

# Colecciones anónimas: lo cotidiano, lo oculto, lo extraño<sup>1</sup>

## Anonymous collections: the everyday, the hidden, the strange

Omar Puebla Cardenas<sup>2</sup>

Recibido: 2017-01-04  
Aprobado: 2017-02-02

### Resumen

La presente investigación reflexiona sobre la capacidad que tienen los objetos masivos de romper con la cadena de consumo-uso-desecho, y a posterior, tornarse en contenedores de historias y memorias individuales, adquiriendo nuevos usos, significados, e incluso cambiando de apariencia. Lo que vemos en los objetos cotidianos (aspecto y funcionalidad) es apenas la punta del iceberg; hay en cada uno de ellos un “algo” que va más allá de simplemente cumplir con su propósito inicial; sin embargo, esta “nueva vida” solo es posible conseguirla cuando estos entran en contacto con quien les da oportunidad de abandonar su mundo masificado y tornarse únicos: el coleccionista. El estudio que se presenta a continuación plantea una posible clasificación de este tipo de objetos, dependiendo del uso que sus propietarios les dan luego de haber cumplido con su “vida útil”. Se eligió diez personas que exhiban este tipo de objetos en las vitrinas de sus hogares, ya que, este mueble garantiza que su dueño no quiso deshacerse del mismo y lo colecciona. De nuestros “hallazgos” realizamos una “taxonomía”, presentando un *top 10* de los objetos más populares que viven detrás de un vidrio en ciertos hogares de la ciudad de Quito.

**Palabras clave:** objetos, Historia, memoria, coleccionismo, vitrina, top 10.

### Abstract

This investigation reflects on the capacity of massive objects to break with the consumption-use-waste chain, and later, to become containers of individual stories and memories, acquiring new uses, meanings, and even changing their appearance. What we see in everyday objects (appearance and functionality) is just the tip of the iceberg; there is in each of them “something” that goes beyond simply fulfilling its initial purpose; However, this “new life” is only possible when they come into contact with those who give them the opportunity to leave their crowded world and become unique: the collector. The study that follows presents a possible classification of this type of objects, depending on the use that their owners give them after having fulfilled their “useful life”. We chose ten people to exhibit this type of objects in the showcases of their homes, because this piece of furniture guarantees that its owner did not want to get rid of it and collects it. From our “findings”, we made a “taxonomy”, presenting a top 10 of the most popular objects that live behind a glass in certain homes in the city of Quito.

**Keywords:** objects, History, memory, collecting, showcases, top 10.

1 Los resultados presentados en este artículo son parte de la investigación realizada con el apoyo de la Comisión de Investigación Formativa (CIF) de la Universidad Central del Ecuador, como parte del programa de Proyectos Semilla.  
2 Docente de la Facultad de Artes, Universidad Central del Ecuador.

## Introducción

“Si amar a una persona entraña el desafío del rechazo, amar la colección es querer a sí mismo, lo cual, no entraña el menor riesgo y además enriquece la autoestima” (Armero, 2009).

¿Qué sentido tiene almacenar objetos?, ¿qué me gusta?, ¿qué miro?, ¿por qué exhibo? Ser coleccionista no necesariamente se traduce en comprar-almacenar-mostrar; también se debe tomar en cuenta que el ojo traduce lo que ve y aspira en los objetos que nos rodean, es decir, el coleccionar tiene fines más insondables de lo que podríamos imaginar, y, el impulso por atesorar, obedece a variados estímulos como el deseo (Baudrillard, 2004), el ocio, el placer estético, la competencia, la fantasía, el riesgo, el prestigio, el dominio, la sensualidad, el absolutismo del ego, la aspiración a la inmortalidad (Armero, 2009); o bien podría ser un ejercicio de ostentación, una vía de escape (carácter terapéutico), mero entretenimiento, estudio del mundo que nos rodea (carácter científico), un acto de fe (carácter religioso), e incluso un manifiesto político (Sylvestre, 2012). Sumado a esto, podríamos anotar que el ansia por atesorar objetos cotidianos es motivado por lo llamativo de su aspecto, porque la pátina que les ha dado el tiempo los ha cambiado y los ha convertido en “únicos” y “valiosos”, porque el coleccionista les ha restado su función inicial (útil) y les ha dado una nueva (inútil), que es simplemente contemplativa (Sudjic, 2009); o como en el caso que nos compete, por la necesidad de mostrar la importancia que las personas le otorgan a objetos banales por las historias que poseen.

El tipo de colecciones del presente estudio (ocultas, informales, cotidianas) no han sido creadas con el fin de capitalizar de forma económica o cultural como en las colecciones privadas o museales; no persiguen con afán el reconocimiento público o ser patrimonizadas; no se han concebido con la idea de traspasar una herencia a generaciones venideras. Las *colecciones anónimas*, más que construir una historia, buscan guardar historias mediante los recuerdos, son formas diferentes de ver lo mismo: la memoria.

“La memoria de las personas es insegura, inestable y frágil, pero es el mayor tesoro que tiene el ser humano para extender sus puentes con el pasado y de esta forma poder seguir nutriendo y enriqueciendo una vida” (Ballart, 2002: 30). A pesar de las falencias de la memoria, Ballart enfatiza la importancia que ésta posee en la construcción de un

pasado, el condicionamiento de un presente y el legado de una historia futura. ¿Cómo conservar la memoria?, ¿cómo se construye el relato histórico y la identidad de un grupo social?, ¿por qué conservar la memoria?

Frente a esta memoria quebradiza aparecen los objetos, que funcionarían como prueba de la existencia de unas memorias. Ellos son los encargados de fungir como vestigios del pasado y anclajes del tiempo, nos permiten determinar una época con tan sólo mirarlos (¿acaso no es posible determinar a qué período de la historia nos remite un vaso cerámico precolombino o un vaso de plástico desechable? No solamente nos permiten ubicarnos en el tiempo, sino que de cierto modo son un resumen de la cosmovisión de la sociedad que los creó. En el primer caso, el objeto fue creado con elementos de la naturaleza y bien podría albergar una función mágico-religiosa; y en el segundo, el objeto fue producido en masa y es desechable). Los objetos son los encargados de avalar a otras instituciones facultadas de preservar la memoria. Si se piensa en el museo, la biblioteca o el relato escrito, (quienes al igual que otras instituciones oficiales son los encargados de legar un patrimonio), todos necesitan como soporte de su existencia a los objetos, como testimonios de un tiempo y un lugar concretos. Como imágenes claras del pasado, son documentos objetivos de la existencia de una sociedad o acontecimiento.

El presente estudio no se remite a los “objetos oficiales”, o aquellos que están avalados por instituciones de poder, sino a objetos masivos que habitan en las casas del ciudadano común (figurillas de porcelana, llaveros, peluches, *souvenirs* de viaje, portarretratos, juguetes, miniaturas, objetos de cristal, etc.) y que son los encargados de guardar “otra” memoria, una que ha sido excluida, que no ha participado en la construcción de la historia e identidad de una nación: la memoria de las amas de casa, de los funcionarios públicos, de los oficinistas, de los artistas, de los negros, de las secretarías, de los indios, de los rockeros, de los abuelos, de los niños y demás. Memorias que existen y que viven excluidas por el poder, resistiendo el intento de ser borradas. A estas memorias es necesario darles una voz, y no nos referimos a un testimonio (hablado o escrito) de los coleccionistas participantes del proyecto, sino, una “voz” que se pueda leer desde los utensilios que éstos atesoran en sus casas.

No todas las personas comparten las mismas memorias, y por lo tanto no comparten los mismos objetos; sin embargo,

existe preferencia por cierto tipo de objetos, que está dada por su pertenencia a cierta condición social, étnica, religiosa, económica o geográfica. Es el caso de los participantes de esta investigación, trece en total, mestizos, quiteños, localizados en la zona urbana del Distrito Metropolitano de la Ciudad de Quito y a quienes congrega una particular práctica: atesorar objetos en las vitrinas de sus casas.

La práctica de coleccionar objetos para exhibirlos detrás de un vidrio remite a la dinámica del museo clásico, que cuenta y transmite una historia mediante los objetos que exhibe, y que el visitante puede apreciar cuando los tiene al frente -sin la posibilidad de tocarlos-. La vitrina (al igual que el museo) también cuenta y transmite una historia exhibiendo objetos detrás de un vidrio, pero, de personas comunes. Desde su individualidad y anonimato este grupo construye una memoria subjetiva y personal, y a pesar de ello, grupal: “Lo colectivo de las memorias es el entretrejo de tradiciones y memorias individuales, en diálogo con otros, en estado de flujo constante, con alguna organización social [...] y con alguna estructura, dada por códigos culturales compartidos” (Jelin, 2002: 22).

Los objetos banales cuentan y guardan una historia al alcanzar el nivel de colección, y, aunque ciertos objetos se repiten de persona a persona, éstos “no queda(n) supeditado(s) al conjunto, sino que crea(n) una totalidad mínima” (Ferrando, 2014: 31). Cuando estos objetos comparten el espacio de la vitrina empiezan a generar relaciones compositivas propias de las dinámicas del museo y de las artes: se los organiza cromáticamente o por temáticas, se establecen relaciones de distancia, superposición, interjección y demás artificios que permitan contar una historia. Bartolomé Ferrando (2014) al referirse a la capacidad que tienen los objetos de transmitir un mensaje, repara en la exigencia de “pasear” alrededor de los mismos para poder observarlos a profundidad, sin perder de vista el acontecimiento que se da cuando uno o más objetos entran en diálogo unos con otros: “al conjuntar dos o más (objetos) que no tienen nada en común [...], se produce un sobresalto y una intensificación del instante vivido” (p. 25).

Es necesario entonces escarbar en las entrañas mismas de la vitrina y hacer una autopsia de los objetos que la conforman.

### Los objetos

“En resumen, la cultura no consiste en una clase particular de objetos, sino que se re-

fiere a códigos diversos que presiden la vida humana y pueden leerse como uno de los niveles de significación en toda clase de objetos.” Mario Margulis (2009)

En todas las culturas los objetos han presentado una doble dimensión para la sociedad: elección y necesidad. A estas dimensiones se les han venido agregando otras nuevas, los objetos (al igual que los seres humanos) se han adaptado a los cambios y se han cargado de nuevos contenidos. El objeto empieza a adquirir mayores dimensiones sociales y culturales; para Lukács (1966) existen tres tipos: los objetos prácticos, los objetos mágico-religiosos, y finalmente las prácticas estéticas. Además, varios pensadores han analizado las distintas dimensiones, propiedades y categorías de los objetos tomando en cuenta que la cultura -en el sentido etnológico del término-, engloba prácticamente todas las actividades y producciones simbólicas de una sociedad, siendo la construcción de objetos una parte intrínseca. Todas las culturas tienen su propio comportamiento, identidad y diversidad; pasa lo mismo con los objetos, que poseen categorías y dimensiones que los diferencian de otros de su misma especie, los particularizan y los convierten en *objetos culturales*.

Es decir, los objetos, al igual que los sujetos, tienen también su propio comportamiento, identidad y diversidad. Bolívar Echeverría (2010) analiza el fenómeno de los objetos que rebasan su valor pragmático y utilitario, superando la visión espiritualista de la cultura, y convirtiéndose así en una “meta”, a la vez que en la “satisfacción de una necesidad”, es decir, el objeto es una herramienta de trabajo, pero también es un medio del disfrute. Baudrillard (1969) por su parte, y desde un análisis posmoderno, nos presenta un objeto cargado de “deseo” y “sexualidad”, que se manifiesta en las posesiones y acumulaciones que cada individuo posee en su hábitat. El objeto se adapta a la sociedad y a sus deseos, “de tal manera, todo objeto tiene dos funciones: una la de ser utilizado y la otra la de ser poseído” (p. 98). Sin embargo, el interés de este trabajo no es presentar una panorámica de la evolución del objeto, si fuera éste el caso, deberíamos remitirnos a sus posibles clasificaciones para definirlo y compararlo desde que es: *natural, encontrado, intervenido, pasa por cosa, se vuelve utensilio, se masifica, se estetiza, etc.*; o tal vez desde que es: *ritual, mágico, religioso, simbólico, de consumo, masivo, de marca*; o tal vez desde que

es: *capitalista, cultural, práctico, utilitario, contemplativo, monumental, miniaturizado, político*. La lista podría extenderse *ad infinitum*, no obstante, la investigación se enfoca en el objeto como un *ente cultural* capaz de guardar una historia cuando se junta con otros dentro de una vitrina.

### Top ten de los más populares entre los objetos populares

Los objetos están enraizados en el ser humano, son parte del orden social, “en los objetos hay algo que trasciende las cuestiones obvias de la función y la utilidad. Nos sugiere que hay tanto que ganar explorando el significado de los objetos como considerando para qué sirven o qué aspecto tienen” (Sudjic, 2009: 45); los objetos atraviesan todos los aspectos de la vida cotidiana. Comparten el hecho de ser creados por el ser humano, de no ser “naturales”, y a pesar de ello, son entes “vivos”, inacabados, complejos y están en constante cambio. Es posible romper su orden e ir más allá de su existencia, repensarlos, adaptarlos, mostrarlos, y darles una nueva “forma de vida”. “En el mundo posmoderno, la cultura y la vida social también están estrechamente unidas, pero ahora a través de la estética de los productos de mercado [...]” (Eagleton, 2001: 51).

Así pues, el análisis del comportamiento y particularidades de los objetos masivos que se hallan en la vitrina nos dará pautas de cómo descifrar las historias que encierran. Los objetos enlistados a continuación son el resultado de una observación/estadística realizada al grupo de estudio participante. Se debe tomar en cuenta que los resultados obedecen a una muestra particular, por lo tanto, no podremos hablar de resultados genéricos en cuanto a los

objetos que poseen las personas, sin embargo, los objetos descritos a continuación nos permitirán ahondar en el lenguaje que emplean los coleccionistas anónimos el momento de ubicarlos en sus vitrinas:

### 1. Objeto histórico

Objeto que nos permite clasificar fechas y rupturas, conocido en la antropología también como “objeto de la memoria”. Los sujetos y las sociedades recuerdan a partir de objetos y esto les otorga un significado más allá de su uso o valor de cambio. El objeto histórico es el que se decide atesorar por ser el vestigio de una época, arrastra consigo fragmentos de historia, ya sea porque se lo adquirió en una fecha importante, o por ser un regalo apreciado. Es único y difícil de encontrar por su rareza o antecedentes. El coleccionista dota de importancia no sólo al objeto sino a su pasado. En palabras de Walter Benjamin (2012):

Para el coleccionista el mundo está, ya no presente, sino ordenado en cada uno de sus objetos. Solo es necesario recordar la importancia que un coleccionista particular atribuye no solo al objeto sino a todo su pasado, sea en lo referido al origen a las características objetivas de la cosa, o en cuanto a los pormenores de su historia externa, anteriores propietarios, precio de compra, valor actual, etcétera. Para el verdadero coleccionista, todos estos datos “objetivos” se reúnen en cada una de sus pertenencias y forman una enciclopedia mágica entera, un mundo ordenado, cuyo centro está en el destino de los objetos. Basta con observar a un solo coleccionista mientras maneja las piezas de su vitrina. Apenas las sostiene en la mano, parece como si le inspiraran y se diría que ve a lo lejos a través de ellas, como si fueran un presagio del futuro. (p. 35)

**Figura 1. Objeto histórico. Figura de resina**  
“Elaboración propia”.



**Figura 2. Objeto histórico. Reloj de bolsillo**  
“Elaboración propia”.



## 2. Objeto ritual: portarretratos

Con un marco dorado, de porcelana o plástico, alberga la imagen del coleccionista o de su familia. Es un objeto que por sí solo nos dice mucho de la personalidad de su dueño, a través de él sabremos si la persona está casada, tiene hijos, mascotas o vive sola. Es un objeto querido. Parafraseando a Baudrillard (2004): poseer el objeto, es poseer al ser amado, en él se exaltan las cualidades del sujeto.

**Figura 3. Objeto ritual. Portarretratos en pared**  
“Elaboración propia”.



**Figura 4. Objeto ritual. Portarretratos sobre repisa**  
“Elaboración propia”.



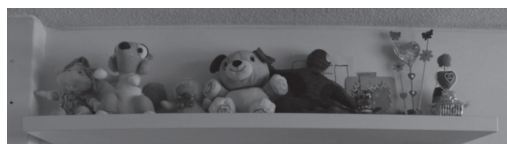
Aunque el objeto ritual tiene poderosa carga de por sí (basta ver el cuidado con el que se han dispuesto las fotografías en las vitrinas de los hogares que se han visitado), ésta puede potenciarse o menguarse dependiendo de los objetos que tenga a su alrededor. El portarretratos en el contexto vitrina es parte de una “comunidad”, y “el objeto comunitario es el conjunto de objetos individuales y no tiene más sujetividad que la que éstos necesitan que tenga para que la suya propia pueda ser efectiva” (Echeverría, 2010: 62). Es decir, el nivel de importancia del portarre-

tratos depende de los demás objetos que lo rodean y el espacio que ocupa en la vitrina.

## 3. El objeto cliché: osito de peluche

Considerado en la “alta cultura” como objeto de mal gusto (y por lo general de bajo costo), es casi imposible no encontrarse en las vitrinas de la urbe con él. La personalidad de este objeto se basa en la prefabricación e imposición de un efecto que garantice su atractivo, es decir, que lo haga “bello” ante los ojos de quienes se ven atraídos a adquirirlo por el estímulo sentimental que ejerce. Según Eco (1984) es el “cebo ideal para un público perezoso que desea participar en los valores de lo bello, y convencerse a sí mismo de que los disfruta, sin verse precisado a perderse en esfuerzos innecesarios.” (p. 84)

**Figura 5. Objeto cliché. Conjunto de peluches sobre repisa**  
“Elaboración propia”.



Creado para satisfacer a las masas, la mediatización de la cultura se ve reflejada en este modelo, ¿quién no ha recibido, obsequiado o comprado un osito de peluche? Este objeto es por excelencia un habitante regular de los hogares y arquetipo de profundidad emocional, quienes además se engañan con la idea de “gozar de una representación original del mundo, cuando en realidad gozan sólo de una imitación secundaria de la fuerza primaria de las imágenes” (Eco, 1984: 84).

**Figura 6. Objeto cliché. Peluche**  
“Elaboración propia”.



No hay fenómeno en el mundo contemporáneo cuya comprensión e impacto no se

vea influido por los medios de comunicación, expandiendo otros contenidos culturales a sectores cuya esfera estaba excluida. El oso de peluche es de origen norteamericano, pero gracias al fenómeno mediático, no existe lugar en el mundo donde no habite.

Pero lo que puede denominarse estetización o esterilización del oso de peluche se produjo unos pocos siglos después de la estetización de los cuadros de santos. Seguramente la demanda original del oso no era la demanda de una obra de arte, sino una criatura para jugar, un compañero con el que el niño compartiera la almohada o el plato; en otras palabras, para resultar investido de una especie de alma. Es difícil encontrar una palabra para describir esta capacidad de las imágenes tridimensionales de ser atraídas al mundo de los vivos, de

convertirse no en representaciones de otra cosa sino casi en individuos por derecho propio (Gombrich, 2011: 139).

Indudablemente, la identificación del oso de peluche ha variado con el tiempo, en la actualidad ha pasado a convertirse en símbolo del amor y la amistad, y puede ser regalado y poseído por jóvenes, adultos y ancianos.

#### 4. Objeto migrante: *souvenirs* de viaje

Las acumulaciones y colecciones muestran también la hegemonía de una cultura, las luchas de poder y los fenómenos sociales. En este caso también se pueden leer eventos nómadas y migratorios a partir de los contenidos de la vitrina.

**Figura 7. Objeto migrante. Cantinflas de cerámica.**

“Elaboración propia”.



Al *objeto migrante* le toma su tiempo adaptarse y dialogar con sus vecinos antes de encontrar un lugar seguro en la repisa. Los viajeros lo llevarán consigo porque les recuerda su lugar de origen y les remite al imaginario de la nación a la que pertenecen. Por lo general, serán miniaturas, ya que sus

**Figura 8. Objeto migrante. Danzante mexicano**

“Elaboración propia”



dueños “a menos que sean propietarios de una casa con un terreno amplio tendrán que contentarse con la pequeña estatuilla [...]” (Gombrich, 2011: 137). El objeto migrante también puede ser el regalo de personas de otras latitudes, y será digno representante de la localidad a la que pertenece, o bien,

será un referente local al cual las personas se aferran, brindándoles un sentido de pertenencia, sea ésta real o ficticia.

### 5. Objeto híbrido: recipiente de plástico/macetero

“Por extensión, es posible pensar que lo popular se constituye en procesos híbridos y complejos, usando como signos de identificación elementos procedentes de diversas clases y naciones” (Canclini, 1990: 206). Las hibridaciones no solamente se dan a nivel cultural, sino también a nivel formal, en el aspecto mismo de las cosas. Un objeto puede alterar su forma directamente influenciado por “la vida urbana, las migraciones, el turismo, la secularización y las opciones simbólicas ofrecidas tanto por los medios electrónicos como por nuevos movimientos [...]” (idid.: 203). Por ejemplo, un recipiente plástico cualquiera, que en su inicio podría haber sido portador de un producto específico (botellas de gaseosa, contenedores de helado o productos para el hogar), una vez culminada su función inicial y útil, es tomado por el coleccionista, quien lo altera en su forma y además lo resignifica. Rellena el envase con tierra de su localidad y siembra en él una semilla de latitud lejana. Ahora es un objeto híbrido y al igual que la cultura, se construye a partir de los demás objetos que lo rodean, y estos objetos que aparentemente no poseen conexión entre sí, crean un objeto nuevo: una “maceta” *glocal*.

**Figura 9. Objeto híbrido. Balde maceta**  
“Elaboración propia”.



**Figura 10. Objeto híbrido. Florero-botella**  
“Elaboración propia”.



### 6. El objeto pirata

“Ilegalidad no significa necesariamente que las actividades son ilegítimas” (Ribeiro, 2007: 12). En la copia de objetos también podemos entrever procesos de resistencia. En la piratería constatamos que mediante el consumo también se puede interferir la cadena capitalista y su hegemonía. El deseo de adquirir un objeto original genera una serie de alternativas para poseerlo, y la copia es una de ellas.

**Figura 11. Objeto pirata. Botellas decorativas.**  
“Elaboración propia”.



El *objeto pirata* es una alternativa para el individuo periférico, su bajo coste (y calidad) permitirá poseer toda una biblioteca en versión fotocopiada, acervos de música descargados desde la red, o ropa de “marca” confeccionada con materiales económicos. Todos estos artículos son consumidos en la informalidad de la calle, en el espacio público, a diferencia de sus semejantes que sólo pueden ser adquiridos en los centros comerciales. Adicionalmente, este objeto ha generado plazas de empleo ilícito y centros de globalización popular no hegemónica, a partir de la copia-reptición del “superlogos” (Chang, 2004): marcas globales como Nike, Sony, Versace, Toyota, entre otras, que se repiten por su popularidad en el sistema consumista.

El objeto pirata es una alternativa al objeto del *mall*, los materiales con que se produce y su manera de entrar en circulación muestran un despliegue de creatividad. El sujeto que hace casas pero no las tiene, quien hace vestidos pero no los puede comprar, o quien produce y no siempre puede consumir, ha

encontrado en la piratería una manera de saciar su necesidad del *Superlogos*.

**Figura 12. Objeto pirata. Reproducciones chinas.**

“Elaboración propia”.



### 7. La miniatura

“La miniatura es otro recurso del mundo infantil al que con frecuencia se recurre para objetos dirigidos a los adultos” (Sudjic, 2009).

**Figura 13. Objeto miniatura. Conjunto de miniaturas en una repisa.**

“Elaboración propia”.



La miniatura es por excelencia el objeto de la vitrina. Nuestra fascinación hacia este tipo de artículos está determinada por su portabilidad, su capacidad de adaptación en el espacio y su liberación de la escala humana; la miniatura nos permite poseer el mundo mediante la posesión de objetos.

Paradójicamente, en una civilización espectacular, monumental y en constante expansión, la tendencia a la miniaturización abarca la mayoría de nuestras prácticas: el reloj de mano, el *iphone*, las *tablets*, la nanotecnología, los autos-mini, los mini-departamentos, el disco compacto, los libros de bolsillo y demás.



**Figura 14. Objeto miniatura. Conjunto de miniaturas en una repisa.**

“Elaboración propia”.



“Desde el punto de vista del espectador, resulta difícil cifrar mi relación con las miniaturas. Tradicionalmente, los estudios académicos y estéticos las vinculan con un tipo de experiencias -las confortables-, con un carácter -el frívolo- y con cierto gusto -el kitch-” (Silvestre, 2012: 248), sin embargo, este es un juicio limitado, ya que la miniatura, más que un objeto a escala, es un ente que nos permite apropiarnos de la ciudad, repitiéndola en nuestra vitrina y que “tiene como función paralela mitigar (sin resolverla) una penuria crónica de espacio al nivel cotidiano” (Baudrillard, 2004: 57).

### **8. Objetos de deseo: objetos de diseño**

“Si se suprimiese toda publicidad, todo el mundo se sentiría frustrado ante las paredes vacías.” Baudrillard (2004)

Las calles, el transporte público, nuestros lugares de trabajo y hogares son testigos de cómo los objetos de diseño han inundado nuestra vida cotidiana. Para el teórico Sudjic (2009) el consumo y la necesidad de estos objetos están claramente marcados por el deseo, que ha sido inteligentemente encausado por la publicidad. “El diseño embellece las cosas cotidianas, da expresividad y glamour a lo que tiene poca consistencia, y actúa como una cirugía estética que sacrifica lo esencial de las cosas por su apariencia” (p. 151).

**Figura 15. Objetos del deseo: objetos del diseño. Colección de llaveros.**

“Elaboración propia”.



**Figura 16. Objetos del deseo: objetos del diseño. Colección de triciclos a escala.**

“Elaboración propia”.



El objeto de diseño es un objeto desaturado, casi zombie, no se cree en él, sino en la publicidad que de él hacen. Repetido por millares ofrece “en cambio otras compensaciones: el atractivo mecánico de lo hecho a máquina y la ilusión de perfección” (Sudjic, 2009: 183). Razones de sobra por las que se vuelve imprescindible en los hogares.

### **9. Objetos de moda**

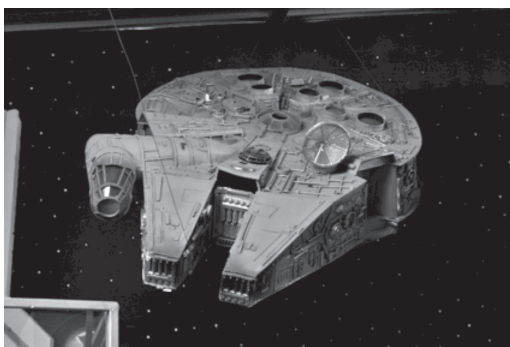
Este objeto es devorado con ansia, los materiales con los que está confeccionado no son necesariamente una invención tecnológica reciente. Pueden ser objetos conocidos, pero consumidos de modo diferente a lo establecido, brindando nuevas posibilidades visuales sobre su aspecto, textura y color. El objeto de moda comparte con el objeto de diseño la importancia por su aspecto.

**Figura 17. Objeto moda. Conjunto de objetos publicitarios de la marca Coca-Cola**  
“Elaboración propia”.



“El arte es una manera de mirar el mundo; la moda también. Puede ser el modo más íntimo, más personal y más poderoso de comunicar cualquier cosa, desde el rango militar hasta la orientación sexual o el estatus profesional” (Sudjic, 2009: 151). Este objeto tiene la capacidad de hacer sentir a su propietario como alguien diferente de la masa, y por el hecho de tenerlo, sentirse único. El objeto de moda no necesariamente está confeccionado con materiales de lujo, a pesar de que su diseño puede tener una apariencia lujosa.

**Figura 18. Objeto miniatura. Objeto en miniatura de la saga Star Wars.**  
“Elaboración propia”.



## 10. Objetos de lujo

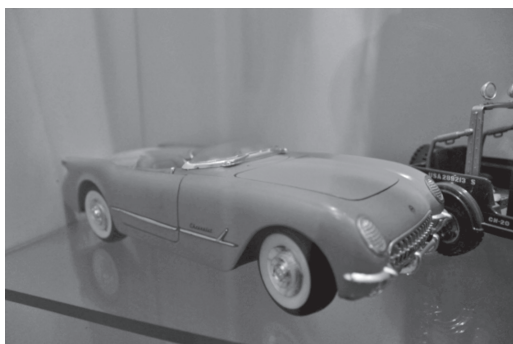
El recurso económico también es un factor determinante para el coleccionista anónimo, ya que mediante el lujo satisfará un placer: “El precio también es un reflejo de la pátina de la historia particular de un objeto” (Sudjic, 2009: 88). El *objeto de lujo*, por ser hecho de un material valioso nos hace saber que es más importante que sus similares de menor coste y nos persuade a gastar nuestro dinero en él. En su mayoría, habita en los hogares de personas con un alto poder adquisitivo, o a su vez, de quienes los heredan o puedan hurtarlos. Es un excelente persuasor, y al igual que el mejor de los vendedores incitará a su propietario a gastar más dinero aun a sabiendas de que no es necesario; sin embargo, adquirirlo saciará las ansias del coleccionista de poseer el mundo.

Un aspecto interesante a tomar en cuenta sobre este objeto es que bien podría no ser confeccionado con materiales costosos (bien podrían ser materiales sencillos los que se usaron para su diseño) pero este ente ha dejado de ser común por algún motivo específico, por ejemplo, los

objetos de las subastas o las piezas antiguas de culturas extintas.

**Figura 19. Objeto de lujo. Tiraje limitado de vehículos clásicos a escala.**

“Elaboración propia”.



**11. Objeto de archivo: *bonus track***

Existen muchos objetos que no se muestran en una vitrina y que se archivan en cajas de cartón, baúles y demás contenedores que ayudan a las personas a seguir acumulando. El testimonio de sus propietarios da fe de la existencia de estos repositorios y su contenido, pero la mayoría de coleccionistas ha buscado una serie de excusas para no mostrarlos. “Pero como todo en esta vida tiene sus luces y sus sombras. La perversión, el deseo desmedido ante una pieza, puede llevar a establecer con ella una relación de culpabilidad y es así que algunos coleccionistas las esconden, con el único objeto de ser contempladas por ellos mismos” (Armero, 2009: 51). Para muchos de los coleccionistas de la investigación, no era necesario exhibir el objeto de archivo, bastaba con saber que se lo poseía. ¿Acaso la gran mayoría de personas no poseemos un cajón-contenedor-mueble donde guardamos cantidades de objetos de los que no queremos deshacernos, y que de cuando en cuando son nutridos por más objetos?, ¿acaso usted no guarda o esconde algún objeto en algún lugar de su hogar?

**Conclusiones**

La presente investigación y sus resultados no se enfocaron en la condición social, género o diferencias étnicas de sus participantes, sino, en la particularidad y cantidad de objetos que conforman sus colecciones y el tiempo que han dedicado a su peculiar práctica.

Los testimonios fueron íntimos, casi confesionales y reveladores, y esta información fue la que permitió establecer las categorías enunciadas anteriormente. La clasificación del *top ten* permite en cierto modo realizar una interpretación “objetiva” de la vitrina a partir del tipo de objetos que la conforman. Se debe tomar en cuenta que la lectura de cada colección es posible gracias al contacto directo con su propietario, quien con su testimonio la activa y descifra, permitiéndonos conocer la historia de su colección, que se complementa con el análisis de las piezas que la conforman, sus silencios, su disposición en el espacio y sus rarezas. Cabe enfatizar que no se ha buscado legitimar o institucionalizar una práctica como el coleccionismo anónimo, sino develar las memorias excluidas por no pertenecer a un círculo de legitimación. Tampoco se debe olvidar que la memoria es una pugna de poderes, una lucha política, los historiadores eligen qué contar, qué presentar y qué guardar. La gran memoria *versus* las memorias de la gente común, la ciudadanía universal *versus* la comunidad local, la memoria oficial *versus* otras memorias.

A las colecciones oficiales concebidas como una versión de la memoria desde las más altas esferas, se les presenta su par, concebida desde los que están abajo, desde los que no son tomados en cuenta en la construcción del patrimonio, desde los que presentan otras interpretaciones de la ciudad, haciendo una lectura irreverente de la historia, realizada desde una subjetividad corporizada en los objetos, que al heredarse de una generación a otra, generan otra clase de patrimonios: las vitrinas.

Figura 20. Collage fotográfico de la colección y casa de Piedad Castellano



Figura 21. Collage fotográfico de la colección y casa de Ramón Burneo



Figura 22. Collage fotográfico de la colección y casa de Elsa Álvares



Figura 23. Collage fotográfico de la colección y casa de Ligia Pazmiño



Figura 24. Collage fotográfico de la colección y casa de Juan Palacios



Figura 25. Collage fotográfico de la colección y casa de Laura Zamora



Figura 26. Collage fotográfico de la colección y casa de Francisco Paredes

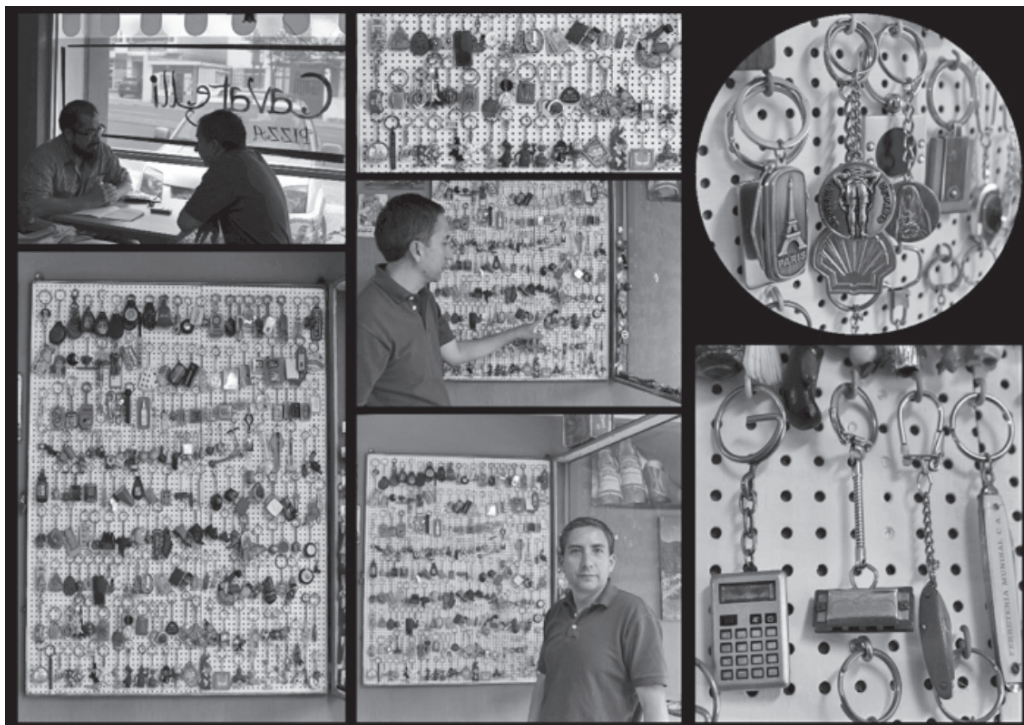


Figura 27. Collage fotográfico de la colección y casa de Carlos Lara



Figura 28. Collage fotográfico de la colección y casa de Carlos Sánchez Montoya



Figura 29. Collage fotográfico de la colección y casa de Aníbal Sánchez





Figura 30. Collage fotográfico de la colección y casa de Rosa Cadena



Figura 31. Collage fotográfico de la colección de monedas en un caja de Mercedes Quishpe



Figura 32. Collage fotográfico de la colección y casa de David Ramírez

**Conflicto de interés**

El autor no declara ninguno.

**Financiamiento**

La Universidad Central del Ecuador por

medio de la CIF, contribuye con esta investigación a través de la asignación de carga horaria para investigación de sus docentes.

También se ha contado con la participación de fondos propios del investigador.

**Bibliografía**

- Armero, A. (2009). *Por eso coleccionamos: sensaciones de una pasión fría*. Salamanca, España: Editorial Renacimiento.
- Ballart Hernández, J., Tresserras, J.J. (2010). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona, España: Editorial Planeta S.A.
- Ballart, J. (2002). *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Barcelona, España: Ariel S.A.
- Baudrillard, J. (2004). *El sistema de los objetos*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Benjamin, W. (2012). *Desembalo mi biblioteca. El arte de coleccionar*. Barcelona, España: José J. De Olañeta.
- Chang, H. (2004). *Fake logos, fake theory, fake globalization*. *Inter-Asia Cultural Studies* (5) 2: 222-236.
- Echeverría, B. (2010). Definición de cultura, Fondo Cultural Económico, México D.F.
- Eco, H. (1984). *Apocalípticos e Integrados*. Madrid: Ed Valentino Pompiani.
- Eagleton, T. (2001). *La idea de cultura, Una mirada política sobre los conflictos culturales*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.
- Ferrando, B. (2014). *De la poesía visual al arte de acción*. Bizkaia, España: L.U.P.I.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas*. México D.F., México: Grijalbo Editora.

- Gombrich, E. H. (2011). *Los usos de las imágenes, estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Singapur, Singapur: Phaidon.
- Lins Ribeiro, G. (2007). *El sistema mundial no-hegemónico y la globalización popular*. Brasilia, Departamento de Antropología de la Universidad de Brasilia.
- Jelin, E. (2002). *Los trabajos de la memoria*. Madrid, España: Siglo XXI de España Editores S.A.
- Margulis, Mario. (2009). *Sociología de la cultura conceptos problemas*, Editorial Biblos, Buenos Aires.
- Lukács, G. (1966). *La peculiaridad de lo estético ("ESTETICA" Tomo I)*, Barcelona, España: Ediciones Grijalbo.
- Silvestre, F. (2012). *Micrologías o Historia breve de las artes mínimas*. Madrid, España: Abada Editores.
- Sudjic, D. (2009). *El lenguaje de las cosas*. Madrid, España: Turner Publicaciones S.L.
- Sudjic, D. (2014). *B de Bauhause*. Madrid, España: Turner Publicaciones S.L.