

culturales de los hombres y de las mujeres que normalmente sean aquéllos y no éstas quienes emprenden esta producción. En la sociedad humana, ningún objeto o cosa tiene existencia ni movimiento salvo por el significado que los hombres pueden asignarle.<sup>2</sup>

La producción es un momento funcional de una estructura cultural. Entendido esto, es posible proyectar una nueva luz sobre la racionalidad del mercado y de la sociedad burguesa. La famosa lógica de la maximización sólo es la apariencia manifiesta de otra Razón, que en su mayor parte pasa inadvertida y es de índole totalmente distinta. También nosotros tenemos nuestros antepasados. No es como si no tuviésemos una cultura, un código simbólico de objetos, en relación con el cual el mecanismo oferta-demanda-precio, que aparentemente gobierna, sería, en realidad, el sirviente.

Considérese, por ejemplo, nada más que los que los norteamericanos producen para satisfacer las "necesidades" básicas de alimento y vestimenta.<sup>3</sup>

### Preferencia y tabú alimentarios respecto de los animales domésticos en los Estados Unidos

El propósito de estas observaciones sobre los hábitos norteamericanos respecto de los animales domésticos comunes es modesto: simplemente, sugerir la presencia de una razón cultural en nuestros hábitos alimentarios, es decir, algunas de las conexiones significativas en las distinciones categóricas sobre comestibilidad entre caballos, perros, cerdos y ganado vacuno. Sin embargo, lo importante no es sólo el interés por el consumo; se trata de que la relación productiva de la sociedad norteamericana con su propio ambiente y con el mundo es or-

<sup>2</sup> Bajo cierto aspecto, por estar menos sujeto a una situación específica, el valor de uso es más arbitrario que el valor de cambio, si bien se encuentra en relación más estricta con las propiedades concretas del objeto. Marx estaba con seguridad en lo cierto al entender el valor de la mercancía como un significado diferencial establecido en el discurso de las cosas, es decir, el valor de la mercancía como concepto (*le signifié*) de un objeto dado sólo por relaciones desarrolladas en el discurso comercial y no por referencia a propiedades concretas. En este último sentido, el valor de la mercancía es más abstracto. Para entrar en esas relaciones determinantes, empero, el objeto debe ser un valor de uso, o sea, tener un significado convencional que, asignado a sus propiedades objetivas, sea tal que lo tome "útil" para ciertas personas. Puesto que ese significado constituye una *valorización* diferencial de sus propiedades, no puede ser aprehendido por los sentidos; pero siempre tiene conexión con lo sensible, de allí que el valor de uso sea el más concreto de los valores. Por otra parte, el significado-utilidad puede ser invocado al margen de cualquier acción específica, siendo tomado como el significado del objeto en cuanto tal. Pero el valor de cambio es determinable sólo por la interacción económica de mercancías y de manera distinta en cada situación. Está sujeto al discurso de las mercancías y estipulado en el interior de ese discurso; fuera del contexto de cambio, el objeto adopta de nuevo el status de un valor de uso. Visto así, el valor de uso es lo más arbitrario, y el valor de cambio es un "reducidor" pragmático.

<sup>3</sup> Las consideraciones que siguen se limitan a glosar el análisis, más amplio, acerca de los conceptos de comestibilidad y sus relaciones con los animales domésticos, iniciado por Douglas (1966, 1971), Leach (1964) y Lévi-Strauss (1966). Véanse también Barthes (1961), R. Valeri (1971) y, acerca de ciertas correspondencias entre categorías sociales y zoológicas, Bulmer (1967) y Tambiah (1969). Aquí no nos proponemos tanto contribuir al análisis semiótico como subrayar las implicaciones económicas.

ganizada por valoraciones específicas sobre comestibilidad e incomedestibilidad, que son cualitativas y no tienen justificación alguna por razones de ventaja biológica, ecológica o económica. Las consecuencias funcionales van desde la “adaptación” agrícola hasta el comercio internacional y las relaciones políticas mundiales. La explotación del ambiente norteamericano, el estilo de relación con el paisaje, dependen de un modelo de comida que incluye un componente central de carne, asociado a un refuerzo periférico de carbohidratos y vegetales, régimen en el que la posición central de la carne, que trae consigo una idea de “energía”, evoca el polo masculino de un código sexual de los alimentos que debe remontarse a la identificación indoeuropea del ganado vacuno con la riqueza incrementable mediante la virilidad.<sup>4</sup> El carácter indispensable de la carne como “energía”, y del bistec como epítome de la comida viril, sigue constituyendo una condición básica de la dieta norteamericana (repárese en el programa de adiestramiento de los atletas, en especial los jugadores de fútbol americano). De allí también una correspondiente estructura en la producción agrícola de granos y, a su vez, una articulación específica con los mercados mundiales, todo lo cual cambiaría de la mañana a la noche si comiéramos perros. En comparación con tan significativo cálculo de predilecciones alimentarias, la oferta, la demanda y el precio sólo ofrecen el interés de medios institucionales de un sistema que no incluye los costos de producción en sus propios principios jerárquicos. Los “costos de oportunidad” de nuestra racionalidad económica son un elemento secundario, una expresión de relaciones ya dadas por otra clase de pensamiento, calculadas a posteriori dentro de las constricciones de una lógica de orden significativo. El tabú hacia los caballos y los perros torna impensable, en consecuencia, el consumo de un conjunto de animales cuya producción es factible y cuyo valor nutritivo no es de desdeñar. Con seguridad ha de ser practicable criar *algunos* caballos y perros para alimento, en combinación con los ganados porcino y vacuno. Existe incluso una enorme industria de cría de caballos como alimento para perros. Pero ocurre que los Estados Unidos son el país del perro sagrado.

A un indio tradicional de las llanuras norteamericanas, o a un hawaiano (por no hablar de un hindú), le resultaría chocante ver cómo permitimos que pululen los perros, bajo la más rigurosa prohibición de consumirlos. Vagan a voluntad por las calles de las principales ciudades norteamericanas, arrastran a sus amos de las traillas y depositan los excrementos a su antojo en los encintados y las aceras. Es preciso emplear todo un sistema de procedimientos de limpieza para eliminar la suciedad, que a juicio de los habitantes, y a pesar del respeto que los perros mismos inspiran, es “contaminación”. (Sin embargo, un paseo a pie por las calles de Nueva York hace que los peligros que acechan a quien recorre un campo de pastoreo de vacas en el Medio Oeste parezcan una idílica caminata por la campiña.) En el interior de casas y departamentos, los perros suben a si-

<sup>4</sup> Véase lo que dice Benveniste (1969, vol. I) acerca del *pasu vira* indoeuropeo; por ejemplo: “El *vira* o *pasu vira* avéstico debe ser entendido como un elemento de riqueza móvil. Se designa con ese término el conjunto de la propiedad privada mueble, tanto hombres como animales” (pág. 49). O véanse las amplias consideraciones sobre las voces latinas *pecu*, *pecunia* y *peculum* (págs. 55 y siguientes).

llas diseñadas para seres humanos, duermen en las camas y se sientan a la mesa, a su propia usanza, en espera de compartir la comida familiar. Todo esto, con la tranquila certeza de que jamás serán sacrificados a la necesidad o a la deidad, ni comidos si mueren por accidente. En cuanto a los caballos, los norteamericanos tienen algún motivo para sospechar que son comestibles. Se rumorea que los franceses los comen. La mención de ello basta por lo general para evocar el sentimiento totémico de que los franceses son a los norteamericanos lo que las “ranas” a las personas (según se sabe, en la Primera Guerra Mundial los soldados norteamericanos pusieron a los franceses el apodo de “ranas”, probablemente por el hábito francés de comer tales batracios).

En una crisis, las contradicciones del sistema se revelan por sí mismas. Durante la meteórica inflación de los precios de los alimentos en el segundo trimestre de 1973, el capitalismo norteamericano no se desplomó —por el contrario—, pero las fisuras del sistema alimentario se manifestaron. Responsables funcionarios gubernamentales sugirieron que la gente haría bien en comprar cortes de carne más económicos, tales como riñones, corazón o entrañas, que, después de todo, eran tan nutritivos como la carne picada de las “hamburguesas”. Esta sugerencia hizo que a los norteamericanos María Antonieta les pareciera un modelo de compasión (véase la figura 10). La razón del disgusto pareció obedecer a la misma lógica con que fueron recibidos algunos no muy populares intentos por reemplazar, durante el mismo período, la carne vacuna por la equina. A continuación se reproduce una noticia aparecida en el *Honolulu Advertiser* del 15 de abril de 1973:

#### LOS AMANTES DE LOS CABALLOS PROTESTAN

WESTBROOK, Connecticut (UPI)— Alrededor de 25 personas a caballo y a pie efectuaron ayer una manifestación frente a Carlson’s Mart para protestar contra la venta en ese establecimiento de carne de caballo, como sustituto económico de la carne vacuna.

“Considero que, en este país, matar caballos para su consumo por los seres humanos es un hecho desgraciado”, dijo Richard Gallagher, organizador de la protesta. “En los Estados Unidos no hemos llegado todavía a la etapa en que necesitemos matar caballos para obtener carne.”

“Los caballos están para ser amados y cabalgados”, dijo Gallagher. “En otras palabras, a los caballos se les demuestra afecto, en tanto que el ganado vacuno es criado para carne (...) nunca se ha visto a nadie mimar o cepillar una vaca, ni nada por el estilo. Comprar el caballo de alguien para matarlo, eso es precisamente lo que no me parece bien.”

“El mercado empezó a vender carne de caballo —como “rodaja equina”, “bistec de caballo” y “caballo picado”— el martes último; y el propietario Kenneth Carlson, dijo que en la primera semana se habían vendido alrededor de 9000 kilos.

La mayoría de los carniceros que venden carne de caballo, dijo Gallagher, compraban “caballos realmente viejos, inútiles”, que de otro modo habrían sido vendidos “para alimento de perros y productos similares”. Pero “ahora han empezado a elegir caballos jóvenes”, y “nosotros ahora no podemos comprar esos caballos, porque los asesinos ofrecen mejor precio”.

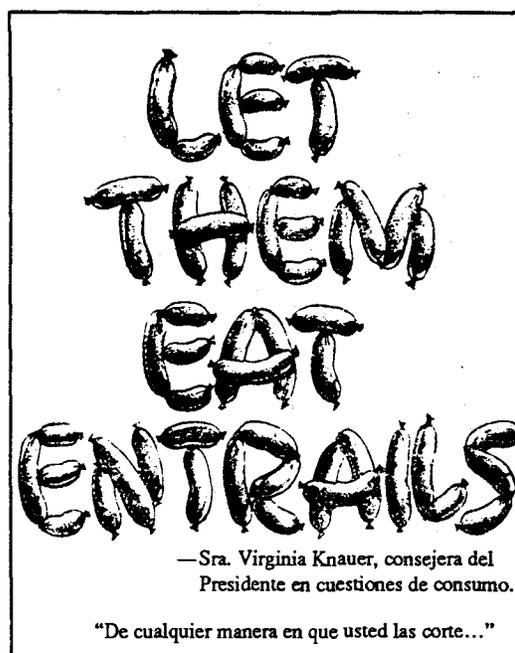


Figura 1

Del *Honolulu Advertiser*, 2 de marzo de 1973  
(El texto de la figura dice: QUE COMAN ENTRAÑAS [T.] )

La razón principal postulada en el sistema de alimentación norteamericano es la relación entre la especie y la sociedad humana. “A los caballos se les demuestra afecto, en tanto que el ganado vacuno es criado para carne (...) nunca se ha visto a nadie mimar o cepillar una vaca, ni nada por el estilo”.<sup>5</sup> Examinemos con mayor detalle la serie domesticada vacunos-porcinos-caballos-perros.

<sup>5</sup> “Supongamos que un individuo habituado a comer perros nos interrogara sobre la razón por la cual no comemos perros. Sólo podríamos contestarle que no es costumbre hacerlo, y él tendría razón si dijera que los perros son tabú para nosotros, tanto como la tenemos cuando hablamos de los tabúes de los pueblos primitivos. Y si nos apremiara para que diéramos los motivos, probablemente basaríamos nuestra aversión a comer perros o caballos en la aparente impropiedad de comer animales que viven con nosotros como amigos nuestros” (Boas, 1965 [1938], pág. 207).

En alguna medida, todos esos animales están integrados a la sociedad norteamericana, pero resulta claro que disfrutan de distintos status, que corresponden a los grados de comestibilidad. La serie es divisible, primero, en dos clases: comestibles (vacas-cerdos) e incomedibles (caballos-perros), pero además hay una división dentro de cada clase, una categoría superior y otra menos preferible de alimento (vaca contra cerdo) y una categoría de tabú más rigurosa (perros contra caballos). El conjunto entero parece diferenciarse por su intervención como sujeto u objeto en la compañía del hombre. Por añadidura, la misma lógica asiste a las distinciones acerca del animal comestible, que diferencian la "carne" de los "órganos internos" o "entrañas". Para decirlo con un conjuro convencional del estructuralismo, "todo sucede como si" el sistema alimentario fuera modelado por un principio de metonimia que, visto en su totalidad, configura una sustancial metáfora del canibalismo.

Perros y caballos participan de la sociedad norteamericana en calidad de sujetos. Tienen sus nombres propios individuales y por cierto es costumbre nuestra conversar con ellos, en tanto que a los cerdos y las vacas no les dirigimos la palabra.<sup>6</sup> En consecuencia, se considera que los perros y caballos son incomedibles, puesto que, como lo dijo la *Red Queen*, "no se estila cortar en pedazos a nadie a quien una haya sido presentado". De cualquier modo, como cohabitantes domésticos, los perros están más cerca de los hombres que los caballos, y su consumo es más impensable aún: son "de la familia". Tradicionalmente, los caballos tienen con las personas una relación más servil, de trabajo; así como los perros son parientes, los caballos son sirvientes, ajenos a la parentela. De allí que el consumo de caballos sea por lo menos concebible, aunque no esté generalizado, en tanto que la idea de comer perros suscita, comprensiblemente, una repugnancia parecida a la que inspira el incesto, que también es tabú.<sup>7</sup> Por otro lado, los animales comestibles, como los porcinos y bovinos, tienen por lo ge-

<sup>6</sup> Las prácticas francesa y norteamericana de dar nombres parecen diferir en este punto. Las observaciones de Lévi-Strauss sobre los nombres que los franceses ponen a los animales (1966, pág. 204 y sigs.) se aplican sólo en parte a la costumbre norteamericana. Una breve indagación etnográfica basta para demostrar que los norteamericanos son bastante más complejos acerca de este punto. Sin embargo, la regla general es la de "nombrado/anónimo : incomedible/comestible". Tanto los nombres de perros como los de caballos (excluidos los caballos de carrera) son a veces "como los nombres de actores y actrices, que forman una serie paralela a los nombres que las personas llevan en la vida corriente, o, en otras palabras, nombres metafóricos" (*Ibid.*, pág. 205); por ejemplo, Duque, Rey, Explorador, Gatillo. Más a menudo, sin embargo, los nombres usados en inglés son términos descriptivos, análogamente metafóricos, pero tomados del discurso común, como Ahumado, Pintado, Azul, Meterete, Mancha, etcétera. Los franceses reservan esos nombres para el ganado vacuno. El ganado vacuno norteamericano por lo general no recibe nombre, salvo las vacas lecheras, que a menudo tienen nombres humanos de dos sílabas (Bessie, Ruby, Patty, Rena, según se informa). Los caballos de trabajo —a diferencia de los de silla— también reciben nombres humanos. Las diferencias que se advierten en ese sentido en sociedades humanas relacionadas entre sí, como lo observa Lévi-Strauss (1973), representan distintos *découpages* culturales o distintas superposiciones de la serie animal sobre la humana.

<sup>7</sup> Leach desarrolla este punto en su importante trabajo sobre las categorías inglesas de animales, las cuales se ajustan a un conjunto sistemático de correspondencias entre relaciones con gente y relaciones con animales de acuerdo con los grados de distancia que tienen respecto de la propia persona (1964, págs. 42-47 y apéndice). Leach afirma que ese esquema es de amplia validez, aun-

neral, para los sujetos humanos, el status de objetos, que hacen sus vidas al margen, sin ser complemento directo ni instrumento de trabajo de las actividades humanas. Habitualmente, en consecuencia, son anónimos o, si tienen nombres, como algunas vacas lecheras, esos nombres son sobre todo elementos de referencia en la conversación humana. Como animales de corral y devoradores de sobras de comida humana, los cerdos están más cerca que las vacas de la sociedad humana (véase Leach, 1964, págs. 50-51). Correspondientemente, trozo por trozo, la carne de cerdo tiene menos prestigio que la vacuna. La carne de vaca es la de más alta posición social y la más apropiada para las ocasiones sociales importantes. Un trozo de cerdo asado no suscita tanta solemnidad como una costilla de primera, ni existe porción alguna del cerdo que alcance la misma jerarquía que tiene la carne vacuna.

La comestibilidad está en relación inversa con la humanidad. Lo mismo puede decirse de las preferencias y designaciones comunes aplicadas a las porciones comestibles del animal. Los norteamericanos establecen una distinción categórica entre partes "internas" y "externas", que para ellos representan el mismo principio de relación con la humanidad, metafóricamente extendido. La índole orgánica del músculo y la grasa es disimulada por el término general "carne", que simultáneamente indica su preferibilidad, y también lo es por convenciones particulares como las de "rosbif", "bistec", "chuleta" (costilla con carne), "lomo"; en tanto que los órganos internos son francamente conocidos como vísceras (o como "entrañas") y, más específicamente, como "corazón", "lengua", "riñón" y demás, salvo en la medida en que se los transforma eufemísticamente, mediante el proceso de preparación, en productos tales como las "mollejas".<sup>8</sup> En otras palabras, las partes internas y externas son respectivamente asimiladas a las partes del cuerpo humano y diferenciadas de ellas, según el mismo modelo con arreglo al cual concebimos a nuestro "ser más íntimo" como nuestro "verdadero ser", y ambas categorías son clasificadas así como más o menos adecuadas para el consumo humano. La distinción entre "interno" y "externo" duplica, así, dentro del animal la diferencia trazada entre las especies comestibles y tabú, y el conjunto configura una lógica única en dos planos, con el consiguiente significado de una prohibición del canibalismo.

Esta lógica simbólica es la que organiza la demanda. El valor social del bistec o el rosbif, en comparación con el de la tripa o la lengua, es el fundamento de la diferencia de valor económico. Desde el punto de vista nutritivo, esta idea

---

que no universal; desde luego, necesitaría alguna modificación para tomar en cuenta (por ejemplo) a las personas que comen perros caseros. Los hawaianos tratan con gran conmiseración a los perros que se proponen comer, "y no es raro que condesciendan a servirles poi (taro machacado) que se sacan de la boca" (Campier, 1971, pág. 50). A los perros destinados a comida, empero, nunca se les permite probar la carne (Corney, 1896 [1821], pág. 117). No está claro si son comidos por la familia que los ha criado o si, como los cerdos en Melanesia, análogamente cuidados en la casa, se reservan para otros.

<sup>8</sup> Desde luego, la taxonomía de la carne es mucho más compleja que estas denominaciones corrientes. El bistec, por ejemplo, tiene todo un vocabulario propio, en el cual se presenta alguna referencia a lo orgánico, si bien no es habitual hacerlo en términos aplicados al cuerpo humano (solomillo, costilla con lomo, etcétera). Por razones que ignoro, el hígado de temera queda al margen de todas estas consideraciones.

de cortes “mejores” o “inferiores” sería difícil de defender. Por añadidura, la carne sigue siendo la parte más costosa, aunque su oferta absoluta sea mucho mayor que la de lengua; en una vaca hay una cantidad de carne mucho mayor que la de lengua. Pero hay más en todo esto: el esquema simbólico de la comestibilidad se suma al que organiza las relaciones de producción para precipitar, por intermedio de la distribución y la demanda, todo un orden totémico, que conecta en series paralelas las diferencias de status de las personas y de lo que comen. Las personas más pobres compran los cortes más baratos, que son más económicos por tratarse de carnes socialmente inferiores. Pero la pobreza está codificada, ante todo, étnica y racialmente. Los negros y los blancos tienen intervenciones distintas en el mercado laboral norteamericano, sus medidas de participación son estipuladas por una denigrante distinción de “civilización” relativa. En la sociedad norteamericana, el negro es “el salvaje entre nosotros”, la naturaleza objetiva dentro de la cultura misma. Sin embargo, en virtud de la consiguiente distribución de la renta, la “inferioridad” de los negros se materializa también como degradación culinaria. La “comida impura” puede ser convertida en virtud. Pero sólo como negación de una lógica general en la que la degradación cultural es confirmada por preferencias dietéticas afines al canibalismo, incluso a pesar de que ese metafórico atributo de la comida sea confirmado por el status de quienes la prefieren.

No invoco “el llamado totemismo” por mera y casual analogía con *la pensée sauvage*. Es verdad que, según escribe Lévi-Strauss, el totemismo no se ha retraído en nuestra sociedad a unos pocos recursos marginales o prácticas ocasionales (1963a, 1966). Lo cual es bastante cierto, en el sentido de que el “operador totémico”, que articula diferencias entre las series culturales con diferencias en las especies naturales ya no es una arquitectura principal del sistema cultural. Sin embargo, uno debe preguntarse si no ha sido reemplazado por especies y variedades de objetos manufacturados que, tal como las categorías totémicas, tienen el poder de convertir incluso la demarcación de sus propietarios individuales en un procedimiento de clasificación social. (Mi colega Milton Singer sugiere que lo dicho por Freud sobre la diferenciación nacional bien podría ser generalizado al capitalismo, en el sentido de que es un narcisismo de las pequeñas diferencias.) Y sin embargo, y más fundamentalmente, ¿no comparten los operadores totémicos y los del producto una base común de características naturales en el código cultural, asignando significación a contrastes de forma, línea y otras propiedades del objeto presentadas por la naturaleza? El “desarrollo” llevado a cabo por *la pensée bourgeoise* podría consistir principalmente en la capacidad para duplicar y combinar esas variaciones a voluntad y dentro de la sociedad misma. Pero, en ese caso, la producción capitalista se presenta como una expansión exponencial de la misma clase de pensamiento, cuyos medios de comunicación serían el intercambio y el consumo.

En efecto, tal como lo escribe Baudrillard en relación con este punto, el consumo mismo es un intercambio (de significados), un discurso al que se agregan sólo *post facto* virtudes prácticas, “utilidades”:

Lo mismo que puede decirse en verdad sobre la comunicación del discurso, puede decirse de los bienes y productos: consumo es intercambio. Un consumidor nunca está aislado, como no lo está un orador. Es en este sentido que necesitamos una revolución total en el análisis del consumo. De la misma forma que no existe lenguaje simplemente porque un individuo necesite hablar, sino que ante todo se debe a que hay lenguaje —no como sistema absoluto, autónomo, sino como una estructura contemporánea del intercambio de significado a la cual se articula la interacción individual del habla—, en el mismo sentido no existe consumo debido a una necesidad objetiva de consumir, a una intención final del sujeto hacia el objeto. Lo que hay es producción social, en un sistema de intercambio, de materiales diferenciados, de un código de significados y valores constituidos. La funcionalidad de los bienes viene después, ajustándose a esos mecanismos estructurales fundamentales para, a la vez, racionalizarlos y reprimirlos. (Baudrillard, 1972, págs. 76-7.)<sup>9</sup>

El **totemismo moderno** no se contradice con una racionalidad de mercado. Por el contrario, es promovido precisamente en la medida que los valores de cambio y de consumo dependen de decisiones relativas a la “utilidad”. En efecto, esas decisiones giran en torno del significado social de contrastes concretos entre los productos. Los objetos se vuelven intercambiables gracias a sus diferencias de significado respecto de otros objetos: así llegan a ser valores de uso para ciertas personas, quienes están correspondientemente diferenciadas respecto de otros sujetos. Al mismo tiempo, en cuanto construcción modular de elementos concretos combinados por la invención humana, únicamente los bienes manufacturados se prestan a ese tipo de discurso. Al modelar el producto, el hombre no se limita a alienar su trabajo, congelado así bajo una forma objetiva; además, mediante las modificaciones físicas que introduce, sedimenta un pensamiento. El objeto se erige como un concepto humano fuera de sí mismo, como el hombre que habla al hombre por intermedio de cosas. Y la variación sistemática de características objetivas es capaz de servir, mejor aun que las diferencias entre especies naturales, como el medio de un vasto y dinámico esquema de pensamiento. Esto se debe a que en los objetos manufacturados es posible variar muchas diferencias al mismo tiempo, mediante una manipulación controlada a la manera de los dioses —y cuanto mayor es el control técnico, más precisa y diversificada es esa manipulación—, y a que cada diferencia elaborada así por intervención humana con vistas a la “utilidad” debe tener un significado y no so-

<sup>9</sup> Más aún, este concepto de comunicación tiene una base fundamental, establecida por Rousseau en su debate con Hobbes: “Pero aunque resultara cierto que esa ilimitada e indomable codicia se desarrolla en todos los hombres hasta el punto supuesto por nuestro sofista, aun así no causaría esa guerra universal de cada uno contra todos cuyo abominable cuadro Hobbes se aventura a pintar. Ese incontrolable deseo de apropiarse de todas las cosas es incompatible con el de destruir a todos los congéneres; después de matar a todos, al vencedor sólo le quedaría la desdicha de encontrarse solo en el mundo, sin poder disfrutar de nada aunque dispusiera de todo. La riqueza en sí misma, ¿qué bien hace, si no puede ser comunicada; y de qué serviría a un hombre poseer el universo entero si él fuera su único habitante?” (Rousseau, 1964, vol. III, pág. 601).

lamente esas características, existentes en la naturaleza por sus propias razones, que se prestan a ser notadas culturalmente. En otras palabras, el totemismo burgués es en principio más complejo que cualquier variedad "salvaje" (*sauvage*), no porque haya sido liberado respecto de una base material-natural, sino precisamente porque la naturaleza ha sido domesticada. "Los animales sólo se producen a sí mismos", enseñó Marx, "en tanto que los hombres reproducen la totalidad de la naturaleza".<sup>10</sup>

Sin embargo, como no es la mera existencia lo que los hombres producen, sino "un definido *modo de vida* a su manera", se sigue que esta reproducción de la totalidad de la naturaleza constituye una objetivación de la totalidad de la cultura. Mediante el ordenamiento sistemático de diferencias significativas asignadas a lo concreto, el orden cultural se realiza también como un orden de bienes. Los bienes sirven de código-objeto para la significación y valoración de personas y ocasiones, de funciones y situaciones. Al operar sobre una lógica específica de correspondencia entre contrastes sociales y materiales, la producción es por lo tanto la reproducción de la cultura en un sistema de objetos.

El analista es conducido naturalmente a explotar el doble significado que poseen términos tales como "moda/dar forma" y "fabricar/tela"\*. Utilizo el sistema norteamericano de vestimenta como ejemplo principal.

## Notas sobre el sistema de vestuario norteamericano

Considerado en su conjunto, el sistema de vestimenta norteamericano equivale a un esquema muy complejo de categorías culturales y relaciones entre ellas, un verdadero mapa —no es exagerado decirlo— del universo cultural.<sup>11</sup> La primera tarea consistirá en sugerir que el esquema opera de acuerdo con una

<sup>10</sup> "Les objets ne constituent une flore ni une faune. Pourtant ils donnent bien l'impression d'une végétation proliférante et d'une jungle, où le nouvel homme sauvage des temps modernes a du mal à retrouver les réflexes de la civilisation. Cette faune et cette flore, que l'homme a produit et qui reviennent l'encercler et l'investir (...) il faut tenter de les décrire (...) en n'oubliant jamais, dans leur faste et leur profusion, qu'elles sont le *produit d'une activité humaine*, et qu'elles sont dominées, non par des lois écologiques naturelles, mais par la loi de la valeur d'échange"

"Los objetos no constituyen una flora ni una fauna. Sin embargo, producen en forma inequívoca la impresión de una vegetación proliférante y de una selva, donde al nuevo hombre salvaje de los tiempos modernos le cuesta recuperar los reflejos de la civilización. Esa fauna y esa flora, que el hombre ha producido y que vuelven para rodearlo e investirlo (...) es preciso tratar de describirlas (...) sin olvidar jamás que, en su boato y su profusión, son el *producto de una actividad humana* y son dominadas, no por leyes ecológicas naturales, sino por la ley del valor de cambio" (Baudrillard, 1970, págs. 19-20).

\* Los respectivos términos ingleses son "fashion", por moda y por "to fashion", dar forma, y "fabricate", por "fabric", tela, y por "to fabricate", fabricar. [T.]

<sup>11</sup> La moda en el vestido es, por supuesto, tema de frecuentes comentarios por parte de estudiosos sociales, y a veces inspira investigaciones empíricas (Barthes, 1967; Richardson y Krodder, 1940; Simmel, 1904, y Stone, 1959). Pero existe una bibliografía mucho más rica que se puede utilizar para fines etnográficos: las reflexiones de quienes participan directamente del proceso. Estas consideraciones recurren a textos de publicitarios, investigadores de mercado, diseñadores, compradores, redactores y críticos de modas y libros de texto de docentes de economía doméstica, diseño y estética. Por añadidura, las presentes consideraciones no niegan la ventaja que supone observar y