



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Guien, Jeanne

Un consumo laborioso. Experimentación y emancipación en las prácticas de consumo alternativas



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Guien, J. y Ramírez, V. (2018). *Un consumo laborioso. Experimentación y emancipación en las prácticas de consumo alternativas*. *Redes*, 24(47), 97-114. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3421>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

UN CONSUMO LABORIOSO. EXPERIMENTACIÓN Y EMANCIPACIÓN EN LAS PRÁCTICAS DE CONSUMO ALTERNATIVAS*

*Jeanne Guien** / Violeta Ramirez****

RESUMEN

Evitar los circuitos comerciales y los modelos dominantes de producción lleva a descubrir un amplio repertorio de actividades y técnicas: recuperar, revender, reciclar, reparar, hacer por sí mismo, reducir sus necesidades, etc. Contrariamente a los discursos que clasifican estas prácticas alternativas de consumo según las motivaciones y el nivel de vida de sus actores (clasificados de manera resumida como “pobres” o “snobs”), este trabajo de etnografía comparativa basa su análisis sobre las prácticas y las representaciones de los actores estudiados. De los corpus comparados, se observa la convergencia de ciertos gestos, valores y representaciones relacionados al consumo alternativo, lo que sugiere la invención de una cultura material compartida, en la cual hacer con poco o “con lo que hay” lleva a experimentar formas propias y singulares de producción del consumo. En dicha cultura material, evitar los circuitos económicos dominantes conlleva su desafío, estableciendo los contornos de un proceso de consumo laborioso y emancipador.

PALABRAS CLAVE: CULTURA MATERIAL – EXPERIMENTACIÓN – RECUPERACIÓN – ALTERNATIVA

* El artículo es una traducción de “Travailler à consommer. Expérimentation et émancipation dans les pratiques de consommation alternative”, publicado en el dossier “Consommer autrement” de la revista *Terrains et Travaux* (Nº 31, 2017/2. © ENS Paris-Saclay). Agradecemos a los coordinadores del número el habernos permitido su publicación en castellano. La traducción es de Violeta Ramírez.

** CETCOPRA (Centre d’Étude des Techniques des Connaissances et des Pratiques), Universidad Panthéon-Sorbonne, París, Francia. Correo electrónico: <jeanne.guien@gmail.com>.

*** HAR (Histoire des Arts et des Représentations), Universidad París Nanterre, Francia. Correo electrónico: <paravioleta@gmail.com>. Web: <www.violetaramirez.com>.

INTRODUCCIÓN

Cuando intentamos describir y calificar las prácticas “alternativas” de producción y consumo, un amplio abanico de actividades y técnicas diversas aparece frente a nuestros ojos. Es que el evitar la compra de bienes y la participación a formas de producción capitalista lleva a los consumidores alternativos a experimentar, en los diferentes dominios de la vida cotidiana, un gran número de técnicas –como la recuperación, la reparación, la autoconstrucción, la ocupación, etc.– y métodos –como el minimalismo, la simplicidad voluntaria, basura cero, vegetarianismos, el friganismo,^[1] etc.– para reducir sus necesidades o satisfacerlas de otra manera. Así, muchos individuos practican por ejemplo la recuperación de alimentos en la basura de supermercados, panaderías o restaurantes –y algunos de ellos, los llamados friganos, obtienen el alimento exclusivamente de esta manera–, lo que les permite al mismo tiempo evitar la compra de ciertos bienes y servicios, y defender un ideal de “basura cero”.

A pesar de esta diversidad objetiva de prácticas de consumo y producción alternativas, estas son en general presentadas –en los medios de comunicación y en el discurso público de ciertas personalidades políticas en Francia– como haciendo referencia a una diversidad subjetiva. De esta forma, interpretar dichas prácticas equivaldría a atribuirles en primer lugar a sujetos, ellos mismos diferenciados según sus motivaciones, las cuales variarían en función del nivel de vida. De acuerdo a este esquema de interpretación habría, por un lado, personas de bajos ingresos actuando por necesidad económica, y, por otro lado, personas de ingresos medio-altos actuando por razones éticas, políticas, culturales... Para este grupo, la lista de motivaciones es larga –y, de hecho, abierta–, tanto como para el otro grupo, la noción de “necesidad económica” es estrecha y restringida. Si se adopta esta distinción subjetiva, el análisis de las prácticas de consumo alternativo sería aplicable a uno u otro grupo social, pero nunca podría transponerse más allá de los límites del grupo. Este tipo de distinción es frecuente en el caso de la recuperación, actividad que aparece como una oportunidad para las personas de bajos ingresos –dado el ahorro que ocasiona y las posibilidades de reventa– pero que también es practicada por personas de ingresos medios y altos que buscan consumir de manera más

[1] “Friganismo” es un extranjerismo proveniente del término inglés “*freeganism*” (contracción de los términos *free*, gratis / libre, y *vegan*, vegano) que designa una forma de activismo y estilo de vida caracterizado por el anticonsumismo. “*Freegan*” es en inglés una contracción de los términos “*free*” (gratis, libre) y “*vegan*” (vegano).

ecológica –disminuir los residuos y ejercer menor presión sobre los recursos del planeta–. Según la interpretación subjetiva, el grupo de los consumidores no sujetos a una necesidad económica, serían los únicos que actuarían guiados por la voluntad –lo que sugieren expresiones como “consumo comprometido” (Dubuisson-Quellier, 2009)–, mientras que las actividades económicas de los hogares modestos y pobres, quedarían bajo la égida de la necesidad, políticamente incalificable.

Consumo por elección, consumo por necesidad: esta distinción permite describir buena parte de las formas de consumo alternativo, así como los conflictos de legitimidad que a veces las rodean. Porque cuando las prácticas de actores diversos convergen en torno a unos mismos recursos, se plantea el problema de la repartición de estos y de la legitimidad respectiva de los actores para apropiárselos.^[2] Problema de legitimidad que ha tomado lugar en el debate político –en el cual las medidas de gestión de las crisis económica y ambiental han sido acusadas de privilegiar el factor ecológico al social– y que parece particularmente de manifiesto en Francia por el uso del calificativo “bobo”.^[3] En efecto, esta categoría hace referencia hoy a la adopción por parte de las clases burguesas y educadas, de formas de consumo inventadas y practicadas por las clases populares o por grupos militantes, que daría por efecto un uso ostentoso del consumo que no cuestiona en nada la sociedad de consumo (Clerval, 2005). Así, las estrategias de *buycott*, de boicot y de recuperación practicadas por consumidores alternativos pertenecientes a clases medio-altas y actuando por convicciones político-ecológicas, aparecerían en algunos casos como pretextos para nuevos gastos o como elecciones puramente estéticas y, en ese sentido, lujosas.

Precarios sin voluntad, consumidores por elección: ¿debemos asignar toda práctica de consumo alternativo a uno u otro polo de este paisaje conflictivo? ¿Deberíamos hacer corresponder cada nivel socioeconómico con un único

[2] Así, la cuestión del acceso a los recursos en un contexto de competencia de actores ha sido estudiada para el caso de la vivienda (véanse los trabajos sobre la gentrificación de los barrios populares parisinos realizados por Anaïs Collet), de la recuperación de alimentos (Anna Lúcia Carolsfeld y Susan Erikson analizan este tema para la ciudad de Vancouver, en donde la práctica del *dumpster diving* puede resultar de una “elección consciente” o representar un último recurso) y de la venta de segunda mano (una asociación como Emmaus reserva ciertas ventas a un público definido socialmente como vulnerable).

[3] “Bobo” es una noción creada por la contracción de los términos “*bourgeois*” (burgués) y “*bohème*” (bohémio). El término se usa desde 1970 aproximadamente para designar a las personas que no poseen las ideas políticas o estilos de vida correspondientes a su medio socioprofesional, que adoptan prácticas e ideas provenientes de las clases populares con una aspiración de distinguirse respecto del medio social al cual en efecto pertenecen.

espacio de opción, declarando cualquier actitud tráfuga como imposible o falsa? Debería admitirse para ello que las motivaciones no estrictamente económicas constituyen el privilegio de personas de medios y altos recursos y que los pobres son incapaces de acompañar sus prácticas de un discurso político y/o una de mirada estética. Sería necesario también amalgamar las motivaciones no económicas e identificarlas a la lógica de la distinción a través del consumo. Es decir, circunscribir el uso de los bienes al “bienestar” y a la “ostentación”, sin tomar en cuenta la manera en que constituyen un “universo inteligible” (Douglas y Isherwood, 2007) o una cultura material común. Por último, habría que conformarse con la distinción entre ocio y trabajo, trabajo productivo y trabajo reproductivo, ignorando así todas las formas de “trabajo ocioso” (*travail de loisir*) o “trabajo al lado” (*travail à côté*) que se encuentran en una zona liminal entre el gusto y la necesidad (Weber, 2009), el cálculo económico y la realización personal (Weber, 1998).

Escépticas en cuanto a estos presupuestos, proponemos estudiar el consumo alternativo a través de un enfoque etnográfico que no parta de las motivaciones de los actores, sino de las prácticas mismas, para estudiar luego las representaciones que estas suscitan en los actores. En efecto, algunas de estas prácticas parecen caracterizarse por su dimensión experimental: cuando escuchamos y observamos a recolectoras, revendedores, reparadoras y autoconstructores, muchos dan cuenta de conocimientos, convicciones e intereses construidos a lo largo del tiempo, a través del descubrimiento y la habituación a sus actividades, ya sea que estas hayan sido adoptadas por necesidad económica o no, o no solamente. Por lo tanto, proponemos estudiar este proceso y dar cuenta de estos actores “a través de las lógicas de la acción, las incorporaciones y las redes de acciones [en lugar de] a través de las categorías institucionales de la identidad”, para estudiar qué “cultura material” (Hoarau, 2009) estas actividades contribuyen a construir.

CORPUS ETNOGRÁFICO

Estudiar cómo las diferentes actividades, profesionales o no, producen una cultura material común y específica nos permite poner en cuestión la perspectiva subjetiva descrita anteriormente. Compararemos dos cuerpos etnográficos, constituidos por las autoras en el marco de sus trabajos de campo respectivos. Un primer corpus fue constituido por Violeta Ramírez, doctoranda en Antropología, durante la realización de su etnografía audiovisual sobre la sobriedad energética. Este concepto hace referencia a “un proceso voluntario y organizado de reducción del consumo de energía a través de

cambios en el modo de vida y transformaciones en la sociedad” (Désaunay y Herpin, 2014: 41). Esto incluye acciones para reducir el consumo de mercancías y minimizar la producción de residuos (recuperación, reparación y reciclaje de objetos, limitación de los equipos y objetos materiales, compostaje, huerta), economía y eficiencia energética (aislamiento del hábitat, *car-pooling*, ecoconstrucción, energías renovables). La etnografía fue realizada en doce hogares localizados en zonas urbanas y rurales de Francia (en la región de París y en el departamento de Vaucluse), conformando una población compuesta por hombres y mujeres de 28 a 75 años, mayoritariamente pertenecientes a clases medias profesionales. Allí se realizaron observaciones participantes filmadas y entrevistas no directivas del tipo relato de vida. A los efectos de este artículo, nos centraremos especialmente en ciertas prácticas de sobriedad energética, como la recuperación de alimentos y objetos, la autoconstrucción y la autoproducción de alimentos y energía. A lo largo del artículo y para distinguir ambos corpus, nos referiremos a estos actores como los “frugales voluntarios”.

Un segundo corpus fue constituido por Jeanne Guien, quien realiza un doctorado en Filosofía sobre la reducción de la vida de los objetos. En el marco de su trabajo en la asociación Amelior, dedicada a la organización de la actividad de recuperación y reventa en la región Ile-de-France, Jeanne realizó –en colaboración con la antropóloga Julia Henin– una docena de entrevistas a *biffins*^[4] (recuperadores-revendedores urbanos) que venden una vez por mes en un mercado organizado en Montreuil, en región parisina. Estas entrevistas semiestructuradas se realizaron bajo condición de anonimato, a pedido de muchos *biffins* que buscaban protegerse del “estigma” que golpea a los “trabajadores de residuos” (Corteel y Le Lay, 2011) y de los riesgos relacionados con la situación irregular de algunos por su condición de inmigrantes. En este artículo, nos referiremos a los *biffins* como “recuperadores-revendedores” y a veces utilizaremos el término en francés.

El análisis comparativo de estos corpus y de una bibliografía y filmografía sobre el tema puso en evidencia ciertos gestos, hábitos y representaciones comunes a los distintos actores, al menos en tres aspectos. En primer

[4] Los llamados *biffins* son personas cuyo trabajo principal o complementario consiste en recuperar objetos (electrodomésticos, ropa, objetos decorativos, vajilla, libros, etc.) de la calle y de las basuras de la ciudad –o recibirlos de personas que se los dan directamente– y venderlos en mercados informales organizados en el espacio público (de forma improvisada, en la calle, en general en la periferia de un mercado de pulgas; de manera más planificada y organizados por asociaciones, en espacios como plazas, instituciones públicas, mercados, etcétera).

lugar, la relación de estos diversos actores con los objetos parece ir más allá de la lógica utilitaria para incorporar otras dimensiones: la adquisición de saberes que transforman la relación con uno mismo y con los demás, con el placer y con la tradición. Por otra parte, las prácticas económicas no son consideradas aquí como una esfera independiente dominada por la lógica individualista, sino puestas al servicio de principios como la ecología, la sociabilidad y la solidaridad. Finalmente, estos diferentes actores parecen vivenciar en el trabajo una misma experiencia emancipatoria, en la que se combinan el rechazo de la jerarquía y la búsqueda de autonomía propia. En resumen, la experiencia del consumo alternativo, por su carácter subversivo y experimental, parece transformar las representaciones que los sujetos se hacen *a posteriori* de sus prácticas, cualquiera sea el motivo por el que hayan llegado a practicar esas actividades.

LA RELACIÓN CON LOS OBJETOS: DE LO ÚTIL A LO AGRADABLE

Para los recuperadores-revendedores, el hecho de revender, de poner en circulación los objetos, necesita conocimiento e inventiva. Con el objeto en cuestión se da todo un proceso de experimentación técnica: se lo repara si hace falta, se lo limpia, a veces se lo transforma y finalmente se lo exhibe en el puesto de venta (por lo general, un paño sobre la vereda). Un revendedor nos decía en el mercado de *biffins*:

Todo es controlado antes de venir aquí. Me fijo si hay que poner pilas, a veces hay un cable que hay que volver a poner, una soldadura que hay que hacer. Los zapatos hay que limpiarlos, encerarlos; antes de vender una plancha por ejemplo, me fijo si funciona, que salga vapor, todo bah! (Douarde, recuperador-revendedor).

Muchos recuperadores-revendedores insisten asimismo en la dimensión creativa de su trabajo: algunos objetos son transformados y embellecidos por el solo gusto de trabajar la materia, sin que por ello aumente la ganancia económica —y a veces en detrimento, incluso, de la ganancia—. Por otra parte, hemos observado que algunos objetos de predilección no son puestos en circulación sino guardados y atesorados por su valor estético. Lucia, recuperadora-revendedora rumana de 45 años, nos cuenta en una entrevista realizada en su casa: “todo lo que hay en la casa, todo eso, viene de la calle. Las flores, las cosas como aquellas (*señala baratijas en una vitrina*), las guardo, no las vendo”.

El desarrollo de estos saberes prácticos crea en los recuperadores-revendedores, por otra parte, una identidad de oficio, reforzada por la especialización (en electrónica, en antigüedades, etc.) a la cual se consagran algunos y a través de la cual encuentran una forma de estatuto social en el seno de la comunidad y por fuera. El conocimiento de los objetos participa así de la constitución del sujeto social.

Soy un técnico, hago reparaciones y reciclo celulares, tabletas, computadoras. Recupero todo lo que es electrónico y doméstico, hago las reparaciones y revendo. La mayoría me conoce, así que viene a verme a mí. Saben que hago reparación, que vendo cosas (Rachid, recuperador-revendedor).

Los frugales voluntarios explican también de qué manera las prácticas de recuperación y autoequipamiento los llevan a la adquisición de técnicas (reparar, coser, cocinar) y saberes (estacionalidad de las frutas y verduras, ciclo de tratamiento del agua), que hoy día la población mundial está perdiendo debido a la facilidad en la adquisición de productos nuevos y a la especialización del trabajo. Este aprendizaje técnico es también a veces estético. Así, Brigitte, quien crea esculturas a partir de viejos libros recuperados en la calle, se descubrió incluso “artista” a través de esta actividad de manipulación de objetos recuperados:

Me inventé esta historia de transformar libros en 1990, me dieron el título de artista. Es el material de base que me convocó a hacer algo, como yo no tiro nada... No uso ninguna máquina, solamente mis manos. Hoy llaman a eso una economía de reciclaje. Es el mismo proceso que tejer un suéter, solo que es en el ámbito del arte, de la abstracción (Brigitte, 70 años, artista).

Por otra parte, encontramos entre muchos recuperadores (ya sean recuperadores-revendedores o frugales voluntarios) una práctica de acumulación casi obsesiva, que se hace manifiesta en sus lugares de vida. En el documental *Les tribus de la récup* (2016), Joëlle, *biffine* de la asociación, nos explicaba: “hace casi 40 años que recorro las basuras. Sentís una cierta excitación cuando levantas la tapa porque no sabés lo que vas a encontrar. ¡Es como una droga!”. Ese placer a veces compulsivo por el descubrimiento muestra hasta qué punto no se trata aquí de una simple lógica utilitaria: el principio del placer es igualmente importante en esta actividad. Como lo señala Daniel—recuperador de alimentos en un mercado municipal— en el documental *El recuperador* (2014): “la recuperación es mi deporte favorito, me divierte”.

Así, el imperativo de “hacer con lo que hay”, con lo que se encuentra en la calle, ya sea que se origine en la necesidad o no, aparece como la ocasión para crear, la experimentación técnica brinda placer y constituye al sujeto, quien descubre su identidad en la práctica. En eso, estas personas se parecen al *bricoleur* de Lévi-Strauss (1962), quien define solo progresivamente su proyecto, a medida que va encontrando los materiales, sin nunca terminarlo completamente pero siempre poniendo mucho de él mismo.

Nuestra casa es un campo de experiencias [...] Sabíamos en este sentido que la casa no iba a ser perfecta. Sabíamos muy bien, que, siendo un proyecto colaborativo, la casa iba a ser lo que fuera a ser. Y no exactamente lo que nosotros queríamos. Sabíamos que habría cambios que iban a ocurrir y estábamos preparados para aceptarlos (Loïc, 40 años, jardinero y autoconstructor).

El tiempo pasado con los objetos conduce también a las personas a valorarlos desde un punto de vista cultural y antropológico. Por intermediación de los objetos encontrados, los recuperadores descubren, cual arqueólogos, otros seres humanos, espacios y maneras de hacer. Abdel y Rozala, recuperadores-revendedores inmigrantes de Túnez y de Argelia respectivamente, dicen entrar en contacto con quienes fabricaron y transportaron los objetos que ellos encuentran en la basura, viajando así en el tiempo y en el espacio geográfico y sociológico.

Como no tengo papeles, yo no tengo opción. Pero es también el hecho de que me gusta este trabajo. Conozco las basuras según las calles, las avenidas, los pasajes. Por ejemplo, me gustan las carteras de las mujeres. A partir del bolso podés conocer a la persona: si es enquilombada, organizada, rica o pobre, si tiene onda... (Abdel, recuperador-revendedor).

Un contacto así para mí es un viaje. Los sábados voy a China, los domingos a Marruecos. Es un contacto humano, una cultura, saberes. ¡Por eso me gusta este trabajo! Yo tengo un diploma en letras, pero no quiero trabajar en una oficina. Me propusieron ser intérprete para la policía. ¡No! Yo quiero que mi cuerpo sea libre y mi cabeza llena de bellas cosas del mundo. Es como un océano (Rozala, recuperadora-revendedora).

Esta curiosidad antropológica se manifiesta también en la voluntad, muy presente en estos actores, de inscribir sus acciones en una tradición, poniendo el acento así en el carácter antiguo de esas prácticas. Así, según Martine,

recuperadora-revendedora, el uso del término *biffin* habría resurgido a fines de la década de 2000 como parte de las movilizaciones en defensa del derecho a la recuperación urbana. Los *biffins* se presentan como los legítimos herederos de los antiguos *chifonniers*, lo que los distinguiría de los otros comerciantes de antigüedades y baratijas y les permitiría reivindicar para sí cierta prioridad en la organización de los mercados de segunda mano. La continuidad del gesto a lo largo del tiempo aparece así como una fuente de legitimación de las acciones presentes y de su transmisión a las generaciones futuras. Es importante apreciar que este tradicionalismo identificado en los discursos de los actores observados, se opone al deseo de marginación, a la actitud “contracultural” con la que se suele caracterizar a los consumidores alternativos. Así, Karim, quien dejó su trabajo en el mundo de las finanzas para establecerse y vivir en autonomía con su familia en la región montañosa de Vaucluse, reconstruye una filiación de generaciones pasadas que legitima su actual estilo de vida como tradicional.

Queríamos hacer cosas bastante naturales: tener pollos, hacer huevos, no consumir frutas importadas en avión, sino hacer conservas con lo que nosotros mismos producimos. Cosas muy simples y naturales para nuestros abuelos o bisabuelos, pero olvidadas en el medio urbano. Tan solo estamos redescubriendo lo que se ha hecho en el pasado (Karim, 45 años).

LA PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA SOCIAL, SOCIABLE Y ECOLÓGICA

Ya sea que hurguen en la basura, o que intenten reducir los propios residuos, estas personas toman una fuerte conciencia del desperdicio de recursos y de trabajo que conlleva la economía de crecimiento capitalista. De esta forma, disminuir el volumen de residuos y prolongar la vida de los objetos son objetivos compartidos por los recuperadores-revendedores y los frugales voluntarios.

En el caso de los frugales voluntarios, la reducción de necesidades, la compra de objetos de segunda mano y la autoproducción constituyen formas de militancia en la vida cotidiana contra un modelo económico que es percibido como violento y predador. Esa forma de militancia se parece a una estrategia política de “prefiguración” (*prefigurative politics*) (Barnard, 2016): se trata de mostrar a través del ejemplo propio que otra economía es posible. En ese sentido, estos militantes del cotidiano no buscan recluirse o marginalizarse, sino hacer visible y dar a conocer la diferencia palpable en

sus estilos de vida y en sus opciones de consumo. Esto se pone en evidencia también en la participación activa que muchos frugales voluntarios tienen en asociaciones (ATTAC, Les Amis de la Terre, Mieux être par les plantes, Véloration), en partidos políticos (Europe Ecologie Les Verts), en movimientos sociales (Movimiento del Decrecimiento, Ciudades en Transición) y en acciones de sensibilización y divulgación de sus prácticas de consumo (comunicación en internet, manifestaciones artísticas, participación en charlas y documentales).

Los recuperadores-revendedores desarrollan también un sentido de la responsabilidad ambiental y social, que funciona como argumento para la defensa de su trabajo y base de un discurso político cada vez más estructurado desde la aparición de colectivos (Collectif de soutien aux biffins, Rues Marchandes), asociaciones (Sauve-qui-peut, Amelior) y proyectos municipales que defienden el derecho a la recuperación y la reventa. Así, un recuperador-revendedor nos decía:

Los objetos, hace falta alguien que se ocupe de ellos. Yo considero que damos una segunda vida a las cosas que si no terminarían en la basura, cosas que si no terminan incineradas, mientras que aquí, van a servir todavía un tiempo. Y además, nosotros ganamos algo haciendo esto, no mucho pero algo (Douarde, recuperador-revendedor).

Esa conciencia de la importancia social de su actividad va más allá del aspecto ecológico: la idea de construir una economía donde rijan otros principios que el valor mercantil entusiasma tanto a los recuperadores-revendedores como a los frugales voluntarios. En el caso de los *biffins*, esta economía alternativa se construye y pone de manifiesto en el momento de la asignación de un precio a los objetos que venden en los mercados de segunda mano; en el caso de los frugales voluntarios, la gratuidad, el don y el voluntariado funcionan como formas alternativas de construir valor. A través de estas acciones, principios como la reciprocidad y la solidaridad se vuelven constitutivos de las prácticas económicas.

—En el mercado, los compradores ricos están obligados a ponerse a nuestro nivel, porque somos nosotros los que ponemos el precio a los objetos que vendemos.

—¿Y es un placer vender barato?

—Sí. Quiere decir que todo el mundo está al mismo nivel. Tenemos los pies en el mismo piso, todos, los ricos, los pobres. Aquí no hay vidriera ni negocio. Los objetos están en el piso, los recogemos del piso. Y todos

podemos ponernos las mismas cosas. ¡Si ella tiene un Yves saint Laurent, bueno, yo también (Rozala, recuperadora-revendedora).

Así como Rozala reivindica con orgullo una economía donde la gente se encuentra, finalmente, en pie de igualdad, Abdel dice realizar, con su trabajo, una suerte de justicia social: “A veces cuando una persona me dice ‘no tengo plata, dejámelo a 1 euro’ y la cosa cuesta 15 euros, yo se lo doy, no le cobro ni siquiera 1 euro, porque hay gente que no tiene nada”. Muchos son los recuperadores-revendedores que, a pesar de que la venta callejera es su fuente principal de ingresos, toman en cuenta las diferencias sociales de sus clientes potenciales para definir los precios, creando una forma híbrida de intercambio situada entre la venta y el don-contra don. Como explican Hugues Bazin y Stéphane Rullac, “el espacio mercantil no solo produce lazos sociales sino también capital social (una verdadera red de relaciones sociales en la que se inscribe una persona y puede movilizar elementos de la red para alcanzar sus objetivos)” (2011: 44).

Cuando el valor mercantil pasa a segundo plano, la confianza y la creación de vínculos sociales ganan en importancia. A veces, la construcción de vínculos es el motivo principal que lleva a las personas a adoptar estas prácticas o a conservarlas cuando la necesidad ya pasó. Porque esos vínculos sociales funcionan como garantía de futuras solidaridades: el capital social creado opera como una promesa de ayuda mutua que puede ser solicitada por cada individuo cuando sienta la necesidad. De ahí el sentimiento de un modelo económico alternativo viable, y la voluntad de hacerlo conocer.^[5]

Esta creación de vínculo es la motivación principal del grupo de “jubilados sociables”, categoría de *biffins* propuesta por Bazin y Rullac (2011) para designar a las personas mayores que practican la recuperación-reventa para romper con el aislamiento que les impone la vejez. Según la *Guía de los biffins*, la actividad de la reventa sería un espacio de reunión e intercambio vital para las personas que sufren cualquier tipo de exclusión. Ella es “social y sociable”, como nos dijo Williams, miembro de una asociación de *biffins*.

Las prácticas de sobriedad energética también son acompañadas de la creación de vínculos sociales. Los frugales voluntarios eligen “hacer por sí

[5] “A menudo se habla de economía solidaria. Nosotros estamos de acuerdo con la *solidaridad* y cuando podemos, regularmente, actuamos de forma solidaria. Pero ¿cómo quiere que seamos solidarios de forma duradera cuando la policía nos impide hacer nuestra economía? Solidaridad, sí, pero entonces hay que dejarnos hacer. Para que podamos ser solidarios, con los demás y entre nosotros, también ustedes tienen que ser solidarios con nosotros”, Collectif Rue Marchands, 2016.

mismos” tanto como “hacer juntos”, y optan por depender de la entrea ayuda y del capital social más que del dinero. Así, las personas entrevistadas han, sin excepción, hecho mención de la importancia de lo colectivo y de los vínculos sociales en la elección de su modo de vida. Aquí también los vínculos se forman en el marco de una actividad concreta, como la jardinería, la construcción de una casa o la recuperación, actividades que conllevan intercambios de servicios no monetarizados. En una “minga” o construcción colaborativa de una casa en la región del Vaucluse, unos treinta voluntarios vinieron a construir una casa de paja y madera, a cambio de capacitación, alojamiento y cobertura.

Venimos a dar nuestro tiempo para una familia y para un proyecto que nos gusta. No gano dinero acá pero es mi manera de dar algo, y de recibir mucho también. La experiencia humana que vivimos es fuerte. Cuando convivimos y trabajamos en grupo, se crean vínculos muy fuertes. En general compartimos también muchos valores, a menudo diferentes de los valores dominantes o clásicos, digamos (Sébastien, 37 años, ingeniero y voluntario).

Según la propietaria de la casa y anfitriona de la minga, el intercambio que se propone es ante todo social: “esto va más allá del nivel económico, estamos aquí para compartir valores y una aventura humana”.

LA RELACIÓN CON EL TRABAJO: EMANCIPACIÓN Y AUTOGESTIÓN

El hecho de conocer el trabajo involucrado en los objetos hace que ya no sea necesario depender del mercado. Los recuperadores-revendedores, muchos de los cuales sufren distintas formas de exclusión del mercado laboral (desempleo, vejez, discapacidad, situación irregular), reclaman una autonomía construida y deseable. En ese sentido, la recuperación-reventa ofrece los medios para equiparse y ganarse la vida, pero también para prescindir de los dispositivos de asistencia social privada y estatal. El reclamo por ser reconocidos como trabajadores de pleno derecho, va de la mano de la reivindicación de una experiencia laboral alternativa, “un espíritu de independencia que se aleja o incluso rechaza el modelo salarial clásico en su forma institucionalizada y jerárquica” (Bazin y Rullac, 2011: 44).

Los zapatos, como trabajo está bien, al menos estamos tranquilos: no hay créditos, no debemos pagar impuestos o cargas sociales (Cheik, *biffin*).

Yo creo que el Estado debería agradecernos por lo que hacemos. Hay mucha gente que [gracias a esta actividad] no pide los planes sociales y se las arregla de esta forma (Marie-Jo, recuperadora-revendedora).

El carácter reticular de los mercados de *biffins* ha sido reivindicado de esta forma como una experiencia de autogestión, un modelo de trabajo y de vida que no produce las limitaciones sufridas por los beneficiarios de la asistencia social (dependencia, pasividad) o por la mayoría de los trabajadores (jerarquía, competencia).^[6]

En cuanto a los frugales voluntarios, la autoproducción, la recuperación y el voluntariado permiten igualmente evitar el mercado de trabajo salarial. Así, Mimi —una de las participantes de la minga colectiva para construir una casa ecológica— dejó su trabajo en la industria farmacéutica porque, explica ella, “todo lo que hacía iba en contra de los valores que tenía, de todo lo que yo era”. Durante los años en que percibe el seguro de desempleo, hace varias experiencias de voluntariado en proyectos colectivos, y termina por abrir una tienda de alimentos orgánicos en su ciudad. Ella cuenta esta reconversión laboral como un redescubrimiento del significado mismo de la palabra “trabajo”.

Rápidamente entendí que era totalmente posible trabajar sin un líder, en una dinámica en que todos se vuelven responsables de lo que hay que hacer y cada uno se apropia de una tarea. Es diferente de lo que solemos definir como trabajo. Aquí se trata de asumir su responsabilidad. Nos proponen tareas, pero tenemos una gran libertad para elegir cómo hacerlo. Nos hacemos responsables porque depende de nosotros pensar y decidir si lo que hicimos está bien. Somos menos controlados que en una empresa, pero depende de nosotros el hacer todas estas verificaciones sobre la calidad de nuestro trabajo, depende de nosotros juzgar todo eso (Mimi, 32 años).

Otros frugales voluntarios buscan seguir ejerciendo su profesión siempre y cuando logren reservar tiempo y medios para producir para sí mismos y ser

[6] “Al principio ‘autogestionado’ no fue necesariamente elegido. Al principio, ‘autogestionado’ era para escaparnos de las gestiones que nos oprimían desde arriba, los patrones, que nos despreciaban, las instituciones, que nos violentaban, los maridos. Y luego, la autogestión se convirtió en nuestro *know-how*, una parte de nuestra cultura [...] Ahora, para muchos de nosotros, la autogestión es nuestra fortaleza y nuestro deseo y es también lo que hace y hará nuestra economía popular. No somos asistidos, no somos miserables. No pedimos caridad, ¡trabajamos! Y nuestro trabajo nos gusta, al menos lo apreciamos”, Collectif Rues Marchands, 2016.

los “amos” de su propio consumo. Matthieu, técnico trabajando como empleado en un organismo público, decidió pasar a trabajar 80% de su tiempo (y cobrar 80% de su salario) para poder hacer él mismo los arreglos de su casa.

Evidentemente todos queremos tener dinero, pero también hay que tener en cuenta a qué precio lo obtenemos, en términos de esfuerzos y de sacrificios. Porque si ganamos mucho dinero es en general porque pasamos mucho tiempo trabajando y entonces no tenemos tiempo para hacer cosas que podríamos hacer nosotros mismos sin delegar; y así nos vemos en la situación de tener que comprar servicios y objetos que podríamos haber hecho nosotros mismos (Matthieu, 35 años).

Al igual que con las actividades de bricolaje doméstico llevadas adelante por los trabajadores industriales que estudia Florence Weber (2009), el gusto tomado al trabajo complementario realizado en el hogar, *à côté* y a contra-tiempo del trabajo principal y salariado en la fábrica, proviene del hecho de controlar el proceso completo del trabajo, de tomar las decisiones a su gusto y según sus capacidades, de forma autónoma y responsable.

CONCLUSIÓN

Así, consumir de otro modo no significa reducir su consumo al mínimo (por falta de recursos o ascetismo), ni reducir los objetos a meros signos de riqueza. Consumir de otra manera con el solo propósito de distinguirse es una opción que existe sin dudas en el sector del *ecoconsumo*, en el que circulan tanto métodos de autolimitación y renuncia como operaciones comerciales calificables de *greenwashing*. Pero ese uso ostentoso vacía al consumo alternativo de su fuerza política, ya que los bienes se adquieren recurriendo al mercado capitalista dominante. Esto nada tiene que ver con las prácticas y dimensiones estudiadas en el presente artículo, cuya especificidad convergente parece ser justamente el hecho de ser prácticas de consumo laboriosas y experimentales.

Lejos de reducir el consumo al acto de compra, los actores estudiados tienen en común el hecho de trabajar produciendo sus medios de vida, superando así la distinción entre trabajo productivo y reproductivo. La convergencia entre producción y consumo es la conclusión principal de este trabajo, tanto para los recolectores-revendedores trabajando para producir sus medios de subsistencia en la economía informal, como para los frugales

voluntarios, que optan por pasar buena parte de su tiempo produciendo su subsistencia inmediata (vivienda, alimento). Si bien la determinación de evitar el dinero no está presente en todos los actores (los *biffins* son y reivindican ser vendedores profesionales), todos parecen evadir los mercados laborales y los bienes dominantes, a través de la construcción de una economía en donde la producción y el consumo están unidas en cadena corta, y donde el intercambio se vive en toda su dimensión social y solidaria.

La dupla producción-consumo no significa aquí una distinción entre empleo y ocio, sino una unidad de modo de vida, en tanto uno consume directamente su trabajo y trabaja produciendo de qué consumir. El descubrimiento, el aprendizaje, la cultura, el encuentro, pero también el ejercicio físico, la identidad individual y colectiva, el compromiso político, emergen de estas prácticas, en estas prácticas, que son “subjetivantes”, permitiendo la “construcción recíproca de objetos activados y de cuerpos en acción o, para decirlo de otra manera, objetos y sujetos” (Julien y Rosselin, 2005). Esta dinámica inmanente es progresiva, porque evitar un modelo omnipresente como el capitalismo implica construir poco a poco y a tientas, en una experiencia incierta que, sin embargo, es vivida como emancipadora. Así, la diferencia, incluso cuando no es una elección al comienzo, puede ser reivindicada, y no implica necesariamente aislamiento, sino al contrario.

Por ello es que nos parece posible comparar estos actores. Lejos de concluir en el advenimiento de una sociedad sin clases, desconflictualizada, observamos que la experiencia de la recuperación, incluso cuando es un trabajo, no puede ser interpretada únicamente por medio de nociones como elecciones y motivaciones. Aun si la urgencia económica y sus consecuencias (vida en la calle, migración, acoso policial), la experiencia de la venta callejera y el mercado, o la confusión entre pobreza e ilegalidad, son dimensiones específicas del contexto de los *biffins*, nuestro análisis muestra que los gustos, los saberes y las identidades de grupo se construyen a lo largo de las prácticas (especialmente cuando estas son experimentales) y no en respuesta a una elección definitiva, determinada únicamente por una racionalidad económica pura. Presuponer la existencia y la acción de tal racionalidad es una interpretación que, sin embargo, persiste en las representaciones mediáticas y en los discursos políticos, y hace existir—como lo señala Bourdieu— un discurso conservador que interpreta la subjetividad—el poder del ser sujeto, de la autonomía— como prerrogativa de ciertos actores—los más ricos y los más educados.

[...] pensando de forma diferente según se piensen ellos mismos o piensen a otros (es decir, a otras clases), aquellos que tienen el monopolio del

discurso sobre el mundo social son deliberadamente espirituales en lo que respecta a ellos mismos, materialistas en lo que respecta a otros, y asimismo lógicamente, finalistas e intelectuales para sí mismos, mecánicos para los otros (Bourdieu, 1980: 136-137).

Por este motivo también parece necesario reconocer la importancia de los aspectos estéticos, sociales, políticos y culturales de las formas de consumo alternativo. Los objetos constituyen sujetos, un campo de acción posible y un lugar en el espacio social y político. Cuestionarse acerca de la posibilidad de existencia de una cultura material de recuperación y, más en general, de una cultura de la ingeniosidad (*débrouille*), en tanto las experiencias de unos y otros parecen comparables, es cuestionarse sobre la emergencia de un grupo social capaz de hacer de esas prácticas un modo de vida no marginal. Insistir sobre la competencia entre lo precario y lo esnob, lo “social” y lo “ecológico”, tiene consecuencias conservadoras tan discutibles como sus presuposiciones categóricas.

La deslegitimación del discurso del consumo frugal (mediante la acusación de esnobismo) es, de hecho, tan generalizada como la deslegitimación del reclamo por una economía popular *biffine* (a través de la interpretación de su actividad económica como “organización de la miseria”). Negar que estos dos tipos de actores desarrollan unas nuevas formas de vida material permite no prestar atención a su especificidad, y así perpetuar –sin siquiera tomarse el trabajo de defenderlo– el modelo económico dominante. Es decir, no tomar en serio y excluir del debate político las innovaciones económicas y ecológicas que resultan de esas experiencias, y evitar así que una fuera política emerja, que se constituya un nuevo grupo en torno a estas prácticas y a esas reivindicaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barnard, A. V. (2016), *Freegans. Diving into food wealth of America*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Bazin, H. y S. Rullac (2011), *Etude qualitative portant sur les conditions de vie des biffins en Île de France*, París, Association Aurore/Unité Société de la Direction du Développement Social, de la Santé et de la Démocratie régionale de la Région Ile de France.
- Bourdieu, P. (1980), *Le sens pratique*, París, Editions de Minuit.

- Carolsfeld, A. L. y S. L. Erikson (2013), "Beyond Desperation: Motivations for Dumpster Diving for Food in Vancouver", *Food and Foodways*, vol. 21, N° 4, pp. 245-266.
- Chouatra, P. e Y. Grimaldi (2014), "*De seconde main*". *Vendeurs de rue et travailleurs sociaux face à face dans la crise*, Paris, L'Harmattan.
- Clerval, A. (2005), "David Brooks, 2000, *Les Bobos, Les bourgeois bohèmes*, trad. par M. Thirioux et A. Nabet, Paris, Florent Massot, col. Le livre de poche, 314 p.", *Cybergeo. European Journal of Geography*, <<http://cybergeo.revues.org/766>>.
- Collectif de Recherche-Action Rues Marchandes (2016), *Guide des biffins*, <<http://recherche-action.fr/ruesmarchandes/>>.
- Collet, A. (2015), *Rester bourgeois. Les quartiers populaires, nouveaux chantiers de la distinction*, Paris, La Découverte.
- Corteel, D. y S. Le Lay (2011), *Les travailleurs des déchets*, Toulouse, Editions Erès.
- Désaunay, C. y N. Herpin (2014), "L'évolution de la consommation en France. Rétrospective, perspectives et impacts environnementaux", *Futuribles*, N° 403, pp. 25-42.
- Douglas, M. y B. Isherwood (2007), *Pour une anthropologie de la consommation. Le monde des biens*, Paris, IFM/Regard.
- Dubuisson-Quellier, S. (2009), *La consommation engagée*, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.
- Hoarau, F. (2009), "La communauté Emmaüs de Besançon: des sujets et des objets pris dans de réseaux d'actions sur les actions", en Julien, M.-P. y C. Rosselin (dir.), *Le sujet contre les objets... tout contre. Ethnographies de cultures matérielles*, Paris, Editions du Comité des travaux historiques et scientifiques, pp. 265-288.
- Julien, M.-P. y C. Rosselin (2005), *La culture matérielle*, Paris, La Découverte.
- Leblanc, T. y L. Watrin (2014), *La république bobo*, Paris, Stock.
- Lévi-Strauss, C. (1962), *La pensée sauvage*, Paris, Plon.
- Milliot, V. (2012), "Les biffins ou l'organisation de la misère?", *Territoires*, ADELS, pp. 46-49.
- Ramírez, V. (2016), "De l'art de chambarder la société de consommation. Portrait d'un récupérateur", *Techniques & Culture*, N° 65-66, "Réparer le monde. Excès, reste et innovation", <<http://tc.revues.org/8059>>.
- Weber, F. (1998), *L'honneur des jardiniers. Les potagers dans la France du XXe siècle*, Paris, Editions Belin.
- (2009), *Le travail à côté. Une ethnographie des perceptions*, Paris, Editions EHESS.

Filmografía

Ramírez, V. (dir.) (2014), *Le Récupérateur*, 38 min.

—— (2016), *Les nouveaux modernes*, ADEME, 45 min.

Zelez E. y L. Doumic (dir.) (2016), *Les tribus de la récup'*, France THM Productions, 52 min.