente formal y negativa. El mensaje impugnador de esta re-significación popular no estaría dirigido a la designación oficial de la ciudad como “Ciudad Cervantina”, sino, al uso restringido o iluminista del concepto de cultura:

Lo de ‘Ciudad Cervantina’ es más cultural, esto es otra cosa, si bien también es cultural... pero no viene del libro. Lo que no significa que no tengamos cultura. Lo cervantino es como más frío... (Mariana, 52 años).

Lo cervantino estaría vinculado - desde este punto de vista - a “la” cultura desde su acepción restringida, es decir, como bagaje de conocimientos distribuidos de forma distintiva (Gravano, 2011). Pero el ser motero también podría interpretarse a partir de ese mismo uso, en la medida que constela un conjunto de significaciones y prácticas que lo distinguen respecto de otras categorías o aficiones dentro del motociclismo. A través del registro etnográfico de su instancia festiva anual (el “encuentro moto-turístico” o “moto-encuentro”) pude visualizar parte de esas especificidades: manifestaciones ligadas al género

musical del *heavy metal* y la afición a la conducción de motos por gusto o, lo que en términos de categoría emic, también es definido como placer o sentimiento¹².

Evocar al “Quijote” en tanto símbolo parecería, entonces, definir una oposición ante cualquier connotación solemne e inexpressiva (“lo cervantino es como más frío”). Es decir: a través del acto mismo de trasladarse en moto (“somos Quijotes porque andamos por todos lados, viajamos”), o ser aficionado de la conducción de motos en modalidades específicas. Como si se tratase de un lenguaje otro, creador - al decir de Bajtín - de formas de comunicación que difieren de lo que se invoca en términos de oficial, pero que no deja de ser iluminista consigo mismo, porque tal objetivación de lo quijotesco parte de la configuración de códigos y ademanes propios de aquello que se auto-proclama como “otra filosofía”.

La parodia de *lo culto: lo quijotesco*

De acuerdo con lo expuesto, el “Quijote motorizado” podría configurar una expresión burlesca en un sentido bajtiniano. Es decir, alejada del sentido negativo o denigrante representativo del humor moderno y, por el contrario, ilustrativa de una resignificación auténtica e innovadora. En efecto, propongo abordarla como expresión impugnadora de lo cervantino con base en la exaltación de los rasgos del “Quijote” asociado a una modalidad específica del motociclismo.

El sentido analítico de la parodia como posible lectura burlesca de lo establecido oficialmente parte de su carácter impugnador: en función de comprender la negación y afirmación de determinados valores y su resistencia a ajustarse - como estableciera Bajtín - a los cánones oficiales. Pero la configuración del objeto parodiado incluye - de acuerdo con el autor - a quienes escarnecen o parodian a las instituciones establecidas. En tal definición reside la diferencia entre lo que estableció como risa popular de la risa satírica moderna:

¹² Estas expresiones responden a registros de campo diseminados -principalmente en ocasiones no planificadas e informales- ante el interrogante por los sentidos atribuidos al “*ser motociclista*” y “*ser motero*”.

El autor satírico que sólo emplea el humor negativo, se coloca fuera del objeto aludido y se le opone, lo cual destruye la integridad del aspecto cómico del mundo; por lo que la risa negativa se convierte en un fenómeno particular (Bajtín, 1987: 14).

Tanto las formas groseras como los elogios constituyen - según su planteo teórico - un aspecto del mismo mundo: “en el sistema de imágenes de la fiesta popular, no existe la negación pura y abstracta. Las imágenes tratan de abarcar los dos polos del devenir en su unidad contradictoria” (id: 166). Estos polos asumen que las celebraciones populares evidencian un carácter ambivalente desde el punto de vista cómico. Esto es: expresan una opinión del mundo que incluye a quienes ríen o parodian a las instituciones oficiales.

La denominación “Quijotes del camino” podría ser leída, entonces, como parodia de lo cervantino conceptualizado desde la acepción iluminista del concepto de cultura (y referenciado en el apellido del autor Miguel de Cervantes como sinónimo de “lo culto”). Su evocación por fuera de los parámetros literarios oficiales no expresaría - como se anticipó - una burla denigrante moderna, sino una forma impugnadora que adquiere el carácter de lo que Bajtín definió en términos de un mundo al revés, signado por el carácter ambivalente de la risa popular.

Conclusiones

Este trabajo se propuso ilustrar posibles lecturas acerca del proceso de emblemización de una imagen identitaria urbana en una ciudad de rango intermedio de Argentina. A lo largo del presente desarrollo, señalé que tales lecturas no pueden comprenderse por fuera de una tendencia global de conversión de las ciudades en “marcas”. Situada en el “traspaso” de ciertos modelos de gobernanza urbana, esta última derivó - de acuerdo con el análisis de Harvey - en un enfoque de tipo empresarial, donde la edificación de imágenes urbanas que den sentido de pertenencia e identidad se gestó como una de sus estrategias troncales. Para hacer ostensible las lecturas propuestas, fue necesario evocar aquellos hitos y personalidades que el imaginario erudito local emblemizó en función de gestar un relato hegemónico de la ciudad. De acuerdo con el análisis establecido, la edificación de esta imagen urbana transita las dos caras de una misma encrucijada. Por un

lado, la resultante del relato hegemónico de la ciudad que evoca a “la” cultura como valor. Por el otro, una cara burlesca configurada desde la autenticidad que impugna -humor mediante- el uso restringido del concepto de cultura con anclaje en lo cervantino. En este punto, lo quijotesco configuraría una parodia entendida en clave bajtiniana, es decir, ilustrativa de una expresión popular que reivindica lo burlesco en un sentido positivo, regenerador e innovador.

Referencias

- BAJTIN, Mijail. *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Madrid, Alianza, 1980.
- Dossier Tierra de Quijotes: Proyecto Azul Ciudad Cervantina de Argentina*. Editado por: Municipalidad de Azul y Asociación de Socorros Mutuos. Azul, 2006.
- FERNANDEZ, Stella M. *Mítica Azul: Tierra de Quijotes. Ciudad Cervantina de la Argentina*. Buenos Aires, Dunken, 2008.
- GARCIA CANCLINI, Néstor. *Políticas culturales en América Latina*. México, Grijalbo, 1987.
- GRAVANO, Ariel. *Imaginarios sociales de la ciudad media. Emblemas, fragmentaciones y otredades urbanas*. (Ariel Gravano comp). Tandil, REUN, 2005.
- GRAVANO, Ariel. La cultura como concepto central de la Antropología. En: *Apertura a la Antropología, alteridad, cultura, naturaleza humana*, editado por M.C. Chiriguini, pp. 93-122. Buenos Aires, Proyecto Editorial, 2011.
- HARVEY, David. *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*. Madrid, Akal, 2007.

Recibido em: 12/09/2017.

Aprovado em: 15/11/2017.