

• D.I. Juan Diego Sanín Santamaría

Reapariciones

Los objetos que la gente hace con basura

Este artículo trata, en términos generales, sobre las puestas en práctica de la cultura material, es decir sobre la “estética del consumo”, que no es otra cosa que el estudio de lo que las personas “hacen con los objetos” que les rodean en su cotidianidad. Particularmente se desarrolla el tema de las reapariciones, que desde nuestra perspectiva, podrían entenderse como esa propiedad del objeto contemporáneo que, a pesar de ser desechable puede ser vuelto a poner en uso, aun cuando se ha convertido -oficialmente- en basura. El objetivo propuesto es comprender que sucede con algunos objetos, que luego de cumplir su función, aun cuando ya no son nuevos y han agotado su gracia: siguen siendo usados. Nos interesa saber qué hace la gente con ellos, cómo alarga su vida, en qué los utiliza, o qué fabrica con ellos; para mostrar desde el punto de vista del consumo, o mejor desde el desecho, algunas de las tácticas políticas, técnicas y estéticas que la gente “común y corriente” implementa para solucionar sus necesidades materiales, manteniéndose sabiamente al margen de la compra de un objeto nuevo y que consisten en reciclar, reparar, recargar, reusar y reutilizar.

Imag. 1

Un envase vacío de Limpido JGB que vuelve al ciclo del consumo por un precio de 150 pesos, una silla Rimax reparada con una pata de madera, un empaque de lavaplatos Cristal recargado con comida dentro de la nevera, un envase de Coca-Cola vuelto a usar como florero que rinde culto a un muerto, una nevera de “Rubbermaid” con dos bafles convertida en un parlante portátil. Todos estos casos son reapariciones de objetos muertos; de cosas que luego de ser desechadas



son revalorizadas funcional, estructural y estéticamente, convirtiéndose incluso de nuevo en las mercancías que fueron en un principio.

En otro lugar, y tomando como referencia palabras de Jean Baudrillard se ha destacado la importancia de estudiar la cultura material no sólo desde el punto de vista del objeto y sus dimensiones: funcionales, comunicativas o productivas, sino también desde la manera en que esos mismos objetos son vividos por las personas: fisiológica, estética y cognitivamente. Esta doble perspectiva es necesaria porque está demostrado que las mismas tensiones que encontró Saussure entre el sistema de la lengua (como se concibe el lenguaje) y los actos del habla (las puestas en práctica del lenguaje), se presentan también en la cultura material, representadas de un lado por los objetos producidos (que constituyen metafóricamente el lenguaje de los objetos) y del otro por los objetos consumidos (la manera en que el lenguaje de los objetos es hablado).

En resumen lo que nos interesa son las puestas en práctica de los objetos terminales, es decir los usos (lo que la gente hace) y significados (lo que la gente piensa) que las personas dan a los objetos que la sociedad industrial ha convertido en desechables.

Ya desde los años 60 este detrimento en la vida media de los objetos era notorio, Abraham Moles lo destacó al teorizar sobre los objetos, refiriéndose a este fenómeno como una virtud de los objetos industriales que siempre tienen como destino inmediato su destrucción, debiendo ser reemplazados por unos nuevos, renovando en los consumidores el placer de la compra y la adquisición. Esto que Moles encontró irónicamente como una virtud del objeto industrial y que no es otra cosa que el hecho de ser desechable viene convirtiendo cada elemento de la cultura material (al conjunto de objetos que representan los hábitos de una sociedad) en productos de consumo masivo concebidos para usar y tirar. Las estrategias de los productores de la cultura material han convertido las mercancías de consumo diario en objetos efímeros que no duran más que pequeños instantes. Se han impuesto a los consumidores fechas de caducidad inmediatas sobre lo que compran, obligándoles a tirar las cosas a la basura cuando aún parecen ser útiles.

Sin embargo hemos visto desde las primeras líneas de este escrito, como aquello que los productores imponen como objeto desechable (un envase, una silla de plástico, un empaque de lavaplatos, una nevera de picnic), queda luego de ser "desechado" a la disposición de los consumidores, para que hagan con eso lo que quieran: reciclarlo, repararlo, recargarlo, reusarlo o reutilizarlo. Y encontramos también en esas producciones propias de los consumidores (un envase vacío que tiene precio, una silla de plástico y madera, una coca de jabón que sirve de portacomida, un envase de gaseosa con una flor adentro, una nevera sonora), lo que Michel De Certeau denominó como tácticas de los consumidores, que no son otra cosa que salidas estéticas, técnicas y políticas que implementa la gente -muchas veces inconscientemente- para subvertir, desde adentro, las estrategias de los productores, apropiándose de esos objetos desechables, adaptándolos estructural, comunicativa y funcionalmente.

Este escrito trata sobre un rasgo del objeto contemporáneo: ser desechable (a pesar de ser resistente, útil, y duradero), buscando destacar de esto no el hecho de que se convierta en basura, sino como puede llegar -a través de los usos de la gente- a convertirse de nuevo en objeto; trata de esa cualidad que adquieren algunas cosas en medio de las tramas socioculturales, para reaparecer y ser usadas de nuevo, para negarse a ser destruidas, y posponer, para un después su "más allá": la bolsa de basura, el carro recolector y el relleno sanitario.

Las reparaciones, o los objetos que reaparecen, son el testimonio de cómo los consumidores a través de sus prácticas cotidianas encuentran nuevos valores, nuevas funciones y nuevos sentidos a lo que se impone oficialmente como basura, creando objetos espontáneos que entran a hacer parte de nuestra cultura material (representan lo que pensamos y hacemos) y se convierten en los registros de una estética del desecho.

Método

Para comprender los procesos socioculturales que llevan a las reparaciones así como los objetos que resultan de esas operaciones se realizó un registro doméstico y público de muchas de ellas, es decir, de objetos -en esencia desechables- que a pesar de haberse convertido en basura después de haber cumplido una función primaria (para la cual estaban originalmente hechos), seguían siendo utilizados ya fuera manteniendo vigente su función o adquiriendo una nueva, teniendo en cuenta también las transformaciones que sufrían en cuanto a su estructura o a su significado.

Los objetos que fueron registrados se analizaron desde tres dimensiones, en las que se reúnen las propiedades del objeto (función, comunicación, producción) desde su relación con las propiedades humanas (fisiología, sensibilidad y conocimiento); reconociendo así no solo las reparaciones como objeto, sino también las formas en que este como construcción se trama con las prácticas humanas, para convertirse en objeto vivido. Por medio de este instrumento se compararon las variaciones (operativas y funcionales, estéticas y comunicativas, tecnológicas y productivas) del objeto reaparecido respecto al original de donde provenía.

Los resultados del análisis sirvieron para definir, a partir de las transformaciones que sufrían los objetos para poder seguir siendo usados, cinco tipos de reparaciones, que corresponden cada una a cambios o permanencias en esas funciones, significados y estructuras: los objetos reciclables, los recargables, los reparados, los reusados y los reutilizados. Cada una de estas tipologías es analizada partiendo de una definición general, y haciendo un repaso biográfico de objetos que permiten conocer sus principales características.

Estéticas del desecho

Vivimos en una sociedad que llamamos de la información, y que en cambio tiende a producir ruido. Tenemos la impresión de que nuestra relación con las cosas se 'desmaterializa' a la vez que la cantidad de desechos aumenta.

Ezio Manzini. *Artefactos*. Celeste y Experimenta Ediciones. Madrid. 1992

Richard Fry define como desechable un producto cuya recuperación es más costosa que su reemplazo, por lo que es más viable ante un desajuste comprar uno nuevo. Sin embargo los objetos no han sido siempre así, ni tampoco ha sido más viable renovar que recuperar, pues los ritmos y valores sociales que determinan la vida de los objetos están siempre ligados a factores técnicos, económicos y políticos, por lo que han variado de una época a otra.

Anteriormente (digamos anteayer) los objetos eran bienes tan escasos que eran heredados de generación en generación. Era mucho el tiempo de trabajo que tenía que ser invertido en la fabricación de apenas los objetos necesarios para sobrevivir, por lo que una sola persona no poseía muchos y además tenía que compartirlos con otros; cuando se deterioraban o descomponían era más viable recuperarlos de alguna manera -ya fuera reparándolos o dándoles otros

usos a sus restos- antes que reemplazarlos por uno nuevo, por lo que los pocos que se poseían se valoraban inmensamente siendo dignos de ser incluidos en los testamentos.

Luego (ayer), gracias a la producción industrial, los objetos comenzaron a ser producidos en serie y concebidos para durar toda una vida. La reducción de los tiempos de producción hizo que estos abundaran y que la gente pudiera elegir entre recuperar o renovar; como ya no tenían que ser compartidos y las necesidades básicas de subsistencia estaban resueltas la vida consistió en buscarse a sí mismo y en construir una identidad según las pertenencias que se tenían; esto hizo que los objetos comenzaran a variar de una serie a otra, más que por su función por su estilo o apariencia tratando de ofrecer a través de ellos una personalidad, por lo que cada quien escogía los que prefería para que lo acompañaran durante su existencia llegando al punto de llevarse algunos consigo en la tumba.

Hoy en la era de la información las cosas tienden a desmaterializarse, y más que productos útiles, en las mercancías se buscan experiencias y momentos agradables por lo que los objetos se hacen para usar y tirar. La cultura material está compuesta en gran parte por los objetos que simplemente quedan como registro de los rituales de todos los días, y que por su carácter sagrado se convierten en objetos "terminales" que sólo pueden ser usados una vez (aunque pueden ser usados luego sin tanta pompa en tareas domésticas); los pocillos de icopor en que sirven el café Juan Valdez, el envase



Estéticas del desecho

Imag. 2

de Blancox, la cuchara mecánica que revuelve el helado “mc flurry” de MC Donalds, o el teclado Genius del computador en que escribo, son todos objetos cuya limpieza o reparación es más costosa que su renovación, por lo que en poco tiempo -cuando ya no sirvan- serán suplantados por uno nuevos y pasaran a formar parte de paisajes urbanos de desechos.

Esta condición del objeto contemporáneo ha convertido la basura en parte

nuestro entorno inmediato, en la huella que demarca los límites de la naturaleza humana y en el indicio de su presencia. Así de la misma manera en que un nativo que vive en la selva puede encontrar palos, piedras y ramas para hacer una herramienta, un refugio o una hoguera, cualquier ciudadano puede encontrar entre la bolsa de basura de su casa, o tirados por la calle los materiales necesarios para satisfacer parte de las necesidades materiales de todos los días.

Esas soluciones propias de la gente, esos objetos hechos con basura y por medio de saberes prácticos y teóricos propios de la cultura popular de nuestras ciudades, ponen en evidencia tácticas de diversos tipos, políticas: al generar y conferir valor a ciertos objetos desechados (incluso mercantilizándolos de nuevo); estéticas: materializadas en los usos y significados conferidos a cada objeto; y técnicas: reflejadas en los procesos y morfologías de cada creación.

Reciclar

El reciclaje bajo la mirada de las reparaciones analiza como algunos objetos desechados vuelven al ciclo del consumo, siendo reciclados como mercancías. Esta vuelta a las políticas del valor puede colocar los objetos en dos condiciones: como materia prima para ser procesada (según la composición del objeto), o como mercancía para ser comercializada. En este trabajo, el de reciclar, están involucrados los bien llamados “recicladores” que se encargan de recorrer las calles de la

Imag. 3 Reciclar





ciudad en busca de objetos que sean recuperables en el sentido de poder ser vendidos ya sea como material o como mercancía.

En el campo de las reparaciones se estudia lo que la gente hace con la basura, no lo que la industria o las empresas hacen con ella, por lo que el reciclaje como proceso industrial que consiste en la recuperación de materias primas es más una estrategia de los productores, mientras que la recolección, acumulación y comercialización de objetos tirados a la basura, para revenderlos en volumen o al detal aparece como una táctica de los consumidores, o de algunos de ellos que han formado complejas redes constituidas por diferentes trayectos, intercambios y puntos de encuentro.

El tiempo que va desde que el objeto es rescatado de la basura hasta que es finalmente revalorizado (vendido o procesado) puede considerarse como una especie de purgatorio en el que se decide entre dos opciones la suerte que correrá "el alma" del objeto muerto.

Un primer destino es el del procesamiento industrial para ser convertido en materia prima: donde los objetos condenados pierden la función y el significado que tenían antes, dejando de ser lo que era cada uno: un tarro de Xilol, un envase de Fabuloso o una lata de Pilsen, para convertirse ahora simplemente en montones de PET, PEHD y aluminio.

Sin valor de uso, ni simbólico, ni de tiempo de trabajo encarnado, no están definidos más que por un valor económico abstracto, que establece un precio para un montón de objetos, según el valor establecido para un kilo del material del que están hechos.

Un segundo destino más paradisiaco es el que pone al objeto en reventa, para reciclarlo como mercancía, encarnando de nuevo un sentido, un valor y una función. Estos objetos agraciados al ser recuperados conservan su marca y así su estima, exhibidos en el piso atraen miradas de peatones que pasan frente a ellos como ante una vitrina en la que las cosas que ya "no tenían precio" vuelven a tenerlo: imagen de San José 1000 pesos, canasta de Postobón 2100 pesos, envase de "bucanas" 1000 pesos, máquina de moler Landers 2500 pesos.

La recolección de esos objetos genera en el espacio público exóticos paisajes en tránsito, compuestos por carretillas en movimiento atiborradas de cajas desarmadas, de ramilletes de envases, de pedazos de máquinas e inodoros rotos, también de plantas, de llantas medio buenas, de zapatos y de todo tipo de objeto susceptible de ir a dar en la calle. En los centros de acopio donde llegan son arrumados según su tipo: material, marca, apariencia y demanda son las variables que entremezcladas sirven

para definirles su ubicación (donde tirarlos) más o menos cercana con relación al momento en que se espera su salida, y aunque allí mismo en los acopios muchas veces también son vendidos, los lugares donde se comercializan se caracterizan por exhibir los objetos en el piso: sin empaque, sin precio fijo y sin letreros, están involucrados en una compleja red de intercambio que no siempre es monetario.

Reparar

La reparación técnica de un objeto cualquiera en un centro especializado y autorizado por sus fabricantes puede resultar en ocasiones más costoso que reemplazar el objeto por uno nuevo, convirtiéndolos en este sentido (según la definición de Richard Fry) en objetos desechables. Por lo general las mercancías vienen acompañadas por una garantía en la que el fabricante promete por medio de sus servicios técnicos reparar y reponer piezas descompuestas. Estos centros están ubicados por lo general en Tokio, Miami o el D.F por lo que la gente ante un desajuste no tiene otra solución que arreglarlos ellos mismos, o mandarla arreglar en talleres de barrio que anuncian por medio de dibujos de electrodomésticos, o con letras pintadas a mano sus servicios.

Las reparaciones de las que hablamos no son las que cubre la garantía, ni hacen parte de las autorizadas por los productores, sin embargo revalorizan funcionalmente objetos que ya no prestan su función, o por mal diseñados no sirven ya para lo que están hechos pues no se ajustan a las condiciones de su contexto. Estas apropiaciones de la función de los objetos presentan en ocasiones estilos únicos, conseguidos por medio de operaciones que ajustan, separan, reemplazan y agregan componentes a un objeto en el que se reflejan y quedan materializadas las tácticas técnicas y estéticas de la gente.

La reparación consiste en una revalorización funcional de los objetos llevada a cabo por medio del arreglo o reposición de elementos descompuestos en su estructura. De este modo se logra que los objetos sigan funcionando, e incluso en algunos casos que presten mejor su función siendo adaptados a tareas particulares, o a la postura de quien lo usa recortando por ejemplo las patas de una silla

Reparar

Imag. 5





Imag. 6

Reparar

hecha en Manufacturas Muñoz para acomodarla a la altura necesaria de un lustrador de zapatos. Técnicamente estos ajustes pueden ser rigurosamente elaborados utilizando repuestos que dan continuidad a la forma y apariencia del objeto pero también pueden aparecer reparaciones híbridas que mezclan partes y procesos de diferentes estratos técnicos: como un automóvil Renault 4 con puertas de madera (líneas de producción industrial complementadas con procesos artesanales); o que reemplazan unas piezas por otras que no corresponden a la morfología y composición del objeto: reemplazar un tornillo por un destornillador.

La apariencia final del objeto reparado lo vincula directamente a su contexto de uso, pues por lo general son elementos del entorno inmediato (lo que primero aparece a mano) los que se implementan en las reparaciones, terminando por parecerse al lugar que pertenecen.

Las reparaciones conllevan a diferentes formas de revalorización práctica y mercantil, pues permiten de un lado volver a usar algo que había caído en desuso y a la vez abre la posibilidad de ponerlo en reventa como objeto de segunda mano.

Recargar

Todo lo que compramos, desde las verduras, hasta los vestidos o los electrodomésticos vienen envueltos: bolsas, cajas, frascos y envases definen el volumen y componen la mayor parte de una bolsa de mercado. Empaques resistentes y duraderos para proteger a las mercancías, agradables visualmente para atraer a los compradores, pero hechos para no durar, y para ser desechados inmediatamente pierdan su contenido. Desechables en todo el sentido de la palabra, con funciones pasajeras y transitorias, que se convierten en las huellas que van quedando al paso de nuestras actividades cotidianas.

Recargar, rellenar, reenvasar son tácticas funcionales que ponen en uso, por un tiempo más algunos empaques que por sus propiedades funcionales, comunicativas o estructurales siguen siendo utilizados al reponer su contenido, ya sea por el mismo de antes o por uno nuevo que transforma por completo su identidad. La revalorización principal en estas reparaciones es la función de empaque, utilidad que puede en algunos casos ser complementada por medio de pequeñas modificaciones estructurales que permiten al contenedor original adquirir otras funciones obtenidas por el objeto recargado, funciones que se añaden por medio de operaciones técnicas que varían en complejidad según la espontaneidad del objeto nuevo. Como

casos extremos (en simpleza o complejidad) observamos en un nivel básico amarres que se realizan a diferentes envases para poder ser transportados, así como creaciones más complejas como las que presenta una caneca en la que se ha hecho una perforación y se ha instalado una llave de paso para poder dosificar lo que guarda en su interior.

Aunque en los objetos recargados se busca primordialmente el ajuste del objeto a un contenido, en la selección de los empaques que serán recargados intervienen criterios de gusto que se hacen repetitivos logrando mate-

rializar en una serie de artefactos recargados los patrones estéticos de cada cultura reflejados en la preferencia por ciertas formas, ciertos colores y sin duda por el consumo masivo de los productos de algunas marcas; gustos y preferencias que hacen que en el tiempo algunos objetos se institucionalicen para ser recargados como: el tarro de Kola Granulada popular en las ventas callejeras de frutas, el frasco de Nescafé utilizado en ámbitos domésticos para guardar alimentos, o la bolsa del Exito (y de más supermercados) para tirar y sacar la basura. Aunque estructuralmente el objeto recargado permanece intacto en su forma original -que consiste casi siempre en una cavidad envolvente y una cubierta- las estéticas de los objetos recargados presentan elementos que mezclan y juxtaponen la parte exterior visible del empaque con lo que hay en su interior, es decir, entre la identidad original del objeto y la nueva carga se generan tensiones que terminan por configurar una nueva identidad. Se generan así retóricas entre las marcas de las mercancías de consumo masivo y los usos y actividades cotidianas de todos los días, en las que los empaques de lo que consumimos entran a formar parte de los paisajes domésticos: jarras de jugo, termos de agua, frascos de granos y portacomidas, integrados como muertos vivientes con los objetos "nuevos": en la nevera, la despensa y la oficina.

Recargar

Imag. 7



Reusar

La vida media de los objetos que nos rodean a diario, no está determinada -como antes- por su vida útil, sino que son otros criterios los que determinan por cuanto tiempo y hasta cuando son usados. Se considera desecho a un montón de cosas que realmente no lo son en un sentido práctico, y las bolsas de basura están llenas de objetos que aún pueden seguir siendo usados, revalorizados funcional, simbólica o mercantilmente.

El reuso puede valorizar "para lo que sirve un objeto" (dimensión funcional) o también "lo que significa o representa" (dimensión comunicativa), convirtiendo así objetos que parecían o estaban condenados a la basura en cosas útiles de nuevo, o en objetos mágicos que sirven de amuleto o adorno. Generalmente está acompañado por procesos comerciales de reventa o de

objetos usados, que presentan flexibilidad en las formas de intercambio las cuales tienden al trueque o al intercambio, aspectos que quedan plasmados en algunos nombres de estos locales como: El Cambalache. En estos puntos de compra y venta los objetos viejos (la ropa y los electrodomésticos principalmente) son sometidos a procesos de limpieza, ajuste y reparación que los mercantilizan de nuevo.

El reuso como práctica consiste por lo general en volver a usar algo bajo su función original: una caja de dientes por ejemplo, pero por un nuevo usuario (que la ha adquirido heredándola, encontrándola o comprándola); también es frecuente que objetos viejos como cocas o desechados como vasos sirvan precariamente como exhibidores de algo. Funcionalmente pueden haber variaciones entre el objeto original y el reusado que surgen -como el caso de una carreta de construcción usada para vender bananos- por el acoplamiento o la coincidencia formal de algunos objetos respecto a diferentes funciones, o por cambios

Reusar

Imag. 8



simples como la escritura de la palabra “banano \$100” pero tan efectivos que transforman por completo el sentido del objeto, mostrando un ajuste perfecto entre la forma original y su nueva función (en este caso es la función la que sigue a la forma).

Además de juicios de valor práctico, en los procesos que llevan a que algo vuelva a ser usado intervienen juicios estéticos que confieren belleza o un significado simbólico a los objetos desechados, transformando con esto su sentido funcional y las formas en que es puesto en práctica. A pesar de no presentar modificaciones físicas (más que las que se han mencionado) la ropa que se vende de segunda adquiere estéticas vintage que recuerdan épocas pasadas y que pueden por este hecho hacerlas preferidas e incluso elevar su valor de reventa; en otros casos las modificaciones pueden ser más extremas como en el caso de objetos que se sacralizan y se les confiere un poder mágico: como una herradura que pasa de estar en la pata de un caballo a ser un amuleto de buena suerte (en este caso concreto es una compleja producción de sentido la que pone en uso al objeto), o el caso de una muñeca convertida en adorno y condenada a que nadie pueda jugar con ella. Estos dos casos presentan objetos viejos que a pesar de no volver a funcionar nunca siguen siendo usados en el sentido en que todavía tienen un significado que nos hace pensar en ellos.

La producción conceptual que lleva al uso un objeto desechado genera entornos contradictorios en los que objetos descontextualizados de su lugar original adquieren otros sentidos y significados: ropa vieja que permite lucir a la última moda, carros de mercado que venden gaseosa, o dentaduras postizas que se venden en una plaza de mercado.

Reutilizar

En las ciudades contemporáneas la basura podría considerarse como un recurso más del entorno urbano, y así como en la naturaleza ciertas morfologías se ajustan a actividades propias de la raza humana como una piedra para golpear o una cueva como guarida, en los ámbitos de la morfología artificial y de la cultura material algunos objetos desechados por su dimensión física y por su composición estructural son perfectos para la fabricación de elementos característicos de actividades netamente urbanas. La reutilización -el punto culmen de la creación de artefactos populares con basura- demuestra que los consumidores producen objetos nuevos con los materiales de desecho que encuentran en su entorno inmediato, con el fin de satisfacer esos deseos sin objeto (muchas veces sin resonancia en el mercado) y poder realizar tareas simples -como sembrar una planta- de forma sencilla y sin “entrar en gastos”. Las formas de reutilización presentan una valorización funcional, estructural y estética de los desechos cotidianos, en las que por medio de pocas operaciones técnicas y cognitivas se integran diferentes elementos

Reutilizar

Imag. 9





Imag. 10

Reutilizar



en la composición de nuevos objetos trasgrediendo cada una de las dimensiones del objeto original. Esta forma de reparación puede entenderse como una actividad de producción material inconsciente en la que las personas más que producir objetos acomodan los existentes formalizando con ellos funciones, pero también como una actividad laboral consciente dedicada a la producción de objetos tanto decorativos como utilitarios que son fabricados siguiendo líneas de producción artesanal y comercializados la mayoría de los casos informalmente, bien sea como una herramienta, un objeto para utilizar, o como una artesanía sin una función particular en la que lo que se valora es la materialización de un saber popular, muchas veces tenido de menos y pasado por alto. Productivamente los objetos reutilizados presentan una complejidad que es relativa, que puede consistir en unos simples cortes en el caso de la producción de objetos monolíticos: como los recipientes y macetas hechas con todo tipo de envases de PET, en las que no se busca más que la acomodación del objeto original a una nueva función, o como muchos otros casos que se limitan a recontextualizar el objeto solamente escribiendo sobre una llanta vieja palabras como “montallanta”; esta tipología también puede presentar procesos de producción más complejos, como la elaboración de un separador vial, que implica además de la planeación de la producción una dedicación de atención y tiempo en el proceso que consiste en mantener vertical una pieza de madera dentro de una lata de Zika por medio de su fijación total

vertiendo dentro de la caneca cemento (nótese como los elementos con los que se soluciona el problema de separación vial hacen parte del mismo entorno de fabricación y uso). También en un nivel de complejidad similar encontramos bolsos tejidos con zuncho, aviones fabricados con el aluminio de empaques de cerveza y gaseosa o recipientes para quemar incienso fabricados con todo tipo de latas.

Las “tecnologías blandas” o saberes populares que se materializan en estos objetos son transmitidos oralmente entre sus fabricantes y también imitados y apropiados por casi todo el mundo, generando objetos insólitamente repetitivos: como el coche adaptado para vender tintos (en el caso de una herramienta laboral) o el del farol navideño -comercializado cada año- que se fabrica con envases vacíos de dos litros y medio de Coca-Cola (para citar el caso de una reutilización con fines mercantiles), objetos que por su abundancia en las calles y en las casas hacen parecer que hubiera detrás de ellos toda una línea de producción en serie.

Esa relatividad técnica repercute notablemente en la estética de este tipo de objetos presentando por lo general objetos o partes de objetos totalmente descontextualizados respecto a su entorno ideal, o bien en su lugar de origen pero cumpliendo funciones que lo muestran en situaciones contradictorias. Son objetos que comunicativamente trasgreden tipologías y estilos, confundiendo las marcas, los usos y los objetos en su manera de ser concebidos,

creando con sus puestas en práctica nuevos patrones tipológicos y estilísticos: llantas decorativas, todo tipo de macetas o vajillas completadas con vasos Respin.

Tanto en el espacio público, como en entornos domésticos o laborales estos objetos abundan aunque pasan desapercibidos, por presentar formas cotidianas así como marcas y símbolos ampliamente reconocidos. Al fijarse en ellos surgen los rasgos sociales característicos de un comportamiento técnico y estético, tendiente a disponer de lo que se impone como basura, como su material de trabajo.

Reutilizar
Imag. 11



Conclusiones

A través de este recorrido por las estéticas del desecho podemos confirmar en primera instancia la existencia de tensiones similares a las que existen entre la lengua y el habla en el ámbito de la cultura material. En el mundo de los objetos estas tensiones toman forma entre la manera en que los objetos industriales son concebidos por sus productores (desechables) y las maneras en que esos mismos objetos son puestos en práctica, y usados incluso hasta después de su muerte como útil (reapareciendo). Estas tensiones dejan ver las formas en que la gente comprende y se compromete con la basura como parte de su entorno, integrándola a sus paisajes cotidianos a través de objetos que se convierten en la solución a los problemas de todos los días. Estos objetos reaparecidos materializan los saberes técnicos y conceptuales de la cultura popular, saberes que se convierten en las tácticas que implementan para resolver los problemas de la vida cotidiana manteniéndose al margen de la cultura oficial.