

• D.I. Juan Diego Sanín Santamaría

# Estética del consumo

Las puestas en práctica de la cultura material

Los estudios sobre la cultura material se restringen por lo general a entender la manera en que los productos son concebidos por sus productores: cómo son diseñados, producidos y vendidos. El interés se centra en objetos extraordinarios, “obra” de grandes diseñadores para usuarios de un mundo ideal. La estética del consumo, que es como se ha nombrado al estudio de las puestas en práctica de la cultura material, tiene otra perspectiva: conocer la manera en que los objetos son puestos en práctica por sus consumidores: cómo son comprados, usados y desechados. Interesan -en este caso- los objetos ordinarios, hechos por diseñadores “menores” para la gente del mundo real. El objetivo consiste en comprender más que el objeto: sus usos, funciones y significados para hacer visible a través de su materialidad la parte invisible de la cultura.

## Las puestas en práctica

### De los objetos

**E**n la parte introductoria de “El sistema de los objetos” -un libro de 1968 - J. Baudrillard refiriéndose a los estudios sobre la cultura material, enfatizaba que el análisis formal, funcional y estructural no da respuesta a la manera en que éstos son vividos, ni a que otras necesidades aparte de las funcionales, dan satisfacción. Se preguntaba además por las maneras en que ese sistema de objetos (lo que él reconocía como una dimensión tecnológica) se trama en la práctica con los actos de las personas (una dimensión sociocultural).

*Cada uno de nuestros objetos prácticos está ligado a uno o varios elementos estructurales, pero, por lo demás todos huyen continuamente de la estructuralidad técnica hacia los significados secundarios, del sistema tecnológico hacia un sistema cultural.*

1 BAUDRILLARD, Jean. El sistema de los objetos. Siglo XXI Editores. México. 1975.

*El sistema de los objetos no puede describirse científicamente más que cuando se le considera, a la vez, como resultado de la interferencia continua de un sistema de prácticas sobre un sistema de técnicas.*

*La descripción del sistema de los objetos tiene que ir acompañada de una crítica de la ideología práctica del sistema. En el nivel tecnológico no hay contradicción; sólo hay sentido. Pero una ciencia humana tiene que ser del sentido y del contrasentido: de cómo un sistema tecnológico coherente se difunde en un sistema práctico incoherente, de cómo la 'lengua' de los objetos es 'hablada', de qué manera este sistema de la 'palabra' oblitera al de la lengua. Por último, ¿dónde está no la coherencia abstracta, sino las contradicciones vividas en el sistema de los objetos?<sup>2</sup>*

Preguntas similares a las que se hacía Baudrillard, – aunque desde otra óptica, en otro lugar y en otra época– son las que guían la investigación de la cual este artículo es producto. ¿Cómo ponemos en práctica, eso que concebimos por cultura material? ¿Qué pensamos de los objetos y qué hacemos con ellos?

### Del lenguaje

F. Saussure en el Curso de lingüística general, consideró como algo quimérico reunir bajo un mismo punto de vista la lengua y el habla y expuso la necesidad de diferenciar entre dos lingüísticas, una del lenguaje, esencial, en tanto que estudia la **lengua** como algo social e independiente del individuo, un estudio psíquico; y otra del habla, in-esencial, pues tiene por objeto de estudio la parte individual del lenguaje, es decir, el **habla** considerada como una puesta en práctica de la lengua a través de la fonación, un estudio psico-físico.

*“La lengua puede compararse a una sinfonía cuya realidad es independiente de la forma en que se ejecute; los errores que puedan cometer los músicos que la tocan, en modo alguno comprometen esa realidad”<sup>3</sup>.*

*“...La lengua existe en la colectividad bajo la forma de una serie de improntas depositadas en cada cerebro, aproximadamente como un diccionario cuyos ejemplares, todos idénticos, estuvieran repartidos entre los individuos. Es, por tanto, algo que está en cada uno de ellos, siendo común a todos y estando situado al margen de la voluntad de los depositarios...”*

*“... (el habla) es la suma de lo que las gentes dicen, y comprende a) combinaciones individuales que dependen de la voluntad de quienes hablan, b) actos de fonación igualmente voluntarios, necesarios para la ejecución de esas combinaciones”.*

*“No hay, por tanto, nada en el habla de colectivo; sus manifestaciones son individuales y momentáneas.”<sup>4</sup>*

2- BAUDRILLARD, Jean. El sistema de los objetos. Siglo XXI Editores, México, 1975. Pág. 6 y 9

3- Ferdinand de Saussure: Curso de lingüística general, Pág. 32

4- Ferdinand de Saussure: Curso de lingüística general, Pág. 33

¿Podrían dividirse los estudios de la cultura material -de los objetos en general- bajo la misma óptica comparativa que propuso Saussure para los estudios del lenguaje? ¿Será posible pensar los objetos: de una parte como un sistema compuesto de ejemplares idénticos repartidos colectivamente a todos los individuos de una sociedad; y por otra, como un conjunto de actos diversos e individuales, o como la suma de lo que la gente hace con ellos?

Si Baudrillard se preguntaba por cómo ese 'lenguaje' de los objetos era 'hablado' ¿no será posible plantear una rama de los estudios de la cultura material, dedicada a estudiar los objetos no tanto desde su morfología sino desde su biografía? es decir, no desde la manera como son hechos, sino desde la manera en que son vividos ¿No podremos nosotros preguntarnos por la existencia de uno o de varios dialectos sociales de los objetos en nuestras ciudades, e indagar en ellos por los rasgos que definen nuestra cultura material, por los objetos que nos representan desde lo que somos, creemos, pensamos y hacemos? De ser posible ¿cómo nombrar esta especie de "lingüística del habla" de los objetos?

#### **Estética de las puestas en práctica**

Si el habla, es el término que sirve para definir las puestas en práctica de la lengua, consumo es el término que propone esta investigación para definir (y a la vez delimitar desde una óptica abstracta) las puestas en práctica de la cultura material. Si bien el estudio del habla se puede entender como una socio-lingüística, el del consumo se hace en términos de una estética, no porque trate de restringir sus estudios a lo bello que estas puestas en práctica de la cultura material puedan resultar, sino porque hace referencia a una estética expandida, preocupada por la manera en que lo estructural (el cómo está hecho), lo funcional (el para qué sirve) y lo comunicativo (el qué representa) -como dimensiones del objeto- se traman con lo fisiológico, lo cognitivo, lo emotivo y en general con lo sociocultural -como dimensiones de lo humano-, para constituir en cada contexto un código de las emociones que ponen en evidencia las formas en que los individuos de un grupo se identifican entre sí, estableciendo referentes comunes de esa identidad, en los objetos que consumen habitualmente, así como en las formas de hablar de todos los días, materializando además en esas prácticas, la sensibilidad y el estilo -si por estilo se entienden las maneras de ser y hacer de cada colectivo social. Dicho de otro modo, pensamos que es a través del consumo, o de las formas de relación social mediadas por los objetos- salen a relucir los verdaderos rasgos culturales (la identidad cultural) que guían en la práctica a una sociedad, y que es en los registros estéticos del consumo donde se hace visible y se torna material la invisibilidad y lo inmaterial de la cultura.

El consumo, como aquí se plantea se refiere a los procesos de apropiación de la cultura material, en los cuales los objetos construidos son convertidos en objetos vividos a través de los hábitos de la gente de todos los días. Si a través del habla -entendida como apropiación de la lengua - surgen transformaciones que redefinen el lenguaje: palabras nuevas, nuevos significados, o nuevos valores; en las apropiaciones de la cultura material se puede ubicar de forma similar el surgimiento de nuevos objetos, o de nuevas morfologías, modificaciones simbólicas, afecciones o cargas emotivas que los objetos reciben, deseos que despiertan, nuevos significados más allá del concebido, otros sentidos, funciones o estructuras adquiridos en su práctica; todos estos, en fin, tema de estudio de lo que hemos llamado estética del consumo.

## Estéticas del **CONSUMO**

### Consumo e identidad cultural

Definiremos el consumo como *el conjunto de dinámicas socio-culturales que se desarrollan en torno a la adquisición, el uso y el desecho de la cultura material*, entendida ésta como una serie de objetos en los que se ha materializado información referente a los hábitos de un grupo social, es decir su cultura.

Esta definición se puede constatar de algún modo con la propuesta por Zigmunt Bauman en la que se contempla el consumo como un proceso, y no simplemente como una situación de compra, aislada del resto del ciclo de vida del objeto. En su significado habitual -dice Bauman- consumir significa **apropiarse de las cosas**, pagar por ellas y de este modo convertirlas en algo de nuestra exclusiva propiedad, impidiendo que los otros las usen sin nuestro consentimiento (...) **usar las cosas** comerlas, vestirse con ellas, utilizarlas para jugar, y en general, satisfacer - a través de ellas - nuestras necesidades y deseos. Consumir significa, también, **destruir**. A medida que las consumimos, las cosas dejan de existir, literal o espiritualmente. A veces se les 'agota' hasta su aniquilación total; otras, se les despoja de su encanto hasta que dejan de despertar nuestros deseos y pierden la capacidad de satisfacer nuestros apetitos: un juguete con el que hemos jugado muchas veces, o un disco al que hemos escuchado demasiado. Esas cosas ya dejan de ser aptas para el consumo<sup>5</sup>.

Clifford Geertz en "La interpretación de las culturas"<sup>6</sup>, diferencia claramente la cultura de la sociedad, diciendo que *la cultura es una trama de significados en función de la cual los humanos interpretan su experiencia y guían su acción, la sociedad en cambio es la forma que toma la acción, la red existente de relaciones sociales*. Esto se puede resumir diciendo que si la cultura es in-formación que funciona como una instruc-

5- BAUMAN, Zigmunt. Trabajo, consumo y nuevos pobres. Pág. 43

6- GEERTZ, Clifford. La interpretación de las culturas. Gedisa, Barcelona, 1987

7- GARCÍA C, Néstor. Consumidores y ciudadanos. Editorial Grijalbo, México, 1995

8- André Leroy-Gourhan. El gesto y la palabra. Pág. 93

9- Bernard Ségalen, Lévi-Gourhan. La Neogámico orgenésión. En: Les cahiers de mythologie-3176. Traducción de Jaime Montoya (Ómnibus de la Universidad Nacional de Cuyo)

ción, la sociedad será la forma que toma esa instrucción al convertirse en acción. Los hábitos -según esto- corresponden a las acciones desarrolladas por la sociedad, o dicho de otro modo a las maneras en que ponen en práctica la información cultural que comparten. Si se observan los objetos no como los propone la *cultura*, sino más bien de la manera en que son apropiados habitualmente por la *sociedad*, aparecen allí sus verdaderos rasgos culturales, entendidos estos como sus maneras particulares de hacer y ser, de actuar y de comportarse cotidianamente.

Néstor García Canclini define nuestro tiempo como heterogéneo y lleno de fracturas, donde los códigos que unifican a las personas dejan de ser - cada vez más - los de la etnia o la nación en la que se nace. Y afirma que una nación ya no se define por sus límites territoriales o por su historia política, sino que son más bien sus hábitos tradicionales como consumidores los que los llevan a relacionarse de un modo peculiar con los objetos, encontrando así un sentido de cohesión y de pertenencia entre ellos<sup>7</sup>.

Según lo dicho por Canclini son esos modos de relacionarse con los objetos, de ponerlos en práctica o de consumirlos, los que definen la identidad de un grupo social. Éste finalmente se materializa en los objetos consumidos que a su vez son el registro de sus hábitos.

#### Lo material de la cultura

*"...el objeto es un elemento móvil y artificial del mundo circundante, fabricado por el hombre, accesible a la percepción y destacable de su entorno; hecho a la escala del hombre, es esencialmente manipulable y subsiste a través del tiempo con una gratitud de permanencia".*

A. Moles. Teoría de los objetos. Pág. 181

Desde una óptica a la vez paleontológica y biológica, Andre Leroi Gourhan definió el útil "como una verdadera secreción del cuerpo y del cerebro de los antrópodos<sup>8</sup>", como un órgano artificial que no dista mucho, en sus formas físicas y procesos de conformación de los procesos adaptativos y evolutivos de la naturaleza. Con mayor precisión Bernard Stigler<sup>9</sup> al comentar la obra de Leroi Gourhan observa como la evolución del hombre es una evolución que se exterioriza en formas artificiales, es decir, en objetos que al representar extensiones del cuerpo y sus funciones permiten al ser humano mantener la vida: esto es sobrevivir como individuo y evolucionar como especie, por medios que van más allá de lo biológico, trascienden la naturaleza: son la cultura.

Ese carácter artificial que hemos destacado del objeto no excluye la posibilidad de que elementos naturales sean convertidos en objetos, bien sea en el momento de su producción (algo conciente), o bien en la fase de su consumo (algo inconsciente). Los objetos como producciones humanas -dice Moles- se diferencian de las cosas como producciones naturales. "En nuestra civilización,

el objeto es artificial. No se dirá que una piedra, una rana o un árbol es un objeto, sino una cosa. La piedra se convertirá en objeto cuando ascienda al rango de pisapapeles y se le pegue una etiqueta (precio... calidad...) que la haga ingresar en el universo social de referencia<sup>10</sup>. Como Moles lo hace notar, el concepto de producción humana no se debe limitar a intervenciones o acciones tecnológicas que tiendan a transformar las propiedades de la materia. Cualquier elemento natural; una piedra o una rana, puede ser convertido en objeto sin modificación alguna de su estructura, simplemente se le pone una etiqueta, se dice que sirve para tal o cual cosa, se le atribuyen ciertas propiedades y se adquiere como mercancía. Del lado del consumo sucede lo mismo, hay cosas que simplemente no son objetos pero al adquirir un valor que va más allá de su esencia natural (una piedra que deja de ser una piedra para ser un souvenir), un sentido útil (una piedra que sirve para romper algo), un valor simbólico (una piedra que adquiere atributos mágicos) son considerados como objetos, pues hacemos cosas con ellos y han entrado por lo tanto a nuestro entorno inmediato. De esta manera podemos descubrir que un objeto no es tal simplemente porque esté hecho por un humano, sino que son también otros los factores (factores netamente culturales) los que entran a definir un algo como un objeto, como que un humano haga cosas con él (no necesariamente con algo hecho, puede ser encontrado).

De ahí que un objeto se pueda entender como una creación humana, bien sea consciente (desde la producción) o inconsciente (desde el consumo), presentando siempre tres dimensiones: la estructural, referida a la composición física del objeto, entendida ésta como el resultado de la aplicación de ciertos procesos productivos (que pueden ser mentales) sobre determinados materiales; la funcional, que determina que sirve para hacer algo con él; y la estética, que se presenta en el conjunto de emociones, sensaciones y/o significados que alguien le puede atribuir convirtiéndolo así en objeto. Cada una confiere al objeto apariencias, ritmos y valores que lo hacen tan humano como artificial.

10- Abraham A. Moles, Teoría de los objetos, Pág. 29

### Estéticas de la adquisición

*La mercancía es, en primer lugar, un objeto exterior, una cosa que merced a sus propiedades satisface necesidades humanas del tipo que fueran. La naturaleza de esas necesidades, el que se originen, por ejemplo, en el estómago o en la fantasía, en nada modifica el problema.*

Karl Marx, El capital, Sección primera, Capítulo 1.

La adquisición marca el comienzo de la puesta en práctica del objeto. En ella se inicia el ciclo del objeto consumido: es adquirido, y en ese momento sólo uno es seleccionado entre todos los de la misma serie, de un universo de objetos anónimos idénticamente exhibidos uno es seleccio-

nado para ingresar a nuestra vida, y pasar a la esfera personal de nuestro ser, se hace nuestro y será usado, muy pronto será basura.

Adquirir no implica obligatoriamente una compra o intercambio monetario; se puede obtener o se puede uno apropiarse de los objetos de otros modos, pero la

compra es el modo de adquisición institucionalizado, e incluso el término consumo es limitado la mayoría de veces simplemente a eso. Comprar es una actividad que en este momento resume gran parte de los modos de relación social. Casi todo lo que hacemos, nuestras formas de comunicación, ocio y alimentación, están mediadas por la compra de algo, de un producto o un servicio. De todas maneras es claro que existen otras formas de rituales diferentes al de la compra, e igualmente relacionados con el mito del consumo, un ejemplo claro son los regalos y las formas de celebración en las que estos se intercambian: navidad, día de padres y madres, amor y amistad, etc.

En torno al objeto nuevo -sea comprado o regalado- se crean los más hermosos sentimientos así como las más ingenuas expectativas. Frente a él las personas lucen angustiadas por no tenerlo, pero esperanzadas en poderlo comprar. Atributos como la marca, la calidad y el precio, son evaluados cualitativamente en cuestión de segundos por el gusto de las personas, antes de elegir que comprar y pasar a pagar.

Existen, aunque permanecen ocultas en las formas de la cotidianidad, otras formas de adquirir un producto, de apropiarnos de lo que nos rodea y nos es ajeno, formas de adquisición que comparados con los patrones establecidos por la sociedad de consumo y la cultura de masas se considerarían profanos: usamos como objetos cosas que realmente no lo son (piedras, conchas de caracoles, palos, semillas), encontramos objetos, también los heredamos, los pedimos prestados, (a veces los devolvemos; otras veces, no), los robamos, nos quedamos con ellos; nuestras mañas a la hora de tener algo que queremos nos puede llevar incluso al límite de hacerlo, de construirlo nosotros con lo que tengamos "a mano", convirtiéndonos así, en productores inconscientes. Frente a estos objetos se crean en ocasiones vínculos afectivos más fuertes, desprendidos también la mayoría de las veces de la forma o del momento en que se adquieren; curiosamente los objetos más amados no son tanto los nuevos como los usados, sin embargo el objeto nuevo -o mejor, el que no se tiene- es el único capaz de despertar el deseo.

Son entonces todas estas formas de adquisición, tanto las sagradas (la compra hedonista en el hipermercado o el centro comercial) como las más profanas (recoger una piedra en un río para utilizarla como utensilio de cocina), las que constituyen las estéticas del consumo.

### **Encontrado**

Dentro de los registros estéticos de los objetos adquiridos, encontramos que no todos tienen que ser necesariamente comprados y mucho menos

novedosos; aun prevalecen, en nuestras dinámicas socioculturales modos de adquirir que van más allá de las transacciones comerciales y que se remontan a tiempos inmemorables. Un ejemplo de esta categoría en las formas de adquisición son los objetos encontrados, los cuales, por lo general no son propiamente objetos (creaciones artificiales), sino que más bien son cosas naturales que no presentan ninguna modificación o transformación de su estado natural. Dentro de esta categoría se agrupan todos los elementos naturales, que el uso ha definido como objetos, y no como mercancías o productos comerciales. Son objetos que nunca llegan a ser mercancías, pero que sin embargo son apropiados por las personas e implementados en la ejecución de ciertas acciones. Estos objeto-cosa, a diferencia de una piedra preciosa o de una planta incluso, no representan ningún valor comercial, no se venden ni se compran, y su valor está dado más bien por la persona que lo busca y encuentra, valor que puede ser dado a partir de su utilidad o del significado simbólico que puede llegar a adquirir en el tiempo.

En estos objetos no encontramos transformaciones radicales en cuanto a su estructura, no hay un proceso de transformación que ajuste el elemento natural a una forma precisa para cumplir una función, siendo la forma original del elemento y su ajuste preciso a ciertas funciones lo que lo convierte en utensilio, por lo que hablaríamos en estos casos de una producción funcional, o de cosas que son convertidas en objetos al momento de otorgarles una función. Son pues en resumen objetos creados por el gesto humano, por la manipulación y las cadenas operativas de la función asignada.

Las piedras de cocina -por ejemplo- son objetos encontrados, que cumplen una función tan primitiva como la de golpear, pero el que existe en el mercado no logra ajustarse tan bien como este elemento natural. Así mismo los caracoles que se utilizan como topes de puerta o las hojas de bijao que se utilizan como envoltorio de un tamal, son objetos que permean los entornos domésticos urbanos de un cierto aire rural y precisamente por esto de las más pintorescas estéticas.

### **Heredado**

Los objetos heredados pasan de propietario en propietario, de generación en generación o de muertos a vivos, una vez que han cumplido un periodo de uso determinado. Hablamos en este caso de formas de adquisición no mercantiles en las que los objetos llegan como regalo, como donación o precisamente como legado de generaciones pasadas. Esto hace que dichos objetos además de una función lleven consigo tradiciones y recuerdos de otras épocas, elementos intangibles que quedan inscritos biográficamente en ellos, lo que los hace susceptibles de convertirse en el tiempo en reliquias, en objetos sagrados o en elementos de museo. De esta manera lo heredado, en ocasiones, ve modificada su función como útil, llegando a convertirse en un simple elemento decorativo, del cual en ocasiones hasta se desconoce su historia y su genealogía, y se cree de él que simplemente apareció y que ha estado aquí o allá toda la vida. Sin embargo existen muchos objetos heredados que permanecen siendo lo que son por extensos

periodos de tiempo, conservando su función y su significado a lo largo de las épocas. De estos sólo el desgaste absoluto determina su fin como objeto. Es común que a lo largo de la vida de las personas éstas hereden todo tipo de objetos, en especial al entrar en periodos de transición, como el uniforme de colegio en la niñez y parte de la adolescencia. Igualmente en otros periodos de transición como el de la independencia, obtenida a través de un lugar propio, se heredan objetos como muebles o piezas de vajilla, que entran a conformar eclécticas sala-comedores e insólitas mesas servidas; configuraciones espacio-temporales híbridas en épocas y estilos, que hablan no solo de su habitante, sino de cierta manera de las gentes que le rodean.

### **Cambiado**

Otra manera de adquirir, que aparece como sustituto de la compra y se opone radicalmente al intercambio mercantil es el trueque, que consiste en un intercambio de objetos por objetos (por lo general de objetos usados). El objeto cambiado es entonces aquel que no entra como tal en un estado o fase mercantil, sino que podría decirse que entra en un tránsito cambiario en el que es susceptible de ser canjeado por otro u otros objetos. Como en estos casos lo que define el valor del objeto no es el hecho de poder ser adquirido por cierta cantidad de dinero, sino la posibilidad de apropiarse de él al intercambiarlo, es sometido a escalas de valoración en las que se fija aleatoria e inconscientemente una unidad de medida para el cambio. Este "precio" o el valor que se fija puede establecerse según el material del que está compuesto, también por su antigüedad o por su función, pero lo que es claro es su variabilidad y su capacidad para ajustarse a diferentes escalas de valor, en las que ocasionalmente el dinero puede aparecer como un complemento.

Los motivos que pueden llevar al objeto a esta categoría son muy diversos. Desde el hecho de tenerlo "repetido", de no usarlo, o simplemente querer deshacerse de él obteniendo algo a cambio. Son objetos que pueden llegar a tener una larga biografía, la cual se va enriqueciendo de cambio en cambio y de propietario en propietario, y que de perdurar en el tiempo, pueden terminar -como en el caso del objeto heredado- convirtiéndolo en una antigüedad, en un objeto sagrado o en pieza de museo.

### **Estéticas del USO**

A pesar de que los sentimientos que genera el objeto nuevo en las personas son fuertes, estos no pueden compararse con los que se puede llegar a sentir por el usado. Si la compra y en general todas las formas de adquisición se pueden considerar como momentos catárticos e instantáneos, el uso no es en sí un momento único

En el momento del uso, o durante todo el tiempo que el objeto transcurre en nuestras vidas, estos entran a formar parte de nuestra esfera personal, de nuestro mundo, convirtiéndose en nuestras cosas. Mientras el objeto es usado -y no desde el momento en que lo adquirimos- se hace nuestro.

El uso comienza por lo que Moles denominó como el "descubrir el objeto", el momento en que se conoce el objeto, se reconoce como algo propio y nos damos cuenta de lo que hemos comprado. Realmente durante la compra no se tiene ningún contacto directo con lo que se adquirirá, su relación está

mediada por el empaque y toda la información contenida en él y a sus alrededores. Mientras compran las personas tienen contacto únicamente con la muestra del producto, con el objeto de exhibición, el cual nadie querría llevar: lo consideran sucio, desgastado, manoseado, ya usado; además en gran medida el atributo de nuevo radica en que el producto viene en un empaque sellado, lo que garantiza que nadie lo ha tocado.

Es por lo general en casa donde los productos nuevos salen de su empaque, es allí donde se rompen los envoltorios y descubrimos el objeto. Así los sentimos: los tocamos, los olemos, los escuchamos, los miramos detalladamente, inspeccionamos cada parte, cada función es revisada y repasada; luego de estos segundos que han servido para romper el hielo, el objeto está listo para ser usado.

Durante el uso, los valores que definen lo que se siente por el objeto cambian, y son otros criterios diferentes a los del momento de la adquisición los que entran a medir la relación de afecto entre él y quien lo usa. Estos criterios no son los mismos que los del nuevo: marca, calidad y precio comienzan a significar muy poco frente a los afectos que puede llegar a traer el recuerdo -a través del objeto- de un momento vivido, o frente al placer y la satisfacción que genera cuando es usado, o al acoplamiento perfecto -logrado a través del tiempo- al cuerpo cuando es utilizado o cuando es llevado de un lugar

a otro; nada del objeto nuevo es comparable con las manchas, los golpes, o lo desgastado del objeto usado, más cuando estas marcas son las que se convierten en el motivo para que sea amado.

Con el paso del tiempo y a través del uso los objetos se agotan, su gracia y su sentido se acaban. Con el desgaste el placer decrece, y el objeto deja de servir y de significar algo, se deteriora y se hace inútil. Sea por un defecto físico, funcional o estético, cae en des-uso, lo que marca el inicio del desecho.

### **Transformado**

Durante la fase del uso, la dimensión estructural de los objetos, es decir, su forma, puede verse modificada, alterada o transgredida. Hablamos en este caso de las transformaciones, cambios que sufren los objetos durante el período en que son usados, las cuales no implican una avería o una disfunción del mismo. Las transformaciones suelen suceder por acción del tiempo, por el desgaste producido sobre la forma, o pueden ser producidas intencionalmente por las personas, que buscan en estos cambios estructurales una finalidad específica.

En estos objetos la función original prevalece, la mayoría de las veces cumplida de mejor manera, con mayor

precisión o con una parte nueva. Productivamente los procesos técnicos que se implementan para modificar la forma son tan simples como agregar o quitar una parte, sobreponer un elemento a otro amarrándolo, o adhiriéndolo con lo que primero aparezca, extraer una parte o casi la totalidad del objeto, arrancándolo o partiéndolo; por lo que los objetos transformados presentan estéticas confusas en las que visualmente las partes no encajan o se contradicen unas con otras, pero que finalmente se integran y articulan de manera perfecta cuando prestan su función.

Las *amputaciones* consisten en acciones que eliminan partes del objeto. Pueden ser voluntarias, es decir, arrancarle algo siendo consciente de lo que se hace; o pueden darse en el tiempo, los objetos pierden partes mientras son usados. Por lo general - las voluntarias - tienen como finalidad reducir el tamaño del objeto, para que se ajuste a un espacio o a la persona que lo usa. Las que suceden a causa del tiempo pasan casi desapercibidas, siempre y cuando el objeto siga cumpliendo su función.

Las *prótesis*, a diferencia de las amputaciones consisten en partes que se agregan a los objetos. Principalmente se realizan para que el objeto cumpla una función secundaria, que el nuevo componente le permite adquirir: un clavo que se añade en el extremo superior de un palo de escoba para convertirse en un instrumento que sirve para coger frutas de un árbol, o elementos colgantes que están a determinada altura; pueden presentarse también como extensiones del objeto, intentos por aumentar su tamaño, su altura o su peso.

Por su parte los *amarres* consisten en piezas que se añaden a los objetos para que permanezcan fijos en un lugar. Pueden ser fijos o temporales, así como presentar cierta movilidad del objeto en un área determinada. En las tiendas de barrio los encendedores son sujetos al mostrador o a una reja por medio de diferentes elementos, nudos, cáncamos y abrazaderas son los más comunes. Esta costumbre se hace extensiva también en el caso de destapadores y lapiceros.

### Personalizados

*"De todos los objetos, los que ya han servido son los más queridos para mí. Útiles para muchas cosas, modificados a menudo, mejoran su forma y resultan preciosos por frecuentemente apreciados"* Bertold Brecht

A. Moles. Teoría de los objetos. Pág. 85 (epigrafe).

Contrarios a los modelos industriales de personalización, conocidos bajo el nombre de "customización" y que se ofrecen como solución inmediata de transformación a la hora de comprar el producto, los procesos a través de los cuales los objetos se hacen personales están dados por el tiempo que transcurre durante la fase de uso y sólo son posibles en la medida que nos relacionemos con ellos y nos apropiamos de su estruc-

tura modificándola para reflejar nuestros gustos y personalidad sobre ellos, así como también mientras que -a causa del tiempo- éste sufre diferentes degradaciones que lo llenan de sentido y de historias. Reconocemos entonces dos procesos de personalización: el primero, el de la decoración, que consiste en modificaciones voluntarias sobre el objeto y el segundo, el de la degradación que sufre el objeto con el tiempo y que se hace evidente a través de las huellas del uso. Para nada debe confundirse este conjunto de fenómenos socioculturales de la personalización con la tendencia comercial de la *customización*, que es algo así como el "ajuste al usuario", ya que éste consiste más en un proceso en que se selecciona de un conjunto de opciones la apariencia del objeto en el momento en que es adquirido, es en resumen una estrategia comercial de los productores, más que una *táctica* de apropiación y de reinterpretación por parte de los consumidores; la *customización* no consiste en un proceso en que el usuario adapta el objeto a sus preferencias, sino que la persona tiene que adaptarse o ajustar sus gustos a unas opciones predeterminadas de antemano por el objeto.

La decoración, como forma de personalización consiste en una transformación que se realiza sobre su superficie y que consiste -por lo general- en agregar algo al objeto (un adhesivo, una imagen, un forro), con la finalidad de embellecer su apariencia. Dado que las preferencias estéticas se presentan -la mayoría de las veces- como convenciones culturales, en estas adaptaciones que "decoran" al objeto,

se ponen en evidencia los rasgos estéticos - es decir, los significados y valoraciones - de una sociedad, materializados en este caso en la forma en que los usuarios personalizan los objetos, para identificarse con ellos, e indudablemente para decirle al otro quienes son. Es entendible que la belleza o el sentido de belleza generado por medio de una decoración no corresponde al concepto de belleza artística, sino más bien a unos patrones de lo que puede entenderse como una belleza banal y muy cotidiana, en la que se manifiestan los patrones de gusto de la gente de todos los días que sin pretensiones artísticas intenta ordenar armónicamente su entorno.

Las decoraciones generan un sentido de propiedad y de vinculación afectiva entre el usuario y su objeto, pues a través de éstas se logran reflejar en su materialidad rasgos invisibles de la personalidad, de los gustos de ciertas afinidades sociales, culturales y religiosas. Las decoraciones -a diferencia de las degradaciones- son por lo general pasajeras, están determinadas por gustos u ocasiones momentáneas: las modas, las fechas especiales, los gustos colectivos, y hacen que en ocasiones tengan también una apariencia temática: equipos de fútbol, navidad, día de brujas, etc.

La decoración no modifica la función del objeto; a pesar de esto, como lo anota Donald Norman en el libro "*Emotional Design*": las cosas bellas funcionan mejor, por lo que es posible que la operación del objeto, la relación física con éste, y en general toda forma de interacción entre él y su usuario, mejore.

De otro lado están las degradaciones, que pueden entenderse como las huellas que el tiempo y el uso van dejando sobre la apariencia de las cosas. Lo interesante de estas nuevas superficies -como lo apunta Tom Fischer- es que no son parte del diseño original del objeto sino que se crean a través del uso, trayendo con esto consecuencias afectivas expresadas en términos de agrado o desagrado por el objeto<sup>12</sup>. No tanto -cabe anotar- por la apariencia del material o por lo desgastado que pueda estar, sino por lo que cada una de estas huellas represente. Acerca del significado de estas huellas o signos del uso Donald Norman apunta: "los objetos en sí mismos cambian, ollas y sartenes son golpeados y quemados. Las cosas se despican y se rompen. Pero podemos decir que esas marcas son las que hacen los objetos personales, nuestros. Cada uno de estos es especial. Cada marca, cada grabado, cada mancha, cada reparación cuenta una historia, y son esas historias las que hacen los objetos especiales"<sup>13</sup>.

Estas marcas del uso así como las generadas por el mugre y la suciedad que algunos materiales pueden llegar a acumular en el tiempo, son los indicadores del uso, es decir, signos que muestran las formas en que los objetos son usados, no sólo desde un punto de vista anatómico o referente a la manipulación, sino que también habla de las frecuencias del uso, de almacenamiento, acomodación, limpieza y mantenimiento. Son algo así como las señales particulares del objeto, sus arrugas y cicatrices, los rasgos físicos que reflejan cómo ha sido su biografía.

### **Marcado**

Las marcas consisten en un proceso de personalización que no tiene fines estéticos o decorativos sino funcionales en un sentido de apropiación. Desarrolladas generalmente por el propietario del objeto, consisten en la escritura, inscripción o adhesión de marcas distintivas que diferencian al objeto de los demás de su misma clase o apariencia y reafirman o aclaran la propiedad que una persona tiene de él.

Estas marcas -de las cuales el ex-libris es la más común- pueden aparecer con la forma del nombre del propietario, o con sus iniciales, a través de dibujos o ideogramas, también como marcas indistintas pero que hechas con cierta intencionalidad sirven para reconocer al objeto.

### **Redefinido**

Sí en las transformaciones encontramos objetos cuya forma ha cambiado pero permanece su función, en el caso de las redefiniciones encontramos algo particularmente contrario, y es el hecho de encontrar objetos que -sin que su estructura se vea transformada radicalmente- adquieren otro significado y otro sentido práctico haciendo que -desde el uso- se conviertan en otra cosa a partir de la alteración de su función, y comienzan a servir para algo que no estaban hechos.

11- Aquí los términos de estrategia y táctica se utilizan bajo el mismo sentido que les otorga Michel de Certeau en "La invención de lo cotidiano"

12- FISCHER, Tom H. What We Touch, Touches Us: Materials, Affects, and Affordances. Design Issues: Volume 20, Number 4 Autumn 2004.

13- NORMAN, Donald A. Emotional Design. Why we love (or hate) everyday things. Pág. 220

Los objetos se definen tradicionalmente por su función, e incluso encontramos en muchas de las formas que son nombrados pistas para lo cual son utilizados (especialmente en los objetos con una connotación herramental: licua-dora, telé-fono, destornilla-dor, computa-dora); la función a su vez sirve como guía para su clasificación tipológica y con esto para su ubicación al momento de ser vendidos así como para su acomodación y almacenamiento en la fase del uso. Cuando se produce una alteración funcional y el objeto comienza a ser utilizado de manera distinta y manipulado de una forma que pareciera irracional su tipología es trasgredida y con esto una redefinición de "lo que es" y "para lo que está hecho".

Las redefiniciones (a diferencia del reuso que siendo un registro de las estéticas del desecho, consiste en regresar a la fase utilitaria objetos que han sido desechados) suceden mientras el objeto está en su fase de uso, desde el momento en que las personas al encontrar en el objeto otra función, le asignan otras formas de manipulación, de colocación, almacenamiento, valoración o mantenimiento. Se presentan también casos en que la redefinición se hace colectiva y se institucionaliza socialmente, con lo que comienza a presentarse ya no desde el uso sino desde su fase mercantil y son ofrecidos y puestos en venta "para lo que no son" pero "para lo que también sirven", y entran así a formar parte de la puesta en escena de ciertos hábitos donde los gestos y las formas de relación humana con los objetos se hacen confusas en el despliegue de cadenas operatorias que no corresponden a sus morfologías.

Las redefiniciones -desde un punto de vista productivo- son producciones de sentido, en las que no se actúa directamente sobre la estructura del objeto (no lo transforman), sino sobre su sentido y en la manera en que el objeto es interpretado e implementado, pues algo distintivo de la redefinición respecto a otras producciones de sentido es la permanencia de una función utilitaria y de una serie de cadenas operatorias activas, en las que el uso o la nueva función del objeto no se limita a lo contemplativo (como sería el caso de la museificación y la sacralización, casos en los que la relación con los objetos deja de ser activa, y pasa ser pasiva, basada en la contemplación y en la adoración, respectivamente).

### **Museificado**

Museificar es la redefinición y por lo tanto la conversión de un objeto de cualquier tipología en un objeto estético: digno de ser contemplado, ya sea individualmente o colectivamente, al escondido o en público, por usuarios que permanecen ante él pasivos. Los objetos museificados -desde un punto de vista práctico- entran en una etapa de desuso, dejando de funcionar y de ser utilizados para lo que eran (a

diferencia de los objetos redefinidos funcionalmente, de los museificados desde un sentido práctico podría decirse que no sirven para nada más que ser contemplados), haciendo desaparecer su función y significado original para convertirse en obras de arte, reliquias o antigüedades. De la misma forma que Appudarái habla de las mercancías por desviación, como aquellos objetos que sin estar destinados a ser mercancías -e incluso protegidos o marginados de esta categoría- entran en una fase o estado mercantil<sup>14</sup>, podríamos hablar acá de "obras de arte" u "objetos estéticos por desviación", es decir, objetos que sin ser obras de arte, y sin estar concebidos bajo intenciones o técnicas artísticas, sino más bien utilitarias son excluidas de su fase de uso para entrar en una fase estética, en la que aparece la categoría de obra de arte como una fase más de las muchas que puede tener biográficamente como objeto. Es así como aparecen platos y otros utensilios de cocina colgados en las paredes, o exhibidos en vitrinas; radios, teléfonos y demás electrodomésticos puestos en galerías de arte, o propagandas publicitarias enmarcadas.

14- APPADURAI, Arjun. La vida social de las cosas. Grijalbo, México, 1991.

El paso de la fase funcional a la museificación es producto de una resignificación del objeto, que no implica transformaciones radicales en su estructura o en lo que es su significante. De presentarse dichas modificaciones se limitan a permitir que el objeto sea puesto en escena o para que sea exhibido: un marco, una vitrina, o elementos que le permitan ser sujetado o colgado; de otro lado existen también objetos estéticos que son guardados y restringidos de la contemplación colectiva, casos en los cuales el objeto museificado es metido en un cofre, en una caja fuerte o envuelto en un pañuelo.

El museificado es un objeto excluido del uso y despojado de su utilidad, por lo que más que prestar funciones genera experiencias, en este caso estéticas a través de su contemplación, se atribuyen a él poderes casi tan mágicos como a los de cualquier obra de arte. Ante él los usuarios permanecen inmóviles mientras se dejan sobrecoger por el sentido de su materialidad.

### Sacralizado

Hemos visto como la redefinición implica la utilización de un objeto en funciones distintas para las que fue concebido, entendiendo como una reinterpretación de su sentido práctico transgrede su función y su tipología sin que alterar por esto su estructura. En el caso de la museificación observamos como una sobrevaloración estética del objeto lo convierte en una especie de obra de arte, haciendo que la interacción de las personas con el objeto se haga contemplativa y generadora, más que de funciones, de experiencias estéticas, en un sentido -si se quiere- artístico. Ingresamos ahora al campo de las sacralizaciones, caso particular en el que los objetos son desviados de su uso convencional y llevados a esferas sagradas en las que se hacen merecedores más que de su contemplación estética, de una especie de culto. Lo que diferencia a los objetos sagrados de los museifi-

cados es que el objeto estético es contemplado y se busca en él una experiencia estética, mientras que el objeto sacro es adorado y generador de una experiencia esotérica o religiosa.

El proceso que conlleva al objeto sagrado consiste en la atribución a éste de ciertos poderes mágicos y de la capacidad de mediar entre fuerzas sobrenaturales, ocultas o divinas y el terrenal mundo de sus usuarios. Estos objetos materializan agüeros de la buena suerte (la ropa interior amarilla), creencias paganas e incluso religiosas, funcionando así como amuleto o representación divina. Su uso -desde el momento en que es sacralizado- se limita a ser adorado. Se improvisan altares y recintos para su culto; así mismo su colocación o almacenamiento puede variar, adquiriendo alguno que le permita hacer su magia (la herradura sobre la puerta, la pata de conejo como llavero, una moneda entre los documentos de la billetera); las formas de interacción se ven también restringidas a la enunciación de ciertas palabras: rezos, oraciones o conjuros que hacen que su poder surta efecto.

#### **Desusado**

El desuso es la culminación del periodo útil o de la fase de uso de un objeto. La permanencia en este estado es relativa, y está determinada por el nivel de afecto o el sentido de utilidad que se pueda llegar a tener por él; son estos vínculos, y estas formas de valoración sumadas al contexto en el que se encuentra el objeto, los que pueden llevar a que éste sea desechado y convertido en basura, o que sea redefinido (museificado como antigüedad, sacralizado como objeto de culto) o transformado (reparado en el caso de estar descompuesto), volviendo así a ser usado e incluso remercantilizado. Las causas que llevan al objeto a este estado son principalmente dos: el desgaste físico y el de sentido. El deterioro físico degrada el objeto, tanto en apariencia como en su funcionamiento, lo que lleva a que caiga en desuso por esa misma imposibilidad funcional, sin embargo el objeto no es desechado y es dejado en su puesto o almacenado para luego ser reparado o porque el afecto que se tiene por él no permite que el desprendimiento de éste sea tan fácil, requiriendo un tiempo para -algo así- como un duelo. Por otra parte está el desgaste de sentido que se presenta cuando los objetos pierden su gracia, agotan su significado, motivo que lleva a que no sean utilizados. Estos objetos agotados no son tampoco desechados, en primera instancia porque no están descompuestos y podrían ser puestos en funcionamiento, y también por lo que algún día representaron, convirtiéndose en una añoranza, en un objeto-recuerdo que debe ser preservado, más que por la función que algún día podría llegar a prestar, por el significado que tuvo y que está desapareciendo.

A este útil decadente lo podemos encontrar colocado o almacenado en diferentes partes; el primer lugar que ocupa al entrar en desuso es su puesto original, allí puede permanecer mucho tiempo, sin ser notado y pasando desapercibido, empolvado y sucio, abandonado de cualquier forma de limpieza o de mantenimiento, hasta que alguien se acuerda de él, nota que aun permanece allí y en un acto humanitario no decide desecharlo sino conservarlo, pero restringido del entorno habitual, marginado de sus usos,

y así el objeto es llevado a otro lugar, a la sede y punto de encuentro de los objetos que ya no son usados, lugar de tanta importancia que se conserva como parte constitutiva del hogar moderno a través del tiempo y de las culturas; es -de alguna manera- inconcebible imaginar una casa sin un espacio destinado a almacenar estos objetos, y con ellos los recuerdos y añoranzas que han quedado grabadas en las cosas que allí se conservan, es así como el cuarto de San Alejo de principios de siglo XX ha tomado -en la vivienda contemporánea- la forma del "cuarto útil", un lugar, que si bien no hace parte integral de la casa o del apartamento -está de hecho afuera del hogar- sirve de punto intermedio entre lo que sale y lo que entra. A. Moles se refiere a este lugar como el desván,

15- MOLES, Abraham. *Teoría del los objetos.*

lo describe como un punto intermedio entre el "infierno" del cubo de basura y el "paraíso" de la tienda del anticuario (en el caso de que el objeto sea museificado, pero también en caso de ser vuelto a usar y recobrar su sentido original) y lo compara con la figura que cumple el purgatorio en algunas religiones<sup>15</sup>.

El objeto en desuso, se encuentra aislado de su función, y a pesar de que ésta se mantenga vigente, nunca es puesto a funcionar ni siquiera en las formas más pasivas del uso que serían la contemplación o la adoración. Dependiendo de cuales hayan sido las causas que lo han colocado en este estado, puede permanecer en su puesto original con su apariencia exterior intacta, pero también puede aparecer totalmente desgastado, sin que por esto sea aislado de su entorno original; en el desván o cuarto útil, los objetos se van apilando "cronológicamente", para usar un término de Moles, sedimentándose en capas y estratos que dan cuenta y hacen visible procesos evolutivos de la vida de los individuos a los que pertenecían y a sus relaciones sociales a través de la cultura material.

### Humanizado

Humanizar consiste en atribuir rasgos humanos a cosas que no lo son, en este caso a objetos. No debe confundirse esta forma de apropiación con las de las marcas personales que los propietarios realizan sobre sus objetos para recalcar que son de su propiedad, y tampoco con aplicaciones decorativas que lo que intentan es reflejar una personalidad (la del usuario) a través de los gustos y preferencias de quien posee y usa el objeto; a diferencia de estos fenómenos en la humanización se crea una nueva personalidad, que a pesar de tener que ver directamente con esos patrones de gusto de quien se apropia del objeto, lo que hacen es darle a las cosas el sentido de ser personas.

Una característica de la humanización es que ésta recae sobre los objetos más apreciados afectivamente, sin importar mucho su valor económico. Es posible que los objetos humanizados tengan también marcas personales, así como decoraciones. Un ejemplo representativo de la humanización es el que encontramos realizado por los niños sobre los juguetes, los cuales por su personalidad y por los vínculos afectivos que se tienen con ellos pueden ser queridos tanto como las personas. La relación emotiva de los usuarios con estos objetos es afectiva al extremo y son queridos más que por su función

(que puede ser activa o pasiva) por ser acompañantes en tareas cotidianas. El principal rasgo distintivo de los objetos humanizados es que tienen un nombre a través del cual las personas los reconocen y se refieren a ellos. A través del nombre se reflejan también rasgos más intangibles como una personalidad, un genio e incluso un "alma".

Estructuralmente los objetos humanizados pueden presentar algunas modificaciones (además de las de la personalización y las marcas personales) que consisten frecuentemente en la escritura, inscripción o adhesión de su nombre. En casos extremos se adicionan elementos que configuran los rasgos físicos del rostro de una persona como ojos, nariz y boca. Entre los objetos que se humanizan encontramos desde medios de transporte (buses, taxis o automóviles particulares) hasta osos de peluche.

### Estéticas del **desecho**

Abraham Moles observó que una característica del objeto industrial era el hecho de ser siempre destructible y reemplazable por otro nuevo. Esta es una diferencia radical del objeto de nuestra época con el de otros tiempos que a su vez deja entrever los rasgos esenciales de la sociedad de consumo: antes los objetos estaban pensados y hechos para pasar de generación en generación, cuando menos para durar toda una vida, eran en sí mismos mitificados a través del uso; los ciclos de vida de las cosas que rodeaban a las personas eran muy largos respecto a los del objeto contemporáneo, que está pensado y hecho para durar muy poco tiempo antes de ser desechado. Hoy los objetos se des-mitifican en el uso, pues no es tanto el objeto lo que adquiere ese sentido mágico sino el momento en el que se compra, es ese momento el que se quiere revivir, pero para esto es necesario desechar.

El desecho comienza por el desuso del objeto, y éste se puede producir por varios motivos: un defecto físico por ejemplo, algo que afecte su estructura, una fractura, una contusión o

un desajuste entre las partes; otro motivo puede ser el mal funcionamiento, los objetos electrónicos a veces enloquecen y tienen que ser tirados, o un defecto físico -una amputación por ejemplo- también puede hacer que caiga en desuso; también podemos sentir asemia por el objeto cuando éste se gasta comunicativamente, cuando deja de significar y de tener sentido, y deja de representar algo para los usuarios a pesar de seguir funcionando. Por una u otra razón el objeto tiene siempre que ser renovado y para Moles esto constituye precisamente una virtud del objeto contemporáneo, en tanto que así permite que los placeres de la adquisición se repitan al comprar de nuevo. Antes de morir y de ser convertido en basura los objetos pueden pasar por varias etapas. Entre el desuso y el desecho está algo comparable con el purgatorio de los objetos, una etapa oscura en la que todavía no es claro que sucederá con ellos, y donde pueden ser sometidos a diferentes intervenciones que van: desde la reparación, y otros intentos por hacer que el objeto vuelva felizmente a la vida y pueda ser de nuevo usado, hasta otras más trágicas en las que es descuartizado, desmembrado y sus piezas reutilizadas, convertidas en las partes que componen un objeto monstruo: hecho con restos de otros, con basura. Las personas siempre buscan la manera

de extender el ciclo de vida de los objetos, de hacer que duren más, que reaparezcan, tratando de posponer para después el momento del desecho que tarde o temprano llegará, a no ser por un hecho extraordinario, por ejemplo su mitificación como reliquia o antigüedad. Eso lo haría apto de nuevo para el mundo del consumo.

### **Desechables**

Una característica de la basura de nuestra época, es el hecho de que se encuentre llena de cosas que -en gran parte- no son basura; es decir, sus componentes no son objetos desgastados, sino más bien elementos cuyo ciclo de vida es demasiado corto, pues, en su mayoría, la función que prestan puede pensarse como simbólica, ya que en realidad no prestan ninguna. Por una parte el interés por hacer más llamativos los productos y de presentarlos mejor los ha saturado de empaques y envoltorios, todos elementos que sólo sirven para ser el soporte de una impresión, o como mediadores en el transporte del producto. Por otro lado algunos productos, por resultar muy económicos, tanto por su material como por sus procesos de fabricación, se convierten prácticamente en productos basura, cuyo ciclo de vida es demasiado corto si se comprara con el tiempo que requiere su fabricación, o su degradación en el medio ambiente. Este es el caso de todos los productos que la era del consumo ha optado por llamar desechables, y que podrían considerarse como objetos que se hacen específicamente para ser desechados; objetos terminales que están destinados a ser usados sólo a una vez, de paso, aunque es evidente que en nuestra cultura este tipo de objetos vuelven a ser usados, por lo general en tareas domésticas.

El fenómeno de lo desechable, que tomaría fuerza a través de campañas de higiene en las décadas finales del siglo XX con la pregunta de si "¿Usted tomaría donde otros ya han tomado?" Y el lema "No tomo en vidrio, tomo en desechable", se ha hecho extensivo a otros campos, más allá que el de la vajilla pública. Hoy en día, la gran mayoría de objetos que representan la cultura mundial, en especial los que hacen parte de fenómenos que van al ritmo de la moda, como el vestuario o la música, tienen un ciclo de vida tan corto, que aunque su uso no implique su desgaste total, pueden considerarse en este momento como desechables. Este término que incluso se hace extensivo a determinados sectores de la sociedad como los indigentes, dice mucho de la forma en que se relacionan otros sectores sociales, (tal vez los que presentan más ingresos), con los objetos, y a la vez las formas de entender, dar significado y valor a su realidad. Los productos desechables hacen parte también de diferentes paisajes urbanos, crean imágenes que definen bien las dinámicas sociales y los modos en que la ciudad es practicada.

### **Reciclado**

Para las personas comunes y corrientes, los sellos que vienen inscritos en los productos -informando sobre el tipo de material o sus propiedades para

el reciclaje- no significan mucho, y de otro lado tampoco comprenden muy bien su papel dentro de los ciclos de recuperación de las materias primas, por lo que para ellos la separación y clasificación de basuras es algo que no tiene mucho sentido, ni de lo cual se sientan responsables. Finalmente todo tipo de residuos van a parar juntos a la misma bolsa de basura. Juntos en una mezcla que se descompone en el lixiviado que ellos mismos producen, esperan el carro recolector el día que pasa, formando por todos los barrios y calles filas inmensas de basura, algo que se constituye como una verdadera puesta en escena de nuestras ciudades. Antes de que pase el carro, legiones enteras de familias que viven del "rebusque", los antes llamados "chatarros" y hoy "recicladores", extraen con un agudo sentido los envases de pet y de vidrio, las latas y los papeles, que son los residuos que mejor pueden ser vendidos, así como uno que otro objeto o pedazo de objeto que podrá ser luego vendido como materia prima de algo nuevo en algún centro de acopio. En el carro recolector, las bolsas son abiertas por los trabajadores, quienes despreocupadamente las revisan en busca de algo de valor, antes de que el mecanismo que funciona como una boca las comprima.

### **Reparado**

Los objetos que se reparan por lo general son electrodomésticos o diferentes artefactos eléctricos así como prendas de vestir, especialmente zapatos. Las reparaciones de electrodomésticos, generalmente no se realizan en centros especializados, ni donde los mismos productores del objeto. Cuando se repara un objeto se trata, se acude a centros -que aunque prestan un buen servicio- podrían considerarse informales, en la medida que funcionan de manera similar a una tienda de barrio: en el garaje de una residencia se improvisa un mostrador en el que se exhiben repuestos y una estantería en la que se ubican algunos de los objetos en reparación o ya arreglados. Detrás del mostrador, sobre un escritorio una persona -mientras dice "alaorden"- que se enfrenta a un electrodoméstico abierto se detiene para examinar el artículo recién llegado, aunque luego de algunos segundos plantea una hipótesis sobre lo sucedido, el diagnóstico real se tardará algunas horas o tal vez días, y de acuerdo a éste y al conjunto de operaciones y tratamientos que sean necesarios para reparar el objeto, se determinará el precio de la reparación. Se realiza un comprobante de que la mercancía ha sido recibida y se da una fecha tentativa de cuando puede ser reclamada; en una de las paredes del establecimiento y en la parte de atrás de la factura con letra pequeña dice: "luego de sesenta días no se responde por artículos no reclamados".

### **Reusado**

El reuso consiste en una revalorización funcional de un objeto que ha sido desechado. No es propiamente una remercantilización, como es el caso de los objetos que entran en el estado de reventa (esos objetos no han salido de su fase de uso por lo que no se consideran desechos), pues

estos objetos no se convierten en ningún momento en mercancías, y tampoco son adquiridos a través de intercambios monetarios con otras personas, por lo que el objeto reusado, a diferencia del objeto en reventa, no es un objeto económico y por ende carece de valor en un sentido monetario. El reuso es en resumen, un fenómeno sociocultural (no es un fenómeno comercial) que surge ante objetos que a pesar de agotar la vida útil que sus productores le han dado, sigue sirviendo y estando apto para prestar una función, ya sea en el mismo contexto o en otro. Esta dinámica la podemos encontrar manifiesta de dos formas: la primera como un hábito cotidiano de los consumidores, quienes en su vida diaria van dotando de sentido funcional a algunas de las cosas que desechan, y de otro lado, aunque de un modo indirecto, la reventa supone que el objeto que se adquiere ya fue usado y que esa segunda vida que se le otorga al ser remercantilizado es inevitablemente un reuso.

En este caso nos enfocaremos en aquellos casos en los que el reuso aparece como una práctica cotidiana (e incluso doméstica), en la que objetos supuestamente inútiles y que han sido desechados cobran de nuevo un sentido práctico y pasan de ser basura a ser de nuevo objeto, al servir para algo. En los objetos reusados no hay modificación radical de su función, simplemente una variación de contexto, que hace que los contenedores sigan funcionando como contenedores pero de otros elementos, o los objetos que sirven para transportar siguen sirviendo para lo mismo, pero movilizan otras cosas. El cambio de contexto se da por lo general cuando la forma de un objeto se ajusta a una función particular.

El caso más común del reuso, lo encontramos en el campo de los empaques, donde los contenedores de diferentes productos son recargados con otros elementos -que van desde la comida hasta elementos de bisutería- cumpliendo así con su función original pero recontextualizada. En este caso la estructura del objeto permanece, y lo que cambia es su contenido: un empaque de jabón Cristal conserva arroz dentro de la nevera, en un envase de gaseosa se transporta agua para lavar frutas. Uno de los productos que permite a los consumidores reusar su empaque y así -aunque de manera inconsciente- extender el ciclo de vida de su envase es la mermelada Respin. Son tal vez pocas las casas colombianas en las que no se encuentre en su alacena un vaso de cristal, obtenido al reutilizar el envase de la cremosa mermelada. Similar a este sistema es el funcionamiento de algunos jabones y detergentes que ofrecen la opción de comprar solamente el repuesto, recuperando así el empaque primario, el cual sigue funcionando durante varias reposiciones de su contenido. De otro lado están los objetos que sufren pequeñas transformaciones para ajustar su forma, sin dejar por esto de ser lo que son; este fenómeno se presenta en objetos que por su morfología pueden pasar de un contexto a otro, prestando su misma función pero variando las maneras y los motivos por los que la cumple: un envase de pet sirve como florero en un cementerio, un vaso desechable exhibe frutas en una venta callejera.

### Reutilizado

En las dinámicas de la cultura material es usual encontrar objetos que no son el resultado de un proceso de diseño ni de un sistema de producción estandarizada, sino que son creados por los mismos consumidores, quienes siempre tratan de resolver los problemas de la vida cotidiana con lo que primero encuentran o con lo que tienen a la mano, poblando su entorno de objetos espontáneos que integran en su estructura -y más o menos al azar- diferentes elementos que aparecen como el resultado de otros objetos o acontecimientos.

Los objetos reutilizados no deben confundirse con los objetos encontrados, de los cuales ha quedado claro que son elementos naturales que aparecen en determinado contexto o situación cumpliendo una función; contrario a estos, el objeto reutilizado presenta en su composición elementos de desecho, que se integran para formar un todo que cobra coherencia al prestar una función. A diferencia del reuso, en la reutilización los objetos tienen funciones nuevas y son otras cosas diferentes a las que fueron en un principio, habiendo aquí como tal una redefinición de la basura, una reconversión de ésta en objeto por medio de operaciones y procesos de fabricación simples. En la reutilización hay una revalorización estructural, estética y funcional de objetos que fueron desechados, o que se consideran como desechables. La reutilización es una práctica común entre los consumidores, quienes encuentran entre la basura, y clasificado como desecho, piezas útiles, materiales resistentes con apariencias agradables, compuestas por las formas y las imágenes que promocionan las grandes marcas de la sociedad de consumo.

En los procesos de fabricación, así como en la totalidad estructural y estética de estos objetos encontramos aquello que Levi-Strauss -en "El pensamiento salvaje"- definió como *bricolaje*, para referirse a una ciencia "primera" más que primitiva, a través de la cual el *bricoleur*: aquel "que trabaja con sus manos, utilizando medios desviados en comparación con los del hombre de arte"<sup>16</sup> construye objetos. Veinte años después en "La Aventura Semiológica", Roland Barthes -al reflexionar sobre el sentido de los objetos en la cultura- habla del *bricolaje* como el proceso de "invención de un objeto por parte de un aficionado"<sup>17</sup>. Desde otro punto de vista, estas creaciones vernáculas ponen en evidencia algo que Christopher Alexander<sup>18</sup> al explicar los procesos de construcción arquitectónica en las sociedades primitivas denominó "diseño inconsciente", ya que en los procesos técnicos del *bricolaje* podemos encontrar rasgos similares a los que las llamadas sociedades inconscientes implementan en la elaboración de sus bienes. Como es un proceso de diseño lento, que guarda similitud tanto en proceso como en resultado, a la artesanía tradicional, ya que se desarrolla a través del ensayo y el error por los mismos consumidores, logra en

16- LEVI-STRAUSS, Jean Claude. El pensamiento salvaje. Fondo de Cultura Económica, México, 1964. Pág. 35 (Edición original en Francés, 1962)

17- BARTHES, Roland. La invención semiológica. Paidós Comunicación, Barcelona, 1987. Pág. 748. (Edición original en Francés 1985)

18- ALEXANDER, Christopher. Ensayo sobre la síntesis de la forma. Ediciones Infinito, Argentina, 1971

19- LEVI-STRAUSS, Jean Claude. El pensamiento salvaje. Fondo de Cultura Económica, México, 1964. Pág. 35 Nota del traductor

el tiempo unas morfologías que logran un ajuste casi perfecto, pues se conocen con claridad las especificaciones que debe tener el objeto.

Lo interesante que presentan los objetos que analizamos en este caso es que no son creaciones construidas por sociedades "primitivas" o "inconscientes", pues contrario a esto las encontramos en entornos urbanos, tanto en los espacios públicos como privados, poniendo en evidencia la permanencia de estrategias técnicas "primarias" o "primitivas" en la cultura urbana popular.

Acerca del *bricoleur* -el aficionado que construye objetos- nos dice Levi-Strauss que genera estructuras a partir de acontecimientos pasados, a diferencia del sabio que produce acontecimientos a partir de estructuras pre-existentes. "Opera sin plan previo y con medios y procedimientos apartados de los usos tecnológicos normales. No opera con materias primas, sino ya elaboradas, con fragmentos de obras, con sobras y trozos"<sup>19</sup>. De ahí que todo su instrumental así como los materiales de trabajo sean heterogéneos e imposibles de estandarizar o de homogenizar en algo que no sea el objeto construido, el resultado final, donde las partes, los trozos y las sobras que lo componen cobran sentido a través de una función que se presta de manera simple, siendo operado a través de gestos humanos básicos. Es esa naturaleza heteróclita de la estructura del objeto reutilizado, la que configura sobre él y en su apariencia estéticas híbridas y yuxtapuestas donde diferentes elementos -escogidos o aparecidos- son integrados casi a la fuerza, para configurar algo, que a los ojos del "buen diseño" y la "buena forma" podría ser considerado como un objeto monstruo.

La mayoría de estos diseños de la gente común y corriente -aunque están presentes en todos los ámbitos de la cultura material- se presentan con mayor frecuencia en lo que se refiere a los objetos para transportar y exhibir mercancías en el espacio público, es decir en las ventas callejeras. En la calle la estructura plástica o metálica de un coche de bebé es combinada con una canastilla de alimentos o un cajón de madera que se sujeta a la base, para convertirse así en el mejor elemento para vender tintos en el centro de la ciudad; en otro ámbito, unos troncos de árbol y algunas tablas, son suficientes para crear piezas sueltas de un mobiliario urbano, y crear con éste en las afueras de una tienda; un parque público, lejos de allí, pero aún dentro del perímetro urbano, una "golosa" demarca sobre el asfalto una zona de juegos para niños.

## Conclusión

Al finalizar este recorrido realizado por las diferentes estéticas del consumo, podemos corroborar que es en las prácticas de la cultura material donde podemos descubrir los rasgos culturales que definen una sociedad. Estos rasgos culturales, es decir, esa trama compleja de significados en función de la cual las personas interpretan su experiencia y guían su acción, no está regida del todo por referentes mundiales ni locales, sino que más bien ambos elementos - lo mundial y lo local - se yuxtaponen, se mezclan y se hibridan, dando origen a unas relaciones sociales particulares, así como unas formas de relacionarse con los objetos - de consumirlos - que a la vez los particularizan. Como los objetos son los mediadores entre los indivi-

duos y la sociedad, sobre estos recaen las marcas de esos actos sociales, convirtiéndose en un registro de la acción de las personas. Es en los objetos de consumo cotidiano donde hemos encontrado cómo es que estos como "lenguaje" son "hablados", y hemos expuesto a manera de glosario algunos de los que conforman algo así como una jerga de los objetos, descubriendo entonces en lo habitual, nuevos objetos, nuevos significados para los que ya existían así como la revalorización de algunos que permanecen como parte de la cultura popular.

Es en estos objetos deformados, mágicos, e incluso naturales, donde hemos visto cómo las personas acomodan lo que tienen a la mano para poder cubrir sus necesidades, allí mismo podemos encontrar las respuestas a lo que las personas desean y necesitan de la cultura material. Esto prueba en parte, que los estudios de diseño no deben restringirse al estudio de como los productos extraordinarios han sido concebidos, fabricados, distribuidos y puestos en venta, sino también -y de manera especial- cómo es que los objetos ordinarios son practicados y consumidos, cómo es que son adquiridos, usados y desechados por las personas en su cotidianidad.

- ALEXANDER, Christopher. Ensayo sobre la síntesis de la forma. Ediciones Infinito. Argentina. 1971
- APPADURAI, Arjun. La vida social de las cosas: perspectiva cultural de las mercancías Grijalbo. México. 1991.
- BAUMAN, Zigmunt. Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Editorial Gedisa.
- BAUDRILLARD, Jean. El sistema de los objetos. Siglo XXI Editores. México. 1975.
- CERTAU, Michel. La invención de lo cotidiano. Universidad Iberoamericana. 1996
- DELGADO, Manuel. La magia. Montesinos Editor. S.A. Barcelona. 1992.
- DELGADO, Manuel. Disoluciones urbanas. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín. 2002
- DELGADO, Manuel. El animal público. Editorial Anagrama. Barcelona. 1999.
- GARCÍA C, Néstor. Consumidores y ciudadanos. Editorial Grijalbo. México. 1995
- GEERTZ, Clifford. La interpretación de las culturas. Gedisa. Barcelona. 1987
- HENAO, Salazar José Ignacio, CASTAÑEDA, Naranjo Luz Stella. El parlache. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín. 2001.
- LEROI-GOURHAN, Andre. El gesto y la palabra. Universidad Central de Venezuela. Caracas. 1971
- MANDOKY, Katia. Prosaica, introducción a la estética de lo cotidiano. Editorial Grijalbo. México. 1994.
- MESA, Miguel. Modelos de estudio. Revista Copia N°15. Facultad de Arquitectura, Universidad Pontificia Bolivariana. 2004.
- MESA, Miguel. El placer del autoservicio. Revista Copia N°2. Facultad de Arquitectura. Universidad Pontificia Bolivariana. 2001.
- MOLES, Abraham. Teoría de los objetos. Editorial Gustavo Gili. España.
- NORMAN, Donald A. Emotional Design. Why we love (or hate) everyday things. Basic Books. New York. 2004
- NORMAN, Donald A. The design of everyday things. Basic Books, New York. 2002
- PINE, B. Joseph y GILMORE, James H.. Welcome to the experience economy. En: Harvard Business Review. Julio - Agosto 1998. Págs. 97 - 105.
- ROTH, Klaus. Material cultura and intercultural communication. International Journal of Intercultural Relations, 25 (2001) 563-580.
- SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de lingüística general. Editorial Planeta. Barcelona. 1985.