

V Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata, 2008.

# La mano izquierda de las empresas: circulación de dones, alimentos y usos del dinero .

Wilkis , Ariel y Hornes , Martín.

Cita:

Wilkis , Ariel y Hornes , Martín (2008). *La mano izquierda de las empresas: circulación de dones, alimentos y usos del dinero*. V Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-096/332>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/edBm/yvE>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

## **“La mano izquierda de las empresas: circulación de dones, alimentos y usos del dinero.”**

Ariel Wilkis y Martín Hornes\*.

### **Resumen.**

El Banco Provincial de Alimentos (“banco”) es una fundación que se encarga de recibir donaciones de distintas empresas alimenticias, para luego distribuir las a un “precio simbólico”, a un conjunto de instituciones denominadas “entidades receptoras” (hogares, comedores, organizaciones de base, escuelas públicas, etc.) ubicadas en el extenso territorio del Conurbano Bonaerense.

A través de la reconstrucción de ciertos tramos de este circuito de alimentos, nos proponemos detectar las contiendas que se producen en torno a el status de las personas y los objetos que circulan en las transferencias, movilizándolo la forma don- mercancía. Contiendas existentes entre los distintos actores involucrados en el intercambio: el “banco” y las organizaciones sociales que se vinculan con él, entre las organizaciones sociales y entre las organizaciones sociales y los “beneficiarios”.

Es así que nos preguntamos: ¿Cuáles son las apreciaciones de los distintos actores involucrados en el intercambio? ¿Cuáles son las representaciones que limitan y definen la circulación de los alimentos? ¿Qué rol juega el uso del dinero en la denominación de las distintas transferencias?

Palabras claves: don- mercancías – transferencias – dinero.

\*Pertenencia institucional: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. UBACyT: UBACyT S613 (2008-2010) “Circulaciones económicas y lazos sociales. La utilidad empírica y analítica de la noción de reciprocidad”.

e- mail: arielwilkis@uolsinectis.com.ar

e- mail: m\_hornes@hotmail.com

## **Palabras preliminares.**

A través de este artículo nos adentraremos en aquello que el debate académico ha denominado la distinción entre don y mercancía<sup>1</sup>. Centrarnos en el seno de este debate, considerando el circuito de alimentos a analizar, implica evidenciar de forma empírica toda una matriz de percepción y apreciación que los actores involucrados en el intercambio “ponen en juego”, al momento de lidiar con la circulación de los objetos y las relaciones sociales que los mismos generan.

Se trata de vislumbrar los desajustes conceptuales acerca de la distinción don- mercancía, reconstuyendo ciertos tramos del circuito de alimentos en los cuales los bienes transferidos se resignifican- trasladándose de un universo de sentidos al otro- recurriendo a distintas escenas simbólicas que manifiestan las representaciones asociadas a dos universos supuestamente opuestos. Desde allí apreciaremos los sentidos y las prácticas asociadas a los alimentos bajo el signo de la circulación de dones, recurriendo a un análisis minucioso del circuito por el que atraviesan, para identificar las categorías que se construyen en torno a los bienes transferidos y la necesidad por parte de los actores involucrados de invocar a esas denominaciones como vías para facilitar los intercambios.

Nos remitiremos al análisis de las notas de trabajo de campo para dar cuenta del uso práctico de dichos términos, considerando las contiendas que los agentes invocan para marcar y clasificar las transferencias y vínculos personales. Lejos estamos de querer oponer las “transacciones mercantiles” a las “circulaciones de dones”, en este sentido introduciremos el uso del dinero como un revelador privilegiado para dar cuenta de que este no se encuentra fijado a una esfera de intercambios o ligado a un tipo específico de vínculo social y opuesto a otros. Por el contrario, tal como lo señala Florence Weber “la ausencia o la presencia de la moneda en un intercambio no expresa nada sobre la naturaleza de ese intercambio” (Weber, 2008).

---

<sup>1</sup> Puede encontrarse un análisis detallado en: Carenzo, Sebastián y Wilkis, Ariel. "Lidiar con dones, lidiar con mercancías. Etnografías de transacciones económicas y morales". Revista Apuntes de Investigación, número 14 (en prensa).

La construcción del enfoque que sustentará el análisis es producto de dos perspectivas centrales. En primer lugar, aquella que considera las diversas fases por las que las mercancías transitan en su recorrido, aspecto denominado como “biografía social de las cosas”, considerando las transferencias y relaciones en las cuales se tornan significativas y se le atribuyen distintas propiedades (Thomas, 1991; Appadurai, 1991). Y en segundo lugar, contemplando la perspectiva que se centra en la idea de “transacciones no oficiales”; aquellas en las cuales se pretende dar cuenta de las ambigüedades, contradicciones y contiendas sobre el status de las personas y los objetos que circulan entre ellas (Weber, 2001).

Por lo tanto, la finalidad de este trabajo es contribuir al debate desde el marco de la etnografía económica, las cuales se orientan a generar descripciones pormenorizadas de diferentes tipos y formas de transacciones materiales y evidencian través de ellas la significaciones que tienen para los partícipes (Dufy y Weber, 2007).

Este artículo es producto del trabajo de campo realizado entre los meses de abril a septiembre del corriente año, en el marco general de una serie de trabajos de investigación sobre etnografías de prácticas económicas<sup>2</sup>. Nuestra proximidad al trabajo de campo resulto sumamente pertinente para poder apreciar las distintas instancias del circuito por el que atraviesan los alimentos y a través de los cuales el lector podrá transitar a largo de la lectura del presente trabajo. La observación y la entrevista semi- estructurada fueron dos técnicas de recolección de datos que resultaron fundamentales en vistas a la reconstrucción de los datos etnográficos. Tanto nuestra presencia en el depósito y las oficinas del “banco”, el contacto con directivos, trabajadores y voluntarios que allí se desempeñan, como el posterior recorrido a través de una gran cantidad de organizaciones que forman parte de su red, nos brindaron la posibilidad de interpretar desde distintas perspectivas las particularidades del caso.

---

<sup>2</sup> Careno y Wilkis. Op. Cit. Wilkis, Ariel: “El desinterés como regulación social: a propósito de las prácticas de ‘militantes’, ‘voluntarias’ y ‘manzaneras’”. Congreso Argentino de Antropología Social, 6, 7 y 8 de Agosto 2008, Misiones, Argentina. UBACyT: UBACyT S613 (2008-2010) “Circulaciones económicas y lazos sociales. La utilidad empírica y analítica de la noción de reciprocidad”.

En primer lugar nos introduciremos en una breve descripción sobre las actividades del “banco” y el circuito por el que atraviesan los alimentos, lo cual consecutivamente nos permitirá interpelar acerca las relaciones establecidas entre grupos sociales diferenciados por sus propiedades sociales y culturales. Dicha diferenciación- signada en parte por la historia de los objetos transferidos- invocará múltiples representaciones y denominaciones al respecto de los intercambios. Por último, podremos observar como esa disputa de sentidos involucra a su vez a quienes comparten la categoría de “receptores”.

### **Desmercantilizando alimentos- redistribuyendo dones.**

El Banco Provincial de Alimentos (“banco”) es una fundación que se encarga de recibir donaciones de distintas empresas alimenticias, para luego distribuir las a un “precio simbólico”, a un conjunto de instituciones denominadas “entidades receptoras” (hogares, comedores, organizaciones de base, escuelas públicas, etc.) ubicadas en el extenso territorio del Conurbano Bonaerense<sup>3</sup>.

Ubicado al noroeste de la Provincia de Buenos Aires, el “banco” se creó en el año 2001 siguiendo un “modelo” originado en Estados Unidos con la “misión” de “ayudar a las personas que padecen hambre solicitando, almacenando y distribuyendo alimentos aptos para el consumo humano”<sup>4</sup>. En el “banco” se distinguen dos grupos diferenciados: el “staff rentado” compuesto por unas 20 personas, y los “voluntarios” que ascienden a un total de 1300 personas.

El “banco” recibe donaciones en alimentos de las principales empresas de la industria alimenticia<sup>5</sup>, los cuales emprenden una *ruta de desmercantilización*, teniendo en cuenta algunos de los siguientes motivos: por algún tipo de rotura en el envase/ envoltorio, por tener una fecha próxima de vencimiento y/o por ser productos que no hayan tenido “éxito” en el mercado.

---

<sup>3</sup> La cantidad de “entidades receptoras” asciende a un número de 480, alcanzado a un número aproximado de 72.000 personas que acceden a algún servicio de alimentación brindado por dichas organizaciones.

<sup>4</sup> Información recabada de la página web del “banco”.

<sup>5</sup> Entre los principales donantes se encuentra: Unilever de Argentina S.A, Danone de Argentina S.A, Molinos Río de La Plata S.A, Sancor Cop. Unidas, La Serenisima, etc.

Las instituciones que participan en la red del “banco” deben acreditar su trabajo presentando una personería jurídica que garantice su capacidad legal e institucional, a su vez que asegurar la prestación de algún servicio de alimentación a poblaciones carenciadas, sin discriminación alguna sea de raza, credo, color o partido político, etc. Estos requisitos quedan establecidos en la Carta de Compromiso, la cual aclara expresamente que queda “prohibida la venta” de los alimentos (fuente: Carta de Compromiso).

De esta manera, con una frecuencia de aproximadamente 20 días, desde el “banco” los “voluntarios” llaman a las organizaciones para “ofrecerles” la mercadería disponible. Para esto poseen un sistema que les permite ponderar la cantidad de mercadería que le corresponde a cada “entidad receptora” en función de las raciones de comida que brinda en forma mensual. . El precio de la mercadería es por kilo: alrededor de 0.30 ctvs en caso de productos perecederos, los refrigerados 0.35 ctvs y 0.43 los productos de limpieza. El flujo de las donaciones está compuesto prioritariamente de alimentos, pero no son pocas las ocasiones en que la “mercadería” ofrecida está integrada de productos de limpieza, higiene, etc<sup>6</sup>. A las entregas mensuales se suman las “entregas directas” y “entregas especiales”. La primera refiere a una entrega que se realiza al momento en que las “entidades” retiran la mercadería y es producto de un ingreso inesperado de “donación” o del día anterior. El segundo tipo, las “especiales”, son producto del ingreso de una “donación extraordinaria” por su tamaño, la calidad del producto y- en el mayor de los casos- una fecha cercana al vencimiento.

---

<sup>6</sup> Durante el trabajo de campo la “crisis del campo” afecto la “donación” de alimentos, situación por la cual en la denominada “Cena Anual” de recaudación de fondos, el Presidente del “banco” incluyo una carta dirigida a los donantes. Entre algunas de las palabras significativas respecto de esta situación, se resaltan: “... [la misión] se llevó a cabo con esfuerzo, debiendo afrontar los perniciosos efectos de la inflación y **las consecuencias de la fractura de la cadena de producción y comercialización** ocurrida, como es de público y notorio conocimiento, por el problema denominado de las “retenciones móviles” al sector agropecuario...”. En las reiteradas visitas realizadas al “banco”, un “voluntario” expresaba su desazón respecto de que 2/3 de la “mercadería” ubicada en el depósito estaba compuesta por productos de limpieza, señalando: “esto es un banco de alimentos pero no estamos ofreciendo alimentos”. (las negritas nos pertenecen).

Las *estrategias de captación* de alimentos llevadas a cabo por el “banco” son múltiples y variadas<sup>7</sup>. Sin embargo, una de las particularidades es que el “banco” obtuvo un certificado de su sistema de gestión de calidad en cumplimiento de los requisitos de la Norma ISO 9001: 2000. Dicha acreditación “permitió mejorar significativamente la eficacia y eficiencia de la operación a través del monitoreo, medición, análisis y revisión continua de los procesos”, lo cual le permite certificar ante sus donantes “el cumplimiento de altos estándares de calidad en el tratamiento de todas sus donaciones”<sup>8</sup>.

### **Nobleza obliga.**

Entre las variadas actividades ligadas al trabajo de campo, tuvimos la posibilidad de participar en la “VIII Cena Anual” de recaudación de fondos, medio por el cual el “banco” obtiene el 50 % del dinero destinado a su funcionamiento”, según lo manifestado por los directivos y el “staff” del “banco”.

Dicho evento tuvo lugar en el restaurant “Central” del predio de La Sociedad Rural Argentina y conto con la participación de 14 de los cheff más reconocidos de Argentina, “quienes año tras año renuevan su compromiso con el banco”. Al igual que el año anterior, el “maestro de ceremonias” fue el periodista deportivo Juan Pablo Varsky, ya que tal como nos lo mencionara la organizadora del evento en una comunicación personal: “a Juan Pablo le encanto el modelo del banco porque él hacia algo similar. Cuando trabajaba en McDonald`s juntaba los restos de comida, hamburguesas a medio comer y las papa fritas que dejaban en las mesas, y se los daba a los chicos de la calle”.

En el transcurso del año 2007, J. P. Varsky participo de un spot publicitario realizado por McDonalds, en el cual “incentivaba” a los adolescentes a contemplar a la casa de comidas rápidas como una oferta laboral señalando “fue mi primer trabajo. Y lo que aprendí ahí me

---

<sup>7</sup> Podríamos señalar al “banco” como una empresa social corporativa, vinculada a otras organizaciones que realizan actividades ligadas a la economía social, la filantropía y la caridad. Utilizando distintas estrategias de marketing y comunicación pública- publicación quincenal en la revista Viva del diario Clarín, notas periodísticas en el canal de Cable C5N, Radio 10 y/o infobae.com- logra establecer contacto y realizar movimientos de grandes cantidades de alimentos junto a organizaciones del ámbito público y privado, entre las cuales se resaltan: Metrovias, Fundación YPF, Red Solidaria, Rotary Club, Caritas de Argentina, etc.

<sup>8</sup> Información disponible en la web del “banco” y presentada en el Programa de la VIII Cena Anual- Recibir para dar.

servió para seguir creciendo". "Era en el 1 a 1 cuando solo había cuatro locales, yo trabajaba en el de Flores. En ese momento te servía para bancarte los estudios" enfatizaba durante una breve comunicación personal. La similitud con el modelo de organización del "banco" radica en que "McDonald's tenía un sistema en el cual si la comida no se vendía en doce minutos, se tiraba. Comenzamos a juntarla y entregarla a la gente que pedía" (entrevista J. P. Varsky).

La cena anual es un acontecimiento que le permite acreditar al "banco" ante la presencia de sus principales donantes el "esfuerzo" que la organización realiza, "para distribuir alimentos aptos para el consumo a más de 480 instituciones a través de un servicio eficiente, confiable y transparente" (palabras mencionadas por J. P. Varsky). Cualidades del servicio brindado por el "banco" que se sostienen con datos cuantitativos; cantidad de kilos que en forma anual distribuye el "banco", como así también cualitativos; el "maestro de ceremonias" señala que desde la primera vez que estuvo en el "banco" pudo "tomar contacto con gente que va desde distintos puntos del Conurbano a retirar alimentos".

La noche de gala se desarrolló en "grandes momentos" a través de los cuales se buscaba "sensibilizar al donante" en vistas a renovar o establecer un "compromiso de donación"<sup>9</sup>. La presentación institucional, la proyección de un video que ejemplificaba esquemáticamente el modelo del "banco" y el discurso del presidente de la fundación, sellaron la velada. En nuestras notas de campo describimos lo siguiente:

"Las palabras del presidente comienzan por resaltar el agradecimiento a todos los presentes, aunque rápidamente señala que "este, como todos saben ha sido un año difícil". Sin embargo, el discurso no referirá al conflicto por las retenciones que fue el que más afectó al banco, sino a la inflación a la constante suba de los precios y el aumento de la pobreza en Argentina. Los restantes minutos de su discurso referirán por un lado a la transparencia, la eficacia y el compromiso, con la cual trabaja el banco, interpelando a los donantes con

---

<sup>9</sup> Resulta significativo mencionar que la "planilla de donación" distribuida a los donantes durante la VII Cena Anual, llevaba entre las palabras del título: "Acompañanos en el desafío de paliar el hambre". La planilla estaba confeccionada con distintos importes de \$ 10 a \$ 10.000, que explicitaba junto a cada suma la cantidad de gente con la cual cada uno de los donantes contribuía para su alimentación. Por ejemplo: "\$ 50 por mes: complementa la alimentación de 53 personas por mes".



palabras del tipo: ustedes lo saben por eso trabajan con nosotros. Y por otro, al compromiso con una problemática que nos compete a todos y por la cual ustedes se encuentran aquí para afirmar su compromiso. Sin embargo, una de sus últimas palabras resultaron ser las más significativas: “ayudar también es una forma de redistribuir la riqueza” (notas de campo VIII Cena Anual).

La “ayuda” interpretada de esta manera comunica una impronta acerca de las “formas” en que se realizaran los intercambios. Es decir, “entregas” de alimentos en el marco de un “beneficio”, un “auxilio” o un “favor” que introduce una distinción entre quienes dan y quienes lo reciben, como así también la manera en que lo dan y la manera en que lo reciben, estableciendo fronteras sociales simbólicas que se sostienen en base al status de las personas.

### **Entre el “pago” y la “contribución”...**

A través del desarrollo de este apartado vislumbraremos las ambigüedades que recorren las transferencias del “banco” hacia las “entidades receptoras”, retomando ciertos tramos del circuito de alimentos, y haciendo especial hincapié en los “pedidos ofrecidos”.

Tal como mencionamos con anterioridad, la mercadería que recibe el “banco” proviene de una *ruta de desmercantilización* que complementa intereses diversos. Por su parte, los “donantes”, resuelven sus problemas de sobrantes considerando la posibilidad- a través del circuito de terciarización filantrópica- de evitar los costos de decomiso, a su vez que adquieren el rédito simbólico de estar asociados a la etiqueta de “Responsabilidad Social Empresarial”<sup>10</sup>. Por otra parte, el “banco” a través de un aceitado sistema de logística y distribución, redistribuye los alimentos a un “precio simbólico” contribuyendo con su razón de ser: “paliar el hambre en Argentina”.

Tal como pudimos observar en las reiteradas visitas al “banco”, la “entrega” de alimentos esta signada por las marcas rituales de una transferencia comercial: el control de la mercadería, la utilización de un “remito”, el pago de dinero a cambio de una “factura” para

---

<sup>10</sup> Entre una de las “ofertas” del “banco” hacia las empresas, se encuentran el ofrecimiento del “voluntariado corporativo” para el personal de las distintas firmas, como así también visitas a “entidades receptoras”; sea para certificar el destino de su “ayuda” y/o realizar tareas de voluntariado en las organizaciones.

poder retirar la mercadería, quejas por “pedidos” mal hechos, etc. Sin embargo, las ambigüedades de estas transacciones se expresan claramente al momento de nombrar el dinero transferido y en la disputa que dicha denominación abre entre quienes representan al “banco” y a las “entidades”.

En el universo de las representaciones de las personas vinculadas al “banco”, persisten dos interpretaciones respecto del uso del dinero para denominar las transferencias: la “insignificancia” del costo y la “contribución”.

La construcción de la “insignificancia” sobre el sentido del dinero refiere al valor mismo de la mercadería que se paga. Esta construcción se sostiene en base a los precios establecidos según valor de mercado, considerando que “sólo pedimos un 4 % del precio de la mercadería” (entrevista al director ejecutivo). Con esta apreciación coinciden el resto de las personas que “representan” al “banco”, considerando que el dinero transferido por las “entidades receptoras” puede ser representado en el universo de los dones porque al medirlo con su “contraparte”- mundo mercantil- “no es nada” o “es muy bajo” y “no tiene comparación”.

La fórmula “contribución” resulta aun más interesante para nuestro objeto de estudio. Tal como fue explicitado en el apartado anterior, la “mercadería” es “ofrecida” en forma mensual por el “banco”, lo cual contempla la posibilidad de que las “entidades” puedan rechazar la oferta de ciertos productos u/o la totalidad del pedido. En este sentido, la “forma contribución” -que resulta un esquema de modelo solidario para el “banco”- introduce un doble y ambiguo sentido ligado a la “elección” que realizan las “entidades receptoras” y la circulación del dinero que puede ser presentada como una transferencia voluntaria.

Algunas situaciones registradas durante el trabajo de campo, nos permitirán observar estas particularidades. Las “entidades” perciben que la permanencia en el circuito y la buena preponderancia por parte del “banco” pasa en gran parte por responder al ofrecimiento de alimentos disponibles, esperando que para más adelante llegue mercadería ajustada a los beneficiarios de las organizaciones. Acompañando a uno de los “técnicos” del “banco” a visitar una “entidad”, pudimos registrar lo siguiente:

“Unos minutos antes de retirarnos reciben una llamada del “banco”. Liliana responde delante de nosotros y rápidamente realiza una descarga mencionando: “no, nosotros no tenemos ninguna deuda. Consulta bien que retiramos en el día de ayer y dejamos todo pago”.

Al cortar nos comenta que “estas llamadas las recibimos siempre, no sé porque no se organizan mejor”. Entonces relata un inconveniente que tuvo lugar en el mes de marzo de este año, situación que refiere a una “entrega especial”.

La “entrega especial” se debió a una donación “inesperada” de La serenísima al “banco”. Una cantidad importante- 5000 kg aproximadamente- de yogurt y otros lácteos con una fecha muy próxima de vencimiento. Recibieron la llamada del “banco” en el cual le ofrecieron, en relación con la población con la cual trabajan en condición de red, unos 500 kg sin costo alguno. Por supuesto que decidieron aceptar la “donación”. Liliana recuerda con gran satisfacción el esfuerzo que demandó la distribución en las distintas instituciones y luego a las personas con las cuales trabajan, dado que los alimentos que recibieron vencían en solo dos días.

Sin embargo pasados unos 15 (quince) días, recibieron un llamado del “banco” informándoles que tenían una deuda de \$ 300 en concepto de la “entrega especial”. Liliana recuerda haber realizado varios llamados para poder aclarar la situación, “hasta que al final me reconocieron que era un error de ellos, parece que la persona que me había llamado se había equivocado, entonces nos borraron la deuda” (nota de campo).

Una respuesta inmediata al “banco” es evaluado positivamente mientras que actuar con independencia de la oferta pueda jugar en contra en circunstancias como las deudas o los premios que el banco puede brindar. Notas de otra visita reflejan esta situación:

“Clementa es la responsable legal y coordinadora de un hogar que alberga a niños/as de hasta 17 años. Se muestra disconforme con el “banco” y no duda en manifestarlo desde que comienza a conversar con nosotros. Agrega que ella “es una de las fundadoras del banco, desde el año 2001, cuando al banco no lo conocía nadie. El enfado de Clementa responde a la escasa oferta y entrega de alimentos de primera necesidad, lo cual seguramente es producto de todos los reclamos presentados. A su vez, argumenta sus palabras señalando

que los mismos alimentos solía recibirlos en forma gratuita por parte de las empresas, pero ahora todos donan al “banco”. En este sentido señala que va a denunciar al banco y sacar una solicitada en el diario. Eso no es una fundación, están haciendo un negociado” (nota de campo).

Ambas situaciones nos permiten reflexionar en torno a la “contribución” que introduce la transferencia. En el primer caso ser “buenos pagadores” los categoriza como receptores potenciales de alimentos bajo la “forma” don, aunque un leve error los remite a una transacción mercantil- “dejamos todo pago”- teniendo que volver a recurrir a la definición de la transferencia bajo la categorización “especial”. En el segundo caso, las contiendas existente entre don y mercancía queda develada por el malestar que expresaba la encargada del comedor, “acusando” al “banco” de comercializar donaciones o estar “haciendo un negociado”, refiriendo al origen de los alimentos y la “impertinencia” del dinero transferido.

### **En busca de interlocutores válidos.**

Una de las estrategias desplegadas por el “banco” para acreditar sus actividades frente al donante, es realizar “el seguimiento de las instituciones que reciben los alimentos”<sup>11</sup>. Esta actividad tiene una frecuencia semestral y es llevada a cabo por personal del “staff”, específicamente estudiantes avanzados de la carrera de Trabajo Social, y distintos “voluntarios.

La “visita de seguimiento” es un espacio en el cual las “entidades” rememoran el “acto fundacional”<sup>12</sup> (Auyero, 2001: 109) de su relación con el “banco”, sometiéndose a una minuciosa y delicada tarea de “exposición y cuidado de sí” (Wilkis, 2008). Esta exposición recurrente se basa en una descripción de las condiciones precarias en las que brindan sus servicios de alimentación, los escasos recursos disponibles y la multiplicidad de problemáticas que padece la población con la cual trabajan.

---

<sup>11</sup> Información disponible en la página web del “banco”.

<sup>12</sup> Retomando la perspectiva desarrolla por Durkheim, Auyero señala aquella “transacción fundacional” que se inscribe en las prácticas de los sujetos, “...estableciendo lazos que se extienden más allá del momento fundacional fugaz en que se realiza la transacción...”.

Las distintas instancias de “seguimiento” adquieren características similares, al punto de transformarse en uno de los componentes del ritual del intercambio; considerándolos como espacios en los cuales se comunican la moralidad de los actuantes a través de “...actos que por medio de su componente simbólico el actor demuestra cuán digno es de respeto o cuán digno son los otros de respeto...”<sup>13</sup>.

Sin embargo, lo que resulta aun más relevante para nuestra perspectiva de análisis son las distintas querellas que se producen entre las “entidades receptoras” por la “comercialización” de las “donaciones”. Entre las notas de campo podemos registrar lo siguiente:

“Gladys es la encargada de un comedor comunitario que brinda un servicio de almuerzo para 60 chicos del barrio, funcionando en el comedor diario de su propia casa. Junto a su hermana sostienen su actividad social en el barrio vendiendo tejidos, pan casero y compensando la falta de recursos/ financiamiento con dinero de sus jubilaciones. Mientras conversábamos respecto de este punto, Gladys pregunta: ustedes... ¿visitan a todos los comedores?. Cuando Javier responde que sí, Gladys menciona que el lunes estuvo retirando los alimentos en el depósito del banco y que casualmente otras instituciones del partido estaban presentes. Sin embargo, señala que ninguna de esas instituciones funciona realmente. Mientras Gladys finaliza con su relato, su hermana se dirige hacia la lacena, toma una caja de caldos Knorr y menciona: estos calditos son carísimos, esta cajita de 10 la compramos a \$ 1 en el banco. Si vas a la feria los están vendiendo a \$ 1 cada caldito y son los mismos que retiran del banco” (nota visita a una “entidad”).

---

<sup>13</sup> Hemos resaltado la pertinencia en torno a la “exposición de sí y el cuidado de los espacios” de trabajo en el caso de los vendedores de la revista Hecho en Buenos Aires (Wilkis 2008), considerando las perspectivas desarrolladas por Erving Goffman y Marcel Mauss. La puesta en escena del método dramático caracteriza a los componentes del intercambio, por lo cual resulta pertinente considerar algunas de las definiciones de la palabra escena: lugar o parte del teatro en que se representa o ejecuta la obra dramática u otro espectáculo teatral cualquiera. Il Manifestación o suceso de la vida real que se juzga como espectáculo digno de atención. Vuelven a surgir en esta definición los aspectos dramáticos del intercambio; la importancia del “lugar y de la vida real” (cuidado del espacio y condiciones de vida), la espectacularización (exposición de sí) la cual parece ser digna de atención (retribuible por el esfuerzo y el sentido del trabajo). Y por supuesto considerar que en las escenas los actores desempeñan distintos papeles, toda una economía de atribución y adjudicación de roles.

Como mencionábamos al comienzo de este artículo, las contiendas que moviliza la forma don- mercancía alcanza incluso al interior del circuito construido por las “entidades receptoras”. El técnico del “banco” se convierte en un “vocero” y quien posee- parafrasean a Bourdieu- el ejercicio legítimo del poder de nominación. A través de la confección de un informe- denominado “cuestionario de seguimiento”- cuenta con ciertos “talismanes”<sup>14</sup> (Zapata, 2005: 108) que exhiben su poder de reconocer y clasificar un universo de “entidades confiables”, siendo un “portavoz autorizado” en vistas a la resolución de ciertas competencias generadas entre las organizaciones sociales por las “donaciones” del “banco”.

En el marco de lo que podríamos denominar estrategias de financiamiento, las “entidades receptoras” también deben lidiar con la contienda don- mercancía en el plano de la relación hacia sus propios “beneficiarios receptores”. En otra visita relevamos lo siguiente:

“Las primeras palabras de Marcela refieren a la calidad de algunos alimentos y la posibilidad de participar de la red del banco. Sin embargo rápidamente decide exponer una situación, expresando una inquietud por una pregunta que quiere hacer siempre: “Viste que te dan un papel que dice que no se pueden comercializar los productos... ¿Nosotros no podríamos con esos productos armar bolsitas y pedir una colaboración?”. Entonces le pido a Marcela que me cuente cual es la estrategia que habían pensado para poder pedir una colaboración a las familias que asisten al comedor.

Marcela refiere a una situación en particular, la entrega por parte del banco de artículos de limpieza (jabón en polvo Skip, desengrasante Cif, shampoo, perfume Vivere, etc.), la cual se concreto hace aproximadamente unos 20 días. La estrategia adoptada por el comedor fue poner una latita arriba de la mesa en la cual se estaban entregando los productos, y pedir una colaboración (\$ 1) que les permita recuperar parte del capital invertido y utilizar ese dinero para volver a comprar alimentos o utilizar el dinero de alguna otra manera. Sus intenciones se vieron frustradas según Marcela porque “las mamás no colaboran ni con una bolsa” y por los cuestionamientos que provocaron el pedido de colaboración, expresados en

---

<sup>14</sup> Tal como lo señala Laura Zapata, considerando los aportes de Marcel Mauss los “talismanes” son fuentes de riqueza, prestigio y autoridad (mana). Instrumentos por los cuales el visitante tiene ese poder mágico y “misterioso”, que encierran los actos de nominación de los que hablaba Bourdieu.

preguntas tales como; “¿Pero esto no es donado?”(nota de campo visita a una entidad receptora).

Por lo hasta aquí expuestos, pareciera ser que cualquier intento por “ocultar” las huellas de los objetos resulta insuficiente, dado que toda escena suele remitirse al complejo entramado de relaciones sociales de la que alguna vez los alimentos formaron parte.

### **Conclusiones.**

Considerando la perspectiva de análisis adoptada y las particularidades que presenta el caso, este apartado no pretende marcar del fin de nuestros interrogantes, sino al contrario identifica puntos de análisis posibles de ser abordados en sucesivas producciones.

A lo largo de todo el circuito de alimentos hemos podido observar como las transferencias iban adquiriendo representaciones disimiles considerando las situaciones y los marcos relacionales en las que tenían lugar. De esta manera, las propiedades de los objetos y el status asociado a las personas involucradas en el intercambio, configuraban las “formas” en que se realizaban las transferencias y los “usos” adecuados de los objetos intercambiados. Por lo cual, la disputa giraba en torno a los procesos de “diferenciación social” y los esquemas de percepción y apreciación que los actores “ponían en juego” para clasificar y valorizar sus prácticas, según sus atributos sociales y criterios morales.

El “uso del dinero” jugó un rol central como revelador privilegiado de dichas contiendas. Pudimos observar como la (re)mercantilización de los alimentos por parte del “banco”, consideradas bajo el signo de la “contribución” puede avalar sus prácticas, a su vez que deslegitimar y reconocer como “ilícitas” las prácticas similares realizadas por las “entidades”. Disputas signadas en torno a las propiedades sociales y culturales de dichas organizaciones, anulando cualquier capacidad de derecho sobre los bienes más allá del dinero transferido y reintroduciéndolos en el universo de “receptores”.

En fin, este breve análisis no hace más que situarnos en el seno de las contiendas y a partir de allí esbozar un método interpretativo flexible que nos permita interpelar categorías y deconstruirlas analíticamente, para acercarnos desde la búsqueda del dato etnográfico a la construcción de un punto de vista.

## **Bibliografía.**

APPADURAI, Arjun. (1991). Introducción: Las mercancías y la política del valor. En A. Appadurai (comp), *La Vida Social de las Cosas: perspectiva cultural de las mercancías*. (pp. 17-87). Grijalbo: México.

AUYERO, Javier (2001). *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo*. Buenos Aires. Editorial Manantial.

CARENZO, Sebastián y WILKIS, Ariel. "*Lidiar con dones, lidiar con mercancías. Etnografías de transacciones económicas y morales*". Revista Apuntes de Investigación, numero 14 (en prensa).

DUFY, C. y WEBER, Florence. (2007). *L'ethnographie économique*. Paris: La Découverte.

THOMAS, Nicholas. (1991). *Entangled Objects. Exchange, material culture and colonialism in the pacific*. Massachusetts: Harvard University Press.

WEBER, Florence. (2000). *Transactions, marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une ethnographie économique après le grand partage*. *Genèses*, 41, 85-107.

WEBER, Florence. (2001). *Setting, interactions and things. A plea for multi-integrative ethnography*. *Ethnography*, 2 (4), 475-499.

WILKIS, Ariel. (2008). *Os usos sociais do dinheiro em circuitos filantrópicos. O caso das "publicações de rua"*. Revista Mana: Estudos de Antropologia Social, 14 (1), 205-233.

WILKIS, Ariel. "*El desinterés como regulación social: a propósito de las prácticas de 'militantes', 'voluntarias' y 'manzaneras'*". Congreso Argentino de Antropología Social, 6, 7 y 8 de Agosto 2008, Misiones, Argentina.



ZAPATA, Laura. (2005). *La mano que acaricia la pobreza: etnografía del voluntariado católico*. Serie Etnográfica IDES. Buenos Aires.