

Cuaderno 88

Año 21
Número 88
2019/2020

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]

Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Laura Colabella y Patricia Vargas: Prólogo. Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu | **Juan Dukuen:** Un arte de inventar: el habitus en la lectura bourdiana de Panofsky | **Victoria Gessaghi y Alicia Méndez:** La Nobleza de Estado, algunas reflexiones a partir del trabajo de campo con elites educativas en la Argentina | **Laura Colabella y Patricia Vargas:** Bourdieu en el conurbano: un viaje de ida y vuelta (...) | **Lorena N. Schiava D'Albano:** “Solo hay un camino entre la persona que eres y la que quieres ser” (...) | **Alicia B. Gutiérrez y Héctor O. Mansilla:** La dialéctica entre lo objetivo y lo vivido: el análisis de la desigualdad social en Córdoba, Argentina | **María Florencia Blanco Esmoris:** ¿La indeterminación del orden binario? (...) | **Paula Miguel:** El “diseño” como valor y la conformación de un universo de creencia | **María Eugenia Correa:** La lucha por la legitimidad (...) | **Bárbara Guerschman:** Aprender a verse como una marca (...) | **Gabriela C. Alatsis:** El rol de los intermediarios culturales en la producción de la “creencia colectiva”: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes | **María Eugenia Correa y Matías J. Romani:** El lujo tecnológico (...) | **Victoria Irisarri y Nicolás Viotti:** ¿Más allá de la distinción? (...)

CAS
Centro de Antropología Social

ides

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo. Buenos Aires.

UP
Universidad
de Palermo

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

Universidad de Palermo.

Facultad de Diseño y Comunicación.

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

Mario Bravo 1050. C1175ABT.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

www.palermo.edu

publicacionesdc@palermo.edu

Director

Oscar Echevarría

Editora

Fabiola Knop

Coordinación del Cuaderno nº 88

Laura Colabella. (CAS-IDES / UNAJ / D&C UP. Argentina)

Patricia Vargas. (CAS-IDES / UNPAZ / D&C UP. Argentina)

Comité Editorial

Lucia Acar. Universidade Estácio de Sá. Brasil.

Gonzalo Javier Alarcón Vital. Universidad Autónoma

Metropolitana. México.

Mercedes Alfonsín. Universidad de Buenos Aires.

Argentina.

Fernando Alberto Alvarez Romero. Universidad de

Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Colombia.

Gonzalo Aranda Toro. Universidad Santo Tomás. Chile.

Christian Atance. Universidad de Buenos Aires. Argentina.

Mónica Balabani. Universidad de Palermo. Argentina.

Alberto Beckers Argomede. Universidad Santo Tomás.

Chile.

Renato Antonio Bertao. Universidade Positivo. Brasil.

Allan Castelnuovo. Market Research Society. Reino

Unido.

Jorge Manuel Castro Falero. Universidad de la Empresa.

Uruguay.

Raúl Castro Zuñeda. Universidad de Palermo. Argentina.

Mario Rubén Dorochesi Fernandois. Universidad Técnica

Federico Santa María. Chile.

Adriana Inés Echeverría. Universidad de la Cuenca del

Plata. Argentina.

Jimena Mariana García Ascolani. Universidad Iberoame-

ricana. Paraguay.

Marcelo Ghio. Instituto San Ignacio. Perú.

Clara Lucia Grisales Montoya. Academia Superior de

Artes. Colombia.

Haenz Gutiérrez Quintana. Universidad Federal de Santa

Catarina. Brasil.

José Korn Bruzzone. Universidad Tecnológica de Chile.

Chile.

Zulema Marzorati. Universidad de Buenos Aires.

Argentina.

Denisse Morales. Universidad Iberoamericana Unibe.

República Dominicana.

Universidad de Palermo

Rector

Ricardo Popovsky

Facultad de Diseño y Comunicación

Decano

Oscar Echevarría

Secretario Académico

Jorge Gaitto

Nora Angélica Morales Zaragosa. Universidad Autónoma
Metropolitana. México.

Candelaria Moreno de las Casas. Instituto Toulouse

Lautrec. Perú.

Patricia Núñez Alexandra Panta de Solórzano. Tecnoló-

gico Espíritu Santo. Ecuador.

Guido Olivares Salinas. Universidad de Playa Ancha. Chile.

Ana Beatriz Pereira de Andrade. UNESP Universidade

Estadual Paulista. Brasil.

Fernando Rolando. Universidad de Palermo. Argentina.

Alexandre Santos de Oliveira. Fundação Centro de Análi-

se de Pesquisa e Inovação Tecnológica. Brasil.

Carlos Roberto Soto. Corporación Universitaria UNITEC.

Colombia.

Patricia Torres Sánchez. Tecnológico de Monterrey.

México.

Viviana Suárez. Universidad de Palermo. Argentina.

Elisabet Taddei. Universidad de Palermo. Argentina.

Comité de Arbitraje

Luis Ahumada Hinostroza. Universidad Santo Tomás.

Chile.

Débora Belmes. Universidad de Palermo. Argentina.

Marcelo Bianchi Bustos. Universidad de Palermo.

Argentina.

Aarón José Caballero Quiroz. Universidad Autónoma

Metropolitana. México.

Sandra Milena Castaño Rico. Universidad de Medellín.

Colombia.

Roberto Céspedes. Universidad de Palermo. Argentina.

Carlos Cosentino. Universidad de Palermo. Argentina.

Ricardo Chelle Vargas. Universidad ORT. Uruguay.

José María Doldán. Universidad de Palermo. Argentina.

Susana Dueñas. Universidad Champagnat. Argentina.

Pablo Fontana. Instituto Superior de Diseño Aguas de La

Cañada. Argentina.

Sandra Virginia Gómez Mañón. Universidad Iberoamericana Unibe. República Dominicana.

Jorge Manuel Iturbe Bermejo. Universidad La Salle. México.

Denise Jorge Trindade. Universidade Estácio de Sá. Brasil.

Mauren Leni de Roque. Universidade Católica De Santos. Brasil.

María Patricia Lopera Calle. Tecnológico Pascual Bravo. Colombia.

Gloria Mercedes Múnera Álvarez. Corporación Universitaria UNITEC. Colombia.

Eduardo Naranjo Castillo. Universidad Nacional de Colombia. Colombia.

Miguel Alfonso Olivares Olivares. Universidad de Valparaíso. Chile.

Julio Enrique Putalláz. Universidad Nacional del Nordeste. Argentina.

Carlos Ramírez Righi. Universidad Federal de Santa Catarina. Brasil.

Oscar Rivadeneira Herrera. Universidad Tecnológica de Chile. Chile.

Julio Rojas Arriaza. Universidad de Playa Ancha. Chile.

Eduardo Russo. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.

Virginia Suárez. Universidad de Palermo. Argentina.

Carlos Torres de la Torre. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador.

Magali Turkenich. Universidad de Palermo. Argentina.

Ignacio Urbina Polo. ProDiseño Escuela de Comunicación Visual y Diseño. Venezuela.

Verónica Beatriz Viedma Paoli. Universidad Politécnica y Artística del Paraguay. Paraguay.

Ricardo José Viveros Báez. Universidad Técnica Federico Santa María. Chile.

Diseño

Francisca Simonetti - Constanza Togni

1º Edición.

Cantidad de ejemplares: 100

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
2019/2020.

Impresión: Artes Gráficas Buschi S.A.

Ferré 250/52 (C1437FUR)

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

ISSN 1668-0227

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] on line

Los contenidos de esta publicación están disponibles, gratuitos, on line ingresando en:

www.palermo.edu/dyc > Publicaciones DC > Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.



El Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la República Argentina, con la resolución N° 2385/05 incorporó al Núcleo Básico de Publicaciones Periódicas Científicas y Tecnológicas –en la categoría Ciencias Sociales y Humanidades– la serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]. Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. En diciembre 2013 fue renovada la permanencia en el Núcleo Básico, que se evalúa de manera ininterrumpida desde el 2005. La publicación en sus versiones impresa y en línea han obtenido el Nivel 1 (36 puntos sobre 36).



La publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] (ISSN 1668-0227) está incluida en el Directorio y Catálogo de Latindex.



La publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] (ISSN 1668-0227) pertenece a la colección de revistas científicas de SciELO.



La publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] (ISSN 1668-0227) forma parte de la plataforma de recursos y servicios documentales Dialnet.



La publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] (ISSN 1668-0227) se encuentra indexada por EBSCO.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Prohibida la reproducción total o parcial de imágenes y textos. El contenido de los artículos es de absoluta responsabilidad de los autores.

Cuaderno 88

Año 21
Número 88
2019/2020

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]

Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Laura Colabella y Patricia Vargas: Prólogo. Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu | **Juan Dukuen:** Un arte de inventar: el habitus en la lectura bourdiana de Panofsky | **Victoria Gessaghi y Alicia Méndez:** La Nobleza de Estado, algunas reflexiones a partir del trabajo de campo con elites educativas en la Argentina | **Laura Colabella y Patricia Vargas:** Bourdieu en el conurbano: un viaje de ida y vuelta (...) | **Lorena N. Schiava D'Albano:** “Solo hay un camino entre la persona que eres y la que quieres ser” (...) | **Alicia B. Gutiérrez y Héctor O. Mansilla:** La dialéctica entre lo objetivo y lo vivido: el análisis de la desigualdad social en Córdoba, Argentina | **María Florencia Blanco Esmoris:** ¿La indeterminación del orden binario? (...) | **Paula Miguel:** El “diseño” como valor y la conformación de un universo de creencia | **María Eugenia Correa:** La lucha por la legitimidad (...) | **Bárbara Guerschman:** Aprender a verse como una marca (...) | **Gabriela C. Alatsis:** El rol de los intermediarios culturales en la producción de la “creencia colectiva”: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes | **María Eugenia Correa y Matías J. Romani:** El lujo tecnológico (...) | **Victoria Irisarri y Nicolás Viotti:** ¿Más allá de la distinción? (...)

CAS
Centro de Antropología Social

ides

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo. Buenos Aires.

UP
Universidad
de Palermo

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos], es una línea de publicación bimestral del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Los Cuadernos reúnen papers e informes de investigación sobre tendencias de la práctica profesional, problemáticas de los medios de comunicación, nuevas tecnologías y enfoques epistemológicos de los campos del Diseño y la Comunicación. Los ensayos son aprobados en el proceso de referato realizado por el Comité de Arbitraje de la publicación.

Los estudios publicados están centrados en líneas de investigación que orientan las acciones del Centro de Estudios: 1. Empresas y marcas. 2. Medios y estrategias de comunicación. 3. Nuevas tecnologías. 4. Nuevos profesionales. 5. Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes. 6. Pedagogía del diseño y las comunicaciones. 7. Historia y tendencias.

El Centro de Estudios en Diseño y Comunicación recepciona colaboraciones para ser publicadas en los Cuadernos del Centro de Estudios [Ensayos]. Las instrucciones para la presentación de los originales se encuentran disponibles en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/instrucciones.php

Las publicaciones académicas de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo actualizan sus contenidos en forma permanente, adecuándose a las modificaciones presentadas por las normas básicas de estilo de la American Psychological Association - APA.

Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo. Buenos Aires.
2019/2020.

Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Prólogo. Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Laura Colabella y Patricia Vargas.....pp. 11-16

Un arte de inventar: el habitus en la lectura bourdiana de Panofsky

Juan Dukuen.....pp. 17-34

La Nobleza de Estado, algunas reflexiones a partir del trabajo de campo con elites educativas en la Argentina

Victoria Gessaghi y Alicia Méndez.....pp. 35-49

Bourdieu en el conurbano: un viaje de ida y vuelta. Alteridad y trabajo de campo antropológico en la UNAJ y la UNPAZ

Laura Colabella y Patricia Vargas.....pp. 51-71

“Solo hay un camino entre la persona que eres y la que quieres ser”.

Análisis de un curso de imagen bajo la óptica de *El baile de los solteros*

Lorena N. Schiava D’Albano.....pp. 73-86

La dialéctica entre lo objetivo y lo vivido: el análisis de la desigualdad social en Córdoba, Argentina.

Alicia B. Gutiérrez y Héctor O. Mansilla.....pp. 87-109

¿La indeterminación del orden binario? Notas descriptivas para pensar “La casa o el mundo dado vuelta” de Pierre Bourdieu en una etnografía contemporánea

María Florencia Blanco Esmoris.....pp. 111-127

El “diseño” como valor y la conformación de un universo de creencia Paula Miguel.....	pp. 129-142
La lucha por la legitimidad. Estudio del campo profesional del Diseño Industrial a la luz de la teoría de Pierre Bourdieu María Eugenia Correa.....	pp. 143-158
Aprender a verse como una marca. El cálculo, tiempo y <i>ethos</i> en Argelia 60 Bárbara Guerschman.....	pp. 159-175
El rol de los intermediarios culturales en la producción de la “creencia colectiva”: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes Gabriela C. Alatsis.....	pp. 177-192
El lujo tecnológico. Distinción y esnobismo en un contexto de prohibición: el consumo de Apple en Argentina (2015-2018) María Eugenia Correa y Matías J. Romani.....	pp. 193-205
¿Más allá de la distinción? La reproducción de diferencias sociales y los regímenes de objetos-personas Victoria Irisarri y Nicolás Viotti.....	pp. 207-223
Publicaciones del CEDyC.....	pp. 225-254
Síntesis de las instrucciones para autores.....	p. 255

Prólogo. Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Laura Colabella * y Patricia Vargas **

Resumen: Este Dossier homenajea al sociólogo francés Pierre Bourdieu, uno de los autores más citados en las ciencias sociales, a través de artículos de investigadores argentinos que retoman libros o conceptos específicos del autor-tributo para repensar sus propios temas de investigación. Específicamente propusimos a cada participante recuperar los aportes bourdeanos desde una óptica conceptual y metodológica, con especial énfasis en el trabajo de campo y el proceso de reflexividad. Para ello, convocamos a quienes, apoyados en investigaciones empíricas y/o etnográficas, den cuenta de la contribución de Bourdieu en sus procesos de producción de conocimiento social, en particular en los campos del diseño, la educación y las clases sociales.

Palabras claves: Bourdieu - Diseño - Clases Sociales - Educación.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 15-16]

(*) Laura Colabella es Dra en Antropología Social (MN-UFRJ), Profesora Asociada Regular por la UNAJ y Profesora de la Maestría en Sociología y Ciencias Políticas de FLACSO - Argentina. Correo: mlauracol@yahoo.com.ar

(**) Patricia Vargas es Dra. en Antropología Social, investigadora del Centro de Antropología Social del IDES y docente titular de antropología en el programa UBA XXI, adjunta de antropología social y cultural en la UNPAZ y titular de antropología y problemas socio-culturales en la Universidad de Belgrano. Dicta cursos de métodos y trabajo de campo en programas de posgrado de Argentina y Chile. Correo: patriciabeatrizvargas@gmail.com

En el presente Dossier nos proponemos homenajear al sociólogo francés Pierre Bourdieu, sin duda uno de los autores más citados en las ciencias sociales por investigadores de campos de estudios muy diversos como la educación, la cultura, la economía, el consumo, las clases sociales y la política.

Nacido en 1930 en Deguin, un pueblo del Bearn, cuenta Enrique Martín Criado en el prólogo a “Sociología de Argelia”, que era nieto de aparcero e hijo de un empleado de correos. En “Autoanálisis de un sociólogo” se describe a sí mismo como un “tránsfuga” entre cam-

pesinos, es decir, como alguien que traiciona su origen de clase a partir de su éxito escolar. Esta circunstancia es la que le permite ingresar a la Escuela Normal Superior, institución de elite intelectual donde comienza a estudiar filosofía en 1951. Ya filósofo desembarca en Argelia como soldado en 1956, pasándose con armas y bagajes a las ciencias sociales. A partir del material que recoge en esa experiencia es que empieza a trabajar en lo que será la “Sociología de Argelia”. De regreso a Francia, en 1960, comienza a tomar cursos con Levi-Strauss, a aprender bereber y a hacer trabajo de campo en su Bearn natal. Estas experiencias nos permiten hablar de un Bourdieu etnógrafo por lo cual invitamos a diversos investigadores del país a presentar trabajos que discutan algunos conceptos centrales del autor, como habitus, campo, capital material y simbólico, estrategias matrimoniales, clase social y distinción y la construcción social del gusto, entre otros.

Específicamente propusimos a cada participante señalar el aporte de Bourdieu, a partir de un libro o concepto específico, para repensar sus propios temas de investigación, desde una óptica conceptual y metodológica, con especial énfasis en el trabajo de campo y el proceso de reflexividad. Para ello, convocamos a quienes, apoyados en investigaciones empíricas y/o etnográficas, den cuenta de la contribución de nuestro autor- tributo respecto de su proceso de producción de conocimiento social.

Este Dossier tuvo como antecedente las VIII Jornadas de Etnografía y Métodos Cualitativos realizadas en agosto de 2016 y organizadas por el Centro de Antropología Social del Instituto de Desarrollo Económico y Social (CAS-IDES) dirigido por Rosana Guber. En dicho evento, Laura Colabella y Patricia Vargas coordinaron el tradicional simposio que en el marco de las jornadas tributa a autores considerados clásicos de las Ciencias Sociales. En esa oportunidad, el homenaje se concentró en la figura de “El Bourdieu etnógrafo”.

Una segunda instancia de discusión de los trabajos que forman parte del Dossier, tuvo lugar en julio del 2018 en el marco del Noveno Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño llevado adelante en la Universidad de Palermo.

Retomando los intercambios construidos en ambos espacios académicos, hoy celebramos la presentación de esta producción colectiva, que se inscribe en la línea de investigación “Etnografía, Cultural Material y Educación. Aportes desde las perspectivas de Pierre Bourdieu y Annette Weiner”, desarrollada en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

El texto que inaugura este dossier corresponde a **Juan Dukuen**. En la primera parte, el autor, nos presenta un recorrido arqueológico por la categoría “habitus” en los estudios sobre Sociología de la Cultura de los años 60, apuntando a mostrar que dicho término lejos de ser un aparato teórico sin historia producido en bloque por generación espontánea –como solían señalar sus detractores calificándolo como un autor “determinista”– es más bien una herramienta teórico-metodológica para criticar, reelaborar e investigar empíricamente. Su contribución concluye con la aplicación del término a una investigación empírica acerca de los vínculos de los jóvenes con la política en colegios para “clases altas y elites” de Buenos Aires y área metropolitana. Su trabajo de campo se localiza en una escuela privada bilingüe de tradición británica situada en un barrio de clases altas de la Ciudad de Buenos Aires. De esa manera, Dukuen devuelve a la categoría su valor de uso no dogmático.

El segundo, artículo pertenece a **Victoria Gessaghi** y **Alicia Méndez**, quienes a partir del libro “La Nobleza de Estado” de Pierre Bourdieu, analizan cómo opera el “efecto dignidad”

otorgado por títulos en dos colegios secundarios. El primero de ellos de gestión privada y destinado a la “clase alta”. El segundo, estatal y universitario: el Colegio Nacional de Buenos Aires; donde un sistema estricto de ingreso en base a un reclutamiento heterogéneo daba un cierto margen para que accedan individuos de zonas desfavorecidas. El trabajo resulta en una contribución novedosa para releer un texto que pertenece a la producción de la fase final de Bourdieu, desde la mirada de otro sociólogo francés, Bernard Lahire, y desde los aportes de la evidencia empírica de cada una de las investigadoras.

El tercer artículo es autoría de las coordinadoras, **Laura Colabella y Patricia Vargas**. Quienes desde la lectura del sociólogo francés Loïc Wacquant de la experiencia de proximidad y distancia en sendos trabajos de campo de Pierre Bourdieu en Argelia y su Bearn natal, muestran cómo estudiantes de las Universidades Nacionales Arturo Jauretche y José C. Paz, localizadas en los Municipios de Florencio Varela y José C. Paz, construyen la alteridad al ser compelidos a hacer trabajo de campo en espacios distantes de sus hogares. El artículo se detiene en las condiciones y los modos en que los estudiantes hacen trabajo de campo y redactan sus etnografías. Revelando que “hacer trabajo de campo”, más que delimitar un área geográfica, supone para ellos, desplegar una red de relaciones que articula la universidad con sus barrios y con espacios y grupos localizados en la Ciudad de Buenos Aires y el interior del país.

El cuarto artículo, corresponde a la contribución de **Lorena Schiava D’Albano**, quien recupera el libro “El baile de los solteros”. En ese trabajo, los conceptos de “habitus” y “Hexis corporal” cobran protagonismo, al ser mostrados en el modo en que algunos campesinos del Bearn que van al baile, quedan fuera de la pista, aislados, observando al resto bailar. Su explicación pone el foco en el cuerpo, peso, talla, volumen y al modo en que interiorizaban técnicas corporales que daban lugar a que algunos fueran percibidos con “aspecto campesino” y perdieran atractivo para las mujeres de la región. Esta explicación inspira a la autora para mostrar cómo en un curso de Asesoría de Imagen, en el barrio de Recoleta, al que ella misma asistió en calidad de alumna para iniciar su investigación empírica, la noción de cuerpo va cediendo paso a la noción de persona.

En quinto lugar, **Alicia Gutiérrez y Héctor O. Mansilla** con base en la teoría de la práctica bourdesiana, en tanto superación del sentido objetivo y el sentido vivido, muestran aspectos de la “cocina de la investigación” de un estudio que llevan adelante desde hace varios años, acerca de la reproducción social en un barrio de la ciudad de Córdoba. Su minucioso análisis de los sentidos vividos por los sujetos en el barrio analizado es un puente más que interesante para llegar a los esquemas de acción y percepción que éstos ponen en juego en sus prácticas cotidianas.

En sexto lugar, **Florencia Blanco Esmoris** a partir del análisis de la lógica binaria implícita en el análisis espacial de la casa Kabila de Pierre Bourdieu, se propone mostrar el uso del espacio por parte de una familia de “clase media”, que habita en una casa reciclada en varias etapas y ubicada en una localidad de la zona oeste del Gran Buenos Aires. El texto, que se detiene en descripciones minuciosas acerca de la apropiación estacional y diaria de ciertos espacios de la casa –“arriba y abajo” y “adentro y afuera”– por parte de los miembros de la “familia de Gloria”; da cuenta también de las lógicas implícitas en esa apropiación. Las cuales deben ser frecuentemente renovadas porque la casa, al decir de la autora, está en constante devenir o, según sus habitantes “no lo van a terminar más”.

Posteriormente, el lector se encontrará con cuatro textos que, inspirados en el Bourdieu que analiza la producción cultural, nos proponen mirar de cerca la experiencia del diseño en Buenos Aires durante los últimos 20 años.

En esta línea de trabajo, **Paula Miguel** presenta un recorrido en torno al proceso colectivo de producción (y posicionamiento público) del diseño de indumentaria (y su valor) en la escena local, con énfasis en sus inicios en el año 2000. A partir del análisis de diversos procesos confluyentes –profesionalización e institucionalidad académica; acción colectiva de diseñadores que se consolidan en el campo en términos de productores de “diseño de autor”; visibilización pública de los productos de diseño, de los circuitos de comercialización y de los eventos específicos de exposición (tales como el BAF Week), y el papel destacado que cumple la prensa escrita en dicho proceso–, Miguel se propone mostrar –retomando conceptos centrales de Bourdieu– cómo juega el capital simbólico, al interior del diseño como campo. Su perspectiva multidimensional apunta a comprender cómo “hacerse un nombre” en el mundo del diseño se convierte en “capital de consagración”, y, aunque aparentemente pareciera un trabajo individual (“diseño de autor”) depende del conjunto de prácticas que se dan entre productores, consumidores y múltiples mediadores entre ambos.

Por su parte, **María Eugenia Correa** muestra un derrotero análogo, pero respecto del diseño industrial. Centrándose en las trayectorias de miembros de las primeras camadas de diseñadores industriales egresados de la Universidad de Buenos Aires (a partir de los años noventa), deja al descubierto cómo la “autogestión” y la inserción laboral, es un claro indicador de la debilidad estructural en la oferta de puestos de trabajo vinculados con la incumbencia profesional por excelencia de la disciplina –el diseño de productos para el sector industrial–. Esta capacidad de producir acciones no previstas por los ideales tradicionales del diseño industrial y otorgarle legitimidad al interior del campo, son interpretadas por la autora, a partir de la dimensión inventiva del habitus que les permite a los diseñadores industriales co-producir una *illusio* novedosa por la que vale la pena jugar dicho juego social.

Posteriormente dos autoras retratan el devenir del mundo del diseño en la última década: **Bárbara Guerschman**, analizando los modos de producción y comercialización que se organizan a través de las colecciones estacionales entre los diseñadores de la Ciudad de Buenos Aires (Palermo) y **Gabriela Alatsis**, analizando los procesos de consolidación reciente de los diseñadores en la zona sur del Gran Buenos Aires (Quilmes). Guerschman, a partir de las reflexiones bourdeanas en torno a los campesinos argelinos y los cambios en la concepción temporal a que se ven compelidos por su ingreso abrupto al capitalismo, producto del proceso colonizador y sus consecuencias, inspira sus reflexiones en torno a la profesionalización de los diseñadores cuando se transforman en una “marca de diseño”. Alatsis, por su parte, se concentra en el papel central que jugó el programa Diseños Al Sur (DAS) como política pública implementada para jerarquizar y consolidar el diseño en el Municipio de Quilmes (vigente entre el 2008 y el 2015). Valiéndose de los análisis de Bourdieu respecto del papel de los intermediarios culturales, la autora muestra detalladamente el proceso por el cual las coordinadoras del DAS coadyuvaron a la instalación y posicionamiento de un polo de diseño en un espacio social que no contaba con experiencia previa al respecto. Justamente los esfuerzos del programa se orientaron a impulsar la comerciali-

zación de productos de diseño a la vez que producir un sistema de creencias que otorgase valor (simbólico y económico) y legitimidad social a dichas producciones.

Por último, dos trabajos recuperan a la par que discuten las ideas bourdieanas vertidas en “La Distinción”. **María Eugenia Correa** y **Matías Romani** analizan los significados sociales que adquiere consumir tecnología de Apple en Argentina durante el período 2015-2018, en el marco de un contexto de circulación restringida de dichos bienes. La tensión entre el carácter restringido de su circulación en nuestro país a la vez que la producción masiva y global de este tipo de producto cultural ponen en jaque la idea lineal del consumo distintivo asociado a la clase social, agregándole matices y especificidad al análisis que nos proponen estos autores. Cierran el Dossier, **Victoria Irisarri** y **Nicolás Viotti**, quienes proponen una relectura de Bourdieu a partir del análisis de prácticas específicas (estético-musicales tales como la cumbia electrónica y religioso-espirituales tales como la meditación) ilustrativas de lo que ellos denominan un modo de vida vanguardista, cosmopolita e innovador de un sector de las clases medias urbanas de Buenos Aires. Contrario a interpretar que la participación en estos circuitos podría significar exclusivamente marcas de distinción, los autores muestran exhaustivamente cómo expresan formas de adhesión relacionadas con las biografías y vinculación “transversal y fragmentada”, que debe ser comprendida (y aprehendida) contextualmente.

Bibliografía:

- Criado, M. (2006). “Introducción” en Bourdieu, P. *Sociología de Argelia y tres estudios de etnología Cabilia*, Madrid, CIS.
- Bourdieu, P. (2004). *Autoanálisis de un sociólogo*. Madrid, Anagrama.

Abstract: This Dossier pays homage to the French sociologist Pierre Bourdieu, one of the most cited authors in the social sciences, through articles by Argentine researchers who take up books or specific concepts of the author-tribute to rethink their own research topics. Specifically, we proposed each participant to recover the contributions from a conceptual and methodological perspective, with special emphasis on field work and the process of reflexivity. To do this, we call on those who, supported by empirical and / or ethnographic research, to give an account of Bourdieu’s contribution in his processes of social knowledge production, particularly in the fields of design, education and social classes.

Keywords: Bourdieu - Design - Social Classes - Education.

Resumo: Este Dossiê é uma homenagem ao sociólogo francês Pierre Bourdieu, um dos autores mais citados nas ciências sociais, através de artigos de pesquisadores argentinos que adotam livros ou conceitos específicos do autor-tributo para repensar seus próprios tópicos de pesquisa. Especificamente, propusemos a cada participante recuperar as con-

tribuições de uma perspectiva conceitual e metodológica, com ênfase especial no trabalho de campo e no processo de reflexividade. Para tanto, convocamos aqueles que, apoiados em pesquisas empíricas e / ou etnográficas, dão conta da contribuição de Bourdieu em seus processos de produção de conhecimento social, particularmente nas áreas de design, educação e classes sociais.

Palavras chave: Bourdieu - Design - Classes Sociais - Educação.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

Un arte de inventar: el habitus en la lectura bourdiana de Panofsky

Juan Dukuen *

Resumen: En este trabajo analizamos el efecto que la lectura realizada por Bourdieu de la obra de Panofsky tuvo sobre la génesis de su noción de *habitus*. Comenzamos revisando la primera definición de *habitus* en la introducción de Bourdieu a *Un arte medio* (1965). Luego nos detenemos en su *Postfacio a Arquitectura gótica y pensamiento escolástico* de Panofsky (1967) y en textos contemporáneos en los cuales *habitus* es comprendido como un “arte de inventar”, permitiendo establecer una vía alternativa a las lecturas “deterministas” de concepto. Finalizamos mostrando el valor de un uso no dogmático de la noción de *habitus* para la investigación empírica.

Palabras claves: Habitus - Bourdieu - Panofsky - arte de inventar - sociología de la cultura.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 34]

(*) Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Investigador del CONICET, docente de la Facultad de Cs. Sociales (UBA). Miembro del Programa de Subjetividades políticas juveniles (CIS-CONICET/IDES) Dir: Dra. M. Kriger y del Proyecto UE 22920160100005CO-CIS-CONICET/IDES-Argentina Dir: Dr. S. Visacovsky. Correo: juandukuen@gmail.com

Introducción¹

En las últimas décadas diversos estudios se han ocupado de los matices que hacen a la génesis de la noción bourdiana de *habitus* (para Europa y norteamérica: Herán, 1987; Hong, 1999; Lane, 2000; Martín Criado, 2013; Grange, 2011. Para Argentina: Gutiérrez, 1994; Baranger 2012, Martínez, 2007; Dukuen, 2013, 2018b). Sin embargo –como señalamos en otro lado (Dukuen, 2015b)– por fuera de la circulación de estos estudios entre “especialistas”, la manualización del concepto de *habitus* –i.e. su estandarización y desanclaje empírico– y la primacía en los cursos de grado de los textos “más accesibles” de Bourdieu –mayormente conferencias y entrevistas– (cf. Baranger, 2010²), han contribuido a depurar las tensiones que hacen a su riqueza heurística. Presentando la noción de *habitus* como si fuera parte de un aparato teórico sin historia, producido en bloque por generación

espontánea y aplicándole emblemas de estigmatización sociológica como el de “determinista” (cf. Alexander, 1995; 2000) la manualización deviene un obstáculo epistemológico “escolar”: ella conduce a que las nociones se estandaricen y se repitan como frases de *sentido común académico* (al estilo de “los *habitus* son sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes...”³) cuando su valor reside en ser herramientas teórico-metodológicas para criticar, reelaborar e investigar empíricamente y no para repetir como un dogma.

En vías de contribuir a una lectura productiva de la génesis de la noción de *habitus*, de sus tensiones y riquezas, tras haber analizado sus usos en los trabajos antropológicos de Bourdieu entre 1958 y 1964 en debate con la crítica de Lahire ([1998] 2004; cf. Dukuen, 2013, 2015b, 2018b), en este escrito me refiero a los estudios sobre sociología de la cultura de la década de 1960 (cf. Gutiérrez, 2010, Grenfell y Hardy, 2007) para describir el efecto que la lectura bourdiana de Panofsky tuvo sobre el desarrollo de la noción. Para ello reviso la introducción a *Un arte medio* (1965), donde cobra espesor la primera definición sistemática del *habitus*. Luego me detengo en el *Postfacio* escrito por Bourdieu a *Arquitectura gótica y pensamiento escolástico* de Erwin Panofsky (1967) y en textos contemporáneos donde la noción de *habitus* es comprendida como un “arte de inventar”, permitiendo establecer una vía alternativa a las lecturas “deterministas” de concepto (en especial Alexander, 1995; 2000). Finalizo mostrando el valor de un uso no dogmático del concepto de *habitus* en investigaciones empíricas propias.

Una sociología de la cultura y la educación

Pierre Bourdieu (1930) realizó la carrera de Filosofía en la *École Normale Supérieure* (ENS) gracias a una serie de becas y se graduó en 1954. Al año siguiente fue enviado a Argelia –en plena guerra de independencia– para realizar su servicio militar como castigo tras una fuerte discusión con militares que querían convertirlo a la “Argelia francesa”. En 1958 ingresa como docente en la Universidad de Argel, comienza sus investigaciones de campo en Argelia y en su pueblo natal en el béarn francés, que marcan su pasaje de la filosofía a la etnología, utilizando por primera vez las nociones disposiciones de *ethos*, *hexis* y *habitus*. Con el retorno de Bourdieu a Francia en 1960 sus investigaciones se desplazan hacia la sociología de la cultura y la educación, permitiéndole desarrollar una “antropología general” de las propiedades específicas de las sociedades contemporáneas (Bourdieu y Wacquant, 1992, p. 128) desde una perspectiva no sesgada por las miradas disciplinares. El uso de nociones disposicionales en sus trabajos “antropológicos” previos le brindan herramientas analíticas que, con los ajustes teórico-metodológicos pertinentes a su utilización en otras condiciones sociales, serán reelaboradas en los estudios sobre cultura y educación, en los que desarrollará una *teoría de la violencia simbólica* (1970) y una *sociología de los campos* (1966, 1971).

En el marco del *Centro de Sociología Europea* (creado en 1961) bajo la dirección de Raymond Aron, Bourdieu acuerda con Jean-Claude Passeron iniciar una serie de investigaciones sociológicas sobre el sistema educativo francés, hoy clásicas: *Los herederos*, de 1964 y *La reproducción*, de 1970. Estos trabajos se retroalimentan con los estudios sobre sociología

de la cultura que realizarán en el *Centro*. En 1962, Aron designa a Bourdieu para coordinar un proyecto de investigación sobre “la fotografía” encargado por Kodak-Pathé. Bourdieu ha sostenido –en la senda de Wright Mills– su oposición a tomar como objeto de estudio demandas preconstruidas, sea por la burocracia de Estado, sea por las empresas. Con esa impronta junto a su equipo de investigación construye un verdadero objeto de investigación para dar cuenta del fundamento social de las variaciones en el uso de la fotografía entre las clases sociales francesas. Como resultado, en 1965 publica *Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*, en el cual realizará una primera sistematización de la teoría del *habitus*.

Al año siguiente (1966), Bourdieu y el estadístico Alain Darbel dan a la imprenta *El amor al arte*, donde a partir de un modelo matemático de análisis de datos examinan la frecuentación de los museos según las clases sociales. El objetivo de ambos trabajos parece ser mostrar contra el psicologismo, el determinismo tecnológico y la semiología, de que manera dos prácticas culturales diferentes que no presentan barreras económicas fuertes (la fotografía y la visita a los museos), expresan bajo las formas de diferentes “juicios estéticos”, relaciones *desiguales y distintivas* con la cultura fundamentadas en diferentes *ethos-habitus* de clase. En ambos libros acudimos al nacimiento de la *teoría de la legitimidad cultural*, y de la discusión sobre la existencia o no de una “estética popular” frente a una estética culta, en el marco de una “antropologización” de reflexiones filosóficas relativas al juicio estético en la *tercera crítica* de Kant (cf. Martínez, 2007).

En estos trabajos se observa el interés de Bourdieu por las obras de investigadores que escapan al positivismo sin caer en un idealismo banal, como Ernest Cassirer, Raymond Williams y Erwin Panofsky. En ese camino, en las últimas páginas de un artículo clave de 1966, “Campo intelectual y proyecto creador” –donde presenta un esbozo de la teoría de los campos desarrollada posteriormente (1971)–, propone un acercamiento a la noción de *habitus* fundada en una interpretación de *Arquitectura gótica y pensamiento escolástico* del historiador del arte Erwin Panofsky. Como director de la colección *Le sens commun* de Minuit, en 1967, Bourdieu publica la traducción y escribe el *Postfacio* a ese libro. En ese *Postfacio* aprovecha el uso circunstancial que Panofsky hace de la noción para desarrollar su *propia teoría del habitus*.

Contra lecturas antigenéticas, cabe aclarar que durante la década de 1960 Bourdieu se encuentra rastreando y reelaborando nociones disposicionales (*ethos, hexis, habitus*) que permitan *explicar y comprender* las prácticas sociales. Esta búsqueda está plagada de preguntas más que de respuestas y por lo tanto no carece de tensiones y dudas, que suelen disolverse en las presentaciones esquemáticas. Por el contrario, una lectura genética permite recuperar esas tensiones contribuyendo a destacar su potencia heurística.

Un arte medio: Una primera sistematización de la noción de *habitus*

El trabajo colectivo titulado *Un arte medio* (1965) presenta dos partes: la primera, es precedida de una introducción y continuada por dos capítulos escritos por Bourdieu donde se pregunta por el fundamento social de los usos de la fotografía según las clases sociales, introduce la noción de *habitus*, y explica la relación de distinción interclases que opera a

partir de determinadas “estéticas”. La segunda parte se compone de cinco capítulos realizados por D. Schnapper, R. Castel, L. Boltanski, G. Lagneau y J-C Chamboredon (en algunos casos en colaboración) centrados en usos particulares de la fotografía (fotógrafos de un club, periodísticos, publicitarios). El libro finaliza con unas Conclusiones de corte psicoanalítico escritas por Robert Castel.

Al leer la primera parte de *Un arte medio* se observa el debate de Bourdieu con la semiología. Por eso en su investigación privilegia el *modus operandi* frente al análisis interno (*opus operatum*) dando cuenta del sustrato simbólico de la dominación más allá de la dimensión económica. Las diferentes relaciones con la fotografía entre las clases radican en el *habitus de clase*: interiorización de una condición y posición de clase económico-cultural, con sus límites y sus posibilidades “razonables” (Bourdieu, 1965, p. 36) que operan como *condiciones de posibilidad y de imposibilidad* de las prácticas, y en este caso, de las prácticas “estéticas”. Bourdieu (1965, p. 55) señala que si bien la posesión de una máquina y la calidad de la misma varía a medida que subimos en la jerarquía económica de las clases, eso no explica el pasaje de un uso tradicional de la fotografía—cuya función *durkheimiana* es la integración social del grupo— a uno con “intención estética”: la negación del uso tradicional a favor de la pretensión estética no aparece mayormente en las clases altas, cuyo *habitus* los inclina al gusto por la cultura legítima (la pintura, por ejemplo), sino con excepciones en los obreros, y mayormente en las clases medias en ascenso como un sustituto de “las prácticas consagradas que les resultan inaccesibles” (106).

En ese sentido, tras haber utilizado el concepto aristotélico-tomista de *habitus*—y las nociones conexas de *ethos* y *hexis*— en sus trabajos antropológicos previos, Bourdieu presenta una primera definición en la Introducción de *Un arte Medio*. Allí la noción de *habitus* adviene a partir de una declaración epistemológica a favor de una sociología empírica teóricamente fundada que supere las oposiciones de la filosofía contemporánea. Para Bourdieu (1965, p. 22) las ciencias del hombre deben abandonar a la filosofía la “alternativa ficticia” entre “un subjetivismo obstinado en buscar el lugar del surgimiento puro de una acción creativa irreductible a los determinismos estructurales y un panestructuralismo objetivista que pretende engendrar las estructuras a partir de las estructuras por una suerte de partenogénesis teórica”. Tras rechazar el subjetivismo (Sartre), apunta especialmente al estructuralismo (Lévi-Strauss y Althusser): frente al “realismo de la estructura” que “hipostasia los sistemas de relaciones objetivas en totalidades ya constituidas por fuera de la historia del individuo y la historia del grupo” olvidando vincular las relaciones de los agentes con las relaciones objetivas, hace falta recordar que “las relaciones objetivas no existen y no se realizan más que en y por ese producto de la interiorización de las condiciones objetivas que es el *sistema de disposiciones*” (p. 22). Entonces, para superar ambas posiciones, Bourdieu introduce la noción de *habitus*:

Entre el sistema de regularidades objetivas y el sistema de conductas directamente observables, se interpone siempre una mediación que no es otra cosa que el *habitus*, lugar geométrico de los determinismos y de una determinación, de las probabilidades calculables y de las esperanzas vividas, del porvenir objetivo y del proyecto subjetivo. Así, el *habitus* de clase, entendido como sistema de disposiciones orgánicas y mentales y de esquemas inconscientes de pensamien-

to, percepción y acción, es lo que hace que los agentes puedan engendrar [...] todos los pensamientos, las percepciones y las acciones conformes a las regularidades objetivas, porque el mismo ha sido engendrado en y por las condiciones objetivamente definidas por esas regularidades (Bourdieu, 1965, p. 22-23).

Martínez (2007, p. 91) señala que esta definición inicial de *habitus* se muestra un tanto mecánica y sobredeterminada, tal vez por la necesidad de hacer operativo el concepto en el análisis estadístico. Además la necesidad de darle carácter científico al concepto llevó a Bourdieu a caer aquí en una suerte de dualismo de lo orgánico y lo mental, que no perseverará en sus textos posteriores. Cabe destacar que el *habitus* se compone tanto de *disposiciones* como de *esquemas* (*schèmes*)⁴ y que al referirse a una sociedad capitalista -no ya las sociedades “tradicionales” de Argelia o el Béarn- debe ser analizado como *habitus de clase*, porque como se describe en *Un arte medio*, las condiciones sociales de existencia dan lugar a *ethos* diferentes y por lo tanto a prácticas culturales *distintivas*.

Este primer acercamiento a la noción de *habitus* permite retomar la crítica “ideal típica” de Alexander (1995, cf. 2000) quien categorizando este trabajo de Bourdieu en una fase althusseriana marxista-estructuralista (1963-1972⁵) lo acusa de *determinista y reduccionista*, utilizando “algunas de las etiquetas más potentes en el léxico peyorativo del polemista filosófico y sociológico” (Potter, 2000, p. 229). Para Alexander, mediante la noción de *habitus* se reduce a los agentes a una *determinación* de clase. El problema reside en que lo que entiende por “determinación” es totalmente diferente a lo que entiende Bourdieu, y que en última instancia, como afirma Potter (p. 239) Alexander no “pesca” el enfoque de Bourdieu: “He just doesn’t get it!”. Claramente para Alexander “determinación” indica una relación lineal entre causa y efecto, y en este caso, una reducción de los agentes y sus prácticas a la determinación de clase, por el *habitus*. Por el contrario, si se lee a Bourdieu con atención, yendo más allá de los múltiples comentarios en los que se defiende de ser acusado como determinista (cf. Bourdieu, 1987; y Wacquant 1992, p. 91-115) se verá que al usar esa noción se inspira en el *Principio de razón suficiente* de Leibniz, que conocía muy bien ya que su tesis en Filosofía fue sobre las *Animadversiones*. Años más tarde, en una clase de 1988, para tratar de explicar ese *principio*, Bourdieu señala que:

En la actuación de los agentes, hay una razón (en el sentido en que se habla de razón de una serie) que se trata de encontrar; y que permite dar razón, transformar una serie de comportamientos aparentemente incoherente, arbitraria, en serie coherente, en algo que quepa comprender a partir de un principio único o de un conjunto coherente de principios (1994, p. 149-150).

La noción de *habitus* sería uno de esos principios comprensivos de la acción social. En ese sentido, volviendo a esta primera definición de *habitus* en *Un arte medio*, aparecen nociones importantes que vienen a contribuir a la superación de objetivismo y subjetivismo y que serán aclaradas en *Esbozo de una teoría de la práctica* (1972) y en *El sentido práctico* (1980). La noción de *agente* reemplazará de aquí en más a la de *sujeto*, para dar cuenta de su carácter activo, contra el estructuralismo, pero condicionado socialmente, contra las nociones de proyecto y libertad en Sartre. Además aparece la noción de *práctica*, reto-

mada del Marx de las *Tesis sobre Feuerbach*, para señalar justamente su primacía, frente a un marxismo estructural que olvida al “agente”. De hecho, escasamente utilizará *praxis*, para diferenciarse de ese lenguaje marxista. En uno de esos usos excepcionales Bourdieu (1965: 23) hace una aclaración clave: “en tanto que principio de una *praxis estructurada* pero no estructural, el *habitus*, interiorización de la exterioridad, encierra la razón de toda objetivación de la subjetividad”. Esto significa que las prácticas son estructuradas por el *habitus* pero no según un modelo estructural (a la manera de Lévi-Strauss), sino a partir de una coherencia práctica entre ellas y con las regularidades objetivas que, interiorizadas, producirían el *habitus*. Es decir que la variabilidad, modalidad y “límites” de las prácticas y de sus productos-objetivaciones (por ejemplo, el uso funcional o “estético” de la fotografía, o su rechazo) está dada por la *conformidad* (o no) con ciertas condiciones objetivas. También se observa el carácter “inconsciente” de los *esquemas* (*schèmes*) del *habitus* que operan como una condición de posibilidad no elegida de las prácticas: en tanto *prerreflexivos* (Merleau-Ponty, 1945) estos *esquemas* no se hacen presente de forma espontánea a la conciencia tética.

El *habitus* en una lectura de Panofsky

Dos años después de la publicación de *Un arte medio*, Bourdieu traduce y escribe el *Postfacio* al libro *Arquitectura gótica y pensamiento escolástico* (1967) de Panofsky. El libro se compone de dos ensayos: el primero se titula El Abad Suger de Saint-Denis y en él se analiza el vínculo entre las intenciones estéticas y la “personalidad física y social” del iniciador del gótico. En el segundo, de igual título que el libro, se da cuenta de la homología en el *modus operandi* de la arquitectura gótica y la escolástica. El efecto de esta lectura se observa en el *Postfacio*, donde Bourdieu aprovecha el uso circunstancial que Panofsky hace de la noción de *habitus* para fundamentar el desarrollo de su propia teoría, conceptualizando la noción latina como “un arte de inventar”, matizando el carácter cuasi mecánico de la definición en *Un arte medio*.

En un incisivo análisis Martínez (2007) describe el entramado de relaciones existentes entre la analítica desarrollada por Panofsky, la lectura particular que de ella realiza Bourdieu y la noción escolástica de *habitus* de Tomás de Aquino, que opera como punto arquimédico. En *Arquitectura gótica y pensamiento escolástico* Panofsky plantea la analogía entre las *summas* medievales y el estilo gótico de las catedrales, y poniendo el acento en el *modus operandi* que produce esa analogía, da cuenta de los principios que presiden la construcción intelectual de la escolástica: la *manifestatio* y la *conciliación de contrarios* (Martínez, 2007, p. 91-102). El *habitus* escolástico adquirido en las escuelas y universidades durante la producción del estilo gótico (siglo XIII) es el fundamento de los pensamientos y acciones que producen la analogía práctica entre las catedrales góticas y las *summas*. El acierto de Panofsky –para Bourdieu– reside en que su análisis escapa tanto del subjetivismo del genio creador, como del objetivismo positivista, al recurrir a un concepto mediador de tipo disposicional, es decir, al *habitus*, como sociohistóricamente fundado:

...el *habitus* del creador como sistema de esquemas (*schèmes*) orienta de manera constante las elecciones que, por no ser deliberadas, no son menos sistemáticas, que sin ser ordenadas y organizadas expresamente en relación a un fin último no son menos portadoras de una suerte de finalidad que no se revelará más que *post festum* (...) Estas obras humanas que son la bóveda de ojiva, la juntura de la escritura gótica o el arbotante tienen, para emplear el lenguaje de la escolástica, una *intention* ambigua en tanto pueden ser aprehendidas y apreciadas ya sea por su pura función técnica, ya sea por su ‘valor óptico’, lo que supone un ‘interés privilegiado por la forma’. Esta intención objetiva, que no se reduce nunca a la intención del creador, es función de los esquemas (*schèmes*) de pensamiento, de percepción y de acción que el creador debe a su pertenencia a una sociedad, una época y una clase (Bourdieu, 1967, p. 161-162).

La aplicación de los mismos *esquemas* a obras humanas diferentes (arquitectura y sumas) indica la transferibilidad de *esquemas* (*schèmes*) del *habitus*. Bourdieu fundamenta su análisis en Panofsky, quien al emplear “el concepto escolástico de *habitus*” para designar la cultura inculcada por la escuela hace ver que es “un conjunto de esquemas fundamentales, previamente asimilados, a partir de los cuales se engendran, según un arte de la invención análogo al de la escritura musical, una infinidad de esquemas particulares, directamente aplicados a situaciones particulares” (1967, p. 151-152).

Los señalamientos de Bourdieu sobre el *habitus* complejizan lo ya dicho en la *Introducción a Un arte medio*, de tal forma que el concepto cobra centralidad explicativa, pero sin la rigidez (un tanto mecánica) que esa primera definición expresaba. A esto agregará un paralelo con Durkheim y Mauss, a quienes liga con Panofsky vía Kant, estableciendo una homología alrededor de la noción de *esquema de pensamiento*. Siempre contra el etnocentrismo, Bourdieu adelanta su preocupación por vincular los hallazgos de sus estudios de etnología en Argelia con las investigaciones sociológicas en las ciudades francesas. Así señala que:

Los esquemas que organizan el pensamiento de los hombres cultivados en las sociedades dotadas de una institución escolar (...) cumplen sin duda la misma función que los esquemas inconscientes que el etnólogo descubre (...) que esas «formas primitivas de clasificación» para decirlo en el lenguaje de Durkheim y de Mauss (1967, p. 151).

Esta referencia habilita el uso en ambos frentes de nociones como *habitus* o *ethos* y el desarrollo de una “antropología general” de las sociedades contemporáneas (Bourdieu y Wacquant, 1992, p. 128)

Otro punto a destacar del *Postfacio*, refiere a que Bourdieu (1967, p. 152) hace una primera lectura del *habitus* en términos chomskyanos y señala que “podría ser definido, por analogía con la «gramática generativa» de Noam Chomsky, como sistema de esquemas interiorizados que permiten engendrar todos los pensamientos, las percepciones y las acciones características de una cultura y las de ella solamente”. En *El amor al arte* —que se debe leer en paralelo—, cuando se refiere a la percepción de las obras de arte en los museos, la *disposición estética* es considerada una *competencia* artística constituida por la posesión de

un “código artístico” o “cultural” históricamente instituido: un conjunto de *esquemas de percepción-interpretación* que permiten *descifrar* la obra de arte según sus propios principios. Esa *competencia* se define “como el conocimiento previo de los principios de división propiamente artísticos que permiten situar una representación, mediante la clasificación de las indicaciones *estilísticas* que engloba, entre las posibilidades de representación que constituyen el universo artístico” (Bourdieu y Darbel, 1969, p. 73). Se observa entonces que en ese período de producción conceptual, Bourdieu encuentra en las nociones de Chomsky (*competencia, gramática generadora, reglas*) la posibilidad de dar cuenta de la capacidad creativa del *habitus*, y así batallar contra la concepción estructuralista del *habla* como pura *ejecución* de la lengua.

Esto me permite señalar que contra una concepción heroica de la producción de conocimiento, Bourdieu no sale del intelectualismo de un golpe, sino por movimientos lentos de reelaboración conceptual que permiten detectar las tensiones irresueltas. Por eso a partir de la publicación del *Esbozo de una teoría de la práctica* (1972, p. 226-227), indicará los problemas de la analogía con los conceptos chomskyanos, y criticará el lenguaje estructuralista “del código” y “el desciframiento”, que bajo el prejuicio intelectualista, produce una *fictio juris* que pone al modelo teórico de la regla como fundamento de las prácticas (cf. Bourdieu, 1982).

Tras señalar los rasgos de la *disposición estética* parafraseando a Panofsky, en *El amor al arte* Bourdieu (y Darbel, 1969, p. 80; cf. 1967, p.138) da cuenta de los fundamentos de su análisis: el código propiamente artístico es una institución social, un “sistema históricamente constituido” que se opone al código de la vida cotidiana que aplican a las obras de arte los visitantes de los museos procedentes de las clases populares. El “código de la vida cotidiana” clasifica una obra según el universo de los objetos cotidianos aplicando categorías y valores “que organizan su percepción cotidiana y orientan sus juicios prácticos [...] instalándose inmediatamente en su sentido, para hablar como Husserl” (1969, p. 83). Retomando a Panofsky recuerda que “la comprensión de las cualidades «expresivas» y, si se puede decir «fisonómicas» de la obra, no es más que una forma inferior de la experiencia estética” (1969, p. 81; cf. 1967, p. 139). Esto lo lleva de nuevo a Kant para diferenciar el gusto entre las clases sociales: lejos de que la disposición desinteresada, “gratuita”, hacia la cultura legítima fuese universal, es el privilegio de clase de los burgueses cultos, que se presentan a sí mismos bajo la “ideología del don natural” la cual enmascara la desigualdad que fundamenta la relación distinguida con la cultura (1969, p. 73, 90).

Para no permanecer en un esbozo abstracto y sincrónico, Bourdieu introduce una explicación que permite definir en cada época la “legibilidad del arte”, como una aplicación particular de la “ley general de la legibilidad”. Para ello, el primer punto a tener en cuenta es la relación que los “creadores” mantienen con el código de la época precedente. Esta relación de continuidad o rechazo hace posible distinguir:

Períodos clásicos, en que un estilo alcanza su perfección y los creadores explotan [...] las posibilidades proporcionadas por un arte de inventar heredado, y *períodos de ruptura* en que se inventa un nuevo arte de inventar y se engendra una nueva gramática generadora de formas en ruptura con las tradiciones estéticas de una época y de un medio (Bourdieu y Darbel, 1969, p. 77-78).

Bourdieu habla de un “arte de inventar”, que parece inspirado en el *ars inveniendi* de la *Dissertatio de arte combinatoria* de Leibniz (1666)⁶. En el *Postfacio* ese “arte” es ligado al *habitus* (1967, p. 164), lo cual debería ser un llamado de atención frente a críticas como la de Alexander (1995, 2000) que solo pueden leer “determinismo”. En ese sentido, Bourdieu propone un análisis sobre “el desfase (*décalage*) entre el código social y el código exigido por las obras”, involucrando al *habitus* como concepto clave: el desfase tiene la probabilidad de ser más reducido en los *periodos clásicos* que en los *periodos de ruptura*, sobre todo, “*infinitamente* más reducido que en los *periodos de ruptura continua* como aquel en que nos encontramos actualmente” –es decir, en la década del 60'. A continuación aclara que la transformación de los instrumentos de producción artística precede a la de los de percepción artística y que:

Solo puede efectuarse con lentitud porque se trata de desarraigar un tipo de competencia artística (producto de la interiorización de un código social, tan profundamente inscrito en los hábitos [*habitudes*] y las memorias que funciona de un modo inconsciente), para sustituirlo por otro mediante un nuevo proceso de interiorización, necesariamente largo y difícil (Bourdieu y Darbel, 1969, p. 78).

Cabe destacar que este desfase (*décalage*) entre códigos se explica por el carácter *inconsciente* de la *competencia artística*, que *resiste e insiste*, lo cual según Bourdieu, vale para cualquier formación cultural, forma artística, teoría científica o teoría política. “Los *habitus* antiguos pueden sobrevivir durante mucho tiempo a una revolución de los códigos sociales” y de sus condiciones de producción:

La inercia propia de las competencias artísticas (o si se quiere, de los *habitus*) hace que, en los periodos de ruptura, las obras producidas mediante instrumentos de producción artística de nuevo tipo se vean abocadas a ser percibidas, durante un cierto tiempo, a través de los instrumentos de percepción antiguos, aquellos contra los cuales ellas se constituyeron (1969, p. 78).

Esta inercia visible es lo que Bourdieu llamará unos años después *histéresis* de los *habitus* (1972, 1980).

Lo interesante de estos análisis es dilucidar cuál es su sentido en el marco de una teoría que mientras se construye trata de dar cuenta de las *transformaciones*, o sea, de los *periodos de ruptura*. Por eso vale reflexionar sobre lo siguiente: la competencia artística que integra ese *habitus* no compete solamente a la percepción artística, a la *recepción*, sino también a la *producción*. Bourdieu busca explicar el desfase señalando la inercia en los códigos de “recepción”, no atribuyéndola tan tajantemente a los códigos de producción: si no, no se comprende cómo se crean nuevos instrumentos de producción artística. Entiendo que este problema se puede repensar a partir de no atribuir a la *persistencia* de los *habitus* un carácter determinante. El propio Bourdieu lo señala al sugerir que los *habitus* “pueden sobrevivir durante mucho tiempo” a las transformaciones; lo cual no es una afirmación absoluta, ya que su transformación aunque sea lenta y trabajosa, puede efectuarse.

Tomemos entonces al productor artístico: la creación de nuevos instrumentos de producción artística supone comprender el *habitus* como un *arte de inventar*, como una *potencia creadora cuyas disposiciones y esquemas adquiridos socialmente pueden desgastarse, transformarse, así como pueden crearse e incorporarse nuevos* (ampliar en Dukuen, 2013, 2018b). La posibilidad de que eso ocurra depende de la inmersión del agente en nuevas prácticas, producto mayormente de transformaciones en su trayectoria social. El hecho de que el proceso de desarraigo de las disposiciones anteriores y la incorporación de nuevas, sea “lento” e “inconsciente”, como el mismo Bourdieu indica, no implica su imposibilidad. No aceptar la *inercia* incondicional de las disposiciones del *habitus* (como si fuera una totalidad que se autodespliega) es un punto de partida necesario para poder comprenderlo como “arte de inventar”, y construir el objeto de estudio de manera diferente. Las pistas para realizar ese trabajo, las cuales permiten rebatir las lecturas deterministas del concepto de *habitus* (Alexander, 1995, 2000) así como matizar la un tanto “mecánica” definición de 1965, las dio tempranamente Bourdieu en las páginas finales del *Postfacio* (1967, p. 164-167) cuando se pregunta:

Pero la filosofía de la historia del arte que se encuentra implicada en la noción de *habitus* como gramática generadora ¿no se ajusta demasiado bien y, por eso demasiado exclusivamente, a esas épocas en que un estilo alcanza su perfección propia y que explotan hasta cumplirlas y, quizás, agotarlas, las posibilidades provistas por un arte de inventar heredada antes que inventar, hablando con propiedad, un nuevo arte de inventar? (...) Pero, ¿qué pasa en esos periodos de ruptura y de crisis en los que se engendra una nueva gramática generativa?. En presencia de esos innovadores que, como el abad Suger, rompen con las tradiciones estéticas de su tiempo y de su medio, ¿hay que, esta vez, rendirse a la irreductibilidad de la individualidad creadora? (164).

Renunciando a la filosofía subjetivista del genio creador, Bourdieu señala que para dar razón de esta “creación de esquemas creadores”, hay que “tratar el *habitus* singular del creador como principio de unificación y explicación de este conjunto de conductas”. Para ello propone el análisis de las condiciones sociales de formación de un *habitus*, en este caso, a partir del ensayo sobre el Abad Suger, escrito por Panofsky. Esto lo lleva a analizar las tomas de posición estéticas de San Bernardo y de Suger, a partir de rasgos sociológicamente significativos de sus “biografías”:

Por un lado, el asceta en el que el rechazo radical de toda belleza material aparecería más bien, en su exceso mismo, como una ‘estética negativa’ que como una indiferencia ante el arte; por el otro, el esteta que se abandona a un gusto desenfrenado por todo lo que deslumbra. Por una parte, el hijo de familia pobre, consagrado, desde la infancia, a la Iglesia que hace de él todo lo que es; por la otra, un joven noble que se consagra, a finales de su adolescencia, al monasterio que le impone su rigorismo absoluto. (...) No se puede sino poner en relación el gusto por el esplendor y el lujo que Suger osa afirmar contra los refinados de su entorno, con otros rasgos tales como son el gusto por la fre-

cuentación de los grandes o el preciosismo un poco pretencioso de su estilo. Y si, con Panofsky, se añade un nuevo rasgo, la pequeña talla de Suger, se puede ver en una actitud liberada respecto de la “poquedad” física y sobre todo social, el principio generador y unificador de esta personalidad singular y, por ahí, el principio que permite comprender y explicar la forma singular de su acción innovadora (165-166).

Al desarrollar este análisis comparativo, por “cuestiones de método” Bourdieu rechaza las racionalizaciones justificatorias producidas por Suger en sus textos, en especial sus referencias a la “metafísica de la luz” como explicación de su estética. Esto no significa negar el efecto de otras series causales específicas exteriores al *habitus* individual en el nacimiento del gótico: la urbanización, con las grandes concentraciones de mercados, ferias y peregrinaciones, se reforzó la necesidad de iglesias más grandes; además, la posición de Suger en la jerarquía política y eclesiástica y la significación particular de su abadía le conferían legitimidad excepcional. Pero basarse solo en ellas llevaría a establecer equivocadamente “series de dependencia simple” (es decir, una explicación determinista) cuando, por el contrario el valor de la noción de *habitus* reside justamente en expresar el principio unificador de prácticas donde confluyen “series causales independientes” en las que la combinación o el encuentro engendraron ese feliz azar que fue el estilo gótico” (Bourdieu, 1967, p. 167). En la tres décadas siguientes, Bourdieu desarrollará estas primeras intuiciones produciendo una original *sociología de los campos de producción cultural* en la que analizará los casos de Heidegger (Bourdieu, 1975; 1988), Flaubert (1992) y Manet (2013) en sus campos de *inversión (illusio)* –filosófico, literario, artístico, respectivamente– para comprender cómo en determinadas condiciones sociohistóricas estos productores de nuevos principios de visión y división social encabezaron revoluciones simbólicas donde la *potencia creadora* de sus *habitus individuales* encontró las condiciones sociales para su desarrollo. Pero esa ya es otra historia.

Otros usos del habitus en la investigación empírica

En este apartado me propongo dar cuenta de la potencia heurística que conlleva para la investigación empírica comprender la noción de *habitus* como *capacidad creadora* –y no como el engranaje de una reproducción simple.

Para empezar, yendo más allá de los estudios de sociología de la educación y la cultura a los que hice referencia, en sus trabajos tempranos sobre los campesinos y subproletarios en Argelia de la década del 60, Bourdieu y Sayad (1964) muestran como las condiciones sociales contradictorias producto de la colonización, del ingreso de la lógica capitalista y de la guerra de independencia producen *ethos contradictorios y experiencias ambiguas*, fundamentos de comportamientos originales en los más jóvenes, *campesinos descampesinados*, quienes muestran

Habilidad para transgredir las reglas tradicionales, o mejor, para ignorarlas (...). Así a la ‘estupidez’ (*thighyulith*) de los defensores de la tradición, se opone

la inteligencia (*thih'archi*) de la que se jactan los más jóvenes y lo más innovadores y que los *bu-niya* denuncian como malicia diabólica (*thih'archi man chit'an, thachit'anith*) (Bourdieu y Sayad, 1964: 91; ampliar en Dukuen, 2015b, 2018b).

Este análisis antropológico donde se da cuenta de la capacidad “innovadora” de agentes cuyos *ethos* se constituyeron a partir de experiencias contradictorias, fue el puntapié para proponer la noción de *habitus escindidos o desgarrados*. Haciendo referencia a ello y contra los lugares comunes de la crítica, Bourdieu ([1997] 2003: 95) señala en uno de sus últimos libros, *Meditaciones pascalianas*: “en muchas ocasiones evoqué, especialmente a propósito de los subproletarios argelinos, la existencia de *habitus* escindidos, desgarrados, llevando bajo la forma de tensiones y de contradicciones la huella de las condiciones de formación contradictoria de la que son producto”. Esta mirada sobre la noción de *habitus* será puesta en juego en sus investigaciones de los 90’ –en especial en *La miseria del mundo* (1993)– donde aborda el sufrimiento social en el marco de la desestructuración del “estado providencia” por el avance del neoliberalismo en Francia.

Dicho esto me permito ilustrar brevemente la potencia comprensiva de estas herramientas de Bourdieu en investigaciones propias. En la última década desarrollamos junto a Miriam Kriger una serie de indagaciones sobre los vínculos de los jóvenes con la política⁷ en colegios para “clases altas y elites” de Buenos Aires y área metropolitana (ampliar en Kriger & Dukuen, 2012, 2014, 2017 a y b; Dukuen y Kriger, 2016; Dukuen, 2015a, 2018a). En nuestros recientes estudios en una escuela privada bilingüe de tradición británica situada en un barrio de clases altas de la Ciudad de Buenos Aires, analizamos la formación de disposiciones políticas entre las y los estudiantes de 5to año (17 y 18 años), poniendo el acento en su relación con la dimensión familiar (Kriger y Dukuen, 2017b). En el marco de trabajo de campo y entrevistas pudimos observar que las únicas dos becarias de la institución, provenientes de clases medias bajas, contrastaban políticamente con sus compañeras de clases altas, entre otras cosas adscribiendo abiertamente a una identificación “de izquierda”. Este contraste se observaba especialmente en relación a aquellas que hemos llamado las “herederas” cuya socialización y fuerte interés en la política aludía al relevamiento de disposiciones de clases altas encarnadas en el legado de la rama masculina de la familia, que asociaban a la profesión del padre (abogado, juez) y al hecho de que abuelos y/o bisabuelos participaran en acontecimientos importantes de la historia política nacional. Por el contrario, las becarias mostraban una notable lucidez para comprender la política sin que ésta forme parte de una herencia de los padres: poniendo en evidencia la situación de desigualdad en la que están frente a sus compañeros/as de clases altas y por eso mismo el carácter de excepción y de oportunidad que les significa la beca, ellas viven la política como necesidad de justicia frente a la desigualdad social (propia y de los sectores populares). Así mismo, su socialización política no se produce en el hogar o en relación con la profesión de los padres o madres (en sus casos madres “ama de casa” y mucama de hotel alojamiento, padres comerciantes), sino que era resultado de sociabilidad con amigos del barrio y tíos que militan en partidos políticos y las invitaron a participar. Buscando comprender las tomas de posición política de las becarias, el herramental conceptual de Bourdieu nos hizo prestar atención a sus trayectorias de clase, atípicas, que

rompen con la causalidad de lo probable: en su día a día ellas transitan socializaciones no lineales donde circulan agentes y experiencias prácticas de clase social profundamente heterogéneas: hay una fuerte discontinuidad socio-cultural cuando pasan de sus hogares, de sus barrios y de la socialización política que allí transitan, al colegio con sus compañeros de clases altas. En esas experiencias de alteridad se han producido procesos de *contradiestramiento* [*contre-dressage*] de sus disposiciones y esquemas de pensamiento y acción, donde algunas se reelaboraron, se incorporaron nuevas y otras desaparecieron, instituyendo *habitus escindidos* (Bourdieu, [1997] 2003) que les permiten comprender en términos políticos las ambigüedades y contradicciones de sus propias experiencias sociales. Esos *habitus* como *artes de inventar* operan como fundamento de la lucidez crítica sobre el orden social y político que las becarias expresaron en las entrevistas, diferenciándose polémicamente de sus compañeras de clases altas (*herederas*) y del mundo “otro” escolar⁸, pero *también* de su socialización familiar de origen (ampliar en Kriger y Dukuen 2017b). Justamente este trabajo nos llevó a prestar atención a “las contradicciones de la herencia” y en consecuencia a reelaborar categorías de análisis inspiradas en Bourdieu (1993) que permiten establecer tres formas específicas de configuración, las cuales seguimos indagando actualmente: a) Las y los que *heredan*, son quienes reasumen el legado familiar, que al ser aceptado se vuelve herencia (es el caso de las herederas); b) quienes lo *contrarían* rechazan el legado y no aceptan la herencia familiar y c) quienes lo *contrarrestan*, sin negarse a recibir el legado, tampoco lo aceptan de modo directo sino generando alternativas que transforman la trayectoria familiar y de clase. En estas últimas dos categorías se inscriben las “becarias” a las cuales hicimos referencia (ampliar en Kriger y Dukuen a y b, 2018 en prensa). Como se ve, estas investigaciones se ubican muy lejos de un uso dogmático del enfoque bourdiano, el cual no fue producido para ser objeto de actos de fe. En consonancia y sin ser exhaustivos –por cuestiones de espacio– el lector puede encontrar en Argentina otras investigaciones contemporáneas sobre diversos dominios de indagación empírica que apelan a un uso abierto y creativo de las herramientas propuestas por Bourdieu: me refiero –entre otros– a trabajos como los de Rubinich y Miguel (2010) sobre los procesos de producción cultural y simbólica en Buenos Aires, los de Martínez (2013) sobre intelectuales y campos periféricos en Santiago del Estero, los de Gutiérrez (2015) sobre las estrategias de reproducción social en la pobreza urbana en Córdoba y los de Dalle (2016) sobre movilidad social desde las clases populares en Buenos Aires.

Conclusiones

En este trabajo he analizado el efecto que la lectura de las obras de Panofsky tuvo en la reelaboración de la noción de *habitus* por parte de Bourdieu. Desde una perspectiva socio-genética, me ha interesado destacar especialmente cómo la interpretación que propone en el *Postfacio* (1967) y en *El amor al Arte* (1969) sobre los análisis presentes en *Arquitectura gótica y pensamiento escolástico* de Erwin Panofsky (1967), permiten que el *habitus* sea comprendido como “un arte de inventar” (siendo ejemplar el caso del Abad Suger y la creación del gótico), rompiendo con el carácter un tanto mecánico que expresaba su primera definición de 1965. Esta comprensión del *habitus* permite poner límites a las críticas poste-

riores del concepto que le atribuyen un sentido “determinista”, de las cuales la de Alexander (1995, 2000) representa el “tipo ideal”. Y al mismo tiempo invita al lector a profundizar en los trabajos de Bourdieu sobre sociología de la cultura en los cuales ha analizado cómo en determinadas condiciones sociohistóricas se producen agentes (sea el Abad Suger, Manet, Flaubert, Heidegger,) que encarnan nuevos principios de visión y división social, impulsando revoluciones simbólicas en los *campos*, donde la *potencia creadora* de sus *habitus individuales* encuentran –y producen al mismo tiempo– condiciones para su desarrollo.

En ese sentido, con este ejercicio de análisis pretendí llamar la atención sobre los efectos nefastos que produce la manualización de la perspectiva de Bourdieu sobre la “imaginación sociológica”, proponiendo, por un lado, “volver a los textos mismos” (por parafrasear modificada la sentencia de Husserl) es decir, a una lectura de la génesis y elaboración de los conceptos que permita rastrear las sutilezas y matices que la estandarización conceptual obtura. Por el otro, quise mostrar el valor de las herramientas teórico-metodológicas de Bourdieu para la investigación empírica: la importancia de comprender al *habitus* como “arte de inventar” reside en el supuesto anti-determinista que afirma su potencia creadora. Esto le permite ser una noción con riqueza para comprender empíricamente las formas complejas de lo social poniendo el acento en su dimensión encarnada en los cuerpos/agentes (ampliar en Dukuen, 2013, 2018b). Por eso mismo, para ir más allá de la exégesis crítica (necesaria pero no suficiente), además de referir a trabajos de Bourdieu poco tenidos en cuenta (sea los de sociología de la cultura, sea los de tipo “antropológico” en Argelia) así como los de otros colegas, la breve ilustración que he presentado sobre la relación de las jóvenes estudiantes con la política en un colegio de clases altas de Buenos Aires, muestra usos posibles de la noción de *habitus* –y de categorías conexas, relativas a las “contradicciones de las herencia”– donde se observa su poder heurístico para la investigación en ciencias sociales.

En conclusión, una mirada sociogenética combinada con usos no dogmáticos y empíricamente indexados de la noción de *habitus* (atentos a los matices y tensiones que abre) la hacen una herramienta fértil para comprender la producción de las prácticas sociales (culturales, educativas, económicas, políticas) y de los modos encarnados de la desigualdad y el poder en el mundo social contemporáneo.

Notas

1. Este trabajo cuenta con el aval del Proyecto UE 22920160100005CO-CIS CONICET/IDES-Argentina Dir: Dr. S. Visacovsky y del proyecto PICT 2017-0661 Dir: Dra M. Kriger.
2. En un análisis imprescindible Baranger (2010) señala que en las carreras de Antropología y Sociología de Argentina “hay bastante repetición entre las bibliografías, con una tendencia a privilegiar textos más accesibles tomados de *Cosas dichas*, de *Sociología y Cultura* o de *Respuestas*” (139).
3. La referencia es a la definición *estándar* de *habitus* tomada de *El sentido práctico*: “Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen *habitus*, sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios ge-

neradores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente ‘reguladas’ y ‘regulares’ sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas, y, por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta” (Bourdieu, 1980:88-89).

4. La distinción entre *esquemas* y *disposiciones* no es excluyente: esquema en Bourdieu suele estar ligado a “modos de pensamiento y verbalización” prácticos, tendiendo relaciones críticas con los trabajos de Piaget y la tradición neokantiana –en especial, Cassirer– siendo la noción de disposición como sentido práctico incorporado, más abarcadora, en la medida que además incluye los resortes no verbales de la acción (cf. Dukuen, 2013, 2018b).

5. Alexander (1995, p. 196 y ss.) detecta 4 fases. La primera (1958-1961) estructural-funcionalista. La segunda es una brevísima fase sartreana (1961-1962), la tercera es la estructuralista-marxista (althusseriana) sucedida por la cuarta fase que se extendería hasta 1995 (fecha de publicación del libro) la cual sería “una variante de la teoría cultural neo-marxista más que una auténtica ruptura. Se trata de una reconstrucción de la tradición marxista, no la creación de una nueva” (p. 199).

6. En *El oficio de sociólogo* Bourdieu (1968, p.12) se propone “transmitir metódicamente un *ars inveniendi*”. En *El sentido práctico* (1980, p. 170) indica que “el *ars inveniendi* es un *ars combinatoria*”. En *Respuestas* señala: “–he dicho ‘habitus’ justamente *para no decir* ‘hábito [habitude]’– es decir, la capacidad generativa, por no decir creativa, que está inscrita en el sistema de disposiciones como un *arte*, –en el sentido fuerte de maestría práctica–, y en particular como un *ars inveniendi* (Bourdieu & Wacquant, 1992, p. 97). Sobre Bourdieu, el *analys situs* y la armonía preestablecida de Leibniz ver Dukuen (2013, 2018b).

7. Investigación dirigida por la Dra. M. Kriger en el marco del proyecto PICT 2012-2751 (2014-2017). En este colegio entre 2015-2016 realizamos entrevistas semi-estructuradas, orales y en profundidad a 15 estudiantes de quinto año. Así mismo Juan Dukuen realizó un trabajo de campo durante 2016 y 2017, que incluyó “observación participante” en diferentes actividades curriculares y entrevistas semiestructuradas con docentes, preceptores, directivos y estudiantes. (Ampliar en Dukuen, 2018a).

8. En las entrevistas, Julieta, becaria cuyos padres son inmigrantes paraguayos de primera generación, nos decía lo siguiente:

J: - Bueno, yo soy de izquierda. Ya lo sabe la mayoría de mi curso creo que también.

E: - ¿Qué significa ser de izquierda?

J: - Ser de izquierda significa... bueno, bah, por lo que me vengo imaginando por los chicos que hablo por el curso, ideas un poco más igualitarias para todos, después, si eso, más para... yo apunto más para el sector popular, no tanto a lo cerrado, y sí, eso pienso, que hay que ser igualitario para todos, que... Algo más justo, eso (Kriger y Dukuen, 2017 b:74).

Bibliografía:

Alexander, J. (1995) *Fin de Siècle Social Theory*, Londres, Verso.

_____. (2000). *La réduction. Critique de Bourdieu*, Paris, Cerf.

- Baranger, D. (2010). "La recepción de Bourdieu en Argentina" en *Desarrollo Económico*, Vol. 50, No. 197 (Abril-Junio 2010), pp. 129-146
- _____. (2012). *Epistemología y metodología en la obra de Pierre Bourdieu*, Posadas, 2ª edición (1ª. electrónica).
- Bourdieu P. (1958), *Sociologie de l'Algérie*, París, PUF.
- _____. ([1962] 2002). "Célibat et condition paysanne", *Le bal des célibataires*, París, Seuil.
- _____. (1965) (dir.). *Un art moyen*. París, Minuit. 2da ed. (1970).
- _____. (1966). "Champ intellectuel el projet créateur", *Les temps modernes*, N° 246, pp. 865-906.
- _____. (1967). "Postface" en E. Panofsky, *Architecture gothique et pensée scolastique*, París, Minuit.
- _____. (1971). "Champ du pouvoir, champ intelectual et *habitus* de classe", *Scoliers*, N° 1, pp. 7-26.
- _____. (1972). *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Genève, Droz.
- _____. ([1975] 1982). "Censure et mise en forme", *Ce que parleur veut dire?*, París, Fayard
- _____. (1979). *La distinction*. París, Minuit.
- _____. (1980). *Le sens pratique*, París, Minuit.
- _____. (1982). *Ce que parleur veut dire?*, París, Fayard.
- _____. (1984). *Homo academicus*, París, Minuit.
- _____. (1987). *Choses dites*, París, Minuit.
- _____. (1988). *L'ontologie politique de Martín Heidegger*, París, Minuit.
- _____. ([1988] 1994). "Un acte desinteresse est-il possible?", *Raisons pratiques*. París, Seuil.
- _____. (1992). *Les règles de l'art*, París, Seuil.
- _____. (1993). *La Misère du monde*, París, Seuil.
- _____. (1997). *Méditations pascaliennes*, París, Seuil.
- _____. (2013). *Manet, une révolution symbolique*, París, Seuil.
- Bourdieu P, Chamboredon, J-C & Passeron J-C. (1968). *Le métier de sociologue*, París, Mouton-Bordas.
- Bourdieu P. y Darbel A. (1969). *L'amour de l'art*, París. 1ra ed. (1966).
- Bourdieu P. y Passeron J-C. (1970). *La reproduction*, París, Minuit.
- Bourdieu P. y Sayad A. *Le deracinement*, París, Minuit.
- Bourdieu P. y Wacquant L. (1992). *Réponses. Pour une anthropologie réflexive*, París, Seuil.
- Dalle, P. (2016) *Movilidad social desde las clases populares*, Bs As, IIGG-Clacso
- Dukuen, J. (2013). *Habitus y dominación. Para una crítica de la teoría de la violencia simbólica en Bourdieu*. Tesis de Doctorado, Facultad de Cs. Sociales - UBA.
- _____. (2015a). "Indagaciones sobre el vínculo entre política, moral y escolaridad en la perspectiva de Bourdieu", *Revista Folios*, N° 41, pp. 117-128.
- _____. (2015b). "Los usos del *habitus* en la génesis de las investigaciones antropológicas de Bourdieu", *Prácticas de Oficio*, N° 16. pp. 1-25.
- _____. (2018a). "Socialización política juvenil en un colegio de clases altas (Buenos Aires, Argentina)" *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, Vol. 16 N° 2, pp. 867-880.

- _____. (2018b). *Habitus y dominación en la antropología de Pierre Bourdieu. Una crítica desde la fenomenología de Maurice Merleau-Ponty*, Bs, As, Biblos.
- Dukuen, J. y Kriger M. (2016). "Solidaridad, esquemas morales y disposiciones políticas en jóvenes de clases altas: hallazgos de una investigación en una escuela del conurbano bonaerense (2014-2015)" *Revista Astrolabio. Nueva Época*. N°15, pp. 311-339.
- Grenfell, M. & Hardy, C. (2007). *Art rules: Pierre Bourdieu and the visual arts*, Oxford, Berg.
- Heran, F. (1987). "La seconde nature de l'habitus. Tradition philosophique et sens commun dans le langage sociologique". *Revue française de sociologie*. 28-3. pp. 385-416.
- Hong, S-M. (1999). *Habitus, corps, domination*, Paris, L'Harmattan,
- Grange, J. (2011). "El *habitus*, de la filosofía a la sociología, ida y vuelta" en Lescourret M-A (coord.) *Pierre Bourdieu. Un filósofo de la sociología*. Bs. As, Nueva Visión.
- Gutiérrez, A. B. (1994). *Pierre Bourdieu: las prácticas sociales*, Buenos Aires, CEAL.
- _____. (2015). *Pobre' como siempre...Estrategias de reproducción social en la pobreza*. Villa María, EDUVIM.
- _____. (2010). "A modo de introducción", en P. Bourdieu *El sentido social del gusto*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Kriger M. y Dukuen J. (2012). "Clases sociales, capital cultural y participación política en jóvenes escolarizados. Una mirada desde Bourdieu". *Revista Question*. Vol 35, Invierno de 2012, Facultad de Periodismo, pp. 317-327.
- _____. (2014). "La política como deber. Un estudio sobre las disposiciones políticas de estudiantes argentinos de clases altas (Buenos Aires, 2011-2013)" en *Persona y Sociedad*, Vol. 28, pp. 59-84.
- _____. (2017a). "¿En el nombre del padre?: Dimensión familiar y disposiciones políticas en jóvenes estudiantes de una escuela de clases altas de la Ciudad de Buenos Aires". *Revista Última Década*, N° 46, pp. 258-293.
- _____. (2017b). "Haciendo de la necesidad virtud: Socialización política y herencia familiar entre becarias de un colegio de clases altas". *Pilquen*, v. 20 n. 3, pp. 67-81.
- _____. (2018). "La política como herencia: Un estudio exploratorio sobre la intervención de la dimensión familiar en la formación de disposiciones políticas de jóvenes de diferentes clases sociales" en *Revista Irice*, N° 35, en prensa.
- Lane, J. (2000). *Pierre Bourdieu. A Critical Introduction*. Pluto, Londres.
- Lahire, B. ([1998] 2004). *El hombre plural*, Barcelona, Belaterra.
- Leibniz, G. W. ([1666] 1965). "Dissertatio de arte combinatoria" C.J. Gerhardt (ed.), *Die philosophischen Schriften von Gottfried Wilhelm Leibniz*, vol. 4, pp. 27-102, Hildesheim: Olms
- Martín Criado, E. (2013). "Cabilia: la problemática génesis del concepto de *habitus*" *Revista Mexicana de Sociología* 75, N° 1, pp. 125-151
- Martínez, A. T., (2007). *Pierre Bourdieu. Razones y lecciones de una práctica sociológica*, Buenos Aires, Manantial.
- _____. (2013). "Intelectuales de provincia, entre lo local y lo periférico". *Prismas. Programa de Historia Intelectual*. Vol. 17: pp. 169-180
- Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*, París, Gallimard.
- Potter, G. (2000). "For Bourdieu, Against Alexander. Reality and Reduction", *Journal for the Theory of Social Behaviour*, vol. 30, N° 2, pp. 229-246.

Rubinich, L. y Miguel, P. (eds) (2010). *Creatividad, economía y cultura en la Ciudad de Bs As* (2001-2010), Bs, As, Aurelia Rivera.

Abstract: In this paper we analyze the effect that Bourdieu's reading of Panofsky's work had on the genesis of his notion of habitus. We begin by reviewing the first definition of habitus in Bourdieu's introduction to *A middle-brow Art* (1965). Then we address his postface to Panofsky's *Gothic architecture and scholasticism* (1967) and contemporary texts in which habitus is understood as an "art of inventing", allowing to establish an alternative way to the "deterministic" readings of the concept. We conclude by showing the value of a non-dogmatic use of the notion of habitus for empirical research.

Keywords: Habitus - Bourdieu - Panofsky - art of inventing - sociology of culture.

Resumo: Neste artigo, analisamos o efeito que a leitura de Bourdieu da obra de Panofsky teve sobre a gênese de sua noção de habitus. Começamos revisando a primeira definição de habitus na introdução de Bourdieu a *Uma arte média* (1965). Em seguida, analisamos seu postface para a *Arquitetura gótica e pensamento escolástico* de Panofsky (1967) e em textos contemporâneos em que habitus é entendido como uma "arte de inventar", permitindo estabelecer um caminho alternativo para as leituras "determinísticas" do conceito. Concluímos mostrando o valor de um uso não dogmático da noção de habitus para pesquisa empírica.

Palavras chave: Habitus - Bourdieu - Panofsky - arte de inventar - sociologia da cultura.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

La Nobleza de Estado, algunas reflexiones a partir del trabajo de campo con elites educativas en la Argentina

Victoria Gessaghi* y Alicia Méndez**

Resumen: El trabajo analiza las condiciones de lectura del libro *La nobleza de estado* en el marco de dos investigaciones que abordan la educación de dos grupos de privilegio en la sociedad argentina. Nos interesa colocar distintos acentos al texto en cuestión, en virtud de cómo algunos problemas de *La nobleza* resuenan en el trabajo de campo llevado adelante en dichas investigaciones. El artículo explora en primer lugar la recepción que tuvo esta obra seminal de Bourdieu en nuestro campo y destaca sus aportes principales para el estudio de las elites en Argentina. Seguidamente, se describen los modos en que se despliega en nuestros respectivos campos el “efecto de dignidad” otorgado por un título tal como lo conceptualiza Bourdieu en su trabajo. Por último, se documentan las diversas formas en que, en los casos estudiados, el capital se construye, se combina, se reproduce; y el lugar que ocupan las escuelas de elite en esa construcción.

Palabras clave: Nobleza de Estado - Bourdieu - Clase alta - Colegio Nacional de Buenos Aires - Meritocracia.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 48-49]

(*) Dra. En Antropología Social. (UBA) Magister en Ciencias Sociales con orientación en Educación (FLACSO). Investigadora Adjunta del CONICET. Profesora de la Universidad de Buenos Aires. Autora de “La educación de la clase alta argentina. Entre la sangre y el mérito” Siglo XXI. E-mail: victoriagessaghi@hotmail.com

(**) Dra. En Ciencias Sociales (UBA). Magister en Comunicación y Cultura (UBA). Docente en UBA/FSOC y FLACSO. Investigadora del Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES). Autora de El Colegio. La formación de una elite meritocrática en el Nacional Buenos Aires, Sudamericana. alicimzv@yahoo.com

Introducción

En este trabajo quisiéramos referirnos, en primer lugar, a las condiciones en que se da nuestra lectura del libro *La nobleza de estado*. En segundo lugar, nos interesa colocar distintos acentos al texto en cuestión, acentos puestos en virtud de cómo algunos problemas

de *La nobleza* resuenan en la representación que nosotras tenemos de nuestro trabajo de campo. Hablamos de acentos porque las instituciones en estudio: las escuelas formadoras de la clase alta argentina y el Colegio Nacional de Buenos Aires (CNBA), por un lado, y el sistema de formación de elites francés en el que los cursos preparatorios a las *grandes écoles* (CPGE) poseen un lugar central, por el otro, no son comparables vis à vis. Sí podemos pensar este universo complejo a partir de categorías nativas. Las instituciones argentinas formadoras de elite corresponden a la educación secundaria y los CPGE franceses corresponden al nivel superior, aunque no universitario. En este sentido, consideramos que es también válido mirar comparativamente sistemas nacionales de formación de elites haciendo foco en la institución que para la vida posterior de sus egresados resulta decisiva: la socialización en estos colegios argentinos es central respecto de la trayectoria profesional, amistosa, y matrimonial de sus egresados. Para los sociólogos franceses, los cursos preparatorios en Francia son más gravitantes que los colegios secundarios del barrio latino, como el *Luis Le Grand* y el *Henry IV*. En términos de Bourdieu, los diplomas obtenidos en el sistema de educación superior tienden a funcionar como una garantía de dignidad “*que dispensa en forma definitiva a su poseedor de la obligación de rendir pruebas, de demostrar en la práctica sus capacidades*”; esto es, como un título de nobleza (Bourdieu, 2013:172). Aquí comentaremos algunos de los modos en que se despliega en nuestros respectivos campos ese “efecto de dignidad” otorgado por un título.

Algunos de los problemas planteados en el libro que nos ocupa, que resuenan en nuestro trabajo de campo, tienen que ver con el modo en que el capital se construye, se combina, se reproduce; y, en definitiva, se constituye como tal, y a su vez con el lugar que ocupan las escuelas de elite, en esa construcción.

La Nobleza es un libro publicado en 1989 y traducido al castellano en 2013. El arco que va entre el momento de la escritura y el de la lectura que hoy hacemos es un tiempo densamente semiotizado por los textos de los que ese libro fue una condición de producción. Es decir, los textos que surgieron como respuesta celebratoria o crítica a *La Nobleza* condicionan nuestra recepción actual de ese escrito primero, porque nuestra mirada en tanto investigadoras y lectoras se formó con esas lecturas. También, lo que pudo y no pudo ser escrito en el campo cultural francés de los años ochenta hegemonizado por la Filosofía es otra condición de nuestra recepción del texto bourdieusiano: el trabajo etnográfico; las observaciones y las entrevistas realizadas en conjunto con Monique de Saint Martin e Yvette Delsaut sobre los alumnos de las clases preparatorias quedaron en gran medida ocultas, confinadas al *journal de terrain*, presas de los límites de lo que en ese entorno político académico se consideraba “ciencia”. Eso que falta también produce sentidos en nuestra lectura. Muy Brevemente: no podemos dejar de leer hoy cualquier texto de Bourdieu, sin atender a cómo esa obra fue leída por Bernard Lahire y el modo en que este sociólogo de Lyon luchó contra Bourdieu al escribir “El hombre plural”. Si nuestra mirada fuera sociológica, seguramente toda la sociología pragmática de Boltansky también hubiera configurado el espacio de recepción crítica de esta obra. Sin embargo, dada nuestra formación en el enfoque etnográfico, las discusiones de Lahire en torno de la homogeneidad del habitus y la pluralidad de la acción, nos permiten abrir los matices y recuperar las heterogeneidades que el caso argentino introduce en la teoría crítica, y que no se explican a partir de describir todo lo que la escuela o las elites vernáculas se distancian del análisis

francés –casi como una definición por carencia– sino por la irreversible multiplicidad de mediaciones y apropiaciones desde los cuales los sujetos construyen sus prácticas.

Nuestras investigaciones

Una de nuestras investigaciones (Gessaghi, 2016) abordó los procesos de jerarquización en la Argentina a partir de documentar el trabajo de formación la *clase alta*. Ésta se presenta constituida por una red de grupos de parentesco cuyos apellidos son asociados a la “elite fundadora de la patria” y a “la tierra” en tanto se desenvuelven principalmente en el sector agroganadero. El apellido, la antigüedad, el vínculo con la tierra y la historia nacional son recursos que estos grupos despliegan en las disputas por pertenecer a la *clase alta* (Gessaghi, 2016). Y a partir de allí, la autora se preguntó cómo participaba la educación en el trabajo de formación de este grupo social. Lo que recogió fue la importancia decisiva de ciertas escuelas en la construcción de relaciones de interconocimiento y reconocimiento entre “las familias tradicionales”. A lo largo de un extenso trabajo de campo, Gessaghi documentó la sostenida elección de determinadas instituciones por parte de las distintas generaciones de la clase alta. Estos colegios se caracterizan por ser de gestión privada, católicos y por impartir una educación diferenciada por género. Fundados entre 1915 y 1950, se han ido localizando en la zona norte de la provincia de Buenos Aires. Lejos de pretender una “educación de excelencia”, los sujetos sostienen esta preferencia porque el colegio es el de “su medio social”, el de “su clase” y que allí “todo el mundo se conoce”. Una entrevistada justificaba la elección familiar de cierta institución porque: *“no había otra posibilidad, mi mamá fue allí y les importaba la cosa social, no era en función del nivel intelectual, lo social era que era gente como ellos, enseñar mejor no importaba. Por ahí, unas primas mías habían ido, para ellos era un ambiente cómodo, que conocían”*.

Los alumnos están relacionados por lazos de parentesco ya que hermanos y primos, tíos y abuelos concurren o asistieron a la misma institución. Así, las familias se van aglutinando en una red que favorece las relaciones entre sus miembros y se va construyendo una atmósfera familiar, mediante el trabajo de crear, mantener y cuidar ese mundo social. Una maestra con treinta años de trayectoria en una de dichas instituciones comentaba que las familias del colegio

Se conocen mucho porque como las abuelas, madres, la hermana del padre venía y entonces la otra quiere mandar a su hija, entonces las familias se conocen mucho (...) de treinta que tenés en el grado, hay veinte que se súper conocen porque o veranean en Punta del Este o veranean en Cariló o tienen la casa en el mismo barrio o van al mismo club el fin de semana (...) son muy de ir, de venir, de almorzar en un lado y tomar el té en lo del otro (...) entonces esto se va dando como de familia en familia, son bastante como un clan conocido, no un clan cerrado sino conocido. (...) hay mucho ambiente familiar.

Los lazos entre familias y escuela son fomentados desde el propio colegio a través del reclutamiento del alumnado: tienen prioridad, no sólo los hermanos, sino también quienes

tengan familiares que sean ex alumnos de la institución. El proceso de selección de los estudiantes dura un año. Los candidatos deben presentar una carpeta con un formulario con los datos de ambos padres, escuela en la que estudiaron, apellidos, trabajos actuales, una foto de la familia y los datos de los hijos. En una segunda instancia, los adultos son evaluados en una entrevista personal, luego los niños deben pasar una serie de exámenes de inglés, lengua y matemática y otro psicopedagógico. Algunas instituciones solicitan también el pago de una cuota de ingreso al iniciar la escuela primaria. Esa “membresía” cohesionada a las familias “que pertenecen”. La distinción de las familias de la *clase alta* radica en su apellido y en su origen pero las instituciones en las que se educan sus miembros se vuelven relevantes en la construcción del reconocimiento social. En el colegio –además de pulir lo que sea necesario según procedencia– los sujetos edifican y son imbuidos del “ethos” de la institución y de sus miembros tal como expresa la revista de exalumnas de uno de dichos espacios: “*esta amistad comenzó a forjarse el día que ingresamos a nuestro querido [colegio] y sin que nos diéramos cuenta fue creciendo a través de los años –inclusive durante aquellos en los que nos mantuvimos distanciadas por diferentes circunstancias. Las vueltas de la vida hicieron que de a poco nos fuéramos reencontrando y viendo que las antiguas diferencias se habían transformado en coincidencias; seguramente debido al School Spirit del [colegio] que nos cortó a todas con la misma tijera*”²².

Edificar esa mística, que “borra las diferencias” entre sus alumnos y construye distancias con “los otros”, es parte esencial de la tarea de la escuela. El colegio se presenta como el lugar en que se encuentran varias generaciones de un “clan”. La institución continúa la historia de la familia al recibir a cada nueva generación. Este trabajo de ligar generaciones permite la inscripción en una larga duración y funda vínculos estables y atemporales. Contribuye a hacer de la antigüedad el principio oculto de las jerarquías de poder y a poner un obstáculo a la los recién llegados (Bourdieu, 2013).

Méndez estudió El Colegio Nacional de Buenos Aires (Méndez, 2013). Algunas de las conclusiones que aquí se presentan para la comparación surgen de una investigación doctoral que implicó ya sea, la realización de una prosopografía (la elaboración de una biografía colectiva de sujetos por alguna razón comparables), en este caso, de algunos grupos de egresados que resultan paradigmáticos en el proceso de formación de jóvenes en la Argentina; ya sea, la lectura rigurosa de autobiografías; ya sea, el análisis de legajos de alumnos que pasaron por el CNBA desde el año 1897 a 1999, separados en doce muestras (que suman en total 773 ingresantes) tomadas en forma sistemática y al azar en dos años no consecutivos cada veinte.

Esas fuentes, como aquellas a las que se accede a través de la prosopografía, han aportado datos valiosos para la investigación, pero como ha escrito el historiador italiano Giovanni Levy (1989) solo nos enseñan sobre los resultados finales de las decisiones de los actores: sobre los actos. Y, es más: sobre los actos estadísticamente más frecuentes, pero no sobre los procesos de elaboración de las decisiones.

A esa evidencia solo es posible acceder a partir de la etnografía. El trabajo etnográfico consistió en entrevistar, entre diciembre de 2004 y octubre de 2009, a algo más de cincuenta personas egresadas en distintos años del CNBA, así como visitar los lugares en los que algunos se hospedaban y estudiaban durante su estada en París para realizar estudios de posgrado, comer con ellos en dos comedores universitarios y presenciar modos

de intercambio entre sí, con otros estudiantes argentinos, latinoamericanos y franceses. La investigación implicó también visitar repetidamente la Asociación de Ex Alumnos; en una oportunidad, asistir a una conferencia brindada por egresados de distintas edades que eran miembros de la masonería, y participar en el Aula Magna del CNBA de actos organizados por el Colegio a propósito del aniversario de egreso de alguna camada, de bienvenida a las nuevas promociones y de homenajes a determinadas figuras. Asimismo, para entrevistar exalumnos mientras hacían su trabajo, fue oportuno concurrir a despachos oficiales, a estudios de abogados del microcentro porteño, a la sala de profesores del CNBA (algunos de ellos son docentes de la institución), a presentaciones de libros y a defensas de tesis en las que participaba algún exalumno como tesista o evaluador. Para observar lo que una elaboración posterior llevaría a pensar en términos de “modos de autoafirmación en tanto colectivo social”, fue enriquecedor visitar un stand en la feria del libro gestionado por la misma asociación, así como leer con atención los testimonios que algunos visitantes –egresados del CNBA– dejaron en el cuaderno de notas allí dispuesto. Asimismo, la asistencia a clases de francés; como otros espacios de la vida académica en mayor o menor medida ligados a la labor investigativa, pero en la que tomaban parte egresados del Colegio, permitió observar modos de adquirir conocimientos y de usar y valorar el propio tiempo. Para ver formas de sociabilidad entre los egresados, formas que pueden entenderse como parte de una lógica de trabajo en pos de la perduración de un colectivo social, fue importante la concurrencia a reuniones privadas, comidas y casamientos. Así, las diversas formas en que se desplegó esa “observación participante” permitieron relevar tanto criterios para elegir padrinos de boda como identificar cuáles eran los atributos y/o episodios que los actores seleccionaban para presentar a la propia persona ante un auditorio en un evento social en el que eran los homenajeados, los anfitriones o los novios consortes.

Esa larga investigación permitió ver que más que solo familias tradicionales, el Colegio exhibe como parte de su tradición sujetos que no necesariamente son “herederos” en términos de Bourdieu y que han trascendido por sus logros individuales, más allá de que sus padres o hijos puedan ser exalumnos y de familias también inscriptas “en una larga duración”. Como escribió Bourdieu a propósito de *l'ENS*, son alumnos capaces de citar de memoria el nombre de antiguos premiados (Bourdieu, 2013:27). Un rasgo que quizás distinga a las instituciones formadoras de elite con vocación meritocrática, que consiste en tomar la saga de notables que los precedieron, como un contenido más a incorporar durante la socialización escolar. Entre fines del siglo XIX y la década de 1930 reclutó a una población diversa, entre la que se contaron hijos de familias de antigua data e influyentes, pero mayormente de origen inmigratorio, perfil que en los años sucesivos iría acotando su heterogeneidad social pero no su diversidad cultural, política y de hecho residencial.

El del CNBA fue un espacio socializador eficaz en cuanto a su función de construir identidades sociales, establecer sentidos de pertenencia y proveer de recursos culturales significativos en los que tiene especial influencia la idea del esfuerzo. En la transmisión de esa moralidad se rubrica la pertenencia a una tradición, la ilustrada y laica, pero básicamente tolerante y abierta, desde donde moldean sus expectativas. Esas circunstancias marcan un límite respecto de una sociedad vivida como un “afuera”.

Muchos egresados han manifestado que sienten que han tenido buenas oportunidades profesionales a lo largo de sus vidas gracias a haber realizado un gran esfuerzo durante

su adolescencia, una prueba descomunal como la del ingreso parece haber modelado la forma en que comenzaron a percibir a quienes nunca pasaron por ese desafío tan agotador: a los amigos del barrio, con más tiempo que ellos para dedicar al esparcimiento, y a los padres. También el terror de dejar de pertenecer a esa institución a la que tanto les costó entrar, o de no poder adaptarse, son constricciones que suelen dar cabida a un modo nuevo de ver a los otros, regido por la interiorización de una pauta externa como es la del control del tiempo, el rigor intelectual y un modo de funcionamiento institucional organizado en base a reglas no negociables.

“Paula” es el seudónimo de una egresada, politóloga, entrevistada en París en 2004. Su familia vivía en Palermo y su padre era psicoanalista en el momento en que ocurrió ese encuentro. Ella relató su paso por el Colegio en términos de padecimiento. Como contracara de otros testimonios formulados en términos de premios y recompensas por el esfuerzo realizado, apareció en el relato de Paula la idea según la cual “el terror” sufrido puede no redundar en un éxito académico posterior:

Enseguida empezás a sentir todo lo que te hace sentir el Buenos Aires [...] la presión, la segregación, la elite [...] Vos empezás con un montón de gente, entre ellos tus amigos de la primaria, haciendo el curso de ingreso y vos entrás y los otros no. Cuando estás ahí adentro, vos tratás de construirte una vida a coté del Colegio pero no [...] [no se puede]. La verdad es que era complicado, era complicado mantener el contacto con el resto de la gente porque no entendías, vos tenías catorce años y el resto estaba boludeando y vos estabas encerrada estudiando todo el fin de semana. [...] Tenés quince años, hace dos años hiciste un curso de ingreso donde te dijeron: “Sos el mejor, pertenecés a la elite” y ahora te dicen: “Sos una basura, salí de acá, perdiste un año porque no te pudiste adaptar”. Yo me comí una depresión los primeros dos años... infernal. Lo que te enseñan es eso, el rigor. Estar sentado todo el tiempo aterrorizado, todo el tiempo cagado en las patas. [...] Pero lo que te pasa, me parece, es que después de todo eso, todo ese terror a mí me dio paradójicamente una seguridad, es que yo nunca pensé que el estudio podía no ser para mí, nunca pensé que me podía ir mal en la facultad. Eso le pasó a mucha gente, se metieron en Ingeniería y los hicieron pomada.

Por lo demás, esa socialización resulta enriquecida por el intercambio de experiencias intelectuales, profesionales o políticas de las que participan como hijos, nietos o amigos, aunque se procesen colectivamente de un modo singular, por el que se reconocen entre sí egresados de todos los momentos del Colegio. Un entrevistado que fue docente del Colegio y ministro de economía lo explicaba del siguiente modo:

Por el ambiente, por las cosas que se discuten, por el calibre de lo que estudiás, por las personas que han pasado por acá, te inculca el virus de la cosa pública, aunque no te des cuenta, por las cosas que estás discutiendo, porque estás en contacto con realidades distintas, si bien en el ámbito intelectual estás en una suerte de microclima. Hay un componente muy importante de padres que han

militado, y les legan eso a los hijos; los compañeros tienen conocimiento de procesos o de eventos políticos de primera mano porque han participado de cosas que vos lees en el libro de historia como anacrónicas.

A largo plazo el recuerdo de un tiempo compartido vivido como excepcional puede dar lugar a modos de relación que se sostienen en el tiempo en virtud de la conformación de redes profesionales a una escala relativamente amplia, formadas en base a la “confianza” que despierta en otros egresados ese “origen” común que funciona como una segunda naturaleza y puede llegar a activar el reconocimiento profesional.

La compañera de un egresado relató cómo su marido, un periodista que actualmente tiene cincuenta años, cuando conoce a alguien que le parece talentoso, lo busca en el libro del Colegio para determinar que sea realmente bueno. Con el tiempo la mujer se enteró de que el criterio utilizado por él para elegir al pediatra de sus hijos –al igual que para seleccionar a los padrinos– había sido que fueran todos egresados del CNBA. Una economista recibida en Chicago se encontró con un colega argentino, algunos años mayor, que había hecho el mismo recorrido académico que ella. “Él era una persona importante. Yo hablé un par de veces y el trato fue bueno, pero cuando surgió que yo, al igual que él, había ido al Buenos Aires...”, hizo un gesto estirando el cuello, como dando a entender, corporalmente, que ella crecía ante los ojos de su interlocutor. Algo parecido le pasó al periodista ya mencionado con un altísimo funcionario del Ministerio de Justicia. El trato que le prodigaba era esquivo y estaba perjudicando su trabajo, hasta que él, advertido de su “origen” común, un día le dijo: “Yo soy egresado del Buenos Aires”. “Me lo hubieras dicho antes”, le contestó. Y la relación se modificó obviamente a su favor. Otro periodista, egresado de la Facultad de Ciencias Sociales, entró en el diario *Página/12* gracias a una pasantía. Varios de los directores de ese medio son egresados del CNBA. “Empecé a darme cuenta de que había mucha gente, entre otros, los pasantes que habían entrado, que eran todos del Buenos Aires”.

Esa pertenencia está trabajada también por prácticas como la del control de las respectivas trayectorias profesionales.

Retomando el planteo de las condiciones en las que se da nuestra lectura de *La Nobleza...* sería honesto decir que nosotras construimos primero el lugar, la “tradicción”, las discusiones, a partir del cual escribimos ambas investigaciones y recién después leímos el texto que hoy nos convoca. Ese desfase temporal posibilitó repensar nuestras interpretaciones *con* Bourdieu al mismo tiempo que establecíamos un diálogo entre nuestros trabajos. Esto nos deja una amplia gama de aperturas y nuevas preguntas que se van construyendo en esa relación.

El problema del capital

Bourdieu ha escrito que:

Si bien da la apariencia de una intensa mezcla aleatoria adecuada para abolir toda correspondencia entre la posición inicial y la posición final de los alum-

nos tomados en cuenta, el sistema de enseñanza tiende a perpetuar el espacio de diferencias que lo separa antes de su intervención (Bourdieu, 2013:319).

En *La Nobleza*, el autor construye una sofisticada clasificación de estrategias de reproducción social de los sujetos según el tipo de capital de origen de que disponen –económico, social, simbólico– y a partir de allí construye dos tipos ideales de modos de reproducción social: el modo de reproducción familiar y el modo de reproducción con componente escolar. El primero consiste en una gestión puramente familiar de los problemas de reproducción y el segundo, en una gestión familiar que introduce cierto uso de la escuela en las estrategias de reproducción (Bourdieu, 2013:406).

Aquí, más que tomar posición sobre los términos del debate que estas ideas propician, nos interesa desplazar la atención de las conclusiones a los procesos, de las categorías explicativas resultantes de una elaboración a las condiciones de producción de esos modos de explicar. Pongamos como objeto la idea de “posición”. Nos interesa tomar esas categorías bourdieusianas como categorías nativas, ya que como sostiene Florence Weber, todo discurso analizado es un discurso nativo. Empezamos de ese modo adoptando esa perspectiva (la de identificar una clasificación nativa) que es en definitiva una posición en el análisis.

Cuando Bourdieu se refiere a “la posición inicial”, parecería estar pensando en un espacio homogéneo, invariable, desprovisto de conflictos. ¿Qué lugar le otorga el autor a la socialización familiar? En nuestro trabajo de campo han aparecido en las trayectorias de egresados de un colegio público con ingreso restringido, signos que aluden a diferencias que hacen a la constitución de la posición inicial de los actores, por ejemplo, precisamente al interior de la socialización en las familias. Esa reflexión, como señalaron Stephen Beaud y Bernard Lahire, está ausente en nuestro autor. Algo similar ha escrito Florence Weber (Noiriel, 1990): “la teoría de Bourdieu es prácticamente muda sobre la socialización familiar”.

Por caso, respecto del objetivo de formar escolarmente a las elites en Argentina, este aparece como un país en el que lo público no goza de la impronta que posee en Francia, desde 1789. Aquí, la ausencia de un esfuerzo inaudito para llevar a buen término los estudios secundarios no parece constituir una *capitis diminutio* ni una amenaza para el futuro de quien siguió otra vía menos sacrificada. Por lo anterior, no parece tan sencillo convencer a un joven de trece años de que haga el esfuerzo de transitar el proceso de ingreso al CNBA. O se lo puede convencer a él, pero a su hermano no. O puede ser que se lo convenza, pero no apruebe el examen. Por lo mismo, es posible que ese convencimiento le deba mucho a condiciones eminentemente individuales, o, en otros términos, a trayectorias individuales dentro de las mismas familias. Quizás, por esa incertidumbre respecto del ingreso (entre otras razones), como han manifestado algunos egresados que además pertenecen a las familias tradicionales, no es factible depositar en la posibilidad incierta de convertirse en alumno del CNBA el trabajo de ligar generaciones al interior de una familia de *clase alta*. Lo que sucede, la mayoría de las veces, es que todos los hijos de una de estas familias son aceptados en colegios privados.

¿En qué medida la escuela elegida puede cambiar la posición final de dos personas que pertenecen a la misma familia? O en términos de Bourdieu, ¿cuánta posibilidad de triunfar tiene el *achievement* sobre la *adscripción*, lo que se ha conquistado sobre lo que se ha recibido? (Bourdieu, 2013: 19).

El hombre plural

Quizá la respuesta a esa pregunta, como decíamos antes, esté atravesada por la impugnación que hace Lahire a la socialización primaria y secundaria. A partir de los resortes plurales de la acción documentados en *El hombre plural* es imposible no mirar con recelo construcciones como el “modo de reproducción familiar” y el “modo de reproducción con componente escolar”. Bourdieu señala que estos modos de reproducción se diferencian entre sí debido a los usos que hacen de la escuela. Mientras que:

Para unos, el título escolar entregado por las instancias más escolares constituye la condición *sine qua non* del ingreso al campo de poder; los otros optan por instituciones escolares simultáneamente menos escolares y menos selectivas, las cuales (...) les conceden el mínimo de consagración necesario para ratificar situaciones adquiridas (Bourdieu, 2013:410).

Nuestros trabajos de campo muestran una heterogeneidad de sentidos y usos de la educación y de la escolarización dentro de las estrategias de reproducción social por las que no es posible establecer una jerarquización unívoca entre familia y escuela. La preeminencia de una u otra institución depende más bien de la posición social de cada uno de los sujetos y de sus trayectorias en una trama de relaciones. Los usos de la escuela y de las relaciones de parentesco como estrategias de reproducción asumen una combinación singular de registros diversos según los sujetos sociales concretos que hacen difícil pensar la existencia de dos modos de reproducción separados que no se reduzca a la construcción de un modelo típico ideal.

En el caso analizado por Gessaghi, los entrevistados otorgan una diversidad de sentidos a la escolarización en donde criterios “meritocráticos” asociados “a una educación de excelencia” se combinan con la adscripción a una “familia tradicional”. Más aún, la subsidiariedad de los títulos escolares respecto del “entramado familiar”, en algunas trayectorias registradas, arroja luz sobre la importancia de disponer de soportes y sostenes para construir y disputar una posición de privilegio (Luci y Gessaghi, 2016). Así, un entrevistado de treinta y un años comentaba que no consideraba la necesidad de realizar estudios de posgrado universitario porque

Yo tengo suerte de que tengo mucho contacto así por onda familiar entonces creo que para una persona que por ahí nace sin contactos, un posgrado o estudiar afuera, le sirve muchísimo y más porque se hace amigos que son los que dirigen la batuta en sus respectivos países, eso es un entramado importante, pero eso en mi caso yo justo lo tenía. Mi hijo no sé si lo va a tener porque yo no me inserté tanto en el mundo así de los contactos. Bueno, [reflexiona] espere-mos unos años, si todos los que yo conozco son el día de mañana poderosos.

Los sentidos que los sujetos que pertenecen a las “familias tradicionales” –en sus distintas posiciones sociales– otorgan a la educación, permiten poner en evidencia la ventaja de clase (Ball, 2001) que adquieren para ellos los criterios de adscripción por sobre la “meri-

toocracia” en la reproducción de la vida cotidiana. En la experiencia analizada por Méndez ocurre algo similar, aunque la diversidad del origen familiar de los alumnos presenta casos individuales en los que la subsidiaridad de los títulos respecto del entramado familiar puede llegar a ser mínima, lo que permite pensar en trayectorias meritocráticas construidas a partir de saberes netamente escolares, redes informales de egresados, conformación de expectativas y acceso directo a modelos de ascenso social exitosos. En ese sentido, en dos hermanos que no poseen recursos significativos adquiridos por adscripción, el paso por el CNBA puede llegar a modificar sustancialmente el curso de las trayectorias y las posiciones profesionales ulteriores.

La escuela consagra

En instituciones que combinan un sistema estricto de ingreso con una base de reclutamiento heterogénea en la que existe cierto margen de posibilidad de que accedan individuos de zonas desfavorecidas, hay recursos que los alumnos adquieren en la misma socialización con otros alumnos que vienen de familias que gozan de privilegios de algún tipo. Son recursos que la escuela no provee en su *curriculum* pero que valora y consagra. En eso consiste su modelo de inculcación: en reservar sus favores a los que le deben menos en lo tocante a lo esencial (Bourdieu, 2013: 43). Los mismos alumnos son sancionadores y críticos respecto de las formas de hablar, los modales, las lecturas y los modos de esparcimiento de sus compañeros, con lo que definen un horizonte nuevo de lo “aceptable” en el medio escolar y quizás en futuros ámbitos de interacción. Así, algunos egresados de distintas edades fueron increpados o confesaron haber reprendido o ridiculizado a compañeros de colegio por decir “pieza” en lugar de “cuarto”, o “cena” en lugar de “comida”, por no ser idóneos u originales en su desempeño intelectual; por reírse a carcajadas, por vestir informalmente en un restaurant; por no saber lo que es un *country*. La publicación de una nota sobre el libro *El Colegio* (Méndez, 2013) fue una ocasión propicia para registrar acusaciones de toda índole entre egresados del CNBA y también proferidas por personas que fueron a otros secundarios. El más castigado fue un humorista gráfico que participó de la producción de fotos, a quién se lo acusó, entre otras cosas, de plagiarlo. Un egresado, a propósito de los modos y usanzas propios y de sus condiscípulos en los años del primer gobierno justicialista, señaló: “es ‘cache’ (poco elegante) competir con quien que sabe menos”, e igualó esa falta de elegancia a la de reírse a carcajadas: “Eso era del pueblo, de personas de baja condición (...). Un ‘señor’ no se ríe a carcajadas”. En un *twitt*, una egresada del Buenos Aires de alrededor de cincuenta años mostraba no sin sarcasmo y gracia lo demudada que se encontraba por la actitud de un ex CNBA: el hombre acababa de llegar al prestigioso lugar en el que ambos trabajaban vestido con un sweater peruano (algo, para sus parámetros, claramente anacrónico y poco sofisticado).

También forjan nuevas expectativas cuyo cumplimiento es objeto de control por parte de los pares a lo largo de la vida. Bourdieu ha señalado que el capital cultural tiene como propiedad específica la de existir bajo la forma de esquemas de percepción y de acción, principios de visión y de división, de estructuras mentales (Bourdieu, 2013:19). ¿No es entonces posible afirmar que en una institución como el CNBA se construye capital cul-

tural al interior de la misma relación social en la que se lo define como tal, si entendemos con Bourdieu que este no es otra cosa que una “relación social de poder en y debido al campo que constituye a las relaciones como objeto e instrumento de lucha” (Bourdieu, 2013: 368).

En el CNBA los alumnos conocen (porque se los han enseñado en el ingreso), el nombre de los egresados célebres, han leído alguna de sus autobiografías, comparten de primera mano experiencias familiares de sus pares como si fueran propias, se va definiendo un tipo de jerarquía que no necesariamente se sobreimprime siempre sobre un estamento social (la clase) pero crea lazos basados en la confianza que habilita la pertenencia a “un grupo al que se ofrece genéricamente la posibilidad del más encumbrado éxito (simbolizado por todos los alumnos célebres); autoriza una participación subjetiva y objetiva en ese éxito o mejor, en el capital simbólico asegurado al conjunto del grupo por el conjunto de las propiedades raras acumuladas por el conjunto de sus miembros, en especial, los más prestigiosos” (Bourdieu, 2013:165). En los colegios de la clase alta, también, aunque la jerarquía que se construye sí se sobreimprime sobre la clase.

Quizás esta idea de participación subjetiva en un colectivo que solo genéricamente ofrece la posibilidad de éxito explique el modo en que ciertos egresados que no han obtenido un éxito acorde al de los alumnos más célebres se comportan respecto del todo: acentuando la diferencia con quienes no pertenecen, trabajando por la continuidad del grupo al pretender controlar lo que sobre él se dice, organizando reuniones de ex alumnos en las que se reafirman o reconstruyen lazos, se controla la trayectoria de los pares, como si estos otros fueran una medida de sí mismo. Algunos egresados se refirieron a lo que ocurre en las reuniones de egresados: el conteo de “conicets” (de los que entraron como investigadores a ese prestigioso organismo); “tirarse el vitae”, es decir, hacer alarde de los logros académicos, en dichas reuniones; el muy habitual balance de compañeros que hicieron una carrera “buena y rápida”, tantas veces relevado en las entrevistas. Un miembro de la Academia Nacional de Medicina se refirió en una de ellas a que entre sus compañeros “solo dos no eran profesionales”.

Bourdieu ha escrito sobre “el amor a sí mismo en los otros, favorecido por la prolongada agrupación de semejantes” y ha encontrado allí “el auténtico fundamento del espíritu de cuerpo” (Bourdieu, 2013:256). Los no exitosos –decimos nosotras– participan de todos modos de lo que Bourdieu ha llamado “la suma siempre potencialmente movilizable de los capitales de todo tipo poseídos por cada uno de los miembros del grupo” (Bourdieu, 2013: 390).

A lo largo del trabajo de campo con escuelas de *clase alta*, algunos entrevistados señalaron la necesidad de pagar una membresía de adherencia inicial al inscribir a sus hijos en estas instituciones: entrar a esa escuela es como entrar a un club y participar de la vida de sus socios, de su estilo de vida, formar una comunidad, construir lazos en común por ser miembros. El colegio los provee de una “nueva identidad social”: los costosos esfuerzos (monetarios, de movilización de la red social para conseguir referencias, de dedicación de tiempo para ir a sucesivas entrevistas) para ingresar se parecen a un rito de pasaje luego del cual, una vez adentro, los niños y sus familias son imbuidos de un “nuevo espíritu” o de un “*spirit*”, como lo denominan algunos entrevistados. De esta manera, la escuela instaura una separación entre quienes son admitidos y quienes no. Realiza así su más importante

trabajo: distingue y consagra (Bourdieu, 2013). Impone la creencia de que la *clase alta* es tal porque elige, y es elegida por, estas escuelas y no otras.

La escuela ejerce el poder de nominación de “las grandes familias”: no a través del otorgamiento de credenciales educativas –como en el caso francés analizado por Bourdieu en *La Nobleza de Estado*– sino a través de la inclusión de los sujetos en una red de relaciones que construye al grupo social. Muchos se embarcan afanosamente en esa búsqueda. Otros entrevistados parecen no necesitarlo. Algunos, por momentos negocian con esa identidad y, en otros, la resisten.

La *clase alta* construye sentidos y prácticas en torno a las escuelas basados en la (re) creación cotidiana de las relaciones de conocimiento al interior de cada familia, entre ellas y entre las diversas generaciones que las componen. Potenciando una “íntima familiaridad”, la escuela no “reproduce” la clase sino que participa de su producción. Las instituciones educativas no son un mero *agente* de la clase, son parte activa de ella (Connell, et al, 2000). Generan prácticas que promueven –no sin tensiones ni fracasos– la renovación, la integración, la reconstitución, la transformación y la prolongación de la *clase alta* a través del tiempo. Favorecen los intercambios legítimos y reúnen de forma aparentemente fortuita a individuos tan homogéneos como sea posible para la existencia y la persistencia del grupo (Bourdieu, 2013).

El caso de las familias tradicionales muestra que la reproducción asegurada por la herencia y el sostén de las relaciones significativas que sus miembros pueden movilizar para conservar o mejorar las condiciones de vida privilegiadas, vuelve innecesaria una apuesta fuerte por la educación formal. Pero no sólo eso. En un sistema educativo que otorga formalmente las mismas credenciales educativas a todos, se hace necesario producir una separación entre distinción social y acceso a dichas credenciales. La distinción implica entonces poder acumular recursos que no pueden ser adquiridos por todos en el mundo de la escuela.

Uno de los modos en que las sociedades modernas intentan consagrar una nobleza en el seno de una sociedad abierta y democrática tiene que ver con la atribución de una “dignidad” que otorgan los títulos extendidos por determinadas instituciones educativas. Esa “dignidad” está asociada a esquemas de clasificación tempranamente inculcados, que son de orden moral. En tanto una especie de capital (el capital cultural) lo moral ha de construirse al interior de una relación social y en referencia a la disputa por el poder al interior de un campo determinado. En las escuelas de la clase alta, eso considerado como moralmente distintivo y consagrado es “ser buenas personas”; los individuos pertenecen a “familias de buenas personas”. Una entrevistada comparaba su colegio católico de mujeres con otro colegio privado laico bilingüe de zona norte, elegido por familias con un alto poder adquisitivo:

Para ellos todo era el éxito, ganar, ser el mejor. En [mi colegio] había que ser el mejor pero también ser buena persona. Ellos tenían algunas clases de ética pero en el fondo todo era ir hacia ser el número uno (...) [Allí] hay más chicas que estudian una carrera universitaria o que siguieron trabajando en eso y en [mi colegio] por ahí menos (...) elegimos más la familia”.

En el CNBA, lo moralmente distintivo tiene que ver el esfuerzo pero esa condición es encarnada por individuos que sortearon una instancia decisiva como la del ingreso, es decir que el Colegio los seleccionó al margen de la calificación moral de su familia, lo que no excluye distintos tipos de ayuda familiares ni el hecho de que el grupo parentesco pueda ver aumentada su “dignidad” una vez que uno de sus integrantes entró al Buenos Aires. Los sentidos diversos que se construyen sobre la meritocracia (en tanto acceso al saber o a ser “buenas personas”) están dando cuenta de luchas al interior de las posiciones dominantes por imponer los *criterios legítimos de legitimación* (Bourdieu, 2013). La lectura de *La Nobleza* y nuestros intercambios nos permitieron desnaturalizar el trabajo de representación que realizan los sujetos por imponer su visión de la propia posición en el mundo (Bourdieu, 1985) y elegir ese debate como objeto de análisis más que tomar partido en él.

Notas

1. El trabajo de investigación se basó en 63 entrevistas abiertas en profundidad a adultos entre 80 y 30 años miembros de “familias tradicionales” con el objeto de reconstruir sus experiencias formativas. Si bien el campo elegido no se circunscribe a un territorio, se siguió la red de relaciones construida por los sujetos y las entrevistas se realizaron con personas que nos iban recomendando unas a otras. Se indagó respecto de tres generaciones dentro de cada familia intentando por este medio comprender las continuidades y transformaciones en sus trayectorias de vida. Como complemento de estas fuentes orales se utilizaron fuentes bibliográficas y material periodístico. Además se entrevistaron a otros informantes clave referidos por los entrevistados: ej. genealogistas; directores de guías sociales, entre otros. El trabajo de campo incluyó, igualmente, el análisis de biografías escritas por miembros de las “grandes familias”, libros editados por ellos, que fueron entregados a la investigadora durante las entrevistas. El trabajo con fuentes se completó con libros consultados en la biblioteca del Jockey Club de Buenos Aires sobre “la clase alta” y el registro hemerográfico centrado en las referencias a las “grandes familias” en los principales diarios de tirada nacional (Clarín, La Nación y Página 12) entre los años 2006 y 2010. Finalmente, se realizaron observaciones –a veces participantes– en eventos “de caridad” realizados por las escuelas a las que asisten los entrevistados y de diversas situaciones institucionales (actos escolares, entradas y salidas de las escuelas, entre otras).
2. Revista de Asociación de ex alumnas (AEA) de una de las escuelas estudiadas en Gessaghi, 2016.

Bibliografía

- Ball, S. (2001). *Class Strategies and the Education Market*. Londres, Reino Unido: Routledge.
- Beaud, S. (2002). *80% au bac...etapes? Les enfants de la démocratisation scolaire*. Paris, Francia: La Découverte/Poche.
- Bourdieu, P. (1985). *Respuestas por una antropología reflexiva*. México DF, México: Grijalbo.

- _____. (2013). *La nobleza de Estado. Educación de élite y espíritu de cuerpo*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Connell, R. (2000). Class and gender dynamics in a ruling-class school. En B. Levinson y K. M. Borman (Ed.). *Schooling the Symbolic Animal. Social and Cultural Dimensions of Education* (296-313). Lanham, Maryland, Estados Unidos: Rowman & Littlefield.
- Gessaghi, V. (2016). *La educación de la clase alta Argentina. Entre la herencia y el mérito*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Luci, F. y Gessaghi, V. (2016). Familias tradicionales y elites empresarias en Argentina: individuación y solidaridad en la construcción y sostén de las posiciones de privilegio. En *Política, Revista de Ciencia Política de la Universidad de Chile*, 54 (2).
- Lahire, B. (2008). Socializaciones y disposiciones heterogéneas: sus vínculos con la escolarización”. *Propuesta Educativa*, 17(30).
- Levi, G. (1989). Les usages de la biographie. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*. 44(6).
- Méndez, A. (2013). El Colegio. La formación de una élite meritocrática en el Nacional de Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Noiriel, G. (1990). Journal de terrain, journal de recherche et auto-analyse. Entretien avec Florence Weberen: *Genèses*. Année 1990, 2(2).

Abstract: The paper analyzes the reading conditions of Bourdieu’s book: *The State Nobility* in relation to two investigations that address the education of two privilege groups in Argentine society. We are interested in placing different accents to the text in question, by virtue of how some problems of the nobility resonate in the field work carried out in these investigations. Firstly, the article explores the reception that Bourdieu’s seminal work had in our field and highlights its main contributions for the study of elites in Argentina. Next, it describes the ways in which the “effect of dignity” granted by a title as conceptualized by Bourdieu in his work unfolds in our respective fields. Finally, the various ways in which, in the cases studied, capital is constructed, combined, reproduced; and the place elite schools occupies in that construction.

Keywords: State nobility - Bourdieu - High class - Nacional Buenos Aires Colledge - meritocracy.

Resumo: O trabalho analisa as condições de leitura do livro *A Nobreza do Estado* no marco de duas investigações que abordam a educação de dois grupos de privilégios na sociedade argentina. As autoras estão interessadas em colocar diferentes sotaques no texto em questão, em virtude de como alguns problemas da nobreza ressoam no trabalho de campo levado adiante nessas investigações. O artigo explora em primeiro lugar a recepção que a obra seminal de Bourdieu teve em nosso campo e destaca suas principais contribuições para o estudo das elites na Argentina. seguida, descreve as maneiras pelas quais o “efeito da dignidade” (Bourdieu, 2013) concedido por um título, se desdobra em nossos respec-

tivos campos. Finalmente, as varias maneiras pelas quais, nos casos estudados, o capital é construído, combinado, reproduzido; e o lugar ocupa as escolas de elite nessa construção.

Palavras chave: Nobreza do Estado - Bourdieu - classe alta - Colegio Nacional do Buenos Aires - meritocracia.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

Bourdieu en el conurbano: un viaje de ida y vuelta. Alteridad y trabajo de campo antropológico en la UNAJ y la UNPAZ

Laura Colabella* y Patricia Vargas**

Resumen: El presente artículo pretende documentar y analizar el modo en que estudiantes del conurbano se acercan a la materia Antropología Social y Cultural de la carrera de Trabajo Social de las Universidades Nacionales Arturo Jauretche y José C. Paz. Con este propósito describiremos, cómo resignifican la idea de alteridad antropológica, cómo aprehenden en la práctica las técnicas y métodos del trabajo de campo etnográfico; y el impacto que esta experiencia adquiere en sus vidas, las de sus familias y en el mundo académico de la universidad.

Este análisis se inspira en el papel transformador que, según Wacquant, cumplió el trabajo de campo en la obra de Pierre Bourdieu cimentando las bases para su futuro andamiaje teórico-conceptual.

Palabras clave: UNAJ - UNPAZ - Trabajo de campo - Enseñanza de la Antropología - Bourdieu etnógrafo.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 70-71]

(*) Laura Colabella es Dra en Antropología Social (MN-UFRJ), Profesora Asociada Regular por la UNAJ y Profesora de la Maestría en Sociología y Ciencias Políticas de FLACSO - Argentina. Correo: mlauracol@yahoo.com.ar

(**) Patricia Vargas es Dra. en Antropología Social, investigadora del Centro de Antropología Social del IDES y docente titular de antropología en el programa UBA XXI, adjunta de antropología social y cultural en la UNPAZ y titular de antropología y problemas socio-culturales en la Universidad de Belgrano. Dicta cursos de métodos y trabajo de campo en programas de posgrado de Argentina y Chile. Correo: patriciabeatrizvargas@gmail.com

Introducción

El propósito de este artículo lo constituye analizar sendas experiencias pedagógico-didácticas realizadas en el marco de la materia antropología social y cultural de la carrera de trabajo social en dos universidades del conurbano bonaerense a la luz de los aportes

bourdeanos en torno al trabajo de campo y la alteridad. Decidimos explorar esta arista a partir del artículo de Loic Wacquant “Seguindo Pierre Bourdieu no campo” (2006) dedicado a reflexionar sobre el Bourdieu etnógrafo y el papel transformador que cumplieron sus trabajos de campo en Argelia y en su tierra natal, el Bearn.

En primer lugar, describiremos la propuesta de enseñanza de la antropología a estudiantes del conurbano bonaerense de las universidades nacionales Arturo Jauretche y José C. Paz, en los primeros años de la carrera de trabajo social. En segundo lugar, mostraremos los modos específicos en que los estudiantes abordan la experiencia de trabajo de campo antropológico y cómo resignifican el concepto central de la propuesta –la alteridad como eje de la disciplina– en ambas universidades. En tercer lugar, con base en un análisis comparativo, vincularemos el quehacer del trabajo de campo en tanto “experiencia” con el aprendizaje de la alteridad y la producción de teoría sui generis, entre los estudiantes, en las docentes-investigadoras y en el mismo Bourdieu, recuperando la perspectiva de Wacquant sobre dicho proceso.

Enseñando Antropología a futuros trabajadores sociales

Ambas ingresamos a la Universidad Nacional Arturo Jauretche y a la Universidad Nacional de José C. Paz respectivamente en momentos próximos a sus creaciones e inicio de actividades académicas. Laura Colabella ingresó a la UNAJ en el 2011 y Patricia Vargas a la UNPAZ en el 2014. Asimismo, en 2013 ganamos el Concurso de Proyectos de investigación CLACSO-Asdi para realizar Estudios sobre Políticas Públicas en América Latina y el Caribe: democracia, ciudadanía y justicia social, y con cuya beca pudimos realizar una etnografía sobre la vida cotidiana de los estudiantes universitarios de primera generación de la Jauretche. Dicha investigación ofreció un telón de fondo para conocer las condiciones en que los estudiantes de las universidades del conurbano llevan adelante sus vidas y sus estudios, y el sentido que tiene para ellos la experiencia universitaria: básicamente, y contra las ideas dominantes en torno a los sectores populares y sus intereses exclusivamente instrumentales, los estudiantes afirmaron que además de la salida laboral, la realización personal funge también como motivación para estudiar. Asimismo, nuestra etnografía expuso de manera concreta y vívida los contextos en los cuales los estudiantes llevan adelante las tareas que requiere la vida universitaria (Colabella y Vargas, 2014).

Este conocimiento de primera mano de la vida cotidiana de los potenciales destinatarios de la currícula coadyuvó a la formulación de una propuesta pedagógico-didáctica que, además de enseñar contenidos propios de la disciplina antropológica, evalúa a los estudiantes que atraviesan el proceso de comprensión del objeto de la antropología en tanto alteridad, en la experiencia misma de realizar trabajo de campo. La materia Antropología Social y Cultural en ambas universidades forma parte del plan de estudios de formación de los futuros Trabajadores Sociales en el primer año en la UNPAZ y en el segundo año en la UNAJ. Ambos programas son similares en dos aspectos: un fuerte perfil metodológico en el que se privilegia la enseñanza de la etnografía en sus tres dimensiones: como enfoque, como método y como texto (Guber, 2001) y conceptualmente, en tanto se centra en la noción de alteridad para la comprensión del objeto antropológico (Krotz, 1999).

Los dos textos centrales de los programas son justamente: La etnografía. Método, campo y reflexividad, de Rosana Guber y Alteridad y pregunta antropológica de Esteban Krotz.

La novedad de la propuesta radica en que en los estudiantes son compelidos a hacer trabajo de campo antropológico en el primero y segundo año de sus carreras debiendo elegir un grupo humano, un sistema de creencias, una práctica o un espacio social que represente, desde el punto de vista de ellos, “la alteridad antropológica”. Desde la elección del lugar o grupo, la logística para llegar a él, la preparación emocional y mental para enfrentar una situación que puede devenir en rechazo, hasta la redacción de la experiencia en el contexto de una evaluación de la cual depende la aprobación de la materia, todo el proceso resulta en una vivencia inédita con fuerte impacto personal, familiar y académico.

Las primeras experiencias dieron cuenta de que la elección privilegiaba más que la alteridad, la cercanía socioespacial y la familiaridad, concentrándose mayoritariamente en miembros de sus familias, amistades y vecinos, así como también en instituciones propias de sus barrios, a saber: salas de primeros auxilios, comedores comunitarios, copas de leche, sociedades de fomento, unidades básicas, delegaciones municipales y organizaciones religiosas. Muchas veces también nos preguntábamos si en parte, no elegían aquello que intuían podría representar la alteridad para nosotras (sus profesoras), dadas nuestras investigaciones previas sobre sectores populares y que ellos conocían porque leían como parte de la bibliografía del programa o de nuestra presentación pública en las redes sociales. Además, en su gran mayoría, formaban parte de dichos contextos con un rol activo, lo que solía dificultar la comprensión de la alteridad, ya que el extrañamiento de lo cotidiano requiere un entrenamiento de objetivación mayor en el ejercicio de la reflexividad, más dificultoso aún entre quienes por primera vez realizan trabajo de campo antropológico (Da Matta, 1999).

Solía ocurrir que homologaban diferencia con alteridad antropológica: “mi madre, mi hermana, mi amiga es diferente a mí y por eso es mi alteridad”, era la respuesta común que justificaba sus opciones iniciales. Construir la idea de objetivación del sí mismo social y del Otro socio-antropológico devino en la búsqueda de alternativas pedagógicas para facilitar puentes de comprensión. Por ello, preocupadas con la idea de problematizar y más aún, extremar la idea de alteridad en los estudiantes, decidimos propiciar que el trabajo de campo lo hicieran en espacios o eventos de la ciudad de Buenos Aires (“capital”), o en espacios ajenos y totalmente inéditos desde el punto de vista biográfico, priorizando en lo posible prácticas y creencias consideradas “locas”, “exóticas” y “raras”.

Después de reunir material durante varios años, reflexionar sobre nuestras experiencias con los sucesivos cursos cuatrimestre tras cuatrimestre, y realizar entrevistas durante el 2018 (con vistas a profundizar en algunos aspectos centrales de la propuesta) esperamos responder qué significa la alteridad antropológica para los estudiantes del conurbano de la carrera de Trabajo Social. Concretamente, cómo eligen el objeto, cómo realizan el trabajo de campo y cómo a través de la experiencia, personal e intransferible, resignifican la alteridad. Finalmente, cómo se articula a la reflexión análoga que propone el sociólogo francés Loïc Wacquant cuando analiza el papel revolucionario del trabajo de campo en la obra de Bourdieu. Dos niveles unidos por la idea nativa de “experiencia” y sus múltiples sentidos para pensar el quehacer del etnógrafo.

Experiencias en la UNAJ: “tuve que despojarme de todas mis vergüenzas y animarme”

El partido de Florencio Varela se ubica en el sur del Conurbano bonaerense, a unos 30 kilómetros de la Ciudad de Buenos Aires y fue creado por ley provincial el 30 de enero de 1891. Limita al norte con el Municipio de Quilmes, al sur con el Municipio de La Plata, al este con el de Berazategui y al oeste con el de Almirante Brown. Su superficie es de 190 km cuadrados y está dividido en diez localidades, ellas son: Gobernador Julio A. Costa, San Juan Bautista, Santa Rosa, Villa Vatteone, Zeballos, Villa Brown, San Luis, La Capilla, Bosques e Ingeniero Allan, con 95 barrios inclusive. La población del municipio es de 426.005 habitantes (Censo 2010). La estructura poblacional del distrito muestra una población predominantemente joven, ya que el 44.2 % de la misma son menores de 21 años, siendo el promedio de edad de la población 25 años. Según la Encuesta Permanente de Hogares del 2008, el 76.9 % se encuentra bajo la línea de pobreza; los hogares con Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), alcanzan el 26.7%; y el 65.3% no tiene cobertura de Obra Social (Fuente: información sistematizada del Ministerio de Salud de la Provincia de Buenos Aires). Según datos del Observatorio del Conurbano de la Universidad Nacional de General Sarmiento, en el 2015 se registraron 66 barrios entre “villas de emergencia” y asentamientos. Dichos barrios han sido “etnografiados” con elocuencia por la antropóloga Julieta Quirós en dos textos pioneros “Cruzando la Sarmiento” (2006) y “El porqué de los que van” (2011). En esas etnografías, amparadas en sendos trabajos de campo en Florencio Varela, con períodos comprendidos en cuatro meses del año 2005; y posteriormente con un período más extenso, comprendido entre los años 2007 y el 2009 se muestra la trama, muchas veces oculta en la literatura sobre movimientos y organizaciones sociales, que nutre las columnas de los movimientos piqueteros y organizaciones sociales y municipales con personas de carne y hueso, cuya cotidianeidad ultrapasa las fronteras que rótulos como “piquetero” o “puntero” pretenden demarcar. Más bien, la autora, muestra que esos rótulos señalan continuidades y su oposición suele ser irrelevante para los vecinos de los barrios varelenses, que se acercan a las organizaciones de desocupados o a las delegaciones municipales. Sus etnografías están pobladas por personas, muchas veces jóvenes, que se fueron “enganchando” y “desenganchando” con los movimientos y también con “la política” a través de un recurso estatal: “el plan” o “los planes sociales”, según la calificación gubernamental. Buena parte de esos jóvenes y si no ellos, sus parientes, vecinos o conocidos además de “engancharse” y “desengancharse” con los movimientos y la “política” también lo hicieron con la Universidad Nacional Arturo Jauretche. Cuando ésta abrió sus puertas, en el año 2011, en el que fuera el predio de 14 hectáreas de los Laboratorios de Tecnología e Hidrocarburos YPF—inaugurado en 1940 y clausurado en 1994—, ubicado sobre la avenida Calchaquí a escasos 3 kilómetros del Cruce Varela, escenario de numerosos piquetes, y a unos 5 kilómetros de la Estación de Ferrocarril Florencio Varela, donde parten los ramales de la línea 500 de colectivos hacia los barrios periféricos donde residen la inmensa mayoría de los estudiantes de la UNAJ. El año de su apertura, la universidad recibió a más de 3000 estudiantes desafiando todos los pronósticos, que no auguraban más de 1500 ingresantes. En el 2015 se triplicó la cantidad de inscriptos con respecto al 2011, contando ese año, con 10.700 alumnos regulares (Fuente UNAJ).

Según datos de una encuesta administrada por la UNAJ a 1683 ingresantes en el año 2011, el grupo etario más importante era el de 20 a 24 años, que representa a un poco más de un cuarto de los encuestados. Los jóvenes de 17 a 29 años representan casi las dos terceras partes de esta población (63,7%). De todas maneras, se advierte un grupo importante de personas que tiene entre 30 y 49 años (3,2%). Por otra parte, la mayoría de los ingresantes del 2011, la componía población femenina con el 63,9 %. En cuanto al lugar de residencia los datos que arrojaba la encuesta, para el 2011, eran los siguientes: más de las tres cuartas partes de los ingresantes tienen su lugar de residencia en Florencio Varela (75,4%). Muy lejos, en segundo lugar, se encuentran los residentes de Berazategui (9,6%) y Quilmes (9,2%). Más de la mitad de los estudiantes vive en un radio de 50 cuadras (56,4%). La forma de traslado de esta población hasta la universidad es en su mayoría con un colectivo (67,7%). En segundo lugar, se ubican los estudiantes que se trasladan con más de un colectivo. Cerca de la mitad de los encuestados señalan que su tiempo de traslado hasta la universidad es de hasta 20 minutos (44,3%), mientras que el segundo grupo en importancia es el que responde que tardan entre 21 a 40 minutos (38,2%). Por último, el 41,9 % de los estudiantes señaló que su casa se localiza sobre calle de tierra.

Las carreras ofrecidas, en aquel momento, fueron: Bioingeniería, Bioquímica, Enfermería, Gestión Ambiental, Ingeniería Industrial, Ingeniera en Informática, Licenciatura en Relaciones del Trabajo, en Administración, Tecnicatura en emprendimientos agropecuarios, Tecnicatura en Producción Vegetal Intensiva e Ingeniera en Electromecánica. Las de mayor matrícula fueron: Enfermería con el 29,2%, Licenciatura en Administración con el 16,3% e Ingeniería en Informática con el 16,2%. (Fuente UNAJ, encuesta dirigida por Daniel Contartese).

Si bien la carrera de Trabajo Social comenzó a dictarse en el año 2015, el perfil de los estudiantes de esa carrera se encuadra en los datos generales de la primera encuesta administrada a los ingresantes del 2011.

La materia Antropología Social lleva 3 años dictándose en la Carrera de Trabajo Social de la UNAJ¹ Inicialmente los temas elegidos por los estudiantes, como ya sugerimos más arriba, eran las instituciones de sus barrios, asociados a los espacios clásicos de intervención de los profesionales del Trabajo Social. Cuando los interrogaba acerca de cuál era la alteridad que encontraban en esos espacios, la respuesta generalizada era porque se trataba un espacio al que no habían concurrido con anterioridad o porque desconocían a las personas que los frecuentaban. Fue necesario extremar la idea de alteridad en términos de extrañamiento/distanciamiento o más sencillamente de “exotización”, para así señalarles que el desconocimiento de una persona o grupo en términos personales o de redes de proximidad, no constituía la alteridad en términos antropológicos. Fue así que, en el primer cuatrimestre del 2018, les pedí que eligieran un espacio, práctica o grupo localizado en la ciudad de Buenos Aires.

Un primer aspecto relevante era que el traslado a la ciudad de Buenos Aires suponía para ellos atravesar una frontera social. Y otro recurrente era que, en la mayoría de los casos, iban acompañados por un familiar y también por sus hijos. Incluso la familia, podía participar también de la escritura del informe final. Fue el caso de Nadia, de 30 años, madre soltera de 3 hijos que vive con sus padres, en un área próxima al Cementerio de Florencio

Varela. Desde allí debió trasladarse al Cabildo, frente a la Plaza de Mayo, centro político del país, para hacer su trabajo de campo.

Fuimos en tren, después fuimos en subte con mi nene. Y mi nene (de 10 años) el subte no lo conocía... ya de por sí. Así que el subte era como... ya de por sí... Y buenos fuimos y llegamos donde bajamos y de ahí era caminar. Era para este lado habíamos visto que estaba la avenida 9 de julio, no? Cuando bajamos del subte... para este lado no creo que sea, tiene que ser para el otro lado. Entonces empezamos a caminar para el otro lado. Entonces preguntamos en un quiosquito ahí y la señora me dijo que tenía que caminar un par de cuadras... qué sé yo. Y era... uno... yo no estoy acostumbrada a salir a capital. No es que trabajo por allá ni nada por el estilo. Así que no estoy acostumbrada al movimiento de gente, es como vienen a todos acelerados... al nene lo corría así para acá para allá. Íbamos caminando, mirando. Mi hijo se quería quedar en cada esquina mirando un edificio.... Estaba embobado mirando... No hijo tenemos que llegar a la vista guiada. Era ese el momento. Después cuando volvimos, volvimos más tranquilos y miramos, le digo yo...

Llegar al lugar elegido, constituye una victoria y también una sorpresa:

Estábamos llegando los dos re emocionados de ver cómo era el cabildo nos imaginábamos una cosa enorme, gigante y cuando estábamos llegando.... Entonces dimos toda la vuelta por atrás del cabildo nos fuimos como dos cuadras para el otro lado. Y volvimos y le digo a un señor... ¿el cabildo es por acá? Sí, me dice, eso que está ahí en la esquina. Nosotros pasamos la calle, todo... vimos la esquina era una cosa mínima...

Al igual que la redacción del informe final:

(Las notas de campo) Sí, me re sirvieron, lo de clase fue una re ayuda. Yo, igualmente, escribía en la computadora, yo no tengo computadora, me prestó mi sobrino la compu. Iba escribiendo y sentaba a mi papá, mi mamá, el que esté en mi casa les leía y les decía '¿qué te parece lo que te estoy leyendo? ¿Estás en el momento, en el lugar?'... Mi papá me dice en un momento... porque yo ponía todo lo que usted (la profesora) me dijo cuando yo traje por primera vez la nota de campo 'tenés que aclarar cómo estaba vestido cada personaje', qué sé yo, qué sé cuánto. Y en un momento que yo había escrito como una chica, que ella me decía que vivía en capital, ¿no? Pero no estaba vestida como una persona que yo creo que vive en capital. Estaba vestida con una remera grande, con un pantalón de jean grande. Los chicos no estaban bien vestidos era como... todo muy sencillo... digamos. Y me dice mi papá: '¿pero es necesario que pongas todas esas cosas, hija? ¿Cómo vas a poner esas cosas de esa señora, pobrecita? ¿Ponela que estaba bien vestida (risas)!. No, papá, tengo que ponerla como me dijo la profesora, como estaba, no puedo poner lo que yo quiero'.

Otra estudiante, también de nombre Nadia, de 21 años, quien, desde “el fondo de Quilmes” eligió el Mercado de Pulgas de Colegiales. Ante el impedimento inicial de su familia por el traslado a un lugar tan distante de su casa, sumadas a las dificultades por dejar al cuidado de alguien a su pequeño hijo de dos años, encontraron como solución que la acompañara su suegro, en su primera salida al campo. El abuelo y su nieto daban vueltas por el predio, mientras ella “observaba y hacía entrevistas”. Ya la segunda visita la hizo sola porque se sentía “más suelta de preguntar... además ya no tenía miedo de que me digan que no. Ya estaba más como... que bueno te pueden decir no... entonces como que me iba ya...”.

En su trabajo final, señaló:

Cuando inicié a pensar en el trabajo de campo con la consigna de la “alteridad”, supe que el hecho de hacerlo en Capital ya me lo estaría representando. No suelo viajar mucho y menos por esos lados, el Mercado de Pulgas, ubicado en Colegiales me pareció un buen lugar. Pensé automáticamente en gente de otra clase social, y por eso vestida, con costumbres y sentidos diferentes a los míos.

Al igual que en el caso anterior, la llegada representó una sorpresa:

Personalmente cuando estaba camino al lugar, luego de tanto viaje al que no estaba acostumbrada, lugares no familiares para mí, pensaba encontrarme con un lugar con personas quizás vestidas de acuerdo a la temática de época, de acuerdo a los objetos que vendían, personas jóvenes tal vez, un lugar vanguardista, gente dispuesta a conversar y charlar. Sin embargo, me encontré con un mundo muy diferente al pensado, con gente de la tercera edad, con un predio vacío de compradores, aunque lleno de ‘cosas viejas’ para mí y ‘una identidad del pasado’ para los vendedores del lugar.

Al mismo tiempo, que les resultó provecho para poner en práctica, las “técnicas” vistas en clase:

Para llevar a cabo la investigación, que de hecho fue muy difícil en un principio, utilicé la entrevista no dirigida, esta me permitió, como menciona Guber en el texto ‘La Etnografía’, que los informantes se sientan más libres a la hora de contestar, más aun en el marco de inseguridad que estaban atravesando debido a un incidente con las autoridades del estado y de la DGI, ‘la no directividad favorece la expresión de temáticas, términos y conceptos, más espontáneos y significativos para el entrevistado’. Gracias a este método tuve a mi parecer mejores resultados, ya que los informantes sintieron más ‘una charla’ que una entrevista donde se sintieran evaluados o ‘espiados’ en este caso. Para que esto se pudiera llevar a cabo, sin duda ‘la confianza del investigador en el informante’ fue de mucha importancia.

La búsqueda por las categorías nativas los lleva a reconocer que los grupos sociales, aun componiendo una unidad, no siempre son homogéneos. Fue el caso de Romina, quien eligió a los Coleccionistas del Parque Rivadavia. Según consignó en su informe final:

Elegí al grupo ‘de los coleccionistas’, ya que respeta las características antropológicas, como, por ejemplo, ‘la alteridad’ siendo que nadie de mi alrededor, ni yo misma, teníamos conocimientos previos respecto a los coleccionistas, más que la obvia relación de su concepto con tener mucha cantidad de algún objeto.

Entre ellos encontró que:

Algunos coleccionistas se definen a sí mismos como Coleccionistas Innatos, como por ejemplo, Franco C. de aproximadamente 75 años, jubilado, con dos hijos mayores; relata que él nació con ese “don” de coleccionar. Desde que era pequeño comentó que escondidas agarraba y guardaba las estampillas de su madre que le mandaba su abuelo desde Italia, y así comenzó su amor por el coleccionismo. Otros coleccionistas suponen que su pasión por el coleccionismo fue heredada, o por sus abuelos, que los llevaban al parque o por sus padres (...). A pesar de las distintas formas de empezar en el camino del coleccionismo todos están de acuerdo con que coleccionar es una forma de vida, que para coleccionar tienen que amar cada objeto que buscan y enriquecerse con todo lo que viene con ese objeto.

En otros casos el trabajo de campo sobre “la alteridad” les presentó incidentes que debieron sortear. Fue lo que le ocurrió a Maximiliano, quien lo comentó ante sus compañeros el día de la presentación del trabajo, cuando leyó lo ocurrido, de una nota de su cuaderno de campo. Expuso el incidente como ejemplo del concepto de reflexividad, cuando la persona del investigador forma parte activa de aquello que pretende conocer. Su elección fue el Shopping “Portal Palermo”, ubicado sobre la Avenida Bullrich, detrás del Regimiento de Infantería Patricios. En su segundo día de trabajo de campo consignó en su cuaderno el siguiente episodio registrado en el intervalo del almuerzo:

Luego me dirigí al primer piso donde antes de ingresar al Jumbo (lugar donde se vende mercadería para el consumo). En la entrada hay un lugar donde se puede consumir comidas al paso, como por ejemplo panchos, ensaladas, café, bebidas y hay promociones de comidas que son más económicas que en los lugares de comida que se encuentran en planta baja (...) Compré una ensalada, que se encontraba en promoción la ensalada y una bebida a un módico precio de 109 pesos, al pagar realicé el pago con la tarjeta de crédito del Banco Nación, al cual la cajera la confunde con la tarjeta Argenta que es la tarjeta que emite el Anses a los jubilados y a los que tienen crédito subsidiado por el estado. A partir de mi apariencia se confunde, identificándome con alguien que se encontraba recibiendo una contraprestación de la Anses. Al aclarar el tema y decirle que era una tarjeta de crédito del Banco Nación que pertenece a

la empresa Mastercard, no me creyó y lo consultó con una de las compañeras. La compañera al ver la tarjeta le dijo que era válida y que todos los días realizan muchas transacciones con la misma. Luego la empleada me pide disculpas y me entrega la mercadería.

Para otros, la experiencia resulta una inversión que pueden capitalizar en otras materias. Fue el caso de Florencia, de 31 años, quien eligió el Centro Cultural Kirchner (CCK), porque quedaba cerca de su trabajo anterior y fue inaugurado poco después que “dejó de ir a Capital”. El trabajo sobre alteridad fue para ella una oportunidad “para conocer” el CCK. Como la mayoría de sus compañeros, la primera vez, fue acompañada de su hijo de 11 años, quien le pedía todo el tiempo que le sacara fotos. Durante la entrevista, en el aula, ante la pregunta si el trabajo le sería útil en su futuro profesional, respondió:

Me sirvió un montón. Porque pasó que arrancamos con el trabajo de campo y tengo otra materia conocimiento científico y tenemos (que hacer) un modelo de investigación. Entonces dije ahh esto es una papa porque ya lo estoy haciendo. Entonces me resultó super fácil. Y me sirve un montón porque estoy con conocimiento científico y el cuatrimestre que viene tengo metodología cualitativa así que también me va a servir para eso. Así que me viene bárbaro... (Fue) Novedoso porque nunca lo había hecho y de a poquito vas sabiendo cómo manejarte o qué preguntar o sabes lo que no tenés que preguntar así de una. Lo que más me quedó es no ‘ir al grano’ para obtener más información.

En todos los casos se trató de una experiencia transformadora. Quien mejor lo resume es Karina, que eligió la Feria de Mataderos para llevar adelante su trabajo sobre alteridad. Durante la entrevista en el aula, ante la pregunta por la significatividad si les resultó “fácil”, “difícil”, “divertido”, “aburrido”. La respuesta de Karina fue categórica:

Hay que animarse. Todo lo nuevo hay que animarse y despojarme todas las vergüenzas de todo y animarme...Y muy útil para mi futuro como trabajadora social yo sé que voy a encarar problemáticas a investigar y bueno este fue mi primer pasito. Y bueno como futura trabajadora espero encarar temas que les sirvan aunque sea un pedacito de la comunidad donde vivo ya sea con problemas y que todo sume, no?...Que todo sea un granito de arena. Si bien fui a una feria, fui con otra mirada, como que los ojos no te dan para mirar todo... estas acá y te perdés de algo y querés tener ojos por todos lados. La mochila te la llevás vos solita...

Experiencias en la UNPAZ: “no quiero perderme más nada, quiero intercambiar opiniones y conocer personas y culturas”

El partido de José C. Paz se ubica al noroeste del Conurbano bonaerense y a 40 kilómetros de la Ciudad de Buenos Aires. Se fundó en 1995, al dividirse el municipio de General Sar-

miento en tres distritos (junto con San Miguel y Malvinas Argentinas). Limita al norte con Pilar, al oeste con Moreno y Pilar, al sur con San Miguel y Moreno y al este con Malvinas Argentinas y San Miguel. En su superficie de 50 km cuadrados cuenta con más de 75 barrios, de los cuales 4 son *countries*, 2 barrios cerrados y el resto casas, departamentos y casillas. Según datos elaborados con base en el censo nacional 2010 por el Departamento de Economía de la Universidad CAECE, el partido contaba en ese momento con 265.981 habitantes, de los cuales un 85% vivía en casas, un 4% en casillas y el resto en departamentos. Según el informe de 2016 del Instituto del Conurbano de la Universidad de General Sarmiento, en el 2010 el partido presentaba un porcentaje de 12% de hogares (8610 hogares) con al menos un indicador de necesidades básicas insatisfechas. Respecto de la infraestructura, una gran mayoría carecía de servicios básicos: un 17,3% de la población accedía al servicio de agua de red, un 6,1% tenía cloacas y menos del 40% contaba con red de gas. Completando estos datos con el informe de Suárez y Arce basado en una encuesta socio-económica representativa realizada en 2007 a 400 hogares de San Miguel, Morón, Moreno y José C. Paz, se destaca para este último que los hogares que no contaban con red pública de agua se proveían mediante una bomba motor perforada en el terreno (más del 50%), y un 15% carecía de agua al interior de la vivienda. Coincidente con los datos de los otros estudios mencionados, un tercio de los hogares resolvía la cuestión de las aguas servidas mediante un pozo ciego sin cámara séptica, y un 5% no poseía baño dentro de la casa. En cuanto a las calles, un 45% de los hogares tenía asfalto e iluminación pública.

En aquel momento, la mayoría de los residentes era propietario de las viviendas, pero no de los terrenos y las razones aducidas para habitar en sus barrios se vinculaban con la habitualidad y cercanía de familias y amigos, o el aprovechamiento de alguna oportunidad económica. Según datos complementarios del INDEC (2010), al interior de los hogares, el 63,7% de los mismos no contaba con una computadora, el 5,7% carecía de heladera y el 11,8% de teléfono de línea.

Asimismo, la vida cotidiana se desarrollaba mayormente en el entorno barrial. Según las autoras antes mencionadas, el eje céntrico del partido es el ferrocarril, principal medio de transporte para el desplazamiento a la ciudad de Buenos Aires y/o los lugares de estudio y trabajo, siendo que menos de un tercio de los hogares contaba con un auto (en su mayoría de modelos viejos).

Cuanto más alejado de este epicentro, mayor era el grado de vulnerabilidad y mayor la concentración de jefes de hogar con promedios de escolaridad menores al promedio provincial. Más aún, a nivel del partido 1 de cada 5 personas mayores de 20 años no concluyó la primaria, mientras que los potenciales estudiantes universitarios se encontraban entre quienes contaban con secundaria completa (18,6 %) y terciaria y universitaria incompleta (9,8 %).

En cuanto a las fuentes de ingreso, un 66,5 % lo obtenían del trabajo, un 26,2 % de jubilaciones o pensiones y un 4,3% de subsidios de ayuda social. En líneas generales, el nivel de ocupación era del 81,4 % en los hombres y el 47,3 % de las mujeres, con un 10,5 % y un 4,3% de desocupados respectivamente, siendo el cuentapropismo y el servicio doméstico las labores mayoritariamente destacadas. A modo de síntesis, el estudio señala que la concentración de hogares en los estratos socioeconómicos más bajos era en ese momento del 62%.

En 2011 un informe producido por el observatorio del Conurbano Bonaerense también de la Universidad Nacional de General Sarmiento mostraba que las actividades económicas principales eran del área servicios (comerciales e inmobiliarias) y que los ocupados no registrados llegaban en ese momento al 50%. Este panorama mostraba continuidad con los datos del 2007 y seguía acompañado de una amplia brecha educativa, ya que el 33% de los ocupados contaban con niveles educativos por debajo de la cantidad de años obligatoria (12 años de escolarización) y trabajaban en sectores de baja calificación como la construcción, el transporte o el servicio doméstico.

En dicho espacio social y como parte de las políticas basadas en el desarrollo territorial y regional que crearon nuevas universidades localizadas en distintos municipios del conurbano y la ciudad de Buenos Aires, la Universidad Nacional de José C. Paz fue emplazada en un predio del Ferrocarril General San Martín, a escasas cuadras de la estación de José C. Paz. Según se historiza en el Plan de Desarrollo Institucional 2016-2020, fue creada por la Ley 26.577, promulgada en diciembre de 2009. Inició sus actividades académicas dictando cursos de ingreso, orientación vocacional y ambientación universitaria durante el ciclo lectivo de 2011. Pero fue en abril de 2012 cuando se inició la cursada de seis carreras de grado: abogacía, licenciaturas en enfermería, administración y trabajo social y profesorado de educación física, y una de pregrado, analista programador universitario, con una población cercana a los 2.000 estudiantes, llegando a más de 3000 al año siguiente. En lo sucesivo se sumaron las licenciaturas en instrumentación quirúrgica, producción de bioimágenes, y las tecnicaturas en medios audiovisuales, producción y desarrollo de videojuegos, y diseño editorial y multimedial. En cifras, la UNPAZ contaba en 2018 con más de 10.000 estudiantes, siendo el 93% de ellos primera generación de universitarios en sus familias.

Mi ingreso como docente a la UNPAZ se produjo en el 2014, dos años después de que se empezara a dictar la carrera de trabajo social, al concursar el cargo de adjunta de la materia cuatrimestral de primer año de Antropología Social y Cultural² Luego de un lustro de tener comisiones a cargo, puedo sistematizar algunas regularidades en cuanto a las elecciones de aquello que constituye la alteridad para los estudiantes. Han elegido: instituciones barriales (unidades básicas, sindicatos, dependencias estatales de salud, educación y seguridad), grupos religiosos (umbandas, testigos de Jehová, diáconos y monjas católicas, mormones, islámicos, judíos ortodoxos, evangélicos, hare krishna, budistas, devotos de san la muerte, la santa muerte y el gauchito gil); grupos étnico-nacionales y sus prácticas ceremoniales, de comensalía y laborales (bolivianos, paraguayos, senegaleses, alemanes, qom-toba, chinos y gitanos); practicantes de disciplinas diversas (yoga, karate y kempo, reiki, tarot, astrología, chamanismo, brujería, adivinación, acupuntura, parkour, luchas medievales, boxeo y fútbol femeninos y roller derby); prácticas artísticas (danzas árabes, tango, pole-dance, subculturas musicales tales como rock, metal, gótico, punk-, K-pop, hip-hop, rap, batallas de free-style, break dance, murgas, transformistas y drag queen); prácticas laborales (tareferos, bomberos, artesanos, diseñadores, tatuadores, trabajadores circenses, policías, empresas familiares de sex shops, prostitución, strípers y domadores de caballos); estilos de vida (mamá cultiva, sado, swinger, isleños, viajeros mochileros, veganismo, gamers, lolitas, cosplayers, otakus y ecoaldea velatropa); espacios de sociabilidad vinculados con el entretenimiento, el trabajo y el consumo (los barras, los hinchas y

la cancha de fútbol, los pibes de la esquina, ex tumberos, personas que residen en la calle, casinistas, las ferias de artesanía, diseño, productos orgánicos y antigüedades).

Un amplio abanico de prácticas, grupos humanos y espacios sociales son actualizados como alteridad, “cuando se encuentra a otros, lo extraño a nosotros” según los dichos de Elizabeth. Un modo de transitar esta experiencia es a través del viaje, tanto material como simbólico (Krotz, 1999) y este es el criterio utilizado para elegir algunos de los 38 trabajos presentados por los estudiantes de la comisión del turno mañana del segundo cuatrimestre del 2018 como segundo parcial domiciliario escrito.

Uno de esos espacios que provocan alteridad lo constituye el casino. Dos estudiantes eligieron los casinos de Pilar –Graciela– y Tigre –Elisa–. Ambas coincidieron en que el tipo de personas que frecuentan estos espacios les provocan extrañeza: para Graciela los jugadores que allí van sólo podían ser “compulsivos”, desde su punto de vista “pierden su tiempo, malgastan su dinero, pierden sus bienes materiales, sus viviendas y hasta la relación con sus seres queridos”; mientras que Elisa afirma: “mi alteridad es el mundo de las apuestas, me resulta raro cómo un grupo de personas puede estar horas gastando tiempo y dinero, sin darse cuenta de todo lo que podrían hacer con eso, lo observé en mi tía, que gasta su sueldo en las máquinas tragamonedas”. La búsqueda de comprensión las motivó a realizar la experiencia de trabajo de campo. Graciela le pidió a su hija que la acompañe:

Como ella vive en Pilar a pocos minutos del casino, y como el jueves 18 de octubre no trabajaría porque se encontraba en paro docente, aceptó mi invitación. El trabajo de campo comenzó en casa, cuando le pedí a mi marido que me acerque a la casa de mi hija. Reuní todo lo que me pareció pertinente para el trabajo de campo, llevé el teléfono celular, un cuaderno, una lapicera, dinero y le dije a mi marido que me lleve... a mí me acompañó mi hija, estaba acompañada, entonces pude caminar más, pude observar bien, si hubiera ido sola pienso que me hubiera costado un poquito más, porque las personas no te daban margen para poder hablar, no te escuchaban, te miraban extrañamente, como que éramos extraños (...) tuve que dejar de lado mis preconcepciones sobre las personas que integran este grupo para poder sentirme cómoda dentro del casino y así realizar las entrevistas. Yo los denominé ‘grupo de jugadores compulsivos’ y ellos se denominaron por sus nombres, personas comunes con un pasatiempo como cualquier otro; sólo una de ellas manifestó que quizás su pasatiempo era una enfermedad ya que tenía la necesidad de ir constantemente y que cuando no iba se sentía ansiosa e inquieta. Las personas que entrevisté se encontraban jugando dentro del casino, dos en el sector de los tragamonedas y una en el de las ruletas, me puse a jugar en los respectivos lugares y como nunca había jugado en un casino, usé de pretexto mi falta de experiencia para pedir indicaciones del uso de las máquinas y el modo de realizar una apuesta. De esta manera entablé una conversación con las personas, les dije que estaba realizando un trabajo para una materia de la carrera que estoy estudiando... Para observar, me dispuse a mezclarme con la gente, a sentirme una más del lugar, sentirme cómoda; tuve que dejar de lado mi pensamiento de que es un lugar donde la gente va a perder su tiempo, tiran su dinero de forma indiscrimina-

da y pierden sus bienes personales, al transcurrir mi investigación de campo pude notar que, si bien sigo pensando que ese lugar es todo lo que yo creía, también el grupo de personas que va lo hace como un modo de sociabilizar, de estar con un otro, de conocer personas, un lugar donde distraerse, tomar algo y despejar su mente (...) Me gustó mucho porque si bien yo soy de hablar y de sociabilizar bastante, me acompañaron (mi marido y mi hija); después en casa les conté a todos lo que había hecho y hablando como estoy hablando ahora, que digo alteridad, palabras nuevas, están contentos porque ya a mi edad no pensaba que iba a hacer esta experiencia (...) (también me di cuenta que) me hubiera gustado elegir otra alteridad, porque fue una experiencia tan linda que me hubiera gustado experimentar más, hablar más con personas, me gustó muchísimo (...) Este trabajo me sirvió para mi formación ya que me di cuenta de que no puedo tener preconcepciones de las personas, cada grupo tiene una dinámica, sus costumbres y tradiciones, que para mí pueden representar algo extraño, pero para ellos es familiar, y de este modo y respetando esa diversidad es como debo abordar su observación y estudio.

Elisa por su parte fue al casino de Tigre. Tres colectivos (488, 203 y 60) y dos horas de viaje la separaron de su hogar. Al igual que Graciela encontró discrepancias entre lo que las personas dicen y lo que hacen:

Ellos se definen como personas que se van a distraer un rato, sin hacer mal a nadie, aunque yo vi a un hombre jugar de a dos máquinas, o trabar las máquinas con un papel, tarjeta o palito para que siga rodando y no perder el lugar. Hice 5 entrevistas –en el colectivo camino a Tigre con mi hermano, al guardia de seguridad y una empleada que me ayudó a manejar las máquinas y a dos señoras mayores (una jugaba en la tragamonedas y otra se sentó a mi lado cuando jugaba)– (...) Las ideas que tengo sobre este grupo aún subsisten en mí –son egocéntricos, impulsivos, ambiciosos–. Pero los entendí porque en las tres horas que estuve ahí, con el sonido de las máquinas y ves que a otro les paga, uno siente, si a él le pagó, porque no me animo. Vas probando y si una máquina te paga no la querés dejar, querés ir a otra sin dejar esa. Yo no podía dejar de apostar y aceptar que había perdido, jugué hasta minutos antes de salir, imagino lo que sienten los apostadores. A la hora de evaluar si mi alteridad estuvo bien seleccionada, con los conceptos de Krotz, siempre se puede encontrar alguna diferencia en comparación con cualquier otro ser humano, por más mínima que sea, se puede encontrar con otro, ese que no soy yo, o con lo que yo no haría. Pero antropológicamente hablando lo estudio para entenderlo, no para juzgarlo. Este ejercicio es relevante porque me enseña a no juzgar, a dejar de lado mis propios conceptos y prejuicios a la hora de realizar una observación.

Elisa descubrió que para el casino las personas que asisten son “casinistas” y para quienes asisten, una fuerte división moral los divide: están “los que van a divertirse un rato” y los “ambiciosos, que no se dan cuenta de lo que gastan”. A nivel teórico lo vinculó con la idea

de estereotipo de Perrot: “encuentro (de mi parte) la generalización hacia el grupo estudiado, sin embargo aunque todos actúen de la misma manera (aparentemente) la motivación es diferente, ya sea el dinero, diversión o búsqueda de compañía”.

Muchas estudiantes habían elegido grupos o lugares cercanos a sus hogares pero les pedí explícitamente que intentaran ir a un lugar desconocido para ellas, por ejemplo, las diferentes ferias de capital. Fue así que Silvia y María José optaron por ir a la Plaza Cortázar, coloquialmente llamada Serrano.

Silvia en la entrevista me cuenta:

¿Qué dijeron en casa? al igual que yo, en casa no sabían qué era un trabajo de campo, entonces tuve que explicarles a mi marido y mis hijas en qué consistía. A todos les gustó muchísimo la propuesta. Por mi parte estaba muy nerviosa porque nunca había hecho algo así, pero como todos mis compañeros y compañeras tenía que hacerlo, porque es lo que me pedía la materia para poder aprobar. Para el trabajo de campo fui con Majo, una compañera y mi hija Tiffany, que hizo de fotógrafa. Me ayudó muchísimo para la materia de sociología, ya que también tuve que hacer entrevistas, así que me vino como anillo al dedo. Nos encontramos un sábado a las 13.40 hs., tomamos el tren en la estación Lemos hasta Lacroze, de ahí el 39 hasta la plaza serrano. Cuando llegamos nos separamos para realizar nuestros respectivos trabajos; estaba muy nerviosa antes de realizar las entrevistas, después traté de distenderme un poco y comencé a hacer las preguntas, cuando terminamos nos encontramos de nuevo con Majo y volvimos a hacer el mismo viaje hacia nuestros hogares (...) cuando llegué a casa conté la experiencia, les mostré las fotos y lo sucedido en la feria; luego cuando armé el informe se lo leí a mi marido para que dé el visto bueno, él es un gran apoyo para mí, está en todo y ahora gracias a dios también en mi carrera, así que, es lo que yo más amo y en el que me apoyo, así que estoy contenta de haber hecho esta propuesta que me hiciste hacer (...) mirando en clase las exposiciones de mis compañeros vi que me faltaban preguntas más puntuales, entonces decidí volver a ir a la feria, pero con preguntas más concretas, eso realmente fue lo que me ayudó para presentar mi oral, estoy contenta, la nota que tuve, estoy muy satisfecha. Es muy buena propuesta, nos va a servir en nuestra carrera donde tendremos que interactuar cara a cara con las personas que necesiten de nuestra ayuda en un futuro no muy lejano”.

En el parcial Silvia dio cuenta de algunos hallazgos: lo que ella llamaba feria de manualidades ellos lo contraponían a ferias artesanales, distinguiéndose como artesanos, artistas y manualistas, y aunque estas actividades conviven, están jerarquizadas: si bien “antes de conocerlos pensaba que eran nómades, intransigentes y exclusivos, luego descubrí que no son nómades porque tienen un lugar estable, pero sí intransigentes y exclusivos porque se califican como artesanos, descalificando a otros” (como la propia Silvia, que hace manualidades).

María José fue quien buscó información sobre la feria en internet. La idea que tenía sobre ellos era que lo que hacían “era sencillo, no les demandaba mucho tiempo y lo hacían

como pasatiempo; descubrí que no es así, que su trabajo tiene valor afectivo, le dedican tiempo, delicadeza y compromiso, es su medio de vida. Sin embargo, me costó ver la alteridad, se parece a cualquier otra feria. La relevancia del trabajo... es rico para mi formación, el comienzo de un largo camino, poder relacionarme, comenzar a utilizar herramientas como la observación, el registro, la entrevista, me incentivaron a seguir el camino de mi formación como trabajadora social”.

Por su parte, Luciano y Claudia eligieron las ferias de antigüedades, distantes a hora y media de sus hogares y sucesivas combinaciones de transporte público. Luciano fue al Mercado de las Pulgas y Claudia a la feria de San Telmo. Ambos fueron acompañados, por un amigo en el primer caso y por la familia (esposo y dos hijos) en el segundo. Al igual que para muchos otros estudiantes (Amalia que fue con su hijo al delta y la ayudó a preguntar y reconstruir el registro, Flavia que fue con su hija al encuentro nacional de parkour y participaron en las actividades, Matías que aprovechó un viaje familiar a Misiones para conocer las actividades de los tareferos o María que asistió con su familia a una procesión de devotos del Gauchito Gil en Corrientes), el trabajo de campo suele constituir una oportunidad para “pasar un día en familia disfrutando de conocer nuevos lugares” (Claudia). En el caso de Luciano la alteridad se vinculaba con el tipo de actividad, que él imaginaba como un hobby temporario y resultó ser un trabajo fijo para sus entrevistados. También encontró restauradores y vendedores de colecciones, además de anticuarios. Claudia por su parte analiza la alteridad con relación a los objetos antiguos porque “pertenecen a tiempos pasados, podrían considerarse extraños (...) a mí me sería difícil elegir y coleccionar antigüedades, y en caso de tener algún artículo antiguo no lo traería a mi hogar, ya que son distintos los diseños a los preestablecidos con la armonía de los objetos que tengo”. El hallazgo de Claudia lo constituye los modos diversos en que los vendedores clasifican los objetos según lo que tienen para ofrecer, mientras demarcan como antigüedad “objetos que tienen 150 años” otros lo remiten a “principios de siglo” siendo el resto solamente “cosas viejas”.

María Alejandra, por su parte, hizo su trabajo de campo un domingo, en la Feria Sabe la Tierra del Parque Las Heras, distante 3 colectivos de su residencia. Eligió a los veganos porque quería comprender la aparente contradicción entre “el amor por la naturaleza” y “la rebeldía de manifestarse de manera violenta en carnicerías, frigoríficos, granjas y pescaderías y todo lo que tenga que ver con el maltrato animal”. Su hallazgo consistió en la distinción que ellos mismos hacen entre vegetarianos, veganos y activistas. Los feriantes con los que fue conversando le explicaron que “somos lo que comemos, que los alimentos tienen energía e información, y que si introducimos alimentos contaminados colabora con el malestar de las personas y se refleja en la violencia generalizada (...) se definen como personas saludables, plenas, armoniosas y no contaminadas”. Metodológicamente “hice observación participante mientras degustaba lo que me convidaban y conversábamos, o sea, se concretaba la entrevista. En cuanto al registro fui tomando notas mientras observaba y charlaba, hice parte del registro en el colectivo cuando regresaba y al cabo de unos días lo fui arreglando y ordenando porque Guber dice que hay que hacerlo lo más rápido que se pueda, para no olvidar detalles”. Tomó contacto con formas de elaboración y alimentos hasta ese momento desconocidos: panes de masa madre, fideos de legumbres, de quínoa, de sémola, de algarroba, variedades de té en hebras, hamburguesa de tofu, jugo

de jengibre: “no puedo dejar de sorprenderme, es un mundo, increíble la variedad, fuera de lo común para mí. Me retiro habiendo sentido aromas penetrantes y únicos y habiendo probado sabores muy raros para mí. Ahora soy más consciente de mi alimentación, pero no lo llevo a cabo en mi vida”. El día de su presentación oral elaboró ella misma algunos alimentos que aprendió a hacer en el marco de una entrevista adicional que decidió llevar adelante para completar mejor su trabajo de campo.

En otros casos, sobre todo las estudiantes más jóvenes, fueron acompañadas por familiares ante el temor generalizado: ¿a dónde te vas a meter? Tal fue el caso de Paola, que eligió ir a la ecoaldea Velatropa de Ciudad Universitaria y fue acompañada por su papá o de Cande, que decidió ir a los sex-shop del microcentro porteño acompañada de su hermana gemela. “Mi papá me dijo que eran unos hippies, sucios, vagos, drogadictos y que no debía ir, por eso me acompañó y por un momento yo también creí que me iba a encontrar con lo que él decía, pero al llegar fue todo lo contrario, incluso él cambió de opinión totalmente”. Paola ayudó a tamizar y preparar la tierra para sembrar plantines y el papá cebó mate mientras todos conversaban sobre las actividades centrales del lugar: bioconstrucción, cosecha, reciclaje. Para hacer las entrevistas “utilicé una técnica no directiva, por momentos pregunté cosas que eran de mi interés, pero en gran parte del tiempo dejé que ellos me contaran lo que sabían y querían”. La experiencia:

Me pareció muy buena, aunque no viviría así (...) Pude notar el amor, dedicación, esfuerzo y empeño que esas personas ponen en el lugar y ser parte de eso por un momento. El ejercicio puso en práctica nuestra capacidad de dejar de lado el etnocentrismo que todos tenemos sobre ciertas personas que consideramos diferentes a nosotros. Es importante para un trabajador social al momento de trabajar con personas y familias que piensan diferente que ellos porque puede afectar sus decisiones, y aunque para ellos por sus creencias sea lo mejor, para una persona que piensa diferente tal vez no lo sea. Nos ayuda a familiarizarnos con una otredad para hacer el mejor trabajo posible para los otros.

Candela aprovechó un día que su hermana tenía turno para el médico a pedirle que la acompañara a recorrer los sex shops, lugares que

Siempre me habían generado curiosidad pero nunca me había animado a ir (...) con lo que me encontré ahí fue con familias trabajando en los negocios y uno de ellos me dio la oportunidad de poder vender, mientras preguntaba y charlaba con los clientes, y yo sin dudarlo le agradecí, le dije que sí, me presenté en todos los locales como estudiante de trabajo social de la UNPAZ, lo cual sorprendió porque había mucha gente que no sabía que en José C Paz había una facultad (...) yo tengo una familia muy conservadora. Vivo con mis tías y decidí no decirles a ellas, no iban a entender que era mi investigación antropológica. Le conté a mi mamá y tuve la oportunidad de explicarle cosas a mi sobrina de 15 años que me ayudó a tipear (para salvar mis problemas de movilidad de mi mano izquierda), y preguntas que, como tía respondí, con la verdad, porque lo que le dictaba era muy fuerte para ella, le expliqué desde lo

que es alteridad según Krotz hasta lo que era un sex shop (...) a lo largo de mi trabajo de campo lo que me di cuenta es que a mí no me producía alteridad pero a la gente que me rodeaba sí, así que fue muy interesante poder investigar para poder contarles a mis compañeros en la exposición oral.

Efectivamente, el paso siguiente al parcial domiciliario escrito lo constituye la presentación oral de todo el proceso a los/as compañeros/as y profesora, que completa la evaluación. Mirta invitó a la clase al profesor de tango con quien hizo su trabajo de campo y éste con su pareja de baile historizaron dicha danza a través de diferentes ritmos y coreografías en vivo. Fue una de las presentaciones más celebradas por los estudiantes y para Mirta significó una experiencia transformadora:

Cuando cuento esto en mi casa, asombrados, por la materia y por el estudio que había que hacer y distintas cosas que les tocaba a mis compañeros, estaban sorprendidos. Yo les dije que es necesario porque un trabajador social lo que va es al lugar y tenemos que tener experiencias nuevas para manejar lo que se nos presenta porque hay de todo y nos va a servir para manejarnos, tener un poco de conocimiento de cada cosa (...) el trabajo de campo...nunca se me cruzó por mi cabeza tener una experiencia tan buena, relajante, que le puse interés, esto me llevó a pensar cómo a veces, nos limitamos tanto, de mi parte, me cierro tanto a otras cosas, otras culturas, todo lo que me perdí en mi vida de no ser participativa, eso me movió, me llevó a pensar en lo que me perdí y que no quiero perderme más nada, no quiero ser prejuiciosa, estar y compartir ese momento, intercambiar opiniones y culturas, conocer más a las personas (todo esto) hizo sentirme más segura de mis logros, nunca me imaginé que iba a afectar cambios tan buenos en mí, me ayudó a abrir un camino nuevo con oportunidades para mí, para seguir creciendo.

Estos impactos, sin embargo, no acabaron con la cursada. Para algunos estudiantes significó tejer lazos personales de amistad, como Elizabeth, quien en busca de “musulmanes” fue a la visita guiada de la mezquita de Palermo y posteriormente a intentar interactuar con vendedores ambulantes senegaleses al microcentro, conectando de tal manera que fue convidada a una celebración por uno de ellos y ella, como parte de la “reciprocidad” lo invitó a pasar el fin de año en su casa, con su familia.

Bourdieu en el conurbano: el poder transformador del trabajo de campo

Como se puede apreciar en ambos casos nuestros estudiantes construyen su idea de alteridad –impulsados por la propuesta de extremar las experiencias–, a partir de fuertes imputaciones morales hacia los “otros” y el contrapunto del análisis del “nosotros”. Las elecciones combinan la idea de Da Matta de “volver familiar lo que nos es exótico” con la búsqueda de lo familiar y cercano en el proceso de planificación y ejecución del trabajo de campo. Muchos de ellos van acompañados y de ese modo tratan de minimizar los temores propios

del quehacer antropológico: el miedo al rechazo, a lo desconocido, las ideas de peligrosidad que acompañan los mundos inéditos. Simultáneamente, constituye una oportunidad de conocer y disfrutar, reponerse a la vergüenza, animarse y conversar, participar, aprovechar para compartir con la familia. Elaborar el registro también constituye un desafío: hacer las notas, desgrabar, reconstruir de memoria, escribir en computadora, involucra un esfuerzo importante, a veces también compartido con los seres queridos. Posteriormente, presentar el trabajo ante los compañeros de curso, exponer (se), mostrar los hallazgos nativos y su relación con los contenidos de la materia, pone de relieve la multiplicidad de ámbitos e implicancias que produce la propuesta: la clase de antropología (mediada por el trabajo de campo) se extiende a los hogares, a los espacios de la ciudad, del conurbano y del país donde nuestros estudiantes hacen trabajo de campo, impacta en sus familias y transforma, según sus dichos, de manera profunda sus modos de ver el mundo. Sin embargo, hasta aquí nada diferencia el trabajo del neófito en torno a las emociones, disposiciones, habilidades y temores que acompañan al trabajador de campo experimentado cuando se introduce en un mundo nuevo. Como señala Guber:

El campo no es un espacio geográfico, un recinto que se autodefine desde sus límites naturales (mar, selva, calles, muros), sino una decisión del investigador que abarca ámbitos y actores; es continente de la materia prima, la información que el investigador transforma en material utilizable para la investigación (Guber, 2013 [2004]: 84).

Es decir, el campo, para nuestros estudiantes, era una red que articulaba, sus hogares, con la universidad y con los actores, prácticas y espacios distantes que eligieron para hacer su trabajo etnográfico. Este viaje de ida y vuelta deviene análogo al de Pierre Bourdieu entre Argelia, el Bearn y París. Un recorrido novedosamente trazado e interpretado por Loïc Wacquant³.

Para Wacquant, la producción teórica de Pierre Bourdieu, o más precisamente sus innovaciones conceptuales, como su ya consabido concepto de “habitus”, fueron guiadas por cuestiones de la propia investigación empírica. A las que arribó luego de utilizar sus trabajos campo en la distante Argelia y el próximo Beárn, como mecanismos de control recíprocos. Permitiéndole, así, desplegar herramientas de objetivación para interpelar ambos mundos. Considerándolo el precursor de la etnografía multisituada, en detrimento de los antropólogos posmodernos norteamericanos. Al decir de Wacquant no se trataba de una “yuxtaposición” transcultural de realidades extranjeras o domésticas o de una “tranquilizante separación de problemáticas coloniales y metropolitanas”. En su lugar, el autor de “Entre las cuerdas”, señala que la innovación de Bourdieu consistió en un cuestionamiento mutuo hecho en el momento mismo de producción e interpretación de datos de campo. En palabras de Wacquant, “Bourdieu llevó a cabo, conjuntamente, su observación inicial de Argelia y del Béarn durante 1959-1961; trabajó sobre los materiales que resultaron de ello simultáneamente a lo largo de la década del sesenta; y los reescribió conjuntamente, de forma tal de llegar a la primera presentación madura de su trabajo teórico en *Le sens pratique* (Bourdieu, 1990[1980], p. 145-199)” Wacquant (2005: 21).

Elegimos cerrar nuestro trabajo con una cita del mismo Bourdieu, recuperada por Wacquant en el artículo que elegimos para esta reflexión que da cuenta de la homogeneización que supone la práctica de campo etnográfica:

Cuando estaba en la Cabilia, desconfiaba de los viejos cabilios, al mismo tiempo que los admiraba mucho [risas], y pensaba para mis adentros: ‘Pero... qué está diciendo este hombre de edad, con su bigote, ¿¿¿sobre el honor??? ‘cuando los otros me decían: ‘Sabe usted, él le está contando esta historia, pero cuando conseguimos dar un paso en las cosas, lo damos, aun así. Toda regla tiene su excepción (tabburt)’. Y yo pensaba para mis adentros: si fuera un viejo campesino del Béarn que estuviera contando esta historia, ¿qué haría yo con ella? Tomaría una parte y dejaría otra. Después pensé: estoy usando estos campesinos del Béarn como un instrumento de control de los Cabilas, pero necesito controlar mi instrumento de control. Así pues, hice un estudio sobre el Béarn durante el mismo período. Sayad estaba allí. Por la noche trabajábamos en Le déracinement y, durante el día, salimos y hacíamos entrevistas en las aldeas del Béarn. La idea era estudiar el Béarn, pero también ser capaz de hacer una comparación entre el Béarn y la Argelia y, especialmente, estudiarme a mí incluso, mis prejuicios y mis supuestos [...]. Fue lo mismo con el Homo académicus, en el que estudié la universidad, pero también me estudié a mí mismo, ya que soy un producto de la universidad (Bourdieu in Adnani & Yacine, 2002, p. 240).

Notas

1. Participaron de esta experiencia los siguientes docentes: Ana Laura Steiman, Gastón Salcedo, Bárbara Guerschman, Karina Albarracín, Ilana Reck, Nahué Luna y Pablo Perazzi, quienes contribuyeron con sus aportes a la puesta en práctica de la propuesta cuyo diseño y “prueba piloto” llevaron adelante los colegas de la UNPAZ.
2. Vargas ingresó en el año 2014 después de haber concursado en el cargo de Adjunta y haber fusionado la propuesta de práctica de trabajo de campo en el marco de las evaluaciones parciales con la propuesta de contenidos de Laura Zapata, también concursada en 2014 como Titular y Coordinadora de la cátedra, a la que se sumaron y participaron en diferentes períodos Pablo Di Salvatore (quien había estado en la materia desde que inició actividades la universidad), Lucía Petrelli y Silvina Fourmentel (actual docente del plantel). Todos los miembros que conforman y conformaron la cátedra en algún momento sin dudas contribuyeron con sus aportes a lo que constituye una propuesta en permanente movimiento y transformación.
3. La totalidad de las citas y referencias al artículo de Wacquant pertenecen a nuestra traducción.

Bibliografía:

- Colabella, L y Vargas, P. (2014). “La Jauretche. Una universidad popular en la trama del sur del gran Buenos Aires”. En Avances y desafíos en políticas públicas educativas. Buenos Aires, Clacso.
- Da Matta, R. (1999). El oficio del etnólogo o como tener ‘Anthropological Blues’” En Boivin, Rosato, Arribas. *Constructores de otredad*. Antropofagia, Buenos Aires. pp. 172-178.
- Guber, R. (2002). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires, Editorial Norma.
- Guber, R. (2013). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires, Paidós.
- Krotz, E. (1999). Alteridad y pregunta antropológica”. En Boivin, Rosato, Arribas. *Constructores de otredad*. Antropofagia, Buenos Aires. pp. 16-21.
- Quirós, J. (2010). *El porqué de los que van*. Buenos Aires, Antropofagia.
- Quirós, J. (2005). *Cruzando la Sarmiento. Una etnografía sobre piqueteros en la trama social del sur del Gran Buenos Aires*. Buenos Aires, Antropofagia.
- Suarez, A. y Arce, C. (2010). “Condiciones de vida en el conurbano bonaerense”. En Rofman, A. *Sociedad y territorio en el conurbano bonaerense: un estudio de las condiciones socioeconómicas y sociopolíticas de cuatro partidos: San Miguel, José C. Paz, Moreno y Morón*. Buenos Aires, Clacso.
- Universidad Nacional Arturo Jauretche (2011): Encuesta a ingresantes a la Universidad Nacional Arturo Jauretche. Dirección: Daniel Contartese.
- Universidad Nacional de José C. Paz (2016). Plan de Desarrollo Institucional 2016-2020.
- Wacquant, L. (2006) “Seguindo Pierre Bourdieu no campo”. En *Rev. Sociol. Polít*, 26, p. 13-29.

Otras fuentes:

Datos del Censo 2010, del Ministerio de Salud de la Provincia de Buenos Aires, del Observatorio del Conurbano de la Universidad Nacional de General Sarmiento, y del Departamento de Economía de la Universidad CAECE.

Abstract: This article aims to document and analyze the way in which suburban students approach the subject Social and Cultural Anthropology of the career of Social Work of the National Universities Arturo Jauretche and José C. Paz. With this purpose we will describe how they resignify the idea of anthropological alterity, how they apprehend in practice the techniques and methods of ethnographic fieldwork; and the impact that this experience acquires in their lives, those of their families and in the academic world of the university. This analysis is inspired by the transforming role that, according to Wacquant, fulfilled the fieldwork in the work of Pierre Bourdieu cementing the foundations for its future theoretical-conceptual scaffolding.

Keywords: UNAJ - UNPAZ - Fieldwork - Anthropology Teaching - Ethnographic Bourdieu.

Resumo: Este artigo tem como objetivo documentar e analisar a maneira pela qual os estudantes suburbanos abordam o tema Antropologia Social e Cultural da carreira de Serviço Social das Universidades Nacionais Arturo Jauretche e José C. Paz. Com esse propósito, descreveremos como eles ressignificam a ideia de alteridade antropológica, como apreendem na prática as técnicas e métodos do trabalho de campo etnográfico; e o impacto que essa experiência adquire em suas vidas, nas famílias e no mundo acadêmico da universidade.

Essa análise é inspirada no papel transformador que, segundo Wacquant, cumpriu o trabalho de campo na obra de Pierre Bourdieu consolidando os fundamentos para o seu futuro arcabouço teórico-conceitual.

Palavras chave: UNAJ - UNPAZ - Trabalho de Campo - Ensino de Antropologia - Etnográfico Bourdieu.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

“Solo hay un camino entre la persona que eres y la que quieres ser”. Análisis de un curso de imagen bajo la óptica de *El baile de los solteros*

Lorena N. Schiava D’Albano*

Resumen: En el presente artículo estudio, bajo la óptica del trabajo de Pierre Bourdieu “Los campesinos y su cuerpo”, mi participación como alumna en un curso de Imagen Pública y Privada. A partir de los conceptos de *Habitus* y *Hexis* corporal analizo los conocimientos que se transmiten en el curso no solo como información especializada en el tema sino como un conocimiento que transforma a los alumnos. En primer lugar, describo el trabajo de Bourdieu. Luego describo las clases y su dinámica: mi experiencia como alumna en el centro, el curso y mis compañeros. Por último, explico, a partir de los conceptos de Bourdieu, cómo y por qué pueden pensarse las clases como un espacio donde, además de brindarnos información, se construyen nuevas aspiraciones y deseos. Donde nos enseñan a mirar a un otro, pero no de cualquier manera sino de una que es solidaria con un contexto social y cultural donde esa mirada cobra sentido.

Palabras clave: Habitus - Hexis corporal - asesoramiento de imagen - persona.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 86]

(*) Lorena Schiava D’Albano es Licenciada en Relaciones Internacionales y Profesora Universitaria de la Universidad John F. Kennedy, y Magíster en Antropología Social del IDES/IDAES/UNSAM. Estudia la relación entre objetos, estilos de vida y construcción de la identidad desde la perspectiva de la cultura material. Correo: lorescd@yahoo.com

Introducción

Pierre Bourdieu en su trabajo de campo en Bearne, explica por qué las expectativas de las mujeres campesinas cambiaron a partir de su contacto con la vida en la ciudad. Las mujeres, dirá, aspiran con fervor a la vida ciudadana. Para muchas personas esa “ciudad” es representada por los ideales de belleza que son consumidos a través de diferentes medios de comunicación, revistas o películas. Ese interés y atracción no se limita a un consumo pasivo: quieren quitar ese velo invisible para saber cómo y a través de qué objetos pueden convertirse en aquello que aspiran o admiran. Esta necesidad dio paso a la creación de numerosos espacios como talleres, seminarios y cursos donde se proponen diferentes estrategias de transformación para convertirse en esa persona que uno quiere ser.

Elegir un estilo, qué ponerse a la mañana o cómo combinar los colores de un atuendo no es una cuestión trivial en la vida de muchas personas. Para éstas, la forma en la que se presentan en sociedad, cómo se visten y los modales que adquieren hablan tanto de quiénes son como del lugar que ocupan o quieren ocupar en ese medio.

En marzo de 2017, como parte de mi trabajo de campo en el marco de la maestría en Antropología Social del IDES/IDAES, decidí inscribirme como alumna en un curso anual cuyo título final era de "Asesora de Imagen Pública y Privada" en el Centro de Diplomacia (CD) con el fin de conocer un espacio de aprendizaje cuyos contenidos y objetivos me eran ajenos. Durante las clases, dictadas por profesores especialistas, se transmitía además de los contenidos pertinentes, que podemos encontrar en páginas de Internet, una forma particular de ver, de observar a otros y por consiguiente de observarnos.

La lectura del trabajo de Bourdieu¹ "El baile de los solteros", en particular el capítulo 4 "El campesino y su cuerpo", me permitió analizar y pensar los conocimientos que se transmitían en el curso no solo como conceptos e información que podían encontrarse en libros especializados en el tema, sino como un conocimiento que nos transforma a quienes participamos en dicho espacio, incidiendo sobre nuestras categorías de percepción y acción.

En el presente trabajo intentaré mostrar cómo en este curso cada clase funcionaba como un espacio pedagógico que buscaba transmitir cómo modelar el cuerpo de un cliente al mismo tiempo que nos moldeaba a nosotros, los propios alumnos. Me pregunto ¿Cómo se da ese proceso de asimilación y transformación de las expectativas durante las clases? ¿Cómo se incorporan y se hacen cuerpo esos conocimientos?

En la primera parte del trabajo, "Entrando al Baile en Bearne", reseñaré los puntos principales del trabajo de Bourdieu, luego en "Entrando al Baile en Recoleta" describiré el curso y el espacio donde el mismo tenía lugar, así como también a mis compañeras. En la segunda parte, "Bailando en París", me centraré en trabajar sobre las clases y su dinámica en tanto en la tercera parte, "Entrenando la mirada de Bearne a Recoleta", analizaré a partir de la teoría de Bourdieu, en especial a partir de los conceptos de *Habitus* y *Hexis Corporal*, cómo las clases funcionaban como un espacio donde, además de aprender sobre imagen pública y privada, se construían nuevas aspiraciones, deseos y expectativas. Es por lo tanto un espacio donde nos enseñan a observar e interpretar a un otro, el cliente, pero no de cualquier manera sino una que era coherente con el Centro de Diplomacia y con un contexto social y cultural donde esa mirada cobra sentido.

"La imagen personal es mucho más amplia que el vestir, es el conjunto de rasgos físicos, los gestos y movimientos, el estilo de caminar, el tono de voz, la forma de mirar, etc." Apunte clase de Imagen Personal

Entrando al baile en Bearne

"¿No bailas? No, eso, para nosotros pertenece al pasado" le dirá un campesino a otro durante el baile de Navidad en Bearne. Esta situación será descripta etnográficamente por

Pierre Bourdieu en su texto "El campesino y su cuerpo". No era un evento más, el baile era una de las pocas ocasiones institucionalizadas de encuentro entre los sexos. Será, por lo tanto, una ocasión privilegiada para aprender la raíz de las tensiones y conflictos que eran vividos como un drama en Bearne: el aumento del celibato masculino. Para explicar esta situación, e intentar comprenderla más allá de los datos estadísticos, Bourdieu va a centrarse en el cuerpo de aquellos que van al baile. Para este autor en las dimensiones de su conformación visible (volumen, talla, peso, etc.), es un producto social y por lo tanto expresa una relación con el mundo social y cuenta la trayectoria en el mismo.

En el baile algunos de los participantes se mantenían al borde de la pista como una masa oscura, esos, dirá, son los campesinos solteros ¿Por qué no bailan? ¿Por qué se quedan aislados observando? Para Bourdieu hay algo que media entre el individuo y la estructura y eso es el *habitus*, "se trata de aquellas disposiciones a actuar, percibir, valorar, sentir y pensar de una cierta manera... es pues la historia hecha cuerpo" (Gutiérrez, 2005:68). Este concepto, junto con el de *hexis* corporal, esa modalidad práctica del cuerpo y objeto primero de la percepción, le permitirán explicar las diferencias en los usos corporales de los solteros y de los habitantes de la ciudad y con ellas exponer las diferentes categorías de percepción y apreciación de cada uno. Punto central para entender el comportamiento de los campesinos.

Bourdieu muestra a través de la descripción etnográfica cómo el ciudadano construye una relación entre las técnicas del cuerpo y su correlación a nivel del significado a partir de los modos corporales del campesino, definido en eso que se llamaba el "aspecto campesino". Es el "*habitus* que deja al descubierto al *paysanas*, al campesino pesadote y torpón. La observación popular ha sabido captar a la perfección esa *hexis* en la que se basan los estereotipos" (Bourdieu, 1986: 112). Es decir, una *hexis* corporal cargada de significados y valores sociales, donde el campesino era percibido como torpe, poco sociable y hosco a partir de la observación de su cuerpo.

Bourdieu describe cómo los campesinos interiorizaban la percepción negativa de sí mismo que se formaban los demás. Esa imagen era lo que lo llevaba a sentirse incómodo en el baile, es decir con un cuerpo marcado por la impronta social. Es en la experiencia práctica, cotidiana, donde se refuerzan, actualizan y sostienen las representaciones sociales disponibles que también pueden tener un carácter creativo (Citro, 2010:220). El baile era un espacio donde los campesinos reforzaban y sostenían esa imagen de sí. Pero no todos, en una nota al pie el autor explica que muchos hombres que residían en el pueblo eran, objetivamente, tan paletos como algunos campesinos de los caseríos, pero no tenían conciencia de serlo, por eso sostiene que el campesino que tomaba conciencia de sí mismo tenía más posibilidades de concebirse como tal en el sentido peyorativo.

Esta mirada negativa sobre el campesino era también la de las mujeres, quienes los juzgaban aplicando criterios basados en los ideales ciudadanos que se construían a través de revistas femeninas, del cine, de las canciones de moda, etc. De esta manera, alejaban a los campesinos de la competencia en el mercado matrimonial. Para Bourdieu las mujeres eran más propensas a los ideales ciudadanos que conocían a partir de sus experiencias urbanas, de nuevas experiencias culturales, a través de las cuales asociaban la vida urbana con un determinado tipo de estética, copiaban de la ciudadana los signos externos de su condición, es decir, lo que sabían de ella. La ciudad representaba la esperanza de la eman-

cipación. Las describiré peinadas y vestidas de manera elegante, todas con un aspecto de ciudadanas porque para ellas “la moda viene de París, de la ciudad; el modelo se impone desde arriba. Las mujeres aspiran con fervor a la vida ciudadana” (Bourdieu, 2004:120). ¿Cómo convertirse en ese modelo de mujer? ¿Cómo peinarse y vestirse como una mujer de ciudad? Estas preguntas también pueden pensarse para muchas personas que encuentran esa “ciudad” caracterizada por los ideales de belleza que son consumidos a través de diferentes medios. Pero ese interés y atracción no se limita a un consumo pasivo: quieren conocer cómo y a través de qué objetos pueden convertirse en aquello que aspiran o admiran. Esta necesidad explica, en parte, el surgimiento de espacios que buscan transmitir el conocimiento necesario para convertirse en la persona que uno quiere ser.

“tenemos que empezar a identificar no solo lo que vemos o leemos en la revista sino cuando vemos a un persona por la calle y decir esa persona lleva este tipo de zapato y entender por qué lo usa”

Comentario de Marcela durante la clase de accesorios

Entrando al baile en Recoleta

Inscribirse en un curso de Asesora de imagen implica asumir, por un lado, que hay personas que necesitan y quieren que una mirada experta les indique la forma “correcta” de vestirse y por otro que existen lugares donde se enseña la forma de lograrlo. No conocía sobre este tipo de cursos, para ser honesta, no sabía que existían. Pero a partir de recomendaciones en un taller de tesis y con la intención de explorar nuevos temas decidí anotarme en un curso de ceremonial y protocolo. Entre la gran cantidad de ofertas que encontré en Internet me llamó la atención uno en especial, el Centro de Diplomacia (CD), por la forma en la que el mismo se presentaba en la página de Internet. El curso tenía como objetivo darnos las herramientas necesarias para luego de 38 clases ser capaces de asesorar profesionalmente a un cliente, de manera que éste pueda construir y optimizar su imagen personal. El programa estaba organizado de forma tal que en cada una de las clases se proponía descomponer las partes que componían el estilo personal, desde la colorimetría pasando por formas de cuerpo, vestuario femenino y masculino, maquillaje, psicología de la personalidad, complementos y accesorios, hasta historia de la moda, entre otras. Las mismas eran dictadas por profesores especializados.

El centro estaba situado en el barrio de Recoleta, un barrio residencial con una carga simbólica de calidad y refinamiento, en un pasaje casi desapercibido cercano a una esquina. Al tocar la puerta 6 y luego de subir algunas escaleras me recibió Romina, secretaria y profesora de maquillaje del centro. Romina era una mujer delgada, de estatura media de unos 40 años, de pelo negro corto, bien peinada y maquillada. Estaba vestida de blanco con una musculosa con un delicado encaje en el frente y un pantalón de vestir blanco que, al ser delgada, le sentaba bien –según los cánones que se impartían en el curso–. Luego de presentarme y mientras pagaba la cuota correspondiente noté como, con sutileza, su mirada recorrió mi cuerpo y entendí que detrás de esa puerta la imagen era importante.

Con voz suave y dulce me indicó el salón, el más grande de los dos que había, donde estaban esperando otras alumnas. Los colores grises y pasteles junto con la decoración daban la impresión de estar pensados, al igual que los cuadros con fotos de mujeres en blanco y negro expuestas como de una galería de arte. Dos grandes mesas con sillas, una al lado de la otra, marcaban el lugar donde nos sentábamos las alumnas, mientras que dos banquetas puestas enfrente, una con una computadora, señalaban el lugar de la profesora. Las luces estaban a media intensidad creando un espacio más íntimo, distante de un aula universitaria a la que estaba más acostumbrada. El salón estaba en silencio con pocos alumnos pero podía percibir el perfume de mis compañeros, algo que se volvería una rutina semanal. Luego de saludar a los presentes y mientras me sentaba, no podía dejar de pensar en cómo me había vestido ese día, un pantalón naranja con estrellas blancas, botas negras, una camisa blanca y un sweater gris, un peinado simple, mi pelo negro enrulado recogido en un rodete y sin maquillaje. Sentía la incomodidad que no había experimentado en el tren desde mi casa, en la zona norte, camino al centro, pero el estar ahí entre mis compañeras, quienes en su mayoría estaban maquilladas, peinadas, vestidas y perfumadas para la ocasión, fui consciente de que mi imagen no era la adecuada. Al igual que el campesino, quien no estaba en su elemento durante el baile, supe que esta no era como el aula universitaria donde iba a estar cómoda. Los "bailes nuevos" a los que me iba a exponer durante un año me exigían la adopción de nuevos modos corporales. Soy de estatura baja, delgada y siempre tengo como primera opción un par de zapatillas y unos jeans que pensaba, hasta este día, combinaban con todo. Además, en mi círculo social no era un valor darle importancia a la vestimenta y menos invertir dinero en adquirir ropa u objetos caros y lujosos, pero formar parte de ese espacio implicaba cambiar mi visión.

Durante la primera clase me presenté al grupo, conformado por 18 mujeres y un varón, a quienes les expliqué mi intención principal: estaba ahí como estudiante de un posgrado en antropología, aunque también, agregué con intención de generar empatía, me generaba una gran curiosidad e interés el universo de la imagen personal al que sentía muy lejano. Nicolás era siempre el primero en llegar y elegía el lugar más cerca del profesor para sentarse. Tenía más de 30 años, su cabello era negro, corto y un tanto descuidado, generalmente usaba jeans combinado con remeras de colores oscuros, un estilo de vestir diferente al esperado en este tipo de espacios, lo cual me sorprendió mucho. Era de textura corporal *endomorfa*, como aprendimos a decir. Estudió en la Escuela Argentina de Sommeliers, aunque le faltaban 6 materias para recibirse en ese momento; durante la semana trabajaba como técnico informático, razón por la que en una entrevista que le realicé antes de entrar a clases le era imposible asistir mejor vestido. Nicolás así reconocía que no tenía el aspecto esperado ni el que él deseaba tener. Era uno de los pocos junto con Cecilia, licenciada en marketing y madre de un hijo, que estudiaban asesoría de imagen como una salida laboral. Cecilia tenía 35 años, delgada, rubia de pelo lacio, un pelo que cuidaba como su cuerpo con buenos productos y tratamientos corporales en centros de estética. Durante varios años trabajó en un negocio de ropa en el sector de marketing lo que la llevó a conocer la moda y valorar estar siempre elegante.

La gran mayoría de mis compañeros cuyas edades oscilaban entre los 35 a los 60 años, algunos ya jubilados, explicaban como motivo principal de su participación, la calidez del CD y el reconocimiento que tenía Marcela, directora y profesora del CD, en el ámbito

del protocolo y el ceremonial. Como Claudia, una señora de 56 años, quien reconocía que Marcela le había cambiado la vida en los cursos anteriores, en particular durante el curso de asesoramiento personalizado. Claudia era rubia, de pelo corto con rulos que siempre peinaba y cuidaba con las ampollas capilares que le habían recomendado según nos comentaba en las clases. Era de contextura delgada y tamaño *petite* algo que siempre resaltaba con humor; generalmente se la veía con pantalones de vestir oscuros que combinaba con diferentes camisas y pañuelos al cuello. Dada su estatura combinaba su *look* con zapatos de taco alto. A diferencia de otras compañeras, tenía un tono de voz más alto al hablar y sus modos no eran tan cuidados y medidos, le costaba caminar bien con tacos y no siempre sabía cómo combinar de manera apropiada la ropa, algo sobre lo que también bromeaba al reconocer que ella era ‘un caso difícil’.

Cuando ya estábamos todos ubicados entró Marcela, una mujer de 43 años alta y de contextura delgada, rubia de pelo corto a la altura de los hombros, siempre peinada de peluquería y maquillada, de voz suave. Tenía un modo particular de hablar que al igual que su movimiento corporal era lento y medido, nunca brusco. Tenía un vestido corto, azul con flores en relieve, su pelo estaba recogido con un rodete tirante y *stiletos* del mismo color del vestido. Marcela transmitía seguridad en sus palabras, en su *body language*, y su ropa acompañaba esa imagen de mujer empresaria, resultado quizás de su formación de protocolo en la *Protocol School* en Washington, más los años de experiencia en asesoría pública y privada. Marcela sabía siempre desde dónde estaba hablando, a quiénes se estaba dirigiendo y lo que el grupo esperaba de ella. Desde hace más de 16 años se dedica a la asesoría de imagen personal y empresarial al mismo tiempo que trabajó en distintas universidades del país. Mientras duró el curso se desempeñaba como directora de Relaciones Institucionales de un importante instituto.

Los martes, como me fui dando cuenta clase a clase, no eran un día más en mi rutina semanal. Sabía que debía vestirme mejor para ir al curso donde todas mis compañeras iban a estar producidas para la ocasión, donde todas estarían atentas a cómo nos presentábamos. En una entrevista que le hice a mi compañera Pamela, madre de dos hijos ya mayores quien trabajaba como secretaria, me dirá “yo salgo a la mañana arreglada quiero llegar acá impecable pero ya llego así, destartalada la cara, igual trato de estar un poquito más arreglada los martes”. Pamela es de estatura baja que lograba disimular con tacos, su pelo era castaño claro, lacio al que mantenía con productos capilares, generalmente usaba pantalones de vestir los que combinaba con camisas y un pañuelo de seda de colores que cuidadosamente acomodaba en el cuello. Sus modos eran suaves al igual que su voz, siempre estaba acompañada por Marianela con quien compartían trabajo y a quien logró entusiasmar para hacer el curso. Marianela tenía 28 años, estaba casada y a diferencia de Pamela era alta y delgada, rubia con el pelo largo debajo de los hombros. Solía ir a las clases con jeans y camisas. En la misma entrevista reconoció que “no me maquillo, nunca me maquillo, pero me maquillo los martes como para decir “mirá” y cuando llego a casa me pongo la *jogineta* y la remera”.

Sabíamos que había algo especial y distinto en estos encuentros, el espacio, tanto del curso como del barrio donde el mismo se realizaba, nos interpelaba de una manera distinta, se esperaba algo de nosotras “las alumnas”. Al igual que el campesino que describe Bourdieu que se siente torpe ante la presencia de los habitantes del pueblo, existía un reconocimien-

to en algunos de alumnos de un malestar, de una incomodidad al sentir que teníamos que vestirnos de manera distinta a la habitual. Esa incomodidad la reconocía en mí cada vez que me enfrentaba a mis compañeras, a sus tacos, su ropa de marca, sus carteras exclusivas, su maquillaje y sus perfumes importados. No estaba acostumbrada a darle un protagonismo a mi vestimenta ni importancia a los accesorios, con mi mochila negra donde me entraba todo me era suficiente o al menos eso creía. Era una distancia que se vivenciaba, que sentía y que no era salvada por el solo hecho de pensar con más cuidado sobre qué ponerme ese día. Había algo más que también nos diferenciaba: la forma de llevar la ropa, de caminar y de moverse, una *hexis* corporal distinta.

Pero también el encuentro de los alumnos y profesores en la clase genera algo. Nicolás en la misma entrevista me dirá "yo me pongo a pensar que estoy delante de alguien elegante, ¿y cómo me siento yo?, me siento como si al hablar con esa persona elegante ya parece que me elevo... o sea me transformo completamente y eso me doy cuenta acá mucho cuando hablo con Marcela... y bueno te realza" Ese "algo" que se generaba en los encuentros semanales, en este espacio compartido durante las clases era lo que motivaba a mis compañeros a seguir yendo, ese "algo" que no estaba en los libros, que no se podía encontrar en una página *web*.

En los apuntes de clase se definía al Asesor de Imagen como "un experto que cuenta con un profundo conocimiento de la construcción de la imagen personal. Posee herramientas necesarias para optimizar al cliente y además ha desarrollado un gran sentido de la estética" pero ¿era este el objetivo final de quienes estábamos ahí?

Bailando en París

"La imagen pública se sostiene todos los días de tu vida, no hay un solo día que te puedas relajar" nos dijo Marcela en la primera clase y con ello marcó el rumbo del curso. Estaba claro: la clave era la disciplina, la práctica y el control, a partir de lo aprendido en el curso, para poder ser nuestra mejor versión. Las clases no tenían un rigor académico: nunca comenzaban a horario, así las 19 hs. se transformaban en el horario de encuentro de puesta al día entre compañeros y momento privilegiado para intercambiar diferentes *tips* y recomendaciones entre las que se incluía información sobre los negocios que tenían liquidación y ofertas. El curso también funcionaba como un espacio de encuentro, de socialización, como en el caso de Cecilia, una abogada de 35 años, casada, quien había regresado hacía poco tiempo al país luego de residir varios años en el exterior. En una entrevista que le realicé me explicó que decidió inscribirse en el curso como un lugar donde encontrar y establecer nuevas amistades, además de querer aprender sobre imagen algo que también creía era importante para su profesión.

La presentación de cada clase, en general, estaba acompañada por videos seleccionados de marcas de indumentaria de lujo internacional o fotografías de actores y actrices de Hollywood que servían de disparador para introducir el tema y también como faro y parámetro de lo que se definía como la elegancia, imagen que encarnaba la actriz norteamericana Audrey Hepburn en particular en su papel de Holly Golightly en la película "Desayuno en Tiffany's" cuyo vestuario fue realizado por el modisto Hubert de Givenchy. Por lo tanto

para ser elegante había que ser delgada, de estatura media, joven, vestida por ropa de diseñador, con un estilo sobrio, con los accesorios necesarios, de voz suave y movimientos sutiles. O por el contrario sancionar lo burdo, lo exagerado encarnado por la actriz argentina Moria Casán. Durante las mismas se hacía visible, tanto a través del discurso como de objetos que llevaban algunos profesores, el trabajo que se realizaba de construcción de un deseo y nuevas necesidades, "esta clase es aspiracional" sentenciará Marcela ante la atenta mirada del grupo.

Las clases nos exponían ante un mundo de experiencias, consumos y estilos de vida ajenos y distantes al de la mayoría de los alumnos. Durante el curso aprendíamos a reconocer perfumes y fragancias de 500 euros que se conseguían en pocas y exclusivas tiendas o proponer un viaje de compras a Dubai o en la clase de accesorios ver zapatos icónicos de 10.000 euros. ¿Por qué no generaba tensiones o malestar? ¿O al menos cuestionamientos? Muchas de mis compañeras sentían atracción y curiosidad por ese universo de consumo de lujos, querían saber qué famosa internacional o argentina podía comprarlo, dónde y cómo lo usaba. Querían quitar ese velo invisible y conocer ese detrás de escena, hacer ese viaje metafórico del campo a la ciudad, una ciudad que muchas reconocían estaba en París. Por momentos éramos esas campesinas que veían la ciudad en los grandes almacenes. Era interesante el discurso que se implementaba desde el centro donde, como se repetía en las clases, con tener dinero no es suficiente. Es decir, uno podía acceder a comprarse el pañuelo *Hermés* más caro pero si no sabía la forma apropiada de ponérselo o el modo correcto de combinarlo o el evento en el que mismo debía ser usado, el dinero no cumplía su función. Formar parte del curso nos daba la posibilidad, por lo tanto, de conocer y estar más cerca de aquello que se deseaba, al mismo tiempo que se construían nuevos deseos y aspiraciones.

Esperábamos que comenzara la clase sobre psicología de la moda cuando escuché a una de mis compañeras, Laura, comentar que había recibido un llamado donde le avisaban que ya estaba disponible "la negra 30". Fue inmediata la reacción de emoción de quienes estaban conversando con ella lo que me desconcertó aún más por no entender a qué se estaba haciendo referencia.

Laura era una mujer de más de 40 años con un estilo único y muy particular. Desde su color de pelo rubio, su corte que era obra de una peluquería en París durante su último viaje, su peinado que requería un trabajo y un cuidado especial que ella misma nos contaría, hasta el tipo de ropa que elegía ponerse nos remitía sin dudas a Marilyn Monroe, lo que hizo que desde el día que la conocimos todas nos referíamos a ella como "Marilyn" algo que le agradaba. Su presencia era deslumbrante, no sólo por su delgada figura que sabía resaltar con cortes de vestidos de estilo años 50, sino también por los accesorios con los que complementaba su *look*. Todas siempre esperábamos su llegada al centro para ver cómo estaba vestida, de qué diseñador eran sus zapatos, los que sabía lucir con un envidiable dominio y control, con qué cartera de marcas internacionales los iba a combinar, objetos en su mayoría adquiridos en sus frecuentes viajes a París. Su estilo único se completaba con un tono de voz suave, pausado y aniñado que le daban un aire de fragilidad.

Al ver que era una de las pocas que no entendía lo sucedido me decidí a preguntarle a la protagonista que le estaba por llegar, "la cartera *Hermés*" me respondió con una gran sonrisa. Una semana después del anuncio, llegó la cartera al curso y su presencia material

revolucionó la clase, porque verla y tenerla frente a nosotros resultó toda una experiencia sensorial. Tal fue la reacción del grupo que muchas se congregaron alrededor de Laura, o mejor dicho de la cartera, para poder tenerla más cerca. Fue tal la atención que generó ese objeto negro y pequeño que terminó circulando de mano en mano para que todos tuviéramos la oportunidad de tocarla, olerla y observarla de manera más personal. De pronto me encontré con la cartera entre mis manos sin saber qué debía hacer, parecía una cartera más entre muchas, pero impulsada por el espíritu de la clase me dejé llevar por ese objeto y comencé a verla de otra manera. Ya no era una cartera negra del montón, era la cartera *Hermés*.

Ese es el tipo de información, junto con una experiencia personal y material, que no estaba en los apuntes del curso pero que era conocido por quienes se acercan al centro. Un conocimiento que era compartido, entendido y valorado al mismo tiempo que podía hacerse gala del mismo como un bien preciado. Esto también era uno de los motivos que llevaban a este grupo de alumnos a inscribirse en el centro.

Durante las clases se repetía la consigna de estar atentas a la imagen que dábamos, de ser conscientes de lo que queríamos contar porque "la primera impresión social es la que cuenta". Así se reforzaba, sin decirlo, la idea de un otro que nos estaba viendo, pero un otro cuya mirada no era neutral, era una que nos estaba juzgando. Al mismo tiempo nosotros también éramos esa mirada que juzgaba, ahora impregnada de los conocimientos del curso: pasábamos así a ser también nuestros propios veedores. Interiorizábamos clase a clase esa mirada, esos valores, es decir ese nuevo marco de referencia. En mi caso comenzaban a cobrar importancia conocimientos que iba adquiriendo en las clases. Por ejemplo, luego de la clase de maquillaje incorporé la rutina de limpieza facial por las mañanas con sus tres pasos correspondientes, algo que desconocía y que recomendé a mis amigas.

Cada martes ser elegantes era un concepto que se repetía como un "mantra" y un norte a seguir por todos los profesores y que cruzaba todos los temas del curso. La elegancia para la gran mayoría de mis compañeras estaba relacionada con modos corporales, con la *hexis*, "es una forma de ser, una forma de caminar" me dirá Pamela en la entrevista. Era, como nos decían en el curso, una forma discreta, medida de mover las piernas manteniendo los brazos con movimientos sutiles, la mirada al frente, los hombros bajos con pisadas firmes que transmitan seguridad. Es decir, se hablaba de un cuerpo controlado, medido y pensado pero que con la práctica necesaria se convertiría en movimientos naturales, en un conocimiento incorporado, en una segunda piel. Al mismo tiempo la elegancia era definida en relación al gusto, algo que se entendía alejado del dinero, ser elegante era por lo tanto tener buen gusto al momento de vestirse, no bastaba con saber moverse con gracia: era necesario saber también qué usar y cómo usarlo. Como repetía Marcela había que entender la elegancia como una forma de vida, una elección.

Las clases así iban moldeando y dándole contenido a esa "ciudad" representada por los ideales estéticos de consumo y estilos de vida alimentada por imágenes de películas y de fotos de actores famosos que legitimaban ese deseo dándole forma a un relato que se hacía cuerpo en nosotras. Un relato que los alumnos ayudábamos a construir.

“una mujer que se sube a unos tacos que, entró a un local con bailarinas o con zapatillas y se prueba unos tacos, como se siente? Bien pero extremadamente sexy, se para ya distinto con los hombros más para atrás mientras se mira el zapato ya su postura habla desde otro lado; tienen ese poder de darte felicidad de manera inmediata más que cualquier hombre. Perdón, pero es así. El zapato te dispara una felicidad impresionante eh, y también te ayuda a desenvolverte en otro rol, en otro papel”

Comentario de Marcela durante la clase de accesorios

Entrenar la mirada: de Bearne a Recoleta

“Espero y deseo que la mirada que tengan hacia otra persona haya evolucionado en estos meses de clase porque ya no puede causarte las mismas sensaciones una persona bien vestida o una que no está correctamente vestida”. Así comenzaba la clase de accesorios Marcela, interpeándonos sobre nuestro aprendizaje y cómo éste debía cambiar nuestra forma de “mirar”.

El trabajo de Bourdieu me permitió pensar las clases a partir del concepto de *habitus* y *hexis* corporal para poder ser consciente y cuestionar ese “algo” más que se transmitía en las clases. Para este autor “el modo en que portamos nuestro cuerpo no depende solamente de sus características biológicas sino de cómo lo vamos domesticando a lo largo de nuestra vida para adecuarlo a las expectativas sociales incorporadas” (Citro, 2010: 182). El baile que describe etnográficamente implicaba una experiencia práctica, un escenario que permitía el encuentro de corporalidades con diferentes trayectorias sociales y modelos culturales, al igual que nos sucedía como alumnas cada martes.

Desde este abordaje es central pensar en el cuerpo, –foco principal de atención, cuidados, recomendaciones, materia a ser moldeada por especialistas en cabello, piel, perfume– de aquellos que durante un año nos acercamos al centro. Un cuerpo que era (re) entrenado y educado en los modos de caminar, sentarse, moverse y por lo tanto sentir. Moldeado y definido por objetos y accesorios que hacían de ese cuerpo un cuerpo elegante, refinado y seguro. Un cuerpo domesticado para un tipo de sociedad, un estilo de vida, de profesión o para un determinado evento.

En algunas clases, los alumnos pasábamos a ser los protagonistas y vivenciábamos esos cambios, como en la clase de maquillaje donde la profesora, mientras explicaba los pasos, maquillaba a las alumnas que querían. En la clase de peinado el profesor, un reconocido peluquero, cortó y peinó a las alumnas, no sin antes detallarnos quiénes eran sus clientas famosas y cuáles le debían su *look* a él. Fue en esta oportunidad donde me ofrecí para que me peinen y pude ver y sentir en mí un cambio a partir de ser peinada por un peluquero profesional, algo que confirmaba en las expresiones de mis compañeras ante él mismo. Era la primera vez que veía en ellas una mirada de aprobación sobre mí, mirada que algunas pusieron en palabras y me felicitaban por mi cambio alentándome a sostenerlo. Esta experiencia me mostraba que tenía que entender que verse bien significaba un tiempo de preparación, dedicación y gastos en productos de belleza, es decir en todo un conocimiento necesario y una predisposición que sabían yo no poseía.

Por todo esto, el cuerpo es considerado algo más que ese soporte material de nuestra individualidad, nos representa empíricamente como personas, como sujetos sociales.

Marcela, quien enseñaba y guiaba nuestros pasos de baile en este gran salón, sentenciaba en la clase de accesorios "como expertos en imagen necesitamos conocer, luego sacaremos conclusiones de porqué cuestan lo que cuestan determinadas carteras, zapatos (...) aunque yo no pueda acceder o comprar, entiendo qué hay detrás de este mundo". Ya no era necesario acceder a ese objeto, no era necesario poseerlo porque el conocer sus atributos, el ser capaces de poder reconocerlo en otra persona a partir de la información y el conocimiento que nos brindaban en este espacio ya nos posicionaba, nos acercaba a eso que deseamos y en el mejor de los casos vivir la experiencia de probarlo en un negocio, aunque sea en un *outlet*, de sentir un pañuelo Hermes rozando nuestra piel, de tener esa experiencia sensorial, por muy efímera que sea. Experiencias que se volvían materiales en muchos casos a través del consumo de objetos de imitación, marcas de ropa importantes pero nacionales, como la compra de una cartera *Blaqué*, o el acceso de productos de marcas internacionales en los *outlet* de Miami o en épocas de liquidación, como dice Bourdieu (1984), objetos que son capaces de "hacer", como se suele decir, otra cosa que lo que son, maneras todas ellas que tiene lo pequeño de "parecer grande".

Las clases funcionaban como ese detrás de escena para ser capaces de convertir el cuerpo real en un cuerpo legítimo, pero también toda esa información y conocimiento que se adquiría en cada clase nos interpelaba a los alumnos desde el lugar social que ocupamos. Aprendimos también a tener otra mirada.

¿Qué cambiaba a partir de conocer esta "ciudad" en nosotras como alumnas? ¿Qué miradas estábamos interiorizando?

Aprendimos durante el curso a identificar esas marcas sociales, a clasificar. Detrás de este entrenar la mirada había un marco de referencia que permitía poder distinguir e identificar a otra persona a partir de su *hexis corporal*, esa manera de estar, hablar, caminar, llevar el cuerpo y comportarse, de sentir y de pensar. Al mismo tiempo esas diferencias expresaban una "forma particular de experimentar la posición en ese espacio social mediante la comprobación de la distancia que existía entre el cuerpo real y el cuerpo legítimo" (Bourdieu, 1986:184).

Aprendimos también a ser capaces de identificar el objeto como el lugar que éste representa en el sistema social, no era solamente un par de zapatos de Jimmy Choo, sino que el mismo formaba parte de una trama social. Esto iba unido a un relato de las situaciones que permitían entender el concepto que rodeaba ese objeto. Durante la clase de accesorios Marcela nos contó durante la clase de accesorios que "Rene (Caovilla) siempre decía que sus zapatos son tan maravillosos que son para que un hombre te pase a buscar en limusina por tu casa cosa que no camines, que subas a la limusina que te lleve a un súper restaurante y luego cuando vuelvas con él a tu casa y entre el caballero elegante que te fue a buscar, te saques en la puerta de tu dormitorio los Caovilla y empezar descalza a ser quien sos! ¿Ven el concepto de llevar un Caovilla en los pies?"

En las clases no solo se mostraban imágenes, que iban acompañadas de un discurso tanto de la profesora como de mis compañeras en las que se reafirmaba la calidad, el estilo o la suntuosidad de un objeto. También lo contrario, la sanción por el mal uso o la mala com-

binación de este, al mismo tiempo que nos mostraban cómo "famosos" representaban "al mal vestido".

A través de los ejemplos negativos que daban los profesores de famosas mal vestidas o famosas que eran, según ellos, "exhibidoras de lujo y no consumidoras" se estaba penalizando la participación, a través del consumo, de un espacio que no le pertenecía, situación que sólo podía revertirse con la intervención de una asesora, conocedora de las reglas del juego vigente y de los modos apropiados de jugar. Estos ejemplos de lo que no debía hacerse servían como base para tomar nuestras propias decisiones como consumidoras al mismo tiempo que funcionaban como una vara para marcar el límite de lo que estaba y no permitido.

Durante las clases nos enseñaban a establecer relaciones a través de una pedagogía que era al mismo tiempo implícita y explícita, eso que no se decía directamente pero estaba presente, como dice Bourdieu, "al colocar el cuerpo en una postura global apropiada para evocar los sentimientos que le están asociados" (Bourdieu, 1980:112). Es decir, íbamos construyendo sentido a partir de la mirada propuesta por el curso.

Conclusión

Las clases apuntaban a enseñarnos cómo transformar la imagen de un cliente, a ser capaces de observarlo y de analizarlo, definirlo y clasificarlo a partir del modo en el que estaba vestido, de la forma en la que caminaba y hablaba. Por lo tanto, verlo de la manera particular que desde el CD eran definidas la elegancia y el buen gusto. En el presente trabajo intenté mostrar cómo esa mirada, esos nuevos anteojos, que nos enseñaba cómo interpretar a un otro, también lo hacía con nosotros: los alumnos. Esa mirada también se dirigía a nuestros cuerpos, a nuestras elecciones.

Cada uno de los que participábamos del curso estábamos ahí por un motivo distinto. Muchas de mis compañeros lo elegían para poder ser ellos sus propios asesores, para poder aplicar cada recomendación, cada conocimiento nuevo en sus cuerpos y en sus vidas donde este era valorado. Aún aquellos que estudiaban con un fin profesional eran conscientes de que estaban en un espacio social que les exigía no solo manejar esta información sino también aplicarla en sus vidas. Porque en tanto asesores, su imagen era tan importante como las habilidades que les serán requeridas en tanto profesionales. Esto generó cambios en alguno de ellos, como en Nicolás quien también durante la clase de peinados se dejó cortar el pelo con el profesor, a quien le pidió un cambio para mejorar su imagen. O en el caso de Claudia quien visiblemente cambió su estética a lo largo del curso aplicando las recomendaciones de los diferentes profesores, desde las telas para confeccionar sus pantalones hasta el corte de pelo que más la favorecía. Cambios que todas notábamos y celebrábamos. Me inscribí en el curso con la intención de conocer el espacio y aprender de él como investigadora. Pero desde que ingresé al centro me di cuenta que era diferente al resto de mis compañeras. No sólo por la forma de vestirme y peinarme sino también en cómo me movía y hablaba, es decir en mi *hexis* corporal. Como le sucedía al campesino, su distancia cultural con los jóvenes de la ciudad no era solamente debido a su vestimenta sino también esa distancia estaba presente en sus modos y técnicas corporales. Pero con

el paso de los meses me di cuenta que el estar ahí, el escuchar a los profesores y aplicar sus recomendaciones, el conversar con mis compañeros, el verlos cada semana, generaron y motivaron cambios en mí. De pronto me encontré comprando productos de limpieza facial, observando con atención la indumentaria de otras personas tratando de reconocer e identificar su estilo, entre otras cosas. Mi mirada no era la misma, como la campesina de Bearne quien había cambiado la forma de mirar el *habitus* del campesino, yo también había adoptado una nueva mirada y modos corporales.

Este espacio podía pensarse como las vidrieras que recorrían las campesinas en la ciudad: conocíamos solo el aspecto del tema y desde la perspectiva que elegía el profesor y guiaba el centro. Pero no conocíamos cómo y por qué esa vidriera estaba dispuesta y organizada de esa forma ni qué había detrás. ¿Por qué una mujer con zapatos altos se siente "extremadamente sexy"? ¿Por qué al igual que las campesinas queremos aprender a peinarnos y vestirnos "como ciudadanas"? El texto de Bourdieu aclaró aspectos de mi trabajo de campo que me permitieron ver en las clases ese algo más que estaba pasando en mi doble rol de alumna e investigadora y poder analizar "ese saber corporal que se produce en el trabajo de campo" (Citro, 2010:182).

Cada martes el centro se transformaba en un salón donde se impartía un conocimiento que nos interpelaba, donde el cuerpo era el foco principal de atención y materia a ser moldeada. Aprendimos que el "lujo duele y cuesta", que era necesario, para llegar a ese ideal de belleza y elegancia a ese cuerpo legítimo, una inversión de tiempo y dinero. Un lugar de encuentro, de experiencia práctica entre profesores y alumnos donde se reforzaban y actualizaban creencias y representaciones. Donde cobraba forma y contenido esa "ciudad", ese "París" que cada una iba construyendo, representada por los ideales estéticos de consumo y estilos de vida.

Notas

1. La lectura de los trabajos de Pierre Bourdieu, en especial el "Baile de los solteros", estuvo atravesada, guiada y problematiza a partir de mi lectura del trabajo de Juan Dukuen, Los usos del habitus en la génesis de las investigaciones antropológicas de Bourdieu (1962-1964). Contribución a un debate, en *Prácticas de oficio*, n 16, diciembre de 2015. Este texto me permitió comprender y ahondar los principales conceptos teóricos de Pierre Bourdieu.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (2010). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto (1979)*, Buenos Aires, Taurus.
- _____. (2010). *El sentido práctico (1980)*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores.
- _____. (1986). "Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo", en J. Varela Álvarez (com.), *Materiales de sociología crítica*, Madrid, La Piqueta: 183-194.
- _____. (2004). *El baile de los solteros. La crisis de la sociedad campesina en el Bearne*, Barcelona, Editorial Anagrama.

Citro, S. (coord.) (2010). *Cuerpos Plurales. Antropología de y desde los cuerpos*, Buenos Aires, Editorial Biblos Culturalia.

Gutierrez, A. (2005). *Las prácticas sociales: una introducción a Pierre Bourdieu*, Ferreyra Editor, Córdoba.

Abstract: In this article I study from the perspective of Pierre Bourdieu's work "The peasants and their body", my participation as a student in a course of Public and Private Image. From the concepts of Habitus and corporal Hexis I analyze the knowledge that is transmitted in the course not only as specialized information on the subject but as it transforms us, the students. First of all I describe Bourdieu's work, my experience as a student in the center, the course and my classmates. Then I focus on describing the classes and their dynamics. Finally, I explain, from the concepts of Bourdieu, how and why classes can be thought of as a space where, in addition to providing information, new aspirations and desires are built. Where they teach us to look at another, but not in any way but one that is in solidarity with a social and cultural context where that look makes sense.

Keywords: Habitus - corporal Hexis - image consulting - person.

Resumo: Neste artigo estudo da perspectiva do trabalho de Pierre Bourdieu "Os camponeses e seu corpo", minha participação como estudante em um curso de Imagem Pública e Privada. A partir dos conceitos de Habitus e Hexis corporal analiso o conhecimento que é transmitido no curso não apenas como informação especializada sobre o assunto, mas como ele nos transforma, os alunos. Antes de tudo, descrevo o trabalho de Bourdieu, minha experiência como estudante no centro, o curso e meus colegas. Então eu me concentro em descrever as classes e suas dinâmicas. Por fim, explico, a partir dos conceitos de Bourdieu, como e por que as classes podem ser pensadas como um espaço onde, além de fornecer informações, novas aspirações e desejos são construídos. Onde nos ensinam a olhar para outro, mas não de maneira alguma, a não ser um que seja solidário com um contexto social e cultural em que esse olhar faça sentido.

Palavras chave: Habitus - Hexis corporal - assessoria da imagem - pessoa.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

La dialéctica entre lo objetivo y lo vivido: el análisis de la desigualdad social en Córdoba, Argentina.

Alicia B. Gutiérrez* y Héctor O. Mansilla**

Resumen: Uno de los aportes fundamentales de la perspectiva bourdieusiana es su propuesta de una teoría de la práctica como resultado de la relación dialéctica entre sentido objetivo y sentido vivido, lo que implica una toma de posición que es, a la vez, epistemológica, teórica y metodológica. En este texto, explicitaremos primero estos aspectos y luego, en el marco de una investigación sobre la desigualdad social en Córdoba, propondremos una manera de articular ambos sentidos, focalizando en las estrategias educativas y haciendo hincapié en sus consecuencias metodológicas.

Palabras clave: perspectiva bourdieusiana - sentido objetivo - sentido vivido - desigualdad social - estrategias familiares.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 108-109]

(*) Lic. en Historia (FFyH-UNC), Dr. en Sociologie (EHESS) y Dra. de la Universidad de Buenos Aires-Área Antropología (FFyL-UBA).

Profesora Titular Regular de Sociología (Facultad de Filosofía y Humanidades de la UNC). Investigadora Principal de CONICET. Directora del Programa de Investigaciones “Reproducción social en Córdoba: dinámicas recientes” (CONICET, ANPCyT y UNC). Autora de *Las prácticas sociales: Una introducción a Pierre Bourdieu*, editado en Argentina y en España (Última edición: EDUVIM, Villa María, 2012). Traductora de libros de Pierre Bourdieu, publicados en Argentina (EUDEBA, Aurelia Rivera, Ferreyra Editor, Siglo XXI) y México (El Colegio de Michoacán). aliciabeatrizgutierrez@gmail.com

(**) Doctor en Ciencias Sociales (UBA), Magíster en ciencias sociales –mención en metodología de la investigación social–, Especialista en Diseño de Encuestas y Análisis de Datos y Licenciado en Comunicación Social (UNC). Profesor Asociado de la Cátedra de Análisis de la Comunicación Social II de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC), Profesor Asistente en la Cátedra de Metodología de la Investigación Social II de la Facultad de Ciencias Sociales (UNC).

Co-Director del Programa de Investigaciones: “Reproducción social en el Gran Córdoba: dinámicas recientes” (CONICET, ANPCyT y UNC). homansil@hotmail.com

I. Introducción: la ontología de la vida social en la perspectiva bourdieusiana y sus consecuencias en el análisis de la desigualdad social

Cuando Bourdieu hace referencia a la necesidad de superar el “objetivismo” y el “subjetivismo” en las ciencias sociales, y de tomar lo mejor de ambas perspectivas, sus señalamientos suelen ser interpretados sólo como fundamentos de dos momentos analíticos: un primer momento objetivista, en el cual el investigador reconstruye la estructura de relaciones donde se insertan las prácticas, relaciones que son independientes de la conciencia y de la voluntad de los agentes que las producen, y un segundo momento, subjetivista, donde intenta captar representaciones, percepciones y vivencias de esos agentes.

En consecuencia, se toman como dos pasos lógicos del análisis sociológico, que, abordados simultáneamente en una misma investigación, permitirían mayores posibilidades de explicar y comprender la realidad social. Ahora bien, es necesario recordar que esos momentos lógicos se fundan en una ontología particular de la realidad que tomamos como objeto de conocimiento: la vida social existe de doble manera, en las cosas y en los cuerpos, como estructuras objetivas externas y como estructuras objetivas incorporadas. Es más, la vida social no proviene de un contrato explícito entre individuos conscientes y dotados de voluntad, sino que constituye una especie de “orquestación sin director de orquesta” (Bourdieu, 1980a: 99), resultado de una “complicidad ontológica” entre un campo y un habitus (Bourdieu, 1980b: 6). En ese marco, uno de los aportes fundamentales de esta perspectiva es la de recordar permanentemente que toda práctica social tiene dos sentidos: un sentido objetivo y un sentido vivido, y que es necesario que la investigación que llevemos adelante sepa captar el “sentido del juego social”, que deviene de la relación dialéctica entre lo objetivo y lo vivido (Bourdieu, 1980a).

Esta propuesta de “teoría de la práctica”, desarrollada en detalle en *Le sens pratique* (Bourdieu, 1980a), conlleva consecuencias epistemológicas, teóricas y metodológicas en todo proceso de investigación. En primer lugar, se trata de una propuesta esencialmente crítica respecto a los límites inherentes a todo conocimiento teórico (opuesto al conocimiento práctico) y pone en cuestión los presupuestos comprometidos en la posición de “observador objetivo” de la realidad social, lo que lleva a analizar la relación subjetiva del científico con el mundo social y con la relación social objetiva que está implicando esta relación subjetiva. En segundo lugar, exige la combinación y articulación de diferentes aproximaciones a la realidad y con ello, la complementariedad adecuada de los métodos cuantitativos y cualitativos: “contra la vieja distinción diltheyana, es necesario plantear que *comprender y explicar son una misma cosa*” (Bourdieu, 1993: 910).

Así, desde esta manera de concebir la realidad social, analizar las relaciones de desigualdad en un espacio social determinado supone estar en condiciones de dar cuenta de qué manera se distribuyen los recursos (económicos, culturales, sociales, simbólicos), cuáles son las relaciones de fuerza objetivas que sustentan la dominación, y de qué manera estos aspectos son vividos por quienes ocupan las diferentes posiciones sociales. Ahora bien, definidas esas diversas posiciones según el volumen de los recursos familiares y según la estructura particular que conforman (con mayor o menor peso de las diferentes especies de capital disponibles), tenemos que reconocer que, además de “objetivamente” –bajo la forma de propiedades que pueden ser identificadas y medidas con indicadores específi-

cos—, esos recursos existen también de manera incorporada, bajo la forma de disposiciones a actuar, percibir y valorar.

Avanzando y precisando un poco más, y considerando que en sociedades como las nuestras el recurso más importante es el capital económico (en la medida en que permite caracterizar las grandes clases de condiciones de existencia –Bourdieu, 1990–), es importante poder dar cuenta también del peso que tienen los otros recursos en las acumulaciones e inversiones familiares, especialmente el capital cultural¹ (que permite identificar y caracterizar las fracciones de clase, según la importancia que pudiera tener la Escuela en la reproducción social de la familia). En otras palabras, se trata de estar en condiciones de analizar en qué medida esta especie de capital se pone en juego objetivamente en las diferentes estrategias educativas y en las trayectorias escolares, y de qué modo incide en las maneras en que ellas son percibidas y valoradas como posibles y deseables.

En ese marco de preocupaciones y asumiendo la mirada analítica del estructuralismo constructivista bourdieusiano, nos referiremos a algunos aspectos de la “cocina de la investigación” de un estudio que estamos llevando adelante desde hace varios años, acerca de la reproducción social en Córdoba (Argentina) y de sus dinámicas recientes².

En primer lugar, señalaremos algunas cuestiones teóricas y metodológicas implicadas en nuestra investigación; en segundo lugar, mostraremos brevemente de qué manera captamos el “sentido objetivo” de la problemática que analizamos, identificando diferentes posiciones sociales y en relación con ellas, caracterizando clases y fracciones de clase; luego haremos referencia a la manera como articulamos las dimensiones cuantitativa y cualitativa de nuestra investigación, para, posteriormente, referirnos a los “sentidos vividos” por los agentes que ocupan esas diversas (y opuestas) posiciones en relación con la Escuela, y su lugar en la reproducción social de la familia; finalmente, subrayamos la importancia de esta articulación para dar cuenta del sentido de juego social presente en las estrategias familiares.

II. El análisis relacional de la desigualdad social en Córdoba, Argentina

En el marco de nuestro estudio, analizamos un conjunto de prácticas que pertenecen a esferas diferentes (estrategias laborales, habitacionales, educativas y de consumo) y, a través de ellas, estudiamos las maneras como se reproduce la vida social cordobesa y sus relaciones de dominación y de desigualdad.

Partiendo del supuesto de que la vida social se reproduce, como hemos sugerido más arriba, a partir de las prácticas y como resultado de la relación dialéctica entre estructuras y agentes dotados de diferentes grados de poder (Bourdieu 1988 y 1990), tomamos como concepto central el de *estrategias de reproducción social*, inspirado fundamentalmente en la mirada bourdieusiana. En este sentido, las consideramos como

Conjunto de prácticas fenomenalmente muy diferentes, por medio de las cuales los individuos y las familias tienden, de manera consciente o inconsciente, a conservar o a aumentar su patrimonio, y correlativamente a mantener o mejorar su posición en la estructura de las relaciones de clase (Bourdieu, 1988: 122).

Dichas estrategias dependen de un conjunto de factores: 1) del *volumen* y la *estructura del capital* que hay que reproducir (capital económico, capital cultural, capital social, capital simbólico) y de su trayectoria histórica; 2) del estado del sistema de los instrumentos de reproducción; 3) del estado de la *relación de fuerzas entre las clases*; y 4) de los *habitus incorporados* por los agentes sociales.

Estas categorías conceptuales en torno al análisis de las “estrategias de reproducción social” constituyen herramientas fundamentales para analizar la dinámica de las clases en su conjunto, y, con ello, las relaciones de desigualdad social. En efecto, a partir de lo que las diferentes familias ponen en marcha para reproducirse socialmente, estas herramientas muestran claramente una dimensión central en la perspectiva bourdieusiana: la *concepción relacional de lo social*, herencia estructuralista que queda plasmada en la manera como se construyen los conceptos claves y en el modo como se articulan³. Así, las diferentes estrategias de reproducción social se explican sólo relacionamente, en un doble sentido: en el contexto del sistema que constituyen (en una familia o en un grupo de familias pertenecientes a una clase o fracción de clase) y en el marco más amplio del espacio social global, donde las prácticas y representaciones que forman parte de ese sistema se relacionan con las prácticas y representaciones que son constitutivas de los otros, articulando de esa manera modos de reproducción sociales diferenciales (Gutiérrez, 2004).

De este modo, entendemos el análisis de la desigualdad social en el marco de la estructura de las clases, que también es relacional y que supone la construcción previa del espacio social (Bourdieu, 1990). Por ello, uno de los aspectos más importantes para trabajar, pasa por evitar la sustancialización del concepto de clase, retomando la noción de estructura social para dar cuenta de las propiedades de cada clase que devienen de la pertenencia y ubicación en esa estructura. Así, en tanto conjunto de características posicionales, la clase social deja de ser una sustancia y pasa a ser concebida como una relación, y ello es posible sólo a condición de haber construido el espacio social donde sus propiedades adquieren sentido. (Mansilla, 2017).

En consecuencia, consideramos el “espacio social” como una construcción teórico-metodológica que, tomando simultáneamente un conjunto de variables relativas a recursos económicos y culturales, y apelando a métodos específicos, nos permite dar cuenta de la estructura de las relaciones de desigualdad, caracterizar las diferentes posiciones sociales, e identificar clases y fracciones de clase. Esas posiciones diferentes, junto al volumen y la estructura del capital que las definen, constituyen principios fundamentales para poder explicar y comprender las estrategias de reproducción social, junto a las condiciones objetivas que caracterizan los diferentes ámbitos de las prácticas (trabajo, educación, vivienda, etc.) y las disposiciones incorporadas de quienes las producen.

Nuestra investigación implica una articulación teórico-metodológica que contempla tres etapas analíticas, con un diseño relacional que vincula un conjunto de técnicas para la construcción del espacio social, la caracterización de las clases y la selección de casos para el armado de la muestra de la fase cualitativa.

1) La primera etapa es fundamentalmente cuantitativa, donde proponemos una construcción relacional de las clases y fracciones del Gran Córdoba, a partir del conjunto de recursos —fundamentalmente económicos y culturales— que disponen las familias para su reproducción; es decir, se trata de construir el sentido objetivo de nuestra problemática.

Para ello, apelamos a la utilización de métodos de estadística descriptiva multidimensional conforme a la escuela francesa de análisis de datos, aplicando de manera conjunta métodos factoriales y de clasificación, tomando como base la información captada por la “Encuesta Permanente de Hogares” (EPH) en los terceros trimestres de los años 2003, 2005, 2007, 2009, 2011, 2013 y 2015, y complementándola con informaciones derivadas de otras fuentes, tales como la Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (ENTIC) de 2011, la Encuesta Nacional de Gastos de Hogares (ENGHo) 2012/2013 y la Encuesta Nacional sobre la Estructura Social (ENES) implementada en el marco del Programa de Investigación sobre la Sociedad Argentina Contemporánea (PISAC). En esta primera etapa hemos propuesto una construcción del espacio social cordobés⁴, identificando y caracterizando relacionalmente clases y fracciones de clase y describiendo las regularidades presentes, tanto en lo que llamamos “instrumentos de reproducción social” (especialmente mercado laboral, escolar, habitacional y de las políticas públicas) cuanto de las prácticas asociadas a las estrategias de reproducción social de las familias cordobesas. (Gutiérrez y Mansilla, 2016).

2) A partir de estos resultados, la segunda etapa consiste en analizar las prácticas, interacciones y representaciones concretas de las estrategias y del modo como se articulan con las diferentes posibilidades y límites relativos a las condiciones de existencia de cada clase y fracciones de clase. Se trata de un segundo momento de carácter subjetivista, que apunta a captar los sentidos vividos y atribuidos por los propios agentes, a las prácticas y a las condiciones en las que se despliegan. Este segundo momento contempló entonces, la realización de diferentes entrevistas en profundidad a casos seleccionados a partir de las características asociadas a cada clase y fracción (contemplando su peso relativo) construidas en la primera etapa, además de observaciones e historias de vida, para captar trayectorias individuales y familiares representativas de cada una de ellas.

3) Una tercera etapa, implica la puesta en relación de las diferentes condiciones de existencia relevadas particularmente en la primera etapa (volumen y estructura de capital e instrumentos de reproducción social disponibles), con los sentidos vividos y prácticas concretas. A partir de ello, elaboraremos “tipologías de sistemas de estrategias de reproducción” representativas de las diferentes posiciones en el espacio social que constituye el Gran Córdoba. En definitiva, nuestra propuesta analítica de la desigualdad social intenta recuperar las dimensiones estructural e histórica y toma relacionalmente tanto las estrategias y representaciones cuanto las condiciones objetivas que las hacen posibles (sentidos vividos y sentidos objetivos).

III. Del sentido objetivo al sentido vivido: articulación de las dimensiones cuantitativa y cualitativa

En otros lugares hemos presentado la construcción del espacio social cordobés, junto al conjunto de discusiones teóricas y decisiones metodológicas y técnicas que derivan de la necesidad de adecuar nuestra perspectiva teórica y metodológica a la disponibilidad de información, y que aquí sólo mencionamos brevemente (Gutiérrez y Mansilla, 2015 y 2016; Mansilla, 2017).

Propusimos una construcción relacional de las clases y fracciones de clase cordobesas, tomando en cuenta el conjunto de recursos –fundamentalmente económicos y culturales– que disponen las familias para su reproducción. Con un software específico (SPAD 5.0), aplicamos de manera conjunta un análisis de correspondencias múltiples (ACM) y una clasificación jerárquica ascendente (CJA) tomando como base la Encuesta Permanente de Hogares⁵ (EPH), como hemos mencionado más arriba.

Esta encuesta ofrece dos bases: hogares e individuos. Como nuestra unidad de análisis es la familia, considerada como una unidad doméstica de producción y de consumo, hemos combinado ambas bases. De este modo, seleccionamos propiedades referidas al capital económico y cultural de nuestras unidades de análisis, que corresponden tanto al hogar como a su referente de hogar (RH). Y ello porque esta persona de referencia, por su posición dominante en el grupo familiar, transfiere sus recursos a través de las relaciones de distribución que constituyen a la familia como sujeto colectivo.

Así, en relación con la disponibilidad de capital económico del hogar, se tomó en cuenta en primer lugar, el ingreso total individual del RH, que incluye los ingresos por su ocupación principal, así como cualquier otro –rentas, herencias, etc.–. Si bien esta variable funciona como uno de los principales indicadores económicos de la familia, se seleccionó también el ingreso per cápita familiar (IPCF), lo que permitió capturar todos los recursos económicos del grupo familiar y ponerlos en relación con la cantidad de miembros. Ambas variables dan cuenta de la capacidad económica de la familia.

Como indicador de capital cultural fue seleccionado el máximo nivel de instrucción formal alcanzado por el RH (capital escolar como subespecie del capital cultural). Fueron considerados otros indicadores que remiten tanto al capital económico como al cultural, en particular aquellos vinculados a la inserción del RH en las relaciones de producción, como la jerarquía laboral (en tanto indicador de la distribución desigual de la autoridad en el campo laboral) y la calificación ocupacional (como indicador de competencias y conocimientos asociados al puesto de trabajo). Por último, se tomaron también como variables activas el sexo, edad y situación conyugal del RH, como elementos claves de diferenciación social que remiten a ciertas formas de capturar el ciclo vital familiar. Estas ocho variables activas (51 modalidades) nos permitieron construir los espacios sociales cordobeses, mientras que el resto de las variables de la EPH fueron consideradas como ilustrativas.

Nuestro objetivo en este apartado es presentar el modo en que operamos la articulación de las etapas cuantitativa y cualitativa. Tal articulación supuso, en el plano técnico, un proceso de selección de agentes para la realización de entrevistas. Para ello, consideramos las principales propiedades constitutivas de las clases construidas, a fin de dar cuenta de los esquemas interpretativos y de los sentidos vividos, en relación con la posición y trayectoria social, en tanto inversiones en los distintos dominios de las prácticas. Así, se tornó necesario mantener el perfil de estos grupos en la selección de los entrevistados para poder establecer las comparaciones que el análisis relacional requiere. Para dicha selección utilizamos los resultados de la construcción del espacio social de 2011, y la caracterización de sus clases (Gráficos 1 y 2).

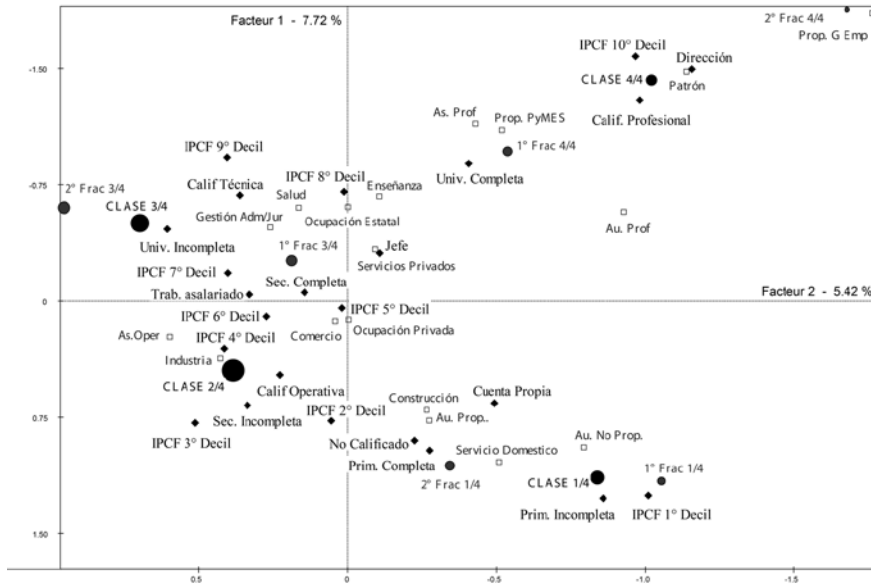


Gráfico 1. El espacio social cordobés 2011 en el plano de los ejes 1 y 2 (13,14% de inercia y 51 modalidades activas).

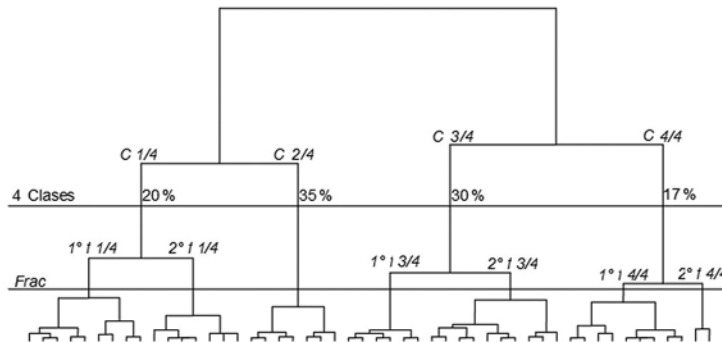


Gráfico 2. Espacio Social Córdoba 2011 - Dendrograma de la CJA para los primeros 4 factores (22,69% de inercia). Particiones para 4 clases y 6 fracciones.

Para evitar un análisis de la desigualdad social en términos sustancialistas, es necesario proceder de manera relacional tanto en la construcción del espacio social cuanto en su descripción: en este sentido, no tomamos cada grupo de familias de manera aislada, sino que reconstruimos el sistema de relaciones a partir del cual los definimos y caracterizamos, desde proximidades y distancias en el espacio social.

Así, es posible ver que las diferencias que se establecen entre las grandes clases sociales, y que a su vez las constituyen como tales, remiten a relaciones de desigualdad en torno a aspectos centrales de la reproducción económica de las familias, en particular la inserción laboral de sus referentes, y los recursos que entran en juego en esas prácticas. Es decir, aquí el peso fundamental lo tiene el capital económico, y, en menor medida, el capital cultural, especialmente en su subespecie escolar.

La región del cuadrante inferior derecho del espacio agrupa posiciones ocupadas por familias en las que el referente de hogar vende su fuerza de trabajo, y lo hace a través de un modo de inserción en el mercado laboral que se caracteriza por no requerir calificación alguna, no percibir aportes ni beneficios sociales y por obtener bajas remuneraciones. Estas posiciones poseen muy bajo volumen patrimonial tanto en lo económico como en lo cultural, aunque la característica diferencial que articula su relación con las demás posiciones es la venta de fuerza de trabajo sin calificación y en situaciones de precariedad laboral. Por su parte, las familias que se ubican en las regiones medias dominadas se caracterizan por vender fuerza de trabajo de baja o media calificación: este aspecto los diferencia tanto de la clase anterior como de las otras clases medias que, ubicadas en mejores posiciones sociales, venden fuerza de trabajo de mayor calificación. Notamos en este caso la importancia fundamental del capital cultural acumulado, en la medida en que mejores puestos en el mercado de trabajo se encuentran en relación con los más altos niveles educativos de sus referentes, lo que repercute directamente en los ingresos que perciben.

Por otra parte, es posible que las diferencias entre los cuadrantes superiores (izquierdo y derecho) respondan tanto a la división social del trabajo, vinculada a la propiedad-no propiedad de medios de producción, como a la división técnica en el proceso de trabajo, entre quienes ejecutan tareas y quienes las dirigen y controlan. Mientras los referentes del cuadrante superior izquierdo (clase media dominante) desarrollan una inserción laboral basada en la venta de fuerza de trabajo altamente calificada, vinculada a ocupaciones estatales en ramas de la educación y la salud, que articulan dicha inserción con su capital cultural (capital escolar asociado a formación universitaria completa), los referentes del cuadrante superior derecho presentan asociaciones con cargos y funciones directivas. A su vez, éstos son en su mayoría compradores de fuerza de trabajo, a diferencia de los otros, que la venden. Ahora bien, con relación al capital económico expresado por los IPCF y los ingresos individuales del referente, hay que tener en cuenta que, si bien los datos muestran que la clase alta dominante posee ingresos que se ubican en el 10º decil, este tramo de los ingresos per cápita es muy amplio (oscila entre \$5000 y \$30000 –entre 1163 y 6977 dólares–), a diferencia del 9º decil de la clase media dominante, que implica ingresos que van de \$3300 a \$4900 (de 767 a 1140 dólares), lo que puede esconder profundas desigualdades entre ambos grupos y al interior de la clase alta dominante⁶. Así, podemos suponer que los ingresos de los asalariados estatales de la clase media dominante (limitados en sus ingre-

sos) pueden encontrarse muy por debajo de los de las familias con referentes propietarios de empresas o asalariados profesionales directivos en la esfera pública o privada.

Esto nos permite observar la presencia de lo que se denomina una estructura en quiasma. Es decir, una estructura que, a lo largo del factor que expresa el volumen global de capital, diferencia aquellas regiones donde es posible observar cierta primacía del capital cultural sobre el económico (clases y fracciones que articulan sus estrategias de reproducción a partir de la potencialidad de sus recursos culturales y que generalmente se encuentran ubicadas en la región izquierda del espacio) de aquellas otras donde se observa la primacía del capital económico en las inversiones que definen sus estrategias de reproducción (ubicadas sobre la región derecha del espacio social). En este caso, si bien podemos estar hablando de volúmenes de capital relativamente iguales, en el sector izquierdo del espacio se identifica la zona donde el peso de la reproducción social está asociado a las acumulaciones e inversiones de y en capital cultural, lo que además sugiere hipotéticamente en cuáles ámbitos sociales se incentivan las prácticas: el sistema escolar en general, y los distintos mecanismos a partir de los cuales se acumula ese capital.

Teniendo en cuenta estos aspectos, presentaremos ahora las características específicas de cada una de las clases y fracciones de clase que hemos identificado, junto a la selección de los entrevistados pertinentes, a fin de captar los sentidos vividos de esas posiciones objetivas.

III. 1. Clase baja (20%)

Estas familias se caracterizan por su bajo volumen global de capital, con una estructura patrimonial asociada a bajos ingresos: IPCF en el 1° decil, ingreso total del RH, ingreso por ocupación principal del RH e ingreso total familiar en el 1° decil. En lo que respecta a la ocupación de su RH se asocian a la ausencia de calificación laboral, al servicio doméstico, al cuentapropismo y a la construcción, con cierta precariedad en el trabajo: escasa antigüedad laboral en pequeños establecimientos del ámbito privado, o como trabajadores autónomos y sin cobertura médica. El capital escolar del RH es relativamente escaso y va de nivel primario incompleto al primario completo. Respecto a las características de hogares y viviendas de esta clase, puede observarse una asociación a RH femeninos, de edad mayor, hogares con problemas de hacinamiento y condición de ocupante de la vivienda como régimen de tenencia. Por último, puede señalarse que esta clase de familias se asocia a la recepción de subsidios y ayuda material.

III. 1. 1. Primera fracción (10%): Familias que poseen en un alto porcentaje (casi el 80%) un RH femenino. Se trata de mujeres separadas o viudas, sin calificación laboral y que se desempeñan en el servicio doméstico y cuidado de personas.

Entrevistado	Descripción	Total
Carolina	Trabajadora sin calificación en la rama del empleo doméstico. Edad: 41 años. Nivel educativo: secundario incompleto. Hogar de tres miembros	3
Noemí	Trabajadora sin calificación en el cuidado de personas. Edad: 69 años. Nivel educativo: primario incompleto. Hogar de nueve miembros	
Mirna	Trabajadora autónoma sin calificación –costurera–. Edad: 62 años. Nivel educativo: primario completo. Hogar de 3 miembros	

III. 1. 2. Segunda fracción (12%): Hogares que en su mayoría poseen un RH masculino, vinculado a la construcción y al cuentapropismo, con calificación laboral operativa, y que conforman hogares numerosos.

Entrevistado	Descripción	Total
Guillermo	Albañil. Edad: 51 años. Nivel educativo: primario completo. Hogar de 6 miembros	6
Danilo	Pintor de obra. Edad: 55 años. Nivel educativo: secundario completo. Hogar de seis miembros	
Arturo	Albañil. Edad: 27 años. Nivel educativo: secundario incompleto. Hogar de 8 miembros	
Omar	Albañil. Edad: 44 años. Nivel educativo: primario completo. Hogar unipersonal, recientemente separado, anteriormente de 7 miembros	
Darío	Jardinero. Edad: 34 años. Nivel educativo: secundario incompleto. Hogar de 5 miembros	
Rafael	Carpintero. Edad: 29 años. Nivel educativo: secundario completo. Hogar de 4 miembros	

III. 2. Clase media dominada (35%)

Se trata de posiciones con un volumen global medio-bajo de recursos. Las familias pertenecientes a esta clase poseen una estructura patrimonial asociada principalmente a un IPCF que va del 3° al 5° decil. Aunque los ingresos del RH, tanto por su ocupación principal como sus ingresos totales se ubican en deciles más altos, el elevado número de miembros del hogar tiende a disminuir su IPCF. La clase posee características del RH asociadas principalmente a calificaciones laborales operativas, en la industria y la logística, con capital cultural relativamente más alto que en la clase anterior, medido por niveles de instrucción ubicados en los estudios secundarios incompletos. A estas características se suman otras con un menor nivel de asociación, que vinculan a los RH con el cuentapro-

pismo, la construcción y la administración pública. Si bien es una clase sin fracciones es posible recortar dos grupos a su interior fundamentalmente por la edad del RH y la rama de actividad. Una primera fracción (menos numerosa) se asocia a referentes de mayor edad (+50) vinculados al cuentapropismo y a la logística desde hace más de cinco años. La segunda (algo más numerosa) parece estar compuesta por referentes más jóvenes (35 a 50 años) vinculados a la industria y con hogares numerosos.

III. 2. 1. Primera fracción (16%)

Entrevistado	Descripción	Total
Laura	Empleada. Edad: 64 años. Nivel educativo: secundario completo. Hogar de dos miembros	6
Eduardo	Mecánico autónomo. Edad: 60 años. Nivel educativo: secundario incompleto. Hogar de tres miembros	
Iván	Taxista. Edad: 66 años. Nivel educativo: secundario completo. Hogar de dos miembros.	
Oscar	Jardinero. Edad: 64 años. Nivel educativo: secundario incompleto. Hogar de dos miembros	
Milo	Taxista. Edad: 61 años. Nivel Educativo: secundario completo. Hogar de dos miembros	
Alberto	Camionero. Edad: 55 años. Nivel Educativo: secundario incompleto. Hogar de dos miembros	

III. 2. 2. Segunda fracción (19%)

Entrevistado	Descripción	Total
Carina	Operaria fábrica automotriz. Edad: 41 años. Nivel educativo: secundario completo. Hogar de cuatro miembros	6
Norberto	Operario fábrica automotriz. Edad: 47 años. Nivel educativo: primario completo. Hogar de 6 miembros	
Fermín	Operario fábrica automotriz. Edad: 43 años. Nivel educativo: secundario completo. Hogar de cuatro miembros	
Adam	Chofer transporte interurbano. Edad: 31 años. Nivel educativo: universitario incompleto. Hogar de 4 miembros	
José	Empleado fábrica de sándwiches. Edad: 43 años. Nivel educativo: universitario incompleto. Hogar de cinco miembros	
Marina	Empleado en fábrica de cerámicos. Edad: 34 años. Nivel educativo: terciario no universitario, incompleto. Hogar de cuatro miembros	

III 3. Clase media dominante (29%)

Estas familias se caracterizan por poseer RH jóvenes que alcanzan, en su mayoría, una calificación ocupacional técnica, estudios superiores universitarios incompletos o completos y un IPCF ubicado entre el 7° y el 9° decil, con ocupaciones asociadas a los servicios sociales, en particular a la educación, la gestión administrativa y la salud. Se trataría de una clase que desarrolla sus estrategias poniendo en juego capital cultural, aprovechando a su favor especialmente ciertos mecanismos de objetivación de su capital escolar y sus instancias de legitimación en el mercado laboral. Otras características vinculadas a esta clase muestran hogares unipersonales o pocos numerosos, con RH jóvenes, en su mayoría mujeres, solteras y sin presencia de menores de diez años.

III. 3. 1. Primera fracción (15%): Familias que presentan una fuerte asociación con RH femeninos, quienes, con estudios universitarios completos, han acumulado mayor capital cultural que su fracción vecina. Invierten este recurso en estrategias laborales basadas en la ocupación de puestos asociados a las esferas de la educación y la salud, preferentemente en el ámbito estatal.

Entrevistado	Descripción	Total
Sandra	Docente de nivel medio. Edad: 50 años. Nivel educativo: terciario completo. Hogar de tres miembros	5
Lucía	Médica ginecóloga. Edad: 30 años. Nivel educativo: universitario completo. Hogar unipersonal	
Adriana	Vicedirectora de escuela de nivel medio. Edad: 57 años. Nivel educativo: universitario completo. Hogar unipersonal	
Luisa	Médica clínica. Edad: 54 años. Nivel educativo: universitario completo. Hogar de tres miembros	
Viviana	Empleada pública como ingeniera en sistemas. Edad: 43 años. Nivel educativo: universitario completos. Hogar unipersonal	

III. 3. 2. Segunda fracción (18%): Fracción asociada a RH jóvenes, solteros, que conforman hogares unipersonales, con trabajos asalariados, de calificación técnica, en la gestión administrativa y jurídica.

Entrevistado	Descripción	Total
Enrique	Empleado administrativo (vendedor). Edad: 33 años. Nivel educativo: terciario no universitario completo. Hogar de 3 miembros	
Nahuel	Empleado administrativo. Edad: 25 años. Nivel educativo: universitario incompleto. Hogar unipersonal	

Flavio	Empleado administrativo. Edad: 32 años. Nivel educativo: universitario incompleto. Hogar de dos miembros	8
Gerardo	Programador de HP. Edad: 41 años. Nivel Educativo: universitario completo. Hogar de dos miembros	
Iris	Empleada en la Secretaría de Cultura del Gobierno Provincial. Edad: 36 años. Nivel educativo: universitario incompleto (en curso). Hogar de dos miembros	
Jorgelina	Empleada de embotelladora Coca Cola. Edad: 26 años. Nivel educativo: universitario incompleto (en curso). Hogar de dos miembros	
Pedro	Preceptor en escuela secundaria. Edad: 32 años. Nivel educativo: terciario no universitario incompleto. Hogar unipersonal	
Dante	Empleado de comercio. Edad: 32 años. Nivel educativo: universitario incompleto. Hogar unipersonal	

III. 4. Clase alta dominante (17%)

Está compuesta por familias que poseen un alto volumen global de capital, tanto económico como cultural. Su patrimonio se encuentra asociado a ingresos que se ubican en el 10° decil (ingreso total del RH, Ingreso por ocupación principal, IPCF e ITF). Poseen RH con calificación ocupacional profesional, que ocupan puestos directivos y realizan dicha función. Son patrones o propietarios tanto de grandes empresas como de Pymes y poseen un nivel de instrucción superior universitario. Esta clase se caracteriza por RH que son en su mayoría varones, se asocian a ocupaciones del Estado, en la rama de la educación, y sus viviendas poseen buenas condiciones habitacionales.

III. 4. 1. Primera fracción (13%): Fracción compuesta por un 13% de hogares que, no estando asociados a RH patrones o propietarios, muestran que su estructura patrimonial es fundamentalmente cultural. Estas posiciones están asociadas a un elevado capital escolar, lo que se complementa con la ocupación de trabajos asalariados de categoría profesional en el ámbito del Estado, en la enseñanza, operando sistemas y equipos informáticos y con cargos directivos, todos ellos indicadores del control del proceso de trabajo en su división técnica.

Entrevistado	Descripción	Total
Andrea	Directora de instituto terciario. Edad: 58 años. Nivel educativo: universitario completo. Hogar unipersonal	
Federico	Director de escuela secundaria y docente. Edad: 52 años. Nivel educativo: posgrado universitario. Hogar de cuatro miembros	
Magdalena	Asesora técnica. Edad: 57 años. Nivel educativo: posgrado universitario. Hogar unipersonal	

José	Abogado, prosecretario de justicia. Edad: 46 años. Nivel educativo: universitario completo. Hogar de cinco miembros	6
Silvana	Abogada, jueza de cámara. Edad: 60 años. Nivel educativo: posgrado universitario. Hogar de cuatro miembros.	
Ricardo	Investigador de CONICET. Edad: 61 años. Nivel educativo: posgrado universitario. Hogar de dos miembros	

III. 4. 2. Segunda fracción (5%): Fracción más pequeña, que presenta fuertes asociaciones con indicadores de propiedad de empresas y RH patrones, ocupando cargos de dirección o jefatura fundamentalmente en el ámbito privado.

Entrevistado	Descripción	Total
Esteban	Dueño de gran empresa. Edad: 65 años. Nivel educativo: universitario incompleto. Hogar de tres miembros	2
Mariano	Dueño de gran empresa y asesor. Edad: 57 años. Nivel educativo: posgrado universitario. Hogar de dos miembros	

En consecuencia, seleccionamos un total de 43 referentes de hogar (RH) de diferentes clases y fracciones de clase, teniendo en cuenta que los recursos económicos y culturales que poseyeran pudieran ser representativos de los perfiles característicos de cada una de ellas. En otras palabras, buscamos una variación en las condiciones de producción de sus discursos que fuera consistente con el establecimiento de las distintas condiciones objetivas (clase y fracción), junto a su peso relativo, que identificamos y caracterizamos en el espacio social en la primera etapa. De esta manera, estuvimos en condiciones de trabajar con un campo de discursos producidos en diferentes condiciones, susceptibles de ser puestos en relación y sometidos a un análisis comparativo.

IV. Posiciones y tomas de posición respecto a la Escuela y las estrategias escolares

El campo escolar es un universo fundamental en la reproducción de las relaciones de poder y de desigualdad en un espacio social concreto y situado en el marco de las relaciones capitalistas contemporáneas. En ese sentido, para asegurarse la reproducción (o la mejora) de la posición social, las familias tienden, de manera consciente o no consciente, a realizar inversiones (dinero, tiempo, ayudas de todo tipo) en estrategias escolares diversas, que serán más importantes y exigirán más esfuerzos, cuanto más importante sea el capital cultural en la composición del patrimonio de la familia y cuanto mayor sea su peso relativo respecto al capital económico.

En ese contexto, podemos decir que, para comprender una estructura objetiva de clases, como la que hemos descripto brevemente para la ciudad de Córdoba, Argentina, debemos considerar también la dimensión subjetiva de esa estructura. A modo de ejemplo, nos focalizaremos ahora en algunos aspectos de las inversiones escolares de las familias, en el papel que le asignan a la Escuela y en las valoraciones y representaciones de las trayectorias posibles, todas ellas dimensiones de los sentidos vividos asociados a posiciones diferenciales en una estructura de desigualdad.

Para mostrar el análisis del conjunto de nuestras entrevistas, veamos a continuación cuatro maneras diferentes de percibir y valorar la escuela, resultado de cuatro posiciones diferentes (y opuestas) en el espacio social cordobés: una, ligada a las condiciones objetivas de la clase baja dominada, con escaso volumen de capital económico y cultural, la otra, asociada a la clase alta dominante, precisamente a la fracción más rica en capital cultural, y otras dos, vinculadas a las clases medias (dominada y dominante), con diferentes capitales culturales relativos, aunque con tomas de posición semejantes.

IV. 1. Clase baja dominada: bajo registro de las trayectorias escolares y escasa valoración de la escuela

Danilo es un representante típico de la clase baja y con hijos de diferentes edades. Nació y creció como hijo único en un barrio pobre de la ciudad. Tiene 55 años y su madre era empleada doméstica. Es el referente de un hogar conformado por él, su esposa de 43 años, y cuatro hijos. La familia vive en una casa sencilla, que heredaron hace dos años por el fallecimiento de la madre del RH y de su segundo esposo, quien sería el propietario original. Danilo es pintor de obra desde los 12 años y hace changas, siempre autónomamente: lo contratan los vecinos y algunos comerciantes de la zona.

Una frase que repite varias veces en la entrevista es: “No me acuerdo, realmente no me acuerdo”. El bajo registro de la trayectoria educativa de su familia, expresado en el desconocimiento de los estudios de sus padres e incluso, aún más próximo en el tiempo, de los de sus hijos mayores, mantiene una relación inteligible con el hecho de que para él sus estudios no le sirvieron “para nada, porque al final sigo trabajando”.

E- ¿Danilo terminó sus estudios...?

D- Ni a palos... no terminó ni una cosa ni la otra. Nada.

E- ¿La primaria tampoco?

D- La primaria sí. Igual que el Agustín.

E- ¿Y se acuerda en qué año abandonó Agustín?

D- No me acuerdo, realmente no me acuerdo.

Este bajo registro va acompañado de representaciones y valoraciones que privilegian la cercanía física de los establecimientos educativos, como el elemento determinante de la elección de las instituciones escolares para sus hijos:

D- “[A la escuela primaria] la elegimos porque estábamos viviendo cerca... Y cuando pasaron a la secundaria estaban ahí nomás, a cinco cuadras para adentro estaba el otro colegio. No me acuerdo si era... IPET N° 26, algo así era”.

Sin embargo, quizás en parte por la imposición de la temática educativa en la entrevista, Danilo manifiesta sus expectativas sobre la educación de sus hijos menores, que aún asisten a la escuela primaria. El propio tono de resignación y el anclaje a unas posibilidades objetivas se encuentran inscriptos en unas disposiciones que lo llevan a esperar “que lleguen a algo el día de mañana, que no anden burreando como uno”.

Con un volumen de capital escaso, tanto en términos económicos como culturales, las familias posicionadas en el sector más dominado del espacio social se caracterizan también por inversiones escolares que tienden, a lo sumo, a alcanzar los estudios primarios. En todo caso, la trayectoria escolar futura se percibe como un anhelo difuso (“que lleguen a algo el día de mañana”), más que como un aliciente claro tendiente a las inversiones reales, fundamentalmente porque la Escuela “no sirve para nada” en los puestos de trabajo disponibles para ellos.

IV.2. Clase alta con predominancia de capital cultural: inversiones y trayectoria marcada por la Escuela

José, con un perfil típico de la primera fracción de la clase alta, es abogado y ha realizado la carrera judicial (actualmente es Prosecretario de la rama penal). Nació en Río Cuarto y migró a la ciudad de Córdoba para estudiar Derecho. Tiene 46 años y está casado con María, que es bióloga. Tienen tres hijas, dos de las cuales están cursando estudios secundarios. Además de su casa en un barrio típico de las clases dominantes, poseen un campo en las sierras, que han destinado a una especie de refugio donde tienen crianza de diversos animales. Por el lado de su familia política, su suegro es juez y todos sus cuñados son profesionales. Por su parte, su padre hizo carrera en la Fuerza Aérea, y su madre en Tribunales como empleada administrativa. Tiene dos hermanas: una diseñadora gráfica, la otra con estudios de Derecho incompletos.

La estructura patrimonial de la familia de José está dominada claramente por el capital cultural, y por ello, reclama de fuertes inversiones educativas para mantener o mejorar su posición. Primero de tres hijos, su migración a Córdoba significó un gran esfuerzo de sus padres, en un momento de fuerte crisis hiperinflacionaria en Argentina: “no había departamentos para alquilar disponibles, entonces bueno, ahí empezó (...) un periplo y una serie de mudanzas. Primero vivía en una casa con otros ocho estudiantes mayores que yo, mucho más grandes...”.

A diferencia de la unidimensionalidad puesta en juego por la familia de Danilo a la hora de buscar Escuela (la distancia física), José comenta que él y su esposa consideraron varios aspectos que ellos tomaban como fundamentales, y que la elección de la institución para las hijas, estuvo signada por un cálculo explícito en términos de costos y beneficios:

“Hicimos un... casting de escuelas. Un casting de escuelas. Queríamos una escuela que no fuera privada en un cien por ciento, que fuera mixta, por cierto, que fueran varones y mujeres... eh... que estuviese cerca, de casa, y bueno, que a nosotros nos constatará, a través de la vivencia de otros padres, que hubiese un buen nivel educativo. Y pasando por todo ese tamiz, nos quedamos con la que más se aproximaba a lo que nosotros queríamos

(...) Hicimos como una averiguación así general, incluso conocimos a un par de docentes, o padres que estaban mandando los chicos a ese colegio...”

Tanto José como su mujer valoran su participación en la educación de sus hijas, de lo que se sienten orgullosos: “...Sí, María participa un montón, recomprometida (...) Va a reuniones, se mantiene en mucho contacto con las otras madres, mucho contacto con los docentes”.

A su vez, destaca y valora la disposición que han adquirido sus hijas sobre su propia formación: “...Rocío, me dice... ‘Papá, que hay cosas de matemática que no entiendo, qué sé yo’, y está yendo a una maestra particular de matemáticas (...) Ella misma, previniendo, se prepara... no, son muy responsables”.

En el caso de José y su familia, con la dedicación puesta tanto en la elección de la Escuela para las hijas, como en el desarrollo de sus actividades educativas y la participación parental en ellas y a nivel de la institución, podemos observar claramente un conjunto de inversiones en tiempo, en esfuerzo, en dinero, típica de una fracción de clase que se reproduce reproduciendo el capital cultural, fundamentalmente escolar.

IV. 3. Las clases medias: diferentes trayectorias escolares, igual valoración positiva de la escuela y apuestas por el sector privado

IV. 3. 1. Clase media dominada: educación privada para un mejor trabajo

Norberto se ubica en el perfil que corresponde a la clase media dominada (segunda fracción). Hombre de 47 años, cuyo máximo nivel de estudios es primario completo; Silvia, su cónyuge de 44 años, posee estudios secundarios incompletos, cursados en una escuela pública y es ama de casa. Él es empleado en la fábrica de camiones IVECO, que pertenece al grupo FIAT (sector industrial). Con una antigüedad de 28 años en la misma fábrica, opera máquinas y equipos electrónicos. La familia se completa con cuatro hijos.

Ni la familia de Norberto ni la de Silvia han acumulado ni se han valido mucho del capital escolar: de sus numerosos hermanos y cuñados sólo uno terminó el secundario. A su vez, los recursos económicos también han sido escasos, lo que se traduce en una trayectoria de clase que los ubica en posiciones dominadas del espacio social. Valoran el trabajo, pero también la educación como posibilidad de mejora laboral y de vida en general. Al respecto dicen:

S: Bueno... a mí, lo que por ahí siento que lo poco que estudié, es lo que me da fuerza ahora para educar a mis hijos. Que ellos terminen. A pesar que no han terminado, hago el sacrificio que sea, para que ellos se reciban de algo. Más que todo por el trabajo, porque yo he trabajado en casas de familia y eso. Pero quiero que ellos no... No porque sea feo, sino porque yo quiero que no sea tan sacrificada la vida de ellos.

N: yo también pienso lo mismo... aparte bueno... yo hice primaria.... por ahí hay cosas ahora...”

Y en el valor positivo asignado a la educación, se evidencia una diferencia simbólica entre el sector privado y el público, que justifica sus inversiones, especialmente económicas:

“En el caso de Giselle, que es la primera nena que tuvimos (...) fue a la primaria acá en el barrio, y ya la secundaria fue a un colegio católico y privado” (...). Es lo que yo por ahí rescato de los colegios privados...de que... rescato y comparo con mis sobrinos, así... de

que a un colegio privado, es como que ya al alumno ya lo van mentalizando de que tiene que seguir una carrera. Yo por ahí veo con los colegios públicos, es como que no hacen mucho hincapié, los profesores, en que hay que esforzarse, en que hay que seguir... El Leonel el año que viene ya pasaría directamente a la Facultad y ya los mismos profesores, lo van encaminando, diciéndole... en que lo ven que le gustaría más, o qué... Digamos, lo veo más que lo incentivan". (...) "Uno hace mucho sacrificio para pagarle digamos el colegio Renault a él. Pero uno ya ve los frutos de que... va a seguir, en cambio, si lo mandamos a un público... yo sé que cuando termina el público, más que trabajar de albañil o una changa, otra cosa no..., es muy difícil".

Con relativamente bajo volumen de capital económico y cultural (aunque en cantidad superior a las de clase baja), esta familia realiza inversiones importantes en la Escuela, "muchos sacrificios" que permiten delinear una trayectoria escolar marcada por la incorporación de habilidades técnicas de la misma rama de actividad que pone en juego el padre, pero con perspectivas mayores de perfeccionamiento, sobre todo para el hijo varón. Así, Leonel va a una escuela secundaria técnica prestigiosa y privada (el Instituto Renault) y se prepara para ingresar a la Universidad, lo que le permite decir a su madre: "hago el sacrificio que sea para que ellos se reciban de algo".

IV. 3. 2. Clase media dominante: educación privada, "buena base para todo"

Luisa representa el perfil de la primera fracción de la clase media dominante. Con 54 años, es la mayor de tres hermanos. Nació en la ciudad de Córdoba y desde su nacimiento vivió sobre el kilómetro 6 y 1/2, camino a Monte Cristo, donde la familia tiene una quinta que heredó de su abuelo paterno. Cursó sus estudios primarios y secundarios en colegios privados, mientras que sus dos hermanos menores asistieron a colegios públicos. Por otra parte, es la única en la familia que logró completar sus estudios universitarios. Se recibió de médica y realizó su residencia en San Francisco, Córdoba. Luego, se trasladó al sur del país, donde trabajó un año, pero por problemas de salud regresó a Córdoba. Se casó a los 28 años y se trasladó a la localidad de Comechingones, donde tuvo a sus dos hijas: Ayelén de 20 años, estudiante de psicología en la UNC, y Julieta, estudiante de nivel medio de 18 años. Con padres que no terminaron los estudios primarios (tercer y cuarto grado) y hermanos que asistieron a escuelas públicas sin culminar sus estudios secundarios, en el caso de Luisa, y tal vez por ser la primera de los hijos, su familia realizó una fuerte apuesta en su educación: "Yo fui a un colegio privado, San María Antonia, en barrio Yofre Norte... que es un colegio católico privado. Hice primario y secundario. Y los chicos [sus hermanos] hicieron en el colegio público... porque yo creo que mis padres (...) priorizaban la educación, la buena educación. Entonces como yo era la más grande era como que ellos me mandaron... porque, por ejemplo, estaba la abuela Ema y mis tíos me apoyaron para que yo hiciera los primeros años en esa escuela privada. Después, quizás, a los más chicos también les hubieran hecho lo mismo, pero ya no tenían más capacidad, no podían... (...) No tenían recursos ni económicos, ni... económicos vendría ser... Es decir, como que a mí con mucho esfuerzo lo pudieron hacer, pero para ellos no alcanzó, definitivamente".

Así como valora su elección vocacional, destaca el valor de la educación que obtuvo e intenta transmitir a sus hijas esta disposición hacia el estudio:

“Y bueno con respecto a lo cultural a todo y sí. Cambia totalmente el que se egresa de una universidad, de cualquier universidad, en relación al que no lo tiene, yo creo que vale la pena el esfuerzo, aunque no sean grandes los beneficios económicos, yo creo que sí”.

Y si los beneficios económicos le permiten sostener su posición con dificultad, esta situación parece sólo acentuar las disposiciones hacia las inversiones educativas como modo de reproducir su lugar, y realizar el destino probable de sus hijas:

“Yo siempre apuesto, aunque en mi vida no fue tan fructífero, por supuesto. Yo a las chicas les inculco que es importantísimo. Yo creo que ellas también lo saben, estudiar... ¡bah! formarse de una u otra forma. Sí.”

Y justifica la elección de un colegio privado para ellas: “porque uno priorizaba, bueno en un tiempo no se pudo, pero uno priorizaba que tuvieran una buena formación, sí... una buena base... qué sé yo, para todo”.

Luisa muestra una trayectoria escolar diferente a las de sus padres e incluso a las de sus hermanos menores: estudios primarios y secundarios en una escuela privada y estudios universitarios completos. Se trata de una acumulación importante de capital cultural, asociada a la educación privada como garantía de “una buena formación”, que abre la puerta a los estudios universitarios y al sostenimiento de una trayectoria escolar valorada positivamente, más allá del diploma como capital cultural institucionalizado: “cambia totalmente el que egresa de una Universidad”, “yo siempre apuesto (...) a las chicas les inculco que es importantísimo”.

V. A modo de cierre

La vida social como resultado de la dialéctica entre el sentido objetivo y el sentido vivido, constituye uno de los aportes fundamentales de la sociología de Bourdieu. Asumiendo esta perspectiva, hemos presentado de qué manera abordamos la desigualdad social en Córdoba, haciendo hincapié, fundamentalmente, en sus consecuencias metodológicas.

La lógica de pensamiento relacional de la mirada bourdieusiana obliga a asumir una estrategia de investigación que permita la puesta en relación de las diferentes condiciones sociales de existencia de las familias cordobesas, con los sentidos vividos sobre el conjunto de prácticas que constituyen sus estrategias de reproducción social. A través del análisis de estos sentidos vividos buscamos llegar a los esquemas de acción y percepción que los agentes ponen en juego en estas prácticas: su “sentido práctico”, sentido adquirido mediante un proceso de familiarización en el mismo espacio y tiempo –socialmente estructurados– en que los agentes son producidos, sentido ajustado a las divisiones sociales en las que se hallan inscriptos.

En ese marco, hemos mostrado de qué manera construimos el espacio social cordobés, como una estructura de posiciones definidas a partir del volumen y la estructura del capital que poseen las familias (especialmente de capital económico y de capital cultural y sus pesos relativos), lo que hace visibles las relaciones de desigualdad objetiva entre ellas, conformando diferentes clases y fracciones de clase. Ahora bien, esta estructura de desigualdad objetiva cobra su verdadera importancia cuando estamos en condiciones de analizar la dinámica de su reproducción; es decir, cuando abordamos prácticas, interacciones,

representaciones y valoraciones que constituyen la dimensión subjetiva de esas relaciones de desigualdad.

Una manera de captar aquel sentido del juego social que propone Bourdieu, como resultado de la relación dialéctica entre el sentido objetivo y el sentido vivido (Bourdieu, 1980), consiste en articular ambas dimensiones, tras la hipótesis de que se manifiestan en estructuras homólogas. Así, a partir de los perfiles definidos por nuestro análisis, para cada clase y fracción de clase, y teniendo en cuenta el peso relativo de cada una de ellas en la estructura del espacio social, seleccionamos un conjunto de 43 referentes de hogar, con los cuales pusimos en marcha la etapa cualitativa de nuestro estudio.

A modo de ejemplo de nuestra manera de proceder en el análisis, mostramos, en el marco de nuestro esquema general de selección de casos representativos (por perfil y por cantidad) del espacio social cordobés, 4 maneras diferentes de representarse, valorar y actuar en relación con las estrategias escolares y las trayectorias recorridas, y/o, incluso, vividas como posibles y pensables, que forman parte de modos de reproducción social diferentes. En efecto, en sociedades como las nuestras, no sólo es importante la acumulación del capital económico, también lo es la inversión en capital cultural (bajo sus diferentes formas, pero sobre todo bajo la subespecie de capital escolar) y, de hecho, la acumulación diferencial de ambas especies (y su peso relativo) nos permite visualizar cuál de ellas es objeto de las mayores inversiones, y cómo cada modo de reproducción le concede a la Escuela un lugar diferente.

Así mostramos cómo un bajo volumen de capital económico y cultural, representativo de las posiciones más dominadas del espacio social, se asocia a bajos registros de los caminos recorridos por los miembros de la familia en el sistema escolar y a una escasa valoración de la Escuela respecto a los beneficios que otorga, concentrando los esfuerzos del grupo en los aspectos ligados más directamente a la reproducción material. En la posición objetiva opuesta, hemos visto cómo un alto volumen de capital económico y cultural, con predominancia de este último en la estructura, hace que todos los miembros de la familia inviertan en su acumulación y cuidado: en la elección deliberada y pensada del tipo de establecimiento de los hijos y en el esfuerzo económico y en el tiempo dedicado, haciendo de la Escuela un ámbito privilegiado de su modo de reproducción social. En las posiciones medias del espacio social (con un volumen medio del capital económico y cultural), y desde dos contextos de acumulación de capital cultural y de trayectorias diferentes (una de relativamente escaso capital escolar, la otra de una trayectoria que completa estudios universitarios) encontramos una alta valoración de la Escuela (y fundamentalmente del sector privado como garantía de formación) y una visualización clara de trayectorias probables para los hijos, marcadas por el sistema escolar.

Todo ello nos recuerda que cada agente adquiere sus competencias sociales en el espacio social en el que se inscriben sus prácticas, y en su desarrollo interioriza la estructura social desde su propia posición. Así, espacio social y habitus están organizados según los mismos principios. Se trata de lógicas de acción y relaciones de fuerzas que, incorporadas, estructuran el sentido práctico de cada agente determinando desde el propio lugar que éste ocupa, lo indecible, lo impensable y lo realizable para él o para su grupo. Es a partir de este sentido práctico que los agentes distinguen lo relevante, ponen de relieve lo importante frente a lo superfluo y dan sentido así a prácticas propias y ajenas.

Por ello, es necesario subrayar que nuestra perspectiva de estudio asume el discurso de los agentes (sobre sus prácticas y sus representaciones) como una práctica más. Y como tal, ese discurso es producto de unas disposiciones (disposiciones a nombrar, a hacer decible, a valorar) determinadas por la posición del agente en el espacio social. De este modo, su análisis debe devolver al enunciado toda su materialidad: poner al discurso en relación con sus condiciones de producción para buscar regularidades discursivas, para situar cada enunciado en un campo de enunciados posibles y determinar, mediante la comparación entre estos, las presencias y ausencias significativas. Así, contra la idea de que los discursos son entes que contienen en sí su sentido, este tipo de análisis toma como punto de partida su proceso y el lugar social de su producción. En consecuencia, no se analizan los enunciados en sí mismos sino en relación con sus condiciones de producción, a fin de dar cuenta de los esquemas interpretativos que están en su base –aquellos esquemas que son comunes a todos los miembros de una clase– para resituar el análisis en un campo de comparación (Martín Criado, 1998).

Desde la propuesta bourdieusiana, nuestra investigación se sostiene, como hemos descrito, en dos momentos analíticos y en su articulación lógica. Sólo a partir de la construcción del espacio de las clases y fracciones de clase, estuvimos en condiciones de identificar agentes representativos de cada una de ellas para diseñar un conjunto de entrevistas en profundidad. Esto nos permitió no sólo poner en relación los discursos relevados con sus condiciones de producción, sino también determinar y comparar lo decible de cada uno, variando las condiciones de producción que están en su base. Esta variación resultó imprescindible para poder establecer la incidencia de las condiciones de producción en la estructuración de los discursos.

De esa manera, pudimos abordar también la dimensión subjetiva de la desigualdad social, como expresión del modo en que se perciben las diferentes posibilidades que se presentan para actuar, de la manera en que se valoran los diferentes campos de acción (el trabajo, la Educación, etc.) y de las formas que adoptan según sistematizaciones y jerarquizaciones que responden a trayectorias individuales, familiares y de clase, cuestiones que, sin duda, constituyen un aspecto fundamental de las relaciones de poder en un espacio social determinado.

Notas

1. El capital social y el capital simbólico, por su parte, funcionan como especies de sobreañadidos de los otros dos, que pueden potenciar su rendimiento diferencial en los distintos ámbitos en que se ponen en juego.
2. Se trata de un Programa de Investigaciones llamado “Estrategias de reproducción social en familias cordobesas: dinámicas recientes”, dirigido por Alicia B. Gutiérrez y Héctor O. Mansilla y radicado en Córdoba. Cuenta con financiamiento del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), el Fondo para la Investigación Científica y Tecnológica (FONCYT) y de la Secretaría de Ciencia y Técnica (SECyT) de la Universidad Nacional de Córdoba.
3. Hemos desarrollado en otro lugar la dimensión relacional de estos conceptos para el análisis de las situaciones de pobreza y de desigualdad social (Gutiérrez, 2007).

4. En este sentido, una primera propuesta puede verse en Gutiérrez y Mansilla, 2013, y una segunda, corregida y ampliada en Gutiérrez y Mansilla, 2015.
5. La EPH es un programa nacional de captura permanente de datos demográficos y socioeconómicos de la población, vinculadas a la fuerza de trabajo. Se realiza trimestralmente, tiene cobertura nacional y abarca los mayores centros urbanos del país. Elegimos el tercer trimestre por la posibilidad de relacionar nuestros resultados con los otros relevamientos continuos que se realizan en ese mismo período.
6. Como referencia, consideremos que en ese momento 1U\$A equivalía a 4,30\$ y que el salario mínimo, vital y móvil se ubicaba en los 2.300\$ –535 dólares, aproximadamente–.

Referencias bibliográficas:

- Bourdieu, P. (1980a). *Le sens pratique*, Paris: Seuil.
- Bourdieu, P. (1980b). “Le mort saisit le vif. Les relations entre l’histoire réifiée et l’histoire incorporée”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 32-33, pp. 3-14.
- Bourdieu, P. (1988) [1979]. *La Distinción: Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (1990) [1984]. “Espacio social y génesis de las clases”, *Sociología y Cultura*, México: Grijalbo, pp. 281-310.
- Bourdieu, P. (1993). “Comprendre”, in *La misère du monde*, Paris: Seuil, pp. 903-939.
- Gutiérrez, A. (2004). *Pobre’ como siempre... Estrategias de reproducción social en la pobreza*, Córdoba: Ferreyra Editor.
- Gutiérrez, A. (2007). “Herramientas teórico-metodológicas de un análisis relacional para los estudios de la pobreza”, *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 35, pp. 15-33.
- Gutiérrez, A. y Mansilla, H. (2013). “El espacio social y su reproducción: aspectos teórico metodológicos y fuentes secundarias”, *XXIX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología -ALAS- 2013 “Crisis y Emergencias Sociales en América Latina”*, Santiago de Chile.
- Gutiérrez, A. y Mansilla, H. (2015). “Clases y reproducción social: el espacio social cordobés en la última década”, *Política y sociedad*, 52, 2, pp. 409-444.
- Gutiérrez, A. y Mansilla, H. (2016). *El espacio social de las clases y los instrumentos de reproducción social*, Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, 2016.
- Mansilla, H. (2017). *El consumo de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las estrategias de reproducción social de los hogares cordobeses*. Tesis de Doctorado, UBA.
- Martín Criado, E. (1998). *Producir la Juventud*, Madrid: Akal.

Abstract: One of the fundamental contributions of the Bourdieusian perspective is its proposal of a theory of practice as a result of the dialectical relation between objective meaning and experiential meaning, which implies a position taking that is, at the same time, epistemological, theoretical and methodological. In this text, we will first explain these aspects and then, within the framework of a research on social inequality in Cór-

doxa, we will propose a way to articulate both senses, focusing on educational strategies and emphasizing their methodological consequences.

Key words: bourdieusian perspective - objective meaning - experiential meaning - social inequality - family strategies.

Resumo: Uma das contribuições fundamentais da perspectiva bourdieusiana é a proposta de uma teoria da prática como resultado da relação dialética entre significado objetivo e significado vivido, o que implica uma tomada de posição que é, ao mesmo tempo, epistemológica, teórica e metodológica. Neste texto, vamos primeiro explicar esses aspectos e, em seguida, no âmbito de uma pesquisa sobre a desigualdade social em Córdoba, vamos propor uma maneira de articular os dois sentidos, com foco em estratégias educacionais e enfatizando suas conseqüências metodológicas.

Palavras chave: perspectiva bourdieusiana - significado objetivo - significado vivido - desigualdade social - estratégias familiares.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

¿La indeterminación del orden binario? Notas descriptivas para pensar “La casa o el mundo dado vuelta” de Pierre Bourdieu en una etnografía contemporánea¹

María Florencia Blanco Esmoris*

Resumen: En este artículo retomo el trabajo de Pierre Bourdieu, “La casa o el mundo dado vuelta” (2013 [1980]), como una estrategia descriptivo-analítica para abordar reflexivamente *otros* modos de organización y clasificación de la esfera doméstica y sus prácticas y, así comprender las categorías y regulaciones morales entorno a la casa utilizadas por una familia situada en la localidad de Haedo (Morón, Buenos Aires).

Palabras clave: casa - práctica - espacio - microcosmos - inversión.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 127]

(*) Socióloga. Doctoranda en Antropología Social IDAES-UNSAM. Becaria de Finalización Doctoral en CONICET con lugar de trabajo en el CIS-IDES. Docente en Problemas Socio-culturales y Antropología de la Universidad de Belgrano. flor.blancoesmoris@gmail.com

Introducción: el retorno a Bourdieu

A menudo homogeneizamos la realidad social para aprehenderla y acercarla a nuestro entendimiento. Este camino supone al menos un riesgo: su simplificación. En las últimas décadas, las críticas al trabajo de Pierre Bourdieu se han “globalizado” y opacado los aportes de este autor para reflexionar sobre las complejidades y texturas del mundo social. Sin embargo, recientemente, diversos/as referentes en el ámbito nacional han señalado su importancia teórico-metodológica y reflexiva al calor de los debates que él ha motivado (Gutiérrez, 2004; Martínez, 2007; Baranger, 2008, 2018; Dukuen, 2018).

Admito que, en general, leer los textos escritos por Bourdieu no me fue “fácil”. Transitaba la carrera de grado cuando me topé con su escrito sobre la organización y las prácticas alrededor de la vida cotidiana en el marco del texto sobre “la casa bereber” en la región de Cabilia (Argelia). Este texto me acercó a una de las lecturas posibles de la cotidianidad de un mundo bereber más amplio y heterogéneo (Goodman, 2003). Allí, Bourdieu describe escenas que conforman la esfera doméstica a partir del sentido y las prácticas de los agentes, proponiendo una vía de deconstrucción de una realidad “multideterminada”

(González, 2018) y compleja. No fue sino hasta hace unos pocos meses que, a partir de mi trabajo de campo, regresé sobre este artículo de Bourdieu que versa sobre los modos en que las personas ocupan, ordenan y apropian las casas en las que viven, en particular, de qué manera la casa anuda vínculos, prácticas y funciones sociales vinculadas a pertenencias sociales más amplias.

Bourdieu se interesa por comprender la vida y la organización de la reproducción cotidiana del mundo bereber. Para ello, considera que tiene que acercarse a las estructuras económicas y temporales que constituyen la esfera doméstica de las personas. Según este autor, la casa se presenta como un “microcosmos”, “una imagen reducida del mundo” (2013, p. 416, nota al pie 1) que opera como recurso de acceso a las visiones y divisiones del mundo de esta población. Este estudio fue –en parte– plasmado con la publicación en 1970 del artículo “La casa o el mundo dado vuelta” (1980)² en el cual, desde una mirada estructuralista, el autor precisa los sistemas de oposiciones bajo los que se organiza esta población y, que operan como límites precisos entorno al espacio, los roles y las funciones sociales. El acercamiento de Bourdieu a dicha problemática, surge durante su cumplimiento del servicio militar en Argelia entre 1958-19603, un país al norte de África que, en ese período, se encontraba en proceso de descolonización. Argelia, era para Bourdieu un estado precapitalista, predominantemente rural y con fuerte tradición comunitaria (Tovillas, 2006: 13). Y será central en su pasaje de la filosofía a la socio-antropología.

El presente artículo se suma al desafío por revitalizar miradas y enfoques respecto a la obra de Pierre Bourdieu, un autor que parece formar parte de cierta “naturaleza” socio-antropológica necesaria en la formación, pero desdeñada, en muchos casos, en su riqueza descriptiva. Esto no implica desconocer las críticas y controversias que han suscitado esta y otras obras (Goodman, 2003)⁴ sino reflexionar en qué medida algunas de sus ideas y propuestas pueden resultar herramientas para el trabajo y la reflexión investigativa, más aún para el análisis de una casa que *a priori* parecería nada tener que ver con la de la población Cabilia.

Hacer un arreglo en la pared, pintar un cuarto, colocar cortinas nuevas, prender un sahumero, limpiar el piso o decorar un estante son tan solo algunas acciones que a menudo realizamos cuando habitamos nuestra casa⁵. Mediante estas acciones hacemos experiencia la casa, la tornamos parte de nuestra organización temporal y narrativa: pensamos en ella y la recordamos aun no estando ahí, organizamos los modos en que la vamos a ocupar, hablamos y discurrimos sobre ella, elaboramos nuestro futuro, organizamos la crianza y el cuidado, exponemos nuestra emotividad y sensibilidad sobre el mundo; y así se torna escena material y simbólica de nuestras acciones.

En este escrito, presento notas de mi trabajo de campo etnográfico⁶ respecto a la vida cotidiana en la “casa” a partir de la propuesta descriptiva de Bourdieu. En particular, presento la casa de la familia De Luca. Una familia de sectores medios⁷ situada en la localidad de Haedo (Municipio de Morón) compuesta por la pareja de Gloria (42 años) y Ariel (42 años); sus hijos Nicanor (15) y Santiago (7) y, su hija Lola (11). En particular, mi escrito se vertebra alrededor de las prácticas y los discursos de Gloria; quien encarna cierto rol de *guardiana* de la sociabilidad de su familia, así como de la casa, sus espacios, objetos y ocupación. Esto último no debe sorprender; Bourdieu detectó y describió el rol que era prescrito para las mujeres en esas poblaciones “La mayoría de las acciones técnicas y ritua-

les que incumben a la mujer están orientadas por la intención objetiva de hacer de la casa (...) el receptáculo de la prosperidad que le viene desde afuera” (Bourdieu, 2013, p. 430). Ahora bien, ¿qué otras técnicas o prácticas realizan las mujeres o para este caso Gloria? En un entorno urbano ¿Cómo se hace de la casa un receptáculo? En sintonía con el análisis de Bourdieu, ¿qué nuevas categorías emergen como relevantes en la práctica de las personas sin necesariamente plantearse como oposiciones binarias? ¿De qué manera la precisión discursiva convive con el desborde de la práctica?

Situar la casa: la localidad de Haedo

No es lo mismo una casa en un contexto rural que en uno periurbano, o una vivienda en un espacio urbano residencial que otra en un área comercial como así tampoco lo es una casa con localización en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) que una ubicada a varios kilómetros de esta. La casa no puede ser pensada sin caracterizar el espacio más amplio en el que se encuentra. Ese entorno, no sólo delinea apropiaciones y prácticas diferenciadas que atañen tanto al espacio geográfico como al de la casa sino que también configura un sistema de clasificaciones específico. En el caso de las casas analizadas por Bourdieu en la región de Cabilia, se vinculaban a la actividad agraria, a la fecundidad de los campos y a las acciones y los roles por cumplir entorno al cultivo. El autor advierte allí una sociedad tradicional orientada a la vida comunitaria en interrelación con la esfera doméstica. Ahora bien, ¿qué lugar ocupa Haedo en el habitar y en la apropiación de la casa de la familia De Luca? ¿Cómo se vincula el ritmo comercial y social de esta ciudad a la delimitación de que hacer y qué no hacer en Haedo? ¿De qué manera son aseverados los *otros* en este espacio social?

Haedo nace con la explosión de la traza ferroviaria de finales del siglo XX constituyéndose como lugar de retiro de la Capital Federal materializado en las amplias y espaciosas casas con sus verdes jardines. Su crecimiento fue lento y progresivo, sin embargo, al día de la fecha es una populosa localidad⁸. Tiene una estación de tren, un centro comercial –centrado en la Av. Rivadavia–, algunos colegios, y al menos una decena de líneas de colectivos la atraviesan. Cuando cae la noche, un par de restaurantes, un bar, la estación de servicio y una casa de comidas rápidas la mantienen funcionando. Haedo es una localidad del partido de Morón⁹, ubicada en la zona oeste de la provincia de Buenos Aires. Contrariamente a su extensa población de 41.509 habitantes (Informe Acumar, 2014), en Haedo se genera –entre algunos/as– una forma de relacionarse que de acuerdo con mis interlocutores/as: “es de pueblo”. En parte, lo vinculan al cara a cara, a sus vínculos con comerciantes de la zona, a cierta durabilidad en un “hola, qué tal”, “¿cómo anda tu mamá?”, “¿necesitas una mano para algo?”; frases y gestos que acercan a sus habitantes.

Mientras para algunos/as, Haedo¹⁰ es una transición para llegar a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) o para adentrarse en otras localidades del Gran Buenos Aires, para otros, es el lugar dónde viven. La familia De Luca pertenece al segundo grupo. Gloria, Ariel y sus hijos e hija viven a unas 12 cuadras de la estación de Haedo y a 6/7 de Avenida Rivadavia. Gloria y Ariel vivieron su adolescencia y juventud entre Haedo y sus inmediateces¹¹. Él y ella aun me dicen que se sienten “un poco más tranquilos en Haedo” y que les

da “seguridad” para la crianza y el asentamiento de su familia. Con un “mal que mal, nos conocemos todos acá” Ariel sentencia que el conocer le es garantía suficiente para seguir en Haedo ya que también le permite advertir cuando alguien no es de esta ciudad. Gloria puntualiza otras características en relación al motivo por el cual residir en Haedo, para ella la gente es “más amigable” y “es como uno”. Yo no entendí muy bien esto del “ser como uno” y le pregunté ¿cómo es eso? a lo que me respondió: “ser como uno, no sé viste, los mismos valores, la familia, el respeto y compromiso...”. Mientras en Cabilia, la tradición era vinculada al orden precapitalista que organizaba el día a día en Haedo, la tradición se orienta y vincula; a la socialización local y las interacciones que la familia De Luca va delineando en esta localidad.

Oposiciones espaciales y morales

Según Gloria, hay un orden de las cosas que es obvio y conocido por muchas personas residentes de Haedo, al menos muchas con las cuales ella se había socializado como ser a partir del grupo de “partida” –en referencia al grupo parroquial de la Iglesia Sagrada Familia en el que participo de adolescente y en donde conoció a Ariel– o por sus amistades –producto de su educación escolar en un colegio católico de una localidad aledaña (El Palomar)–. Al menos con estas personas compartía, como repite siempre “valores comunes”. Según ella, esto no sólo tiene que ver con “hacer el bien” sino también con ser coherente. Ariel con frecuencia critica la contradicción en las personas, como dice “los dobles discursos”, le molesta profundamente que las personas digan una cosa y después hagan otra, sobre todo con cosas que él cree “no da” como ser endeudarse para viajar: “si no tenés plata ¿cómo te podés endeudar?, tenés que bancártela y vivir más austeramente”. Una noche que estaba en lo de Gloria, mientras ella subía una foto a Facebook –a un amigo que cumplía años– criticaba a las madres del colegio al que manda a sus hijos e hija: “en vez de escribir tantos mensajes por Wapp no sé porque no se encargan de sus casas... peor las madres que se van a boludear al gimnasio y mandan a pedir si por favor –hace el gesto con las manos– lo puede buscar otra mamá”. De la misma manera Gloria y Ariel jerarquizan y dividen su circulación por la ciudad de Haedo. Gloria señala que “ya no es lo que era antes, yo salía a andar en bici, ahora ni eso... y eso que estás en Haedo... imagínate en Morón o en Merlo... ni loca”, para darle libertad a Nicanor acordaron que cuando vaya con amigo por Haedo, no puede pasar de la estación de tren aunque Nicanor estaba molesto entendía que la estación era un “lugar medio raro”.

En diversas decisiones y comentarios respecto de lo que era y no era Haedo y su gente, pude notar que la morfología de Haedo permeaba los modos de hablar, significar y habitar de Gloria y Ariel pero también de su hijo Nicanor; quién no pasaba de los límites de la estación de tren. Me pregunto si la forma de la ciudad caracterizada por casas de grandes extensiones; el mantenimiento de cierta cantidad de habitantes¹²; la fuerte presencia de grupos parroquiales y comunales, las actividades deportivas entorno a los clubes y las sociedades de fomento¹³ y su pequeño centro comercial; no colaboraban en el establecimiento de lazos estrechos y en un mayor conocimiento e interrelación entre sus habitantes. Incluso si no es que la mayor participación en organizaciones y actividades se presenta

como una suerte de tejido que organiza y de algún modo anuda las relaciones sociales que allí acontecen. Ariel y Gloria, al verse involucrados –por sus hijos e hija– en una institución educativa de la zona marcan con cierta molestia como es y debe ser ordenada su vida más allá de sea una elección que decidan como pareja. Hablar con los padres y madres por afuera del colegio, pasarse información por el servicio de mensajería instantánea –Whats-App– provoca alteraciones en sus recorridos: sea porque hagan un *pool* de viajes (cuando se turnan las madres/padres/tutores-as a llevar a varios chicos o varias chicas) u organicen para juntarse o bien se manden información sobre el cuidado que hay que tener cuando sus hijos/hijas salen del colegio.

Estos entornos van dejando marcas en las clasificaciones que hacen a la cotidianeidad. Sea por un dicho de un padre o madre del colegio respecto de los mejores lugares por los cuales hacer el recorrido para ir a buscar a su hijo o hija al colegio o la intervención de un comerciante de la zona que dice “bajar la persiana porque hay alguien raro”; se va intercambiando información sobre los espacios, las personas y la “seguridad”. Aunque informal y poco preciso, emerge cierto orden clasificatorio de esas conversaciones casuales que circula por almacenes, supermercados, carnicerías, grupos de Wapp de vecinos y vecinas, entre otros. Los modos de apropiación y circulación por esta ciudad se encuentran atravesados por itinerarios biográficos y materiales diferenciales que conforman las interacciones en la ciudad, en este caso de la familia De Luca.

Por las mañanas el barrio (en los límites de Haedo chico o residencial) en donde viven Gloria y su familia está tranquilo, sólo una decena de personas se encuentra en la calle haciendo tareas domésticas, como limpiar la vereda o tirar la basura. En los fines de semana es todavía más tranquilo, el ritmo de circulación recién comienza a revitalizarse hacia el mediodía. Gloria ya me había señalado tiempo atrás que “no podría vivir en otro lugar”; resulta que, para ella, así como para algunos miembros de su familia, su entorno y vida social están allí, a lo sumo en localidades aledañas como ser: Ramos Mejía - Palomar (donde ella, Ariel y hoy en día Nicanor, Lola y Santiago van al colegio) - Morón. Gloria y su familia van –casi– exclusivamente al centro –Capital Federal– para ver a su hermana que vive en el barrio de Villa Crespo (en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Gloria pasa la mayor parte del día en su casa, a excepción de cuando lleva y trae a sus hijos e hija o bien va a hacer algún mandado o a visitar algún médico/a, amigo/a o conocido/a. Algunas veces a la semana también juega al hockey. Para ella el centro constituye parte de la excepcionalidad, no sólo porque es “un bardo”, sino también porque con excepción de la visita a su hermana, no tiene motivos para la recurrencia o habitualidad en CABA. Esto también contribuye en su énfasis por marcar distinciones entre su habitualidad y la excepción. Sin embargo, la habitualidad es vinculada a atributos positivos o positivamente valorados por Gloria, Ariel y su familia –frecuentemente Santiago marca lo “molesto” de ir a lo de la tía– mientras que la excepción tiene características negativas o es valorada negativamente a experiencias “no tan agradables”.

En términos nativos, Haedo implica acceder a cierta tranquilidad y resguardo de su círculo, conocer a la gente, “mal que mal” un lugar en donde las relaciones se entrecruzan, como me dijo: “siempre hay un conocido de conocido que conoce a alguien y listo siempre se sabe del otro”, dice que esto no se logra en la “gran ciudad”. Para Ariel no es tan así. Aunque no le hace “gracia” ir al centro durante la semana, por motivos laborales –tiene una PyME

familiar vinculada a la industria del hormigón– y suele ir a CABA, fundamentalmente a la parte norte de la ciudad. También suele ir a Zona Norte de Gran Buenos Aires en donde tiene la oficina. Sus traslados son en una camioneta 4x4 tipo Hilux para ir a las obras. En lo particular, el norte lo asocia al trabajo y obligaciones laborales, una vez me dijo que ahí estaban gran parte de sus clientes mientras CABA estaba vinculado a cierta “carga social” que me explicó era hacer relaciones sociales –cenas, almuerzos, reuniones más distendidas– con sus clientes, que era parte del *networking*.

En el transcurrir del trabajo de campo, Gloria y Ariel fueron delineando un conjunto de oposiciones vinculadas a sus modos de ocupar Haedo y también marcar a sus otros: con un centro (CABA) como “caótico”, una “carga”, un “bardo”, “molesto” vs. Haedo como “tranquilo”, “amigable”, “seguro” y “limpio” características que a su vez son contrapuestas a la localidad de Morón percibida como “insegura” y “sucias”. En relación con el despliegue de la vida cotidiana señalan un Haedo “residencial” vs. Ramos Mejía “comercial” y por tanto “ruidoso”. Estas categorías son, a menudo, articuladas a experiencias, que siguiendo a Mary Douglas son “contaminantes” (Douglas, [1966] 2007) puesto que se asocian a valores negativos, para este caso: asociados al ruido, la polución, la suciedad, el tránsito y “el miedo” a lo desconocido en el caso del centro. Douglas (2007) contribuye a entender estas categorías espaciales que operan tanto a un nivel *instrumental* como a uno *expresivo* y son referidas justamente “para sancionar el código moral” (p. 21). En el caso de Haedo, puede adjudicarse –de acuerdo con lo comentado por Gloria y Ariel– a características vinculadas a los lazos cara a cara y, por extensión, a la seguridad; al espacio verde y a la limpieza.

La casa y su *habitudinalidad*

Las características de la casa también dependen de quienes la habitan, qué hacen, qué y en qué condiciones eligen las cosas que están allí dispuestas, sus tonalidades y las críticas que recibieron o recibirán. Esos valores se expresan de manera diferencial, no implica un corpus coherente de disposiciones o regulaciones sino más bien se expresan como un conjunto de decisiones vinculadas al orden cotidiano. Ese orden moral muchas veces es traducido en un nivel tanto *instrumental* como *expresivo* que marca los discursos, las prácticas y las representaciones que tienen las personas. Pues, como dice Bourdieu “La casa es un imperio dentro de un imperio, pero que permanece siempre subordinado” (2013, p. 437); el autor refiere a como el afuera ejerce una coerción sobre el adentro al predeterminar el entorno normativo bajo el cual van a ser entendidas las acciones domésticas que pueden ser más o menos aceptadas por la comunidad de la cual forman parte las personas, en este caso en Haedo. La casa intenta resguardar a las personas de una posible contaminación del entorno.

La casa Cabilia dada vuelta

El interior de la casa kabila presenta una forma de rectángulo dividido en dos partes, a un tercio de su longitud, por una pared de claraboya elevada hasta media altura: la parte más grande, levantada unos 50 centímetros y recubierta

con un enlucido hecho de arcilla negra y boñiga de vaca que las mujeres pulen con un guijarro... (Bourdieu, 2013, p. 419).

La primera vez que llegue a la casa de los De Luca, recuerdo haber pensado ¡qué grande es esta casa! Para quienes no manejamos el lenguaje arquitectónico, un rectángulo dividido en dos partes hecho de microcemento alisado de color gris en el piso mientras que las paredes y el cielo raso de color blanco. Esto hace que la claridad y la luz sean parte de la casa apenas se ingresa. La primera parte es el ambiente cerrado –“la casa” propiamente dicha– en donde casi no hay paredes dividiendo los ambientes. Se trata de un ambiente integrado en dónde todo está a la vista. Todo lo que allí se dispone puede ser percibido por los ojos, así como los lugares pueden ser circulados por cualquier persona que acceda a esta propiedad. En la planta baja de la casa están: el *living*, el comedor, la cocina –con una isla en el medio–, una pequeña sala para guardar abrigos y cosas que se usan a diario, un baño y un “cuartucho” destinado a depositar los juguetes. En la parte alta de la casa, hay tres cuartos, dos baños y un pequeño lavadero, en el centro al mirar hacia lo alto hay una claraboya que ilumina toda la casa. Por último, está el fondo –ambiente abierto– el *deck*, el patio, la pileta y el quincho.

Inversamente a la casa en el mundo de los bereberes, para quienes “la parte baja de la casa es el lugar del secreto más íntimo en el interior del mundo de la intimidad, es decir de todo lo que concierne a la sexualidad y a la procreación” (Bourdieu, 2013, p. 424); en la casa de la familia De Luca tras pasar la escalera que conecta la parte baja con la parte alta de la casa, llegamos a la parte alta: lugar del descanso, el retiro y la intimidad. Este espacio tiene mayores determinaciones materiales en donde las puertas abren y cierran momentos, conversaciones y relatos. La parte alta tiene dos momentos de activación en el día: las mañanas y las noches; abren y cierran los días de la familia De Luca. Los tres cuartos que están auspician de dormitorios (uno para Ariel y Gloria, otro para Nicanor y Santiago y uno para Lola). En el centro de la planta alta a la altura del techo, hay una claraboya desde la cual se puede ver el cielo. El diseño de esta planta se continúa en concordancia con la planta baja. El cuarto de Ariel y Gloria tiene muebles de madera y una cama tipo *sommier*; hay, además, un baño en *suite*; predominan los colores claros en las paredes, que hacen contraste con la cama. Casi no hay aparatos tecnológicos. Sólo una tele en el cuarto de Ariel y Gloria y los celulares de Ariel, Gloria y Nicanor. En el cuarto de Lola predomina el color lila; en el de los chicos el azul y verde. En ambas habitaciones, hay una numerosa cantidad de juguetes y peluches. A medida que pasa el día, va siendo mayor el tiempo en la planta alta. En este espacio, el tránsito de personas es menor, no suben los/as invitados/as excepto algunos amigos/as –histórico/as– de la familia y/o familiares cercanos. Este arriba se caracteriza por la determinación y aparece en oposición al área de abajo, caracterizado por la indeterminación, invirtiendo la clasificación presentada por Bourdieu sobre la casa Cabilia.

“Cambie paredes por cosas”: un zoom a la casa

La ocupación de la casa se altera con arreglo a la estación del año y a las prácticas desarrolladas en cada espacio. El afuera es poco concurrido en invierno –excepto por algún

evento familiar o reunión que tenga varios invitados/as— más bien el adentro es el lugar elegido en esta estación. En verano, gran parte del día, Gloria y su familia, la pasan en el *deck* y la pileta, incluso los familiares e invitados/as pasan largas jornadas ahí. Si bien la estacionalidad, el clima específicamente, marca modos particulares de apropiación del ambiente cerrado de la planta baja también su espacialidad se caracteriza por la indeterminación, al menos en su estructura edilicia al no presentarse numerosas habitaciones. La falta de paredes parece ser sopesada por las personas y los objetos que son dispuestos en cada rincón de la casa.

Las primeras veces que fui a su casa, Gloria, era la encargada de indicarme en donde estaba cada cosa. Nunca fue de hacer alarde de sus bienes ni marcarme alguna nueva adquisición. Sin embargo, siempre me pedía que la acompañe por la casa. Sea del *living* a la cocina o que suba con ella mientras ponía ropa a lavar, me llevaba a como a un recorrido alrededor de sus prácticas. En uno de esos recorridos, me marcó que tenía un cuadro nuevo en el *living*. El mismo estaba ocupando la pared central del lado izquierdo. Cuando le pregunté de donde había sacado el cuadro, me comentó que su hermana lo estaba por regalar y Gloria le comentó que a ella le podía servir. Su selección no se basaba en una cuestión de gusto sino que respondía a la funcionalidad. Pude percibir que como la casa tenía cosas “a medio hacer”, como un agujero a causa del aire acondicionado, el cuadro servía para resolver el defecto de la pared que “estaba a la vista de todos” y que, en términos de Gloria y su marido, “quedaba feo”. Debido a que esos defectos impactan en las impresiones que terceros/as tienen sobre la casa.

La casa es parte de un constante devenir, nunca está terminada, todo el tiempo “le falta” algo. Para Gloria y Ariel siempre hay algo por hacer, por arreglar, por terminar; dicho en sus propios términos, “no la van a terminar más”. Las personas no sólo producen prácticas (amoblamiento, decoración, mantenimiento, reparación etc.) alrededor de la casa sino también discursos y representaciones. Mientras hablábamos en la celebración por el día de la madre, Gloria me mencionó que antes, cuando vivía con su madre y su hermana, la casa era distinta y se dividía de otra manera me dijo: “cambié paredes por cosas”. A ella ya no le importaba tanto lo que quedaba fijo “como esto de tener cuartos para todo” sino más bien, lo valorado por ella y por Ariel era poder modificar la casa a su gusto y, en su caso, “no quedar atada”. Allí donde yo suponía que debía haber “muros” y permisos de los/las dueños/as, encontraba la ambigüedad, los equívocos y la porosidad. En su casa no había cortinas que taparan parcialmente, no había paredes en la planta baja, todo estaba a la vista y, en este caso, no eran las paredes las que separaban sino los juguetes, el material de trabajo, la comida, los útiles, la tecnología y lo artesanal; todo era parte de uno.

Algo que pude notar con el pasar de mi estadía en el campo fue la emergencia del criterio de la funcionalidad en la apropiación de la casa. Me fue compleja la tarea de señalar oposiciones que, efectivamente estén vigentes en la casa de la familia De Luca. Allí, hay espacios abarrotados de objetos como ser la sala con juguetes, pelotas, cajas de juegos de la Wii, revistas, fibras, entre otros; mientras que otros están completamente vacíos: la mesa y sus alrededores. No hay cortinas así que la luz natural es parte de la decoración. En el amplio ambiente central de la planta baja se despliega una robusta mesa de madera con lugar para 10-12 personas, a la derecha hay un futón, la mesa ratona, una tele frente al futón y la computadora en un extremo. Hay una *playstation*, una *Wii*, equipo de sonido que

acompañan la televisión de pantalla plana –de más de 50 pulgadas–, un objeto de disputa entre Nicanor, Lola y Santiago. También tienen televisión por cable y *Netflix*. Gloria me contó que ella está muy “metida” con la serie *Velvet*¹⁴ y se queda por largas horas mirándola, especialmente cuando los chicos duermen. Varias de las veces que concurrí a la casa de la familia De Luca, Ariel estaba mirando tutoriales por *internet* para bajarse unos programas a la vez que hablaba con su hijo Nicanor sobre fútbol o se dedicaba a arreglar o a hacer algo para la casa, como los lamparones hechos con frascos. Las cosas eran ahora el argumento de las modificaciones en las prácticas mientras la familia simplemente “estaba”.

La cocina, las cosas y la clasificación cotidiana

Gloria es quien se asegura de tener todo lo necesario para cocinar. Ella planifica el menú, realiza las compras y dispone de los métodos de cocción para cuando sea el momento de la comida. La planificación le permite organizar los artículos e ingredientes a comprar y el tiempo a emplear en cada actividad en su casa. Gloria es “la lámpara del adentro” (Bourdieu, 2013, p. 428) marcada por Bourdieu para remarcar la importancia de la mujer en la casa Cabilia. La parte baja de la casa es como un gran y único ambiente que se conecta con la cocina, como un *continuum*. En la parte baja de la casa, transita la familia, los amigos/as, invitados/as, es un espacio de recepción, circulación y permanencia, pero también del tiempo dedicado a los acontecimientos, a aquellas fechas que incluyen otra planificación, otro menú u otros/as invitados/as.

Al ingresar a la cocina, del lado derecho está la mesada de mármol y al izquierdo la isla que se complementa con una barra con espacio para realizar alguna comida como ser los desayunos y las meriendas. A los costados de la isla conformando un semicírculo se dispone también otra gran mesada de mármol. Al extremo de la mesada se encuentra el lavavajilla en la parte baja, el horno, encima un microondas y al costado una heladera de doble hoja. Sobre la mesada hay una máquina de purificación de agua y una cafetera Nespresso con diversas cápsulas exhibidas frente a la isla de mármol. Al costado de los electrodomésticos hay un modular con cajones para guardado de alimentos no perecederos, tupperes y diversos utensilios para cocinar. A la mitad de la mesada de mármol una bacha, una pecera con una tortuga (“Tortu”) hibernando y un monitor que regula las cámaras de la casa (por el que me vio Gloria cuando ingresé) y la base del teléfono inalámbrico. Fotos, comida, *souvenirs* colman las mesadas de los costados y la heladera se caracteriza por estar abarrotada de imanes, fotos, mensajes y almanques.

Cuando ingresé por primera vez, unos años antes de comenzar mi trabajo de campo, en la cocina de esta familia, recuerdo mi sorpresa, parecía de revista, pensé. Ante mis exclamaciones, Gloria me contó un poco sobre la cocina; me dijo que era Johnson¹⁵ imaginando que yo sabía de qué se trataba. En ese entonces no entendí muy bien a qué se refería y tampoco presté mucha atención. No obstante, al comenzar la etnografía, recordé nuestra conversación y decidí *googlearlo*, reparé que en su web hablaban de “soluciones para mejorar el confort y la calidad del hábitat” centrandolo en la descripción del amoblamiento de cocinas, en la simpleza de sus diseños, la estética, la durabilidad, al combinar sus propuestas con acero inoxidable, y la posibilidad de personalizar los mismos.

Luego, al costado de la computadora en el *living* suele haber revistas como la *Living*, la LN, revista del domingo del diario La Nación, y la Brando (revista *híster* del mismo periódico). Una mañana estábamos hablando con Gloria y le pregunté por la pila de revistas que a menudo veía al costado del mueble de la computadora. Me comentó que su marido estaba suscripto a diversas revistas para tener las tarjetas de descuento de LN y la 365 de Clarín. Me dijo que de La Nación, Ariel había elegido la revista Brando. Me comentó también que le estaban por dar de baja a la 365 y se iban a quedar con LN porque la preferían por la calidad de imágenes y notas. Tras ojear la revista, percibí que su casa era a imagen y semejanza de muchas de las casas auspiciadas en las hojas de la publicación de LN caracterizadas por: el microcemento alisado o pulido, los colores claros, la uniformidad e indeterminación de los ambientes y su amplitud. Aunque el espacio y algunos objetos decorativos parecían coincidir con las descripciones de las revistas, muchas espacialidades se presentaban como ambiguas en donde sus funciones se volvían dinámicas de acuerdo a la necesidad familiar. Sin embargo, a Gloria le preocupa la limpieza y el orden: como valores en sí mismos, por esa razón, emplea informalmente personal doméstico algunos días a la semana. Para Gloria y para Ariel, delegar la limpieza resulta fundamental para garantizar que la casa “este siempre presentable” y, de esta manera, poder invitar a familiares y amigos/as. La casa limpia o, para Ariel “presentable”, posibilita que mantengan sus vínculos sociales activos. En sus términos, su familia “es sagrada” y eso implica “chequear”, controlar y garantizar los lazos sociales alrededor de la misma.

Bourdieu (2013), hace foco en la espacialidad y la materialidad de la población berebere para comprender el orden simbólico y, el carácter performativo que tiene este sobre la constitución de prácticas, discursos, representaciones y emociones. En este contexto, la parte baja de la casa establece un diálogo entre el adentro y el afuera; entre los valores morales establecidos al interior de la familia De Luca y las matrices normativas de la sociabilidad de Haedo y otros círculos: transitan amigos, conocidos, personas que les venden sus servicios (empleada doméstica, electricista, plomero, entre otros que pude registrar durante mi trabajo de campo) y también es en donde la familia disfruta del ocio y del entretenimiento. Hay relaciones afectivas, económicas, de servicios y religiosas atravesando este espacio y configurando los horizontes de “lo aceptable” en la casa. En consecuencia, podríamos arriesgar de manera preliminar que su modo de entender la casa implícitamente dialoga con las clasificaciones positivamente valoradas por Gloria y Ariel sobre Haedo como “limpio, tranquilo, sociable” en donde la limpieza y la tradición emergen como formas del “bienestar material” (Miodownik, 2013) a modo de valores morales que operan y contribuyen a la regulación y normativización de acciones y elecciones.

Temporalidad cíclica vs temporalidad indeterminada

La ordenación de la casa y sus espacios, se articulan con temporalidades, presentes y futuras, más amplias que asumen las personas que la habitan. Se arman eventos, se anotan fechas, salen “juntadas” a último momento. En suma, se organizan calendarios y se añaden nuevos acontecimientos a lo planeado, algunos se anotan y otros simplemente se saben, producto del acervo de normas y pautas socialmente aprendidas. Hay calendarios que

responden a prácticas y eventos particulares y familiares, propios de la esfera doméstica que se coordinan con otros calendarios y eventos del exterior (escolares, sociales, políticos e institucionales). Los calendarios se arman con fechas y horarios significativos. En esos calendarios se ponen en escena las clasificaciones, lo deseable, lo valorado y lo aceptado. Bourdieu ([1980] 2013) llama la atención respecto de la temporalidad al prestar atención a los esquemas que se encuentran acumulados y contenidos dentro de la organización y delimitación del mundo cotidiano que, en el caso de los bereberes, referían a órdenes morales, sexuales, sociales y culturales que con frecuencia las personas no hacemos conscientes. La práctica muchas veces desafía estas planificaciones. En “El demonio de la analogía”, Bourdieu entiende que los pares en oposición son, en muchos casos, teóricos y no así prácticos (2013 [1980]) sin embargo, no significa que las personas subsuman una dimensión a otra, sino que forma parte de los muchos mundos clasificatorios que estas personas movilizan a diario.

Gloria organiza parte de su tiempo entorno a Nicanor, Lola y Santiago; es así como concibe el tiempo como “con los chicos y sin los chicos”. Cuando no están los chicos: es tiempo de limpieza, de quehaceres del hogar, aprovisionar la casa. Así es que Gloria, sale a comprar lo que hace falta (normalmente a los almacenes del centro de Haedo). Y, últimamente, dedica parte de su tiempo al “emprendimiento deportivo” con una amiga que viaja traen ropa deportiva de España y la venden entre conocidos/as. Después de buscar a los chicos en el colegio, prepara el almuerzo, habla con ellos, organiza los turnos con los médicos, lava y, entre muchas otras cosas, les enseña normas “internas” a sus hijos como: que no griten, que hagan caso y que se porten “bien”, “sino qué van a pensar los vecinos”. Gloria no sólo delinea el tiempo y lo que se puede decir y también hacer. Gloria, pasa gran parte del día en la cocina, los chicos en el *living* (luego del colegio y las actividades curriculares) y Ariel, cuando llega de trabajar, se suma a ciertas tareas domésticas y al cuidado de sus hijos. Gloria divide el tiempo que comparte con Ariel como cuando está “en zona norte [en su trabajo] y está acá [en su casa]”. Cuando Ariel regresa de su trabajo, se encarga de algunos arreglos en la casa, más que nada referidos al afuera, en la parte del *deck* o la parrilla, con frecuencia consulta en internet diversos tutoriales. Ariel, como se dedica a la construcción, se preocupa por los detalles, lo que se ve y lo que no se ve de la casa, le entusiasma la tecnología. Por esa razón, la casa tiene un sistema de monitoreo del que se encargó apenas terminaron la construcción con pantallas en la puerta de entrada el garaje descubierto y otra cámara en el parque, la decoración y la forma en que las cosas son dispuestas en el espacio. Hay otra temporalidad que convive con las mencionadas por Gloria y es aquella propia que atañe a la familia, la casa y sus espacios: es el tiempo “normal” u ordinario (de lunes a viernes al mediodía, algunas noches), la barra de la cocina es la mesa principal, el espacio habitado y habitado. El tiempo, según Gloria “de ella y su familia” considerado como extraordinario, puesto que lo adosa a cumpleaños, día de la madre/padre, celebraciones, tiene como escenario principal la mesa del comedor, principal bien de estos encuentros. Ni para Nicanor, Lola y Santiago los espacios y los objetos se vinculan a las funciones para las que fueron creados o dispuestos. Así como pueden utilizar el espacio de la cocina para hacer la tarea o aprovechar el *living* y comedor para hacer alguna pirueta o destreza gimnástica, en particular Lola, pueden combinar acciones y multiplicar su atención en distintos espacios a la vez. Más que pares conceptuales, hábitos y ritmos, la

organización se da bajo la indeterminación. Esto no implica desconocer las funciones de los objetos o “hacer un mal uso del espacio” sino que, como dice Nicanor, es “usar la cosa para lo que pide el momento y lugar”. Al menos, por ahora, excepto Nicanor, para el resto se organiza a partir de las temporalidades del Gloria y Ariel.

Gloria pasa gran parte del día y la noche dedicada al abastecimiento doméstico, la limpieza, la cocina, el cuidado y la crianza a la vez que intenta dar los primeros pasos en un negocio incipiente de venta de ropa deportiva junto a una amiga; su permanencia por largos períodos de tiempo (incluso llegando a estar veinte de veinticuatro horas al día en su casa) implica un habitar y específico, incluso que para ella la casa adquiera cierto espíritu. Ariel, quién pasa menor cantidad de tiempo, trata de ser material y afectivamente parte de las escenas cotidianas, de la materialidad de la casa –reparando o adquiriendo cosas–, haciendo algo en la parrilla o simplemente “estando”. Parte de la construcción de narrativas que lleva a cabo la familia se anclan en la crianza de sus hijos quienes tanto para Gloria como para Ariel “se están educando en valores” lo cual por momentos se escurre entre las descripciones presentadas en este apartado. Al recurrir al texto de Bourdieu “La casa o el mundo dado vuelta” no hay que perder de vista que las categorías binarias gozan de una legitimidad que les es dada en un marco relacional específico, en este caso en un contexto determinado que orienta, regula y normativiza las biografías particulares. Tanto para Gloria como para Ariel es importante organizar el tiempo presente para prefigurar el futuro de sus hijos, asegurar sus circulaciones (escolares, culturales y sociales) así como también delinear un universo moral común y compartido que les permita integrarse al mundo social del que ambos ya forman parte.

Reflexiones finales

En este artículo, tomé la propuesta de Bourdieu de “La casa o el mundo dado vuelta” (2013) como guía para observar, describir y escribir sobre un espacio: la casa. La casa como entorno simbólico-material de nuestras vidas configura el tiempo, las prácticas y las formas de organizar, vivir y dividir el mundo de quienes la habitamos. Ese habitar también se despliega alrededor de valores que surgen de diversos entornos de sociabilidad por afuera de la casa y, que luego se van incorporando discursiva y prácticamente como pautas de evaluación, ordenación y regulación de un colectivo social más amplio y diverso. En particular, hice foco sobre los modos en que la familia De Luca despliega su vida en la casa y fuera de ella. Una casa organizada de acuerdo con criterios no explicitados por las personas pero que poco a poco prefiguran valores morales en torno a los cuales elaboran clasificaciones y ordenaciones en la vida cotidiana. Mediante notas de campo, presenté la manera en que Gloria y Ariel y, en menor medida Nicanor, Lola y Santiago orquestan sus vidas en la casa a partir de vínculos sociales en el marco del contexto geográfico-social de Haedo, sus relaciones con el trabajo, la crianza de sus hijos e hija y, ese “estar en casa”. Asimismo, identifiqué de manera inicial como circunscriben moralmente el contexto en base con prácticas que son valoradas positivamente. Estas valoraciones, de las cuales participan varios sentidos corporales como ser la vista, el olfato y la audición; son parte de la advertencia de un “otro” distinto, aunque a menudo presentado como homogéneo y poco

preciso. Gloria expresó la molestia que le resulta ver que su casa está “sucia”, “olorosa” o que sea “ruidosa”, vinculada a los gritos, lo mismo que le sucede cuando Haedo se llena de “desconocidos” o no es “seguro”. De alguna manera, la normatividad y regulación propia de Haedo se vincula estrechamente en como Gloria piensa y significa su casa ejerciendo, por momentos, cierta relación de contigüidad entre la clasificación Haedo y su casa. Las consecuencias de estas clasificaciones son la crítica a quienes ostentan un mal uso del espacio público y también, privado o íntimo.

Las decisiones diarias que involucran el espacio, la economía de la casa, la gestión del cocinar y la cocina; la crianza, los bienes y la vida laboral se articulan con espacios y funciones sociales dentro de la casa y fuera de ella. Gloria y Ariel intentan de algún modo regular la incertidumbre y el desborde de la incertidumbre de los espacios, objetos y relaciones mediante la planificación y la capacidad de discernir sobre algo, alguien o alguna situación. Ese “cambiar paredes por cosas” implica una presencia activa de las relaciones humanas, en la instrumentación de usos, el acercamiento a relaciones y la mirada atenta sobre prácticas y discursos. La casa se encarna como un espacio que condensa la vida doméstica a la vez que otras vidas sociales para las cuales las temporalidades y sus actores resultan nodales. Como un “microcosmos” se torna escena activa del despliegue de sus vidas. En particular, para Gloria su casa no sólo es un repositorio de objetos y recuerdos, sino que es también una forma activa de la experiencia. En suma, espacio y tiempo son dimensiones vitales para comprender la habitualidad del orden cotidiano y los modos en que ciertos grupos intentan contener el carácter azaroso de la vida social. Por último, este escrito no es más que un desplazamiento, una búsqueda por acercar otras experiencias de análisis a una etnografía contemporánea y así, arrimar(me) a la vida de otros/as como alguna vez lo hiciera Bourdieu el etnógrafo.

Notas

1. Una versión preliminar de este escrito fue presentada en el Simposio “El Bourdieu Etnógrafo” en las VII Jornadas de Etnografía y Métodos Cualitativos (CAS-IDES) y en el III Coloquio de Investigación y Desarrollo en Diseño Latino (Universidad de Palermo). Agradezco las observaciones y sugerencias al texto surgidas con los y las colegas en dicho encuentro, asimismo, los intercambios y comentarios de María Jazmín Ohanian y Yanina Faccio y; la lectura atenta y generosa de una primera versión de este manuscrito por la Dra. Patricia Vargas y la Dra. Laura Colabella.
2. La primera versión de este escrito fue presentada por Pierre Bourdieu en 1970 a razón de un homenaje a los sesenta años de Lévi-Strauss; en ese sentido, el mismo Bourdieu advierte sobre la impronta estructuralista de su escrito. Me baso en la versión publicada a modo de anexo en su obra *El sentido práctico* (2013 [1980]). Tal como lo señala Enrique Martín Criado (2013), “La casa o el mundo dado vuelta” es un texto centrado en oposiciones binarias trazadas a partir de la estructura material de la casa y su emplazamiento –aquel orden ecológico– (pp. 131-132). En el libro *El sentido práctico*, el autor decide poner este texto como anexo puesto que cree es una “introducción” (nota al pie 1, 2013, p. 419). Sin embargo, en “El demonio de la analogía”, también en *El sentido práctico* (2013 [1980]),

Bourdieu retoma sus análisis sobre Argelia en general y sobre los cabillos en particular desde un abordaje fenomenológico que reivindica el sentido práctico de la acción centrándose en proverbios y dichos que circulaban entre este grupo.

3. En su escrito, Juan Dukuen (2015) señala que el autor había sido inicialmente a Versalles, para acceder a mayores detalles al respecto consultar el texto.

4. Jane Goodman (2003) analizó el trabajo de investigación de Pierre Bourdieu en la región de Cabilia (Argelia). Al respecto, señaló cierta homogenización por parte del autor con relación a la población berebere, cuyas realidades biográficas no sólo eran heterogéneas y disímiles, sino que también estas personas tenían una experiencia singular de la Revolución en Argelia. Goodman identificó que Bourdieu en “La casa o el mundo dado vuelta” pondera cierto “sentido práctico” leído desde una matriz binaria de categorías – presentadas como distintivas y excluyentes– mientras que en el texto “Esbozo de una teoría de la práctica” toma proverbios que circulaban en el entorno cotidiano de este grupo y escribe sobre la manera en que estos ejercían cierta regulación en la su producción y reproducción doméstica sin embargo, Goodman destaca que este orden de la vida cotidiana respondía más bien a una realidad de la región de Cabilia con antelación a la Revolución en Argelia. Goodman critica la lectura de Bourdieu desde la cuál las personas despliegan sus prácticas y creencias en el marco de los denominados esquemas generales en los que, según el autor los cabillos se encontrarían “atrapados” (*locked in*) (2003, p. 789) en cierta tradicionalidad que imposibilita la transformación de sus vidas o más bien el pasaje a una sociedad capitalista. De acuerdo a Goodman, los análisis realizados por Bourdieu presentan una notoria disonancia y desacople entre el momento histórico-social de la población y los discurso y prácticas notados por Bourdieu.

5. La utilización del pronombre posesivo ‘nuestra’ apela a pensar el habitar y la habitualidad que se produce en la casa y no así, para este análisis, la condición de propiedad sobre esta.

6. Esta investigación se inscribe en el trabajo de campo etnográfico de mi tesis doctoral en curso en donde indago las formas de constitución del “hogar apropiado” para los sectores medios emplazados en la localidad de Haedo, Municipio de Morón, Provincia de Buenos Aires. Para este artículo trabajo con notas de campo de la casa de Gloria correspondientes al año 2015 (meses de agosto y octubre) y 2016 (meses de enero, abril y mayo) de una de las casas en las que realizo trabajo de campo. No fui al campo, yo ya estaba ahí solo que en otro rol distinto al de la etnografía. Mi acceso al mismo se remonta al 2009 momento en que comencé a jugar al hockey en un equipo de madres y exalumnas del colegio al que asistí en mi educación primaria y secundaria: un colegio católico de tradicional de la localidad de El Palomar (Municipio de Morón, Provincia de Buenos Aires).

7. Utilizo el concepto de sectores medios y no de “clases medias” puesto que el riesgo al que a menudo se alude –ya demostrado por numerosos investigadores– es al hecho de que se emplee la categoría como objetiva y universal, clasificando a determinados segmentos de la población homogeneizando sus variaciones empíricas merced a criterios seleccionados por el investigador, tales como el nivel de ingreso, la ocupación o el nivel educativo (Visacovsky, 2008). Al no ser el foco ni el interés en este artículo el indagar en las auto identificaciones nativas como “clase media” de la familia trabajada para este escrito y con el fin de poder iluminar dicha heterogeneidad histórica, social, cultural y situada es que tomo la idea de sectores medios para contribuir a la descripción.

8. La localidad se encuentra a 18 kilómetros del punto cero de CABA. Al adentrarme en los datos de este Corredor Oeste –el nombre corredor se populariza con la extensión de las autopistas–, Haedo, fue una de las dos localidades (junto a Ramos Mejía) que emergían como “altamente valoradas” por el mercado del suelo. Su nombre se apoya en la figura de Mariano José Haedo, presidente de la Comisión Directiva del Ferrocarril del Oeste quien decide crear una estación empalme en este lugar allá por 1887 y su fundación se llevó a cabo en 1889. Para finales del siglo XIX y principios del XX, Haedo era un pueblo de grandes casas quintas para el veraneo de las familias de Buenos Aires –estrictamente de la Capital Federal–. A principios de siglo junto con Ramos Mejía, se configuraban en la zona oeste del Gran Buenos Aires, como opciones de “descaso” y retiro de la capital. Para una caracterización histórica profunda respecto de los orígenes de Haedo puede consultarse el trabajo de Javier García Basalo (2001).

9. El Municipio de Morón está dividido administrativamente en cinco localidades: Castelar, El Palomar, Haedo Morón (cabecera del municipio) y Villa Sarmiento. Castelar y Haedo, poseen ciertas similitudes en su caracterización urbana apoyadas en un pequeño centro comercial, una zona residencial caracterizada por sus amplias calles y arboledas y un reciente boom inmobiliario.

10. En este caso en Haedo hay precios de tierras U\$S 550 y U\$S 760 por m² similar a aquellos valores de los terrenos en localidades del Corredor Norte, tales como Martínez (U\$S 692,0) o Acassuso (U\$S 616,0) ambas en el Partido de San Isidro (Informe de Distribución Territorial del Precio de Oferta, 2014, p. 17 y ss).

11. Gloria también habitó en Ramos Mejía cuando vivió un tiempo con su hermana hace al menos una década.

12. Aun con pequeñas oscilaciones, Haedo mantuvo regularmente su cantidad de habitantes: en 1991 con 41.475 habitantes, en 2001 con 37.906 habitantes, en 2010 con 37.745 habitantes (Síntesis Histórica del Partido de Morón, 2014) y; en 2014 con 41.509 habitantes (Informe Acumar, 2014).

13. Por solo nombrar algunos el Club Brisas del Plata (Haedo residencial), Club Haedo Sur (Haedo Sur), Club Sportivo Haedo (Haedo Norte), Haedo Juniors (Haedo Norte), El Trébol (Haedo Norte), Club Social y Deportivo 13 de Abril (Haedo Norte).

14. *Velvet* es una serie transmitida en Netflix, catalogada como una historia “rosa”, que transcurre en la España de la década del 50, en dónde la cuestión de la clase social y del puritanismo moral es central en todos sus capítulos.

15. En su web, la empresa Johnson, es una empresa dedicada al acero que luego se expandió al amoblamiento proponiendo “soluciones para mejorar el confort y la calidad del hábitat. Puede consultarse más información en: www.johnsonacero.com/.

Lista de Referencias Bibliográficas

Baranger, D. (diciembre, 2008). La recepción de Bourdieu en Argentina y Brasil. En las *V Jornadas de Sociología* en la UNLP, La Plata.

- _____. (2018). Notas sobre la noción de reflexividad en sociología y en la obra de Bourdieu. En J.I. Piovani y L. Muñoz Terra (Coords.), *¿Condenados a la reflexividad?*. Buenos Aires: Clacso-Biblos.
- Bourdieu, P. (2013 [1980]). El demonio de la analogía y Anexo: La casa o el mundo dado vuelta. En *El sentido práctico* (pp. 317-418; pp. 419-437). Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Dukuen, J. (2015). Los usos del habitus en la génesis de las investigaciones antropológicas de Bourdieu (1962-1964). Contribución a un debate. En *Prácticas de Oficio*, 16, pp. 1-25.
- Dukuen, J. (2018). *Habitus y dominación en la antropología de Pierre Bourdieu: una crítica desde la fenomenología de Maurice Merleau Ponty*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.
- García Basalo, J. F. (2001). *Orígenes del pueblo Mariano Haedo*. Ed. Propia.
- González, L. (junio-diciembre, 2018). Contribuciones al estudio de los consumos culturales. Del aporte de Bourdieu a perspectivas más recientes. En *Prácticas de Oficio*, 21 (1), pp. 114-123.
- Goodman, J. E. (2003). The proverbial Bourdieu: habitus and the politics of representation in the ethnography of Kabylia. En *American Anthropologist*, 105(4): 782-793.
- Gutiérrez, A. B. (2004). La teoría de Bourdieu en la explicación y comprensión del fenómeno de la pobreza urbana. En L.E. Alonso, E. Martín Criado y J.L. Moreno Pestaña (Eds.), *Pierre Bourdieu*. En *Las herramientas del sociólogo*. Madrid: Fundamentos.
- Informe Acumar. (2014). Informe Sociodemográfico y de Salud del Partido de Morón. Observatorio Unidad Sanitaria Ambiental de Morón. Dirección General de Salud Ambiental.
- Informe Morón. (2014). Síntesis Histórica del Partido de Morón. Instituto y Archivo Histórico Municipal de Morón. Recuperado de <https://historiamoron.files.wordpress.com/2016/08/sintesis-historica-online-2014.pdf>
- Informe GCBA. (2014). Distribución territorial del precio de oferta en terrenos de la Región Metropolitana de Buenos Aires. Ministerio de Desarrollo Urbano de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Disponible en base de www.buenosaires.gob.ar
- Martín Criado, E. (2013). Cabilia: la problemática génesis del concepto de habitus. En *Revista Mexicana de Sociología*, 75 (1), pp. 125-151. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v75n1/v75n1a5.pdf>.
- Martinez, A. T. (2007). Para estudiar campos periféricos. Un ensayo sobre las condiciones de utilización fecunda de la teoría del campo de Pierre Bourdieu. En *Revista Trabajo y Sociedad*, XI (9), pp. 1-31.
- Miodownik, M. (2013). *Stuff matters: the strange stories of the marvellous materials that shape our man-made world*. Londres: Penguin.
- Tovillas, V. (2006 [1977]). Prólogo a la edición en español. En *Argelia 60: estructuras económicas y estructuras temporales*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Visacovsky, S. (2008). Estudios sobre 'clase media' en la antropología social: una agenda para la Argentina. En *Avá Revista de Antropología* 13: 9-37.
- Wortman, A. (2001). Globalización cultural, consumos y exclusión social. En *Nueva Sociedad*, 175, pp.134-142.
- _____. (Comp). (2003). *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Abstract: In this article I return to Pierre Bourdieu's work, "La casa o el mundo dado vuelta" (2013 [1980]), as a descriptive-analytical strategy to reflectively address other ways of organization and classification of the domestic sphere and its practices. I seek to understand the internalization and the moral regulation of categories around the house used by a family located in the town of Haedo (Morón, Buenos Aires).

Keywords: house - practice - space - microcosmos - reversal.

Resumo: Este artigo retome o trabalho de Pierre Bourdieu, "La casa o el mundo dado vuelta" (2013 [1980]), como uma estratégia descritiva-analítica para abordar reflexivamente outros modos de organização e classificação da esfera doméstica e sus práticas, as compreender as categorias y regulaciones morales entorno a casa utilizadas por uma família localizada na localidade de Haedo (Morón, Buenos Aires).

Palavras chave: casa - prática - espaço - microcosmos - inversão.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

El “diseño” como valor y la conformación de un universo de creencia¹

Paula Miguel*

Resumen: Este trabajo analiza el proceso de valorización, legitimación y creciente autonomía que adquiere el diseño de indumentaria a partir del año 2000 en Buenos Aires, centrándose en diseñadores profesionales-empresarios. Usando como disparador la preocupación por los mundos de la “alta cultura”, la producción cultural, estética y de valor simbólico en la obra de Pierre Bourdieu, se retoman sus ideas a propósito de los “universos de creencia” para articular la presencia de diferentes actores con lógicas particulares en un espacio relacional compartido por productores, productos, intermediarios y público, donde se construyen, reproducen y renuevan gustos y preferencias, donde se negocian posicionamientos y se plantean jerarquías.

Palabras clave: Diseño - Indumentaria - Producción simbólica - Emprendedorismo.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 142]

(*) Socióloga, especializada en Sociología de la cultura y análisis cultural y Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires. Es Profesora Titular de Sociología en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo e investigadora y docente en la Facultad de Ciencias Sociales de esa universidad. Su trabajo de investigación se enfoca en el análisis de las industrias creativas, la producción simbólica, el emprendedorismo estético-cultural en los sectores medios y las dimensiones culturales de la economía. paulamiguel@gmail.com

Introducción

¿Qué elementos presentes en la obra de Pierre Bourdieu pueden contribuir al análisis del diseño de indumentaria local? ¿Cómo logró definirse un espacio específico de producción de este tipo de diseño? ¿De qué manera se construyó un conocimiento tácito sobre el diseño a la par que se desarrolla en tanto espacio productivo? La preocupación por los mundos de la “alta cultura” y por la producción cultural ha ocupado una parte significativa de la obra de Pierre Bourdieu. Las líneas de abordaje que propone para el análisis de la producción intelectual y artística (Bourdieu, 1988, 1990, 1991, 1995, 2000, 2003) son disparadores teóricos para pensar de manera dinámica y compleja la producción cultural. En el

caso de este trabajo, utilizadas como herramientas, de manera heurística, resultan productivas para comprender y explicar los procesos vinculados a las dinámicas de producción del diseño (de indumentaria). Procesos que van más allá de la consolidación de espacios académicos, curriculares o profesionales y que presentan particularidades: pese a estar inscriptos en un mercado global, mantienen características locales; pese a estar orientados al mercado y al consumo, rigen en parte su producción según la lógica del “talento” o de la “creación”, entre otras tensiones que esta perspectiva teórica permite explorar.

La producción material de objetos culturales, estéticos, artísticos en los análisis de Bourdieu, abarca solo una dimensión básica de su producción. Más importante que eso, es la producción simbólica la que hace a la producción del valor de la obra o trabajo. O, lo que es lo mismo, hace a la creencia en el valor del trabajo, entendido como productor y producto. Una creencia que al mismo tiempo es uno de los principios estructurantes del campo en el que se produce². A partir de allí, en esta oportunidad retomaremos las ideas a propósito de los “universos de creencia” que permiten articular la presencia de diferentes actores con lógicas particulares en un espacio relacional compartido por productores, productos, intermediarios y público, donde se construyen, reproducen y renuevan gustos y preferencias, donde se negocian posicionamientos y se plantean jerarquías. Esto apunta a señalar que, en última instancia, cada espacio produce una *illusio* específica (Bourdieu 1995:337). Esta *illusio* está en la base del funcionamiento del espacio productivo, encarnada en el *habitus* específico, y los agentes que participan no son conscientes de todos sus aspectos, sino que más bien forma parte de eso que no se discute, porque hace a la lógica del propio funcionamiento, regulación y reproducción de las prácticas del campo de manera relativamente autónoma. Esto “tiende a generar todas las conductas “razonables” o de “sentido común” posibles dentro de los límites de estas regularidades que están objetivamente ajustadas a la lógica característica de un determinado campo” (Bourdieu, 1991:97). En este esquema, además de ser la condición y la base de esta puesta en juego de relaciones y prácticas, esta *illusio* también es, en parte, producto de las mismas. Al mismo tiempo, es posible problematizar e interrogar de manera crítica la productividad de estos aportes para el análisis de estos procesos productivos en el contexto local, enfocándonos específicamente en la producción de diseño de indumentaria.

Para ello, este análisis recupera y combina diferentes fuentes, datos y estrategias de abordaje para analizar las prácticas, representaciones y perspectiva de los actores, sus posicionamientos, así como las redes que construyen de manera relacional. Los datos que dan base a este trabajo provienen de una línea de investigación en curso, centrada en el análisis de productores y emprendedores vinculado con el diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires³. Una serie de entrevistas en profundidad realizadas a partir del año 2002 abarca, entre otras dimensiones, aspectos en relación con las trayectorias profesionales, las condiciones económicas y su experiencia social y cultural. También se realizaron observaciones en el contexto de las entrevistas, así como en espacios y eventos representativos para el sector, a lo cual se suman los datos provenientes de entrevistas realizadas a otros actores relacionados con el mundo del diseño (periodistas, organizadores de eventos, funcionarios públicos, docentes, etc.). Estos datos se complementan con el material de una base de notas de prensa a partir del análisis de los suplementos de moda y revistas dominicales de los principales diarios argentinos⁴, revistas de moda y artículos recopilados desde 1993 en adelante.

Aquí interesa el diseño de indumentaria en tanto construcción colectiva localizada, que toma lugar público, que es definida y clasificada de diversas formas, más allá de las definiciones disciplinares, curriculares propias del espacio académico⁵. Se resaltan aquellas dimensiones que tienen que ver con procesos de intermediación simbólica que permiten interpretar el agregado de diseño en los productos como “valor”. En ese sentido, si a comienzos de la década de los noventa no se hablaba de diseño de indumentaria y a partir del año 2005 se puede encontrar una categoría nativa como “diseño de autor” instalada en el público más amplio, implica la presencia de procesos de mediación que trabajan activamente en la construcción y difusión de categorías explicativas, que inician y sostienen la creencia en su valor, al tiempo que contribuyen a la valoración de todo el espacio productivo.

Este artículo propone recorrer algunos hitos en el desarrollo del diseño de indumentaria local a partir del año 2000, en tanto producción colectiva del valor del diseño. Como punto de partida, se retoman algunos elementos que tienen que ver con la profesionalización y la institucionalidad académica, que dan la pauta de los clivajes básicos para poder distinguir la especificidad de este tipo de diseño. No obstante, el diseño para ser reconocido como valor debe traspasar las fronteras de la producción restringida hacia públicos más amplios. Allí la prensa tiene un rol importante en la vinculación con públicos amplios y la forma en que el diseño profesional fue puesto en circulación reconociendo y valorando “nombres” de un conjunto llamado “diseño de autor”, tal como se lo nominó para introducir la novedad a sus lectores. Por último, se trabaja sobre una manera de pensar el encuentro de productores, mediadores y público en un evento que los nuclea, al tiempo que se discuten las transformaciones de estos espacios en la última década.

La profesionalización y la institución académica como base de la creencia

Durante los años noventa, los centros urbanos de Argentina se renovaban: junto con la TV por cable, llegaba MTV, nacían los *shoppings*, que se llenaban rápidamente con productos de marcas “de afuera”, los hipermercados se multiplicaban a lo largo y ancho del entramado urbano junto a ofertas de textiles importados, se privatizaban las empresas de servicios públicos y se contrataban servicios de internet que abrían una ventana al mundo. En el marco de esas tendencias, al finalizar la década, ya despuntando los años dos mil, a contrapelo de la crisis económica por la que atravesaba la Argentina (particularmente la industria textil y de la confección) el espacio de producción de moda e indumentaria local se revitalizaba con la aparición de nuevos productos simbólicamente complejos sobre los cuales se destacaba en su difusión el atributo de “diseño” (Saulquin 2006, Guerschman y Vargas 2007, Vargas 2013, Miguel 2013). Estos productos se asocian a un perfil de productores profesionales del diseño, cuya capacidad de innovación y de producción de valor agregado se hará visible y atractiva. Incluso, su conocimiento específico será incorporado paulatinamente por otros actores y sectores de la industria textil y de la confección⁶. En ese contexto, con el correr de los años, cada vez más y más estudiantes elegían inscribirse en carreras de diseño en la ciudad de Buenos Aires. También comenzaban a presentarse diferentes iniciativas privadas, empresariales, junto a incipientes políticas públicas

apuntando al desarrollo del diseño, y poco a poco comenzaba a hablarse de diseño de indumentaria en los suplementos de diarios y revistas especializadas. El barrio de Palermo empezaba a ser reconocido como “el barrio del diseño” (Miguel 2015) y Buenos Aires fue nombrada Ciudad de Diseño en 2005 por UNESCO.

Estos elementos permiten pensar que a partir de los años 2000-2001 se abre un proceso de desarrollo y consolidación del diseño de indumentaria como espacio de producción, a la vez que se manifiesta su construcción como valor y es legitimado desde distintos sectores en una producción colectiva de valor simbólico (Bourdieu 2003). Esto tendrá que ver en parte con la profesionalización del diseño y la formación de carreras universitarias, particularmente con la acción de la Carrera de Diseño de Indumentaria y Textil de la Universidad de Buenos Aires. Esta carrera, sus egresados y quienes trabajan en relación con ella tuvieron un papel importante en la creación de espacios institucionales ligados al desarrollo, puesta en circulación y valorización de esta rama del diseño (Miguel 2013). Al mismo tiempo, la institución académica no agota el proceso. Otros actores, particularmente la prensa especializada, serán también centrales para lograr la valoración del diseño en públicos más amplios, dar cuenta de posiciones y jerarquías, contribuyendo a la “imposición de valor” (Bourdieu y Delsaut, 1975).

La autonomía implica también la capacidad de reproducir en el tiempo ese “algo” específico, independientemente de lo que ocurra con las trayectorias individuales de sus productores. Por eso es que los espacios institucionales, más o menos formales, pueden tomarse como indicadores de dicha autonomía, dado que en la institucionalidad encarna la síntesis de la energía colectiva puesta en juego, en tanto la entidad institucional excede la sumatoria de los interesados en participar de estos espacios.

En un primer momento, en tanto institución académica reconocida a nivel internacional, la Universidad de Buenos Aires promoviendo el desarrollo de la Carrera de Diseño de Indumentaria y Textil, funcionó como motor del desarrollo de la disciplina, acelerando el proceso de institucionalización y autonomía del diseño de indumentaria como espacio de producción específico. Sin embargo, el proceso fue lento, y los primeros años estuvieron signados por una escasa vinculación directa entre la carrera y los sectores de la industria textil y de la confección local. El contexto económico no parecía ser muy auspicioso respecto del porvenir de los jóvenes que empezaban a formarse como diseñadores profesionales, pero sin embargo se inició ese proyecto, promoviendo una serie de relaciones personales, forjadas principalmente en el seno de la carrera, que resultarían de gran importancia para el desarrollo del diseño local.

La profesionalización del diseño en el contexto local y su desarrollo como espacio de producción específico aparece fuertemente correlacionada con la conformación de una currícula académica específica que define la manera en que se forma a los estudiantes dentro de la disciplina, y a su vez dota a la actividad de un espacio institucional. El conjunto de actores vinculados a esas redes, lograron desarrollar con éxito en poco menos de una década un espacio de producción legítimo y reconocido, un mercado, a nivel internacional (Callon et al. 2005).

El *boom* en la cantidad de estudiantes interesados en ingresar en esta carrera a partir del año 2000 puede ser indicativo de cómo los primeros jóvenes diseñadores egresados de la carrera –sumados al conjunto de agentes implicados en la circulación, distribución y

valoración de sus productos, en términos tanto simbólicos como económicos—, no sólo consiguieron vender el producto de sus diseños; es decir, que lograron generar exitosamente en distintos niveles el deseo por sus productos, sino que también esta actividad colectiva trasciende el espacio de producción restringida y promueve en otros el deseo de ser diseñador. Esto refiere a la consolidación de un espacio disciplinar específico, cuyas credenciales generan expectativas y, además de ser apreciadas y reconocidas por los propios participantes integrados a la institución, también tienen productividad simbólica y económica por fuera de ella misma. No obstante, los procesos de valorización, legitimación y creciente autonomía que adquiere el diseño de indumentaria desde el año 2000 en adelante, involucran la acción de un conjunto de diferentes actores e instituciones que exceden el desarrollo específico de las carreras vinculadas al diseño de indumentaria en tanto especificidad curricular, que podríamos entender como “campo académico”.

Los pares: un grupo de productores en armónica competencia

El diseño no descansa solamente en la acción de los diseñadores con un título habilitante, de hecho, es un espacio de producción donde las credenciales académicas tienen un peso relativo, ya que deben ser acompañadas de otros atributos como, por ejemplo, vínculos con el campo artístico, obtención de premios, experiencias en el exterior, repercusión en la crítica y prensa especializada, entre otros elementos significativos de la trayectoria profesional (McRobbie 1998).

Entre quienes se destacan en las posiciones más reconocidas entre los diseñadores encontramos un conjunto de diseñadores que, a la luz del entramado ideológico-discursivo de los años noventa, signados por un clima cultural en torno a los valores de la independencia, la capacidad emprendedora y la eficiencia —que luego de los sucesos de diciembre de 2001, que en el marco de la crisis política, social y económica subsiguiente derivó en la autogestión— comparten las bases de un *habitus* común, en sentido amplio. Dichos elementos se presentan con diferente intensidad y variaciones en cada uno de los miembros, haciendo que el grupo no resulte homogéneo. Cada integrante genera su propia marca, empresa y proyecto conceptual sobre el diseño de indumentaria con su propia estética y particularidades. Se trata de un grupo que, si bien muchos comparten una misma formación, no conforman un todo compacto: es posible rastrear diferentes propuestas, acompañadas por diferentes elecciones en los materiales, diferentes enfoques sobre lo proyectual, sistemas de moltería, entre otros elementos. Cada diseñador va desarrollando su línea de producto al tiempo que genera definiciones discursivas sobre su trabajo, que son retomadas y puestas en tensión por la acción de la prensa especializada.

En base a estas definiciones propias, las de los intermediarios y los resultados de las entrevistas puede observarse una aparente convivencia en armonía dentro del conjunto de pares que conforman las primeras camadas de diseñadores profesionales-empresarios. Aparecen distintas “definiciones” del trabajo de cada uno, diferentes trabajos y concepciones proyectuales a propósito de las formas y el trabajo con los materiales, en el marco de una situación de aparente falta de competencia, en donde cada diseñador tiene su espacio definido y no interfiere, no se superpone, con el de sus pares.

Si bien una de las principales características que comparten todos los diseñadores de este grupo es el valor que le dan a la superación personal, sea cual fuere el lugar que ocupen en términos de posiciones y jerarquías dentro del espacio productivo, este valor no aparece relacionado con una competencia feroz respecto de los pares, sino como una capacidad de desarrollar el propio potencial y mejorar los propios alcances. A medida que se complejiza el espacio de producción y se incorporan nuevos actores (como, por ejemplo, los graduados más jóvenes que empiezan a trabajar para los primeros diseñadores empresarios y que, al mismo tiempo, comienzan generar nuevas posiciones) la emergencia de nuevas tradiciones conceptuales, estilísticas y estéticas que rompen con las anteriores comienzan a reconfigurar el espacio de posiciones y a marcar líneas de competencia más definidas. Esta ausencia de marcada competencia y de sana convivencia entre sus integrantes, tal como lo demuestra el desarrollo de emprendimientos conjuntos tales como el de Diseñadores del Bajo (2000)⁷, puede decirse que responde a la necesidad de fortalecerse hacia afuera, mostrando los resultados del aprendizaje de una profesión que no puede basarse puramente en el crédito personal sino, más bien, en el trabajo mancomunado de un grupo de colegas que necesitaban el reconocimiento de la disciplina que validaba su quehacer. Esto contribuye a disminuir la visibilidad de la competencia que pudiera haber entre ellos, a tal punto que los trabajos de estos primeros diseñadores parecen distribuirse en diferentes inclinaciones estéticas y proyectos conceptuales de diseño diferentes que apuntan a diferentes tipos de potenciales clientes.

BAF Week: El encuentro de productores, mediadores y público

El diseño, para ser reconocido como valor, debe trascender las fronteras de la academia, la producción restringida, el círculo de pares, para llegar a un público amplio que pueda apropiarse simbólica y económicamente de sus productos.

Si es el conjunto de agentes y su sistema de relaciones el que hace a la valoración de productores, obras, productos y a la reproducción del universo de creencia, es necesario incluir también a aquellos que se apropian o consumen la creencia. En esa perspectiva se pueden recuperar algunos elementos que Bourdieu desarrolla sobre la dinámica de los campos y la conformación de los gustos, en relación con sus bases sociales, y donde particularmente discute la apropiación de los bienes de lujo, específicamente los bienes culturales (Bourdieu, 2000:223-253). Esto introduce la idea de un ajuste entre oferta y demanda como resultado de la sincronía objetiva de dos lógicas relativamente independientes: la de la producción y la del consumo.

La circulación y distribución de un bien o una práctica tiene como resultado disminuir su singularidad y su valor específico, amenazando la distinción de sus poseedores preexistentes. Los efectos benéficos de la distinción se desvanecerían con el tiempo si la producción de los bienes culturales (también regida por esa lógica dialéctica de la pretensión y distinción) no ofreciera permanentemente nuevos bienes o nuevas maneras de apropiarse de ellos. Esto introduce la idea de un ajuste entre oferta y demanda como resultado de la sincronía objetiva de dos lógicas relativamente independientes: la de la producción y la del consumo. Propone una homología entre los campos de producción especializada y los

campos donde se determinan los gustos, donde, en medio de las luchas por la legitimidad y el cambio permanente, los productos encuentran su demanda. Para Bourdieu, el campo de producción no podría funcionar si no contara con unos gustos ya existentes. Eso es lo que permite realizarse al gusto de la demanda, ofreciéndole, en cada momento, el universo de bienes culturales como sistema de posibles estilísticos entre los cuales puede seleccionar el sistema de los rasgos constitutivos de su estilo de vida” (Bourdieu, 2000:228).

La homología funcional y estructural entre ambos sistemas reside en el hecho de que todos los campos especializados se organizan y estructuran según la misma lógica, según el capital específico acumulado, y en la coexistencia de posiciones dominantes y subordinadas, ortodoxia y herejía, antiguos y recién llegados, pretensión y distinción, etcétera (Bourdieu, 2000:230). Los gustos, en este esquema, dependen entonces del sistema de bienes ofrecidos, provocando en ese espacio un cambio en el sistema de gustos; mientras que, a la inversa, los cambios en los gustos, dados por transformaciones de las condiciones de existencia, conducen a transformaciones en el campo de producción, dando la ilusión de que hay cosas “para todos los gustos” o que “todo el mundo vende”. Pero esa situación no es producto de una búsqueda intencionada, sino, más bien, el encuentro entre estos dos sistemas: producción y consumo.

Ese encuentro entre producción, mediación y consumo fue propiciado por un evento que surge en el año 2000 en el formato de “semana de la moda” conocido como BAF Week⁸. Podría decirse que la producción de los diseñadores que nos ocupan cobró visibilidad a partir de este evento que mostraba desfiles de colecciones nucleando las propuestas de los diseñadores-empresarios en un solo espacio. Esta semana de la moda constituyó uno de los principales aportes al desarrollo del diseño local, acercándolos a la prensa, clientes y público, reuniendo dos veces al año las colecciones de los diseñadores-profesionales que comenzaban a avanzar en sus carreras como empresarios, reforzando sus marcas individuales.

En esos inicios los diseñadores no contaban con gran visibilidad pública. *Empezamos a llamar diseñadores que eran conocidos, pero no al mismo nivel que estamos manejando ahora. No tenían tanta difusión, prensa, tanta imagen, no tenían locales a la calle.* (Entrevista Organización BAF Week, 2006). Al mismo tiempo, fue necesario reunir patrocinadores y auspiciantes para el evento, convencerlos del interés del proyecto y lograr apoyo tanto simbólico como económico. Se contactó al Director del Centro Metropolitano de Diseño, institución del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que también iniciaba sus actividades en ese momento, y se intentó reunir a todos los sectores que podrían estar vinculados a este tipo de producción y pudieran aportar una cartera de diseñadores que dieran cuerpo e interés a la naciente semana de la moda.

Poco a poco fue consolidándose en términos de un escenario, de una arena colectiva. En ese sentido, puede pensarse la semana de la moda como un espacio donde se manifiesta el estado del espacio de producción, que se materializa. Al poner juntos los distintos actores en la especialidad de un evento cerrado y temporal, la semana de la moda deja visible en su puesta en escena características más amplias del campo: límites, posiciones, toma de posiciones y habitus (Entwistle y Rocamora, 2006:736).

En el caso local, sobre todo en el período de su conformación como espacio de producción legítimo, la semana de la moda aparece como un espacio más abierto que otras semanas de la moda más consolidadas, que representan los centros de la moda. Mientras que en otros

casos el acceso se da a través de invitaciones personalizadas y bajo un estricto control, en el caso local el público en general puede acceder tanto a desfiles como a showrooms simplemente mediante la compra una entrada, de valor accesible, similar al costo de una entrada de cine.

Más allá de esa modalidad abierta y accesible, la semana de la moda representa un momento crítico en la vida cotidiana del campo como un todo y, más allá de mostrar las colecciones, tiene la función de producir, reproducir y legitimar el campo de producción y las posiciones de los agentes que juegan allí (Entwistle y Rocamora, 2006). A partir de esta idea es posible leer el significado que tiene la semana de la moda para los diseñadores y otros agentes, y su participación en la misma. Para los diseñadores introduce una temporalidad que organiza el trabajo anual, y también es un momento de prueba, de evaluación de su trabajo, el momento de ver “en qué está cada uno”: *Para mí el Fashion Buenos Aires es tener una fecha límite, es saber que tal día tengo que tener todo hecho, básicamente, plazos. (...) Es estar dentro del circuito, es estar en la palestra. Es donde vos ponés el cuerpo y te expones. (...) Fashion Buenos Aires, sabés que tiene que existir porque necesitamos un lugar donde mostrarnos* (Entrevista Diseñadora, Empresaria, 2007).

Los propios diseñadores detectan elementos que tienen que ver con una puesta en común colectiva, con un capital simbólico que se potencia como aglutinador de las producciones individuales, a la vez que también emergen las limitaciones y problemas, particularmente en cuanto a lo que tiene que ver, por ejemplo, con las oportunidades de negocios que ofrece y también en la estructura misma. *Yo no me puedo apoyar en el Fashion Buenos Aires. Está bien, es más poderoso porque justamente nos aglutina a todos y porque tiene un poder de negociación mayor pero no es mucho más sólido que cada uno de los proyectos individuales que se presentan ahí* (Entrevista Diseñadora, Empresaria, 2006).

La BAF week logró seguir produciendo dos ediciones anuales reuniendo un importante caudal de público, junto con la producción de los diseñadores más destacados de esas primeras capas de diseñadores-empresarios, en un promedio de 25 a 30 desfiles por edición y unos 45 showrooms. Los productores representados en desfiles y showrooms entre 2001 y 2005 permanecen relativamente constantes y formando parte casi de un mismo grupo. En 2006, el diario La Nación, se asocia con APSA y La Rural para seguir produciendo la semana de la moda BAF Week. Notablemente, a partir de esa edición, el evento comienza a incluir marcas “comerciales” junto al trabajo de los diseñadores que venía presentando y la cantidad de showrooms aumenta.

“Hacerse un nombre”: La prensa y la movilización de capital simbólico

Los críticos, en el esquema de Bourdieu –en el caso que nos ocupa, la prensa especializada– colaboran también en el trabajo de consagración que hace a la reputación tanto del periodista ‘descubridor’ que presenta algo novedoso a sus lectores, como del ‘descubierto’. Su labor, si bien se envuelve en la ilusión de una garantía de juicio puramente estético, tiene efectos también en el valor económico de los productos, en la medida en que guían y orientan las tendencias entre compradores y vendedores.

La prensa especializada contribuye a entender cómo se dieron los procesos de mediación respecto de un público amplio. Cumpliendo una suerte de rol pedagógico ha construido un pasado, explicando de qué se trata el diseño, difundiendo el concepto de “diseño de autor”, identificando sus espacios de expresión principales, a la vez que genera lazos con otras zonas de acción como el campo artístico que trasladando su capital simbólico ejercen una acción legitimadora.

En el proceso de consolidación del diseño de indumentaria local la prensa explora y amplifica las relaciones que se han dado con el campo artístico. Esto tiene que ver con dos ejes: uno que construye la historia del propio espacio de producción del diseño desde la crítica especializada, y otro que tiene que ver con instituciones artísticas que han incluido el diseño en sus muestras y que han funcionado como espacios de legitimación y prestigio para los diseñadores.

Partiendo de la lectura de la prensa especializada en moda, es posible plantear cómo se construye cierta definición de un concepto y se difunde masivamente a propósito del diseño, particularmente el de indumentaria: el “diseño de autor”. Esta categoría refleja la forma de pensar en un estilo específico de diseño, que circula en ciertos espacios, primero de manera más restringida, luego amplificándose en el uso (Douglas, 1998). Asociada a la indumentaria, comenzó a circular justamente para dar cuenta de un emergente novedoso en la producción y nominar un conjunto de producciones en indumentaria, textiles y accesorios que no podían ser atribuidas a las marcas locales ya instaladas o a los modistos más tradicionales y que mayormente se asocian a emprendimientos centrados en la producción de diseñadores formados en la universidad, particularmente la Universidad de Buenos Aires⁹ (Miguel, 2019). Otros trabajos analíticos resaltan la perspectiva que nutre un relato que vincula el “diseño” con el momento de efervescencia en la producción estética y artística característica de la vuelta a la democracia en los años 80, la creación de la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil en la Universidad de Buenos Aires, y la crisis de 2001 como el momento en que esas producciones cobran visibilidad (Saulquin 2006, July 2012, Tuozzo y López, 2013). A partir de las interpretaciones de periodistas de moda y especialistas vinculados al diseño profesional, se agrupó bajo este concepto a los diseñadores profesionales que se pusieron al frente de sus emprendimientos, el estilo de diseño que producían y los espacios donde se los podía encontrar.

A medida que se gana visibilidad, reconocimiento y legitimación, también se van definiendo posiciones y jerarquías que la prensa contribuye a sedimentar. Entre los “conocedores” existe un conocimiento tácito compartido sobre la valoración de las diferentes manifestaciones de diseño que coexisten tal vez en un mismo espacio (por ejemplo, en el barrio de Palermo) pero que no “pesan” lo mismo. Las ferias y “las marcas comerciales” pueden pretender el atributo de diseño, pero son algo distinto. La oferta de estos espacios no es reconocida con la legitimidad de aquella de los diseñadores que tienen su “firma” y locales propios.

Por otro lado, tenés la oferta de diseño de autor de ferias de cualquiera que se pone a bordar botones (Entrevista a Diseñadora-Empresaria, 2005).

El problema son las marcas soberbias, que en vez de aportar una mirada interesante destruyen el estilo auténtico del barrio. [Palermo] Creció, fue una ex-

plosión de creatividad, pero al mismo tiempo se contaminó con formatos copiados, con mucha inversión y pocas ideas. (Diseñadoras-empresarias, 2015)

Para ilustrar la forma en que la prensa opera dando lugar en sus notas a los diseñadores, es posible cuantificar la cantidad de resultados de notas que mencionan a cada uno dentro del grupo *La Nación* (diario, suplementos, revista *Ohlalá*, etc.), publicación seleccionada ya que es la que le dedica mayor cantidad de notas a estos temas y, además, entre los años 2006 y 2014, fue uno de los principales organizadores de la semana de la moda BAF Week en el Cuadro 1. Los nombres de diseñadores fueron seleccionados a partir de los listados que aparecen en catálogos y libros de especialistas que coinciden en agrupar a estos diseñadores como referentes consagrados del diseño local y como “autores” (Lescano 2004, Saulquin 2006 y 2011, Acevedo Díaz 2011, Chiesa et al. 2012, Acosta et al. 2013).



Cuadro 1. Menciones de diseñadores en notas periodísticas - La Nación.

Aquí puede observarse que aquellos con más presencia en las notas de prensa no necesariamente son aquellos con negocios más exitosos (en ventas, por ejemplo), sino que siguiendo el esquema de producción de la creencia artística que propone Bourdieu, parece regir incluso una idea de rechazo de lo comercial. En el campo amplio de la producción cultural, el capital útil es el capital simbólico: aquel que otorga prestigio o autoridad, aquel que, al “hacer un nombre”, se convierte en “capital de consagración” que confiere la facultad de ubicar en una posición de privilegio objetos o personas (Bourdieu, 1995:224). Esto quiere decir que la forma que el capital económico tiene de asegurarle a su poseedor los beneficios específicos de este campo, es reconvirtiéndose en capital simbólico; es decir: adecuando la lógica económica a la lógica específica del espacio de producción específico.

Comentarios finales

Este esquema interpretativo permite trabajar analíticamente en un plano relacional sobre producción y circulación de bienes culturales, poniendo el foco tanto en los productores, como en las instancias de intermediación, intermediarios y un público cercano, en cierta medida, fiel a la creencia. Así, recuperamos para estos espacios de producción la idea de que allí es eficaz una ideología carismática que origina la cuestión del productor aparente, del creador increado: la figura del genio, del autor iluminado, del creador y la creencia en esos roles. En este sentido,

El productor del valor de la obra de arte no es el artista, sino el campo de producción como universo de creencia que produce el valor de la obra de arte como fetiche al producir la creencia en el poder creador del artista (Bourdieu, 1995:339).

Esto apunta a esclarecer que la obra, la producción en estos espacios en general, es, en última instancia, un producto colectivo y social a la vez que individual. Sin la creencia de que las obras son obras, no sería posible hablar de las mismas. La “producción de la creencia” es una empresa colectiva, que requiere la movilización de energía y recursos compartidos, en distintas proporciones, por el conjunto de agentes implicados en el campo. El valor de la obra dado por la creencia surge, en última instancia, del conjunto de las prácticas que se dan entre productores, consumidores y quienes hacen a la mediación entre ellos de diversas maneras.

Es decir que la obra de arte (o el atributo estético/simbólico plasmado en un producto determinado) sólo es un objeto simbólico provisto de valor si es conocido y reconocido como tal, o, en otras palabras, si está instituido socialmente por un conjunto de productores y espectadores que detentan las competencias necesarias para conocerlo y reconocerlo en esos términos. Bajo esta perspectiva, comprender este tipo de producciones implica “no sólo la producción material de la obra, sino también la producción del valor de la obra o, lo que viene a ser lo mismo, de la creencia en el valor de la obra” (Bourdieu 1995:339) y, no menos importante, la creencia en el valor de sus productores, y de aquellos que pueden ser capaces de apreciar “genuinamente” el valor de esa obra. En ese sentido, a la par que se desarrolla y se complejiza el espacio productivo, la dinámica colectiva genera un conocimiento tácito sobre lo que es diseño, que es construido jerárquicamente como concepto polisémico, donde algunas definiciones sobre productores y productos, “valen” más que otras. Conocimiento que trasciende las fronteras del mercado de la moda y que es preciso desentramar en el análisis.

Esto resalta conceptualizaciones que resultan aún hoy productivas para entender algunas de las dinámicas que interesa analizar, en términos de delimitar un espacio de producción simbólica particular. Plantear una serie de posiciones, roles y relaciones en espacios donde, pese a tratarse de espacios de producción comerciales, muchas veces persiste, la lógica opaca del “talento”, del “creador”. Donde sigue estando presente la idea de que la producción más conceptual (restringida) ocupa una posición dominante, atrae mayor atención, parece producir los “talentos” más importantes y construye discursiva y simbólicamente su propia práctica con un mayor grado de confianza. Estos aportes pueden resultar úti-

les para desentramar la forma en que esas ideas se reproducen desde su productividad y positividad y los fundamentos sociales en que se sostienen, que son en última instancia relaciones de poder.

Notas

1. Versiones preliminares de este trabajo fueron presentadas en las VIII Jornadas de Etnografía y Métodos Cualitativos, Buenos Aires, Instituto de Desarrollo Económico y Social, 2016 y en el III Coloquio de Investigación y Desarrollo en Diseño, Buenos Aires, Universidad de Palermo, 2018. Agradezco los comentarios allí recibidos.
2. La idea de campo (Bourdieu, 1988, 1990, 1991, 1995), supone entre dichos principios estructurantes, por un lado, la existencia de un capital específico en juego y actores dotados de habitus específicos. Por otro, implica la existencia de intereses comunes, generales, asociados al hecho de participar en el juego, vinculados a la existencia misma del campo (Bourdieu, 1990:135-140). Esto da origen a una complicidad entre los agentes que subyace y trasciende todo antagonismo, que producen creencia en el valor de lo que está en juego y no cuestionan los fundamentos del campo específico, reproduciendo así las bases de su funcionamiento.
3. El trabajo de campo se realizó en el marco de los proyectos UBACYT 20020110200278BA y 20020130200279BA, acreditados y financiados por la Universidad de Buenos Aires.
4. Los diarios *Clarín*, *La Nación*, *Página/12* publican contenidos que permiten condensar enunciados e interpretar distintos elementos en relación con la moda en un público más amplio que el de las revistas de moda, aunque muestren producciones más simples que las revistas sobre moda.
5. Detalles a propósito de la formación académica local, centrada en el estudio del diseño como área proyectual, pueden encontrarse en Bonsiepe (1999), Fernández y Bonsiepe (2008), Devalle (2009).
6. Con la salida de la llamada Convertibilidad del Peso, en Argentina, particularmente en la ciudad de Buenos Aires, se reactiva el sector del textil y la confección. El diseño aplicado a la producción de indumentaria y textiles experimentó un crecimiento destacado en la ciudad de Buenos Aires. Entre 2004 y 2010 la actividad de confección de prendas de vestir, considerada industria de diseño intensiva, experimentó una variación del 176.26% (Observatorio de Industrias Creativas 2012:88).
7. Proyecto gestado por diseñadores que pretendía ofrecer –en la Galería Larreta, ubicada en Florida y Santa Fe, en el barrio de Retiro– un espacio y un circuito cultural, con una característica fundamental: el cuidado de la oferta de diseño tanto conceptualmente como en los espacios comunes y particulares.
8. La primera edición albergó 21 desfiles y 37 showrooms. La cantidad de visitantes se calculó en unas 35 mil personas. Una cifra significativa si se piensa en la incipiente difusión que tenían los diseñadores y sus productos.
9. Un exponente muy dinámico del diseño profesional se vincula con la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil (DIT) en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Esta carrera se creó en los años 1988-1989 y representó un paso importante hacia la institucionalización y profesionalización del diseño en esas áreas de produc-

ción en Argentina. Ha sido y continúa siendo de las más numerosas del país en matrícula de estudiantes y logró posicionarse como referente en la región, ganando un reconocimiento internacional gracias a los trabajos y logros de sus estudiantes, egresados y docentes.

Bibliografía

- Acevedo Díaz, C. (2011). *Moda. Nuevo diseño argentino*. Buenos Aires: Olmo Ediciones.
- Acosta, A. et al. (2013). *INTI mapa de diseño 101 diseñadores de autor*. San Martín: Instituto Nacional de Tecnología Industrial.
- Bonsiepe, G. (1999) *Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño*, Buenos Aires: Infinito.
- Bourdieu, P. (1988). *Cosas Dichas*. Buenos Aires: Gedisa.
- _____. (1990). Alta costura y alta cultura. En: *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- _____. (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- _____. (1995). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- _____. (2000). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- _____. (2003). *Creencia artística y bienes simbólicos: elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- Bourdieu, P. & Delsaut, Y. 1975. "Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie." *Actes de la recherche en sciences sociales* 1:7-36.
- Callon, M.; Meadel, C. & Rabeharisoa, V. (2005). The Economy of Qualities. In A. Barry, D. Slater (eds.) *The Technological Economy*. London: Routledge.
- Chiesa, M. et al. (2012). *Buenos Aires es tendencia: diseño de indumentaria en la era digital*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- Dimaggio, P. (1987). Classification in art. *American Sociological Review*, 52, (4), 440-455.
- Douglas, M. (1998). *Estilos de pensar. Ensayos críticos sobre el buen gusto*. Barcelona: Gedisa.
- Entwistle, J. y Rocamora, A. (2006). "The field of fashion materialized: a study of London Fashion Week. *Sociology* 40 (4), 735-751.
- Fernández, S. y Bonsiepe, G. (Comp.) (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. Sao Paulo: Editora Blücher.
- Guerschman, B. y Vargas, P. (2007). Quilombo y apuesta: apuntes etnográficos sobre la crisis argentina de 2001 a través de la mirada del mundo del diseño. *Avá*, (11), 39-62.
- Joly, V. (2012). Arte, moda y consumo cultural. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (39), 283-294.
- Lescano, V. (2004). *Followers of fashion: falso diccionario de la moda*. Buenos Aires: Interzona.
- Marino, P. et al. (2010). *Diseño de indumentaria de autor en Argentina*. Buenos Aires: INTI.
- Miguel, P. (2013). *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires: Eudeba.
- _____. (2015) La estetización del espacio y la espacialización de lo estético en Buenos Aires. Una mirada desde la producción. *Bifurcaciones. Revista de estudios culturales urbanos*, (20). Disponible en: www.bifurcaciones.cl

-
- _____. (2019). Más allá del autor. La construcción pública del diseño de indumentaria en Argentina. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (76):161-177.
- McRobbie, A. (1998). *British fashion design. Rag trade or image industry*. Londres: Routledge.
- Observatorio de Industrias Creativas (2012). *Anuario de Industrias Creativas Ciudad de Buenos Aires 2011*. Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Económico, GCBA.
- Pérez Zelaschi, M. (2012). Observatorio de Tendencias. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (42), 35-42.
- Rocamora, A. (2006). Paris Capitale de la Mode: Representing Fashion in the Media. In: *Fashion's World Cities*. Berg Publishers, pp. 43-54.
- Rocamora, A. (2015). High Fashion and Pop Fashion: The Symbolic Production of Fashion in Le Monde and The Guardian. *Fashion Theory* (5),2: 123-142.
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la moda argentina: Del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emecé.
- Tuozzo, M. V. y López, P. (2013). Moda y Arte. Campos en intersección. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (44), 123-134.
- Vargas, P. (2013). *Diseñadores y emprendedores. Una etnografía sobre la producción y el consumo de diseño en Buenos Aires*. La Plata: Al Margen.
-

Abstract: This paper analyzes the process of valorization, legitimacy and increasing autonomy acquired by clothing design since 2000 in Buenos Aires, focusing on professional designers-entrepreneurs. Using as trigger Pierre Bourdieu's concern for the worlds of "high culture", the cultural, aesthetic and symbolic production, and his ideas about "universes of belief" to articulate the presence of different actors with particular logics in a relational space shared by producers, products, intermediaries and the public, where tastes and preferences are built, reproduced and renewed, where positions are negotiated and hierarchies are raised.

Keywords: Design - Clothing - Symbolic production - Entrepreneurism.

Resumo: Este trabalho analisa o processo de valorização, legitimação e crescente autonomia adquirida pelo design de vestuário do ano 2000 em Buenos Aires, enfocando designers profissionais-empresendedores. Utilizo a preocupação pelos mundos da "alta cultura", a produção de valores culturais, estéticos e simbólicos na obra de Pierre Bourdieu, suas idéias sobre os "universos da crença" para articular a presença de diferentes atores com lógicas particulares em um espaço relacional compartilhado por produtores, produtos, intermediários e público, onde os gostos e preferências são construídos, reproduzidos e renovados, onde posições são negociadas e onde produzem-se as hierarquias.

Palavras chave: Design - Vestuário - Produção simbólica - Empreendedorismo.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

La lucha por la legitimidad. Estudio del campo profesional del Diseño Industrial a la luz de la teoría de Pierre Bourdieu

María Eugenia Correa *

Resumen: En términos de Bourdieu, quienes participan del campo, entran en pugna por la apropiación (simbólica) del objeto, por el alcance de una autoridad específica, y por un reconocimiento, haciendo uso de los capitales propios para constituirse en actores “dominantes” y detentar así esta autoridad, reconocida como legítima.

Esto puede verse reflejado al estudiar el campo profesional del Diseño Industrial, en donde la articulación de actores en juego –tanto los ya instalados como los nuevos ingresantes– supone la lucha por la apropiación de capitales: económico, simbólico (prestigio, reconocimiento), cultural o educativo, generando a su vez nuevas posiciones en el espacio profesional.

De este modo, interesa indagar en el presente trabajo, la constitución de este campo a la luz de la teoría bourdeana, con el propósito de comprender las trayectorias laborales de los diseñadores, sus prácticas, así como las relaciones dadas al interior de éste, las luchas orientadas con el fin de alcanzar el disputado *enjeux*.

Palabras clave: Diseño industrial - Campo - Inserción laboral - Trayectorias laborales - Desarrollo profesional.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 158]

(*) Doctora en Ciencias Sociales (UBA) e investigadora del CONICET en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la UBA, miembro de equipos de investigación en este Instituto y en FADU-UBA. Docente de grado y posgrado de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Correo: eugeniacorrea@sociales.uba.ar

Introducción: repensar el campo del Diseño Industrial en términos de Bourdieu

Al hablar del Diseño industrial, entendido como “el campo pertinente para la producción material de objetos de la vida cotidiana” (Devalle, 2009), es preciso dar cuenta de su carácter ciertamente complejo, debido a los diversos saberes, discursos y prácticas que lo atraviesan desde sus orígenes. Hablamos de cuestiones que contribuyeron a sentar las

bases del Diseño industrial como profesión, y del diseñador industrial como profesional atravesado por diferentes saberes, tanto técnicos, tecnológicos, industriales, como artísticos, semánticos, o morfológicos. Así, un entramado diverso conforma y delinea el devenir de esta disciplina, constituida en campo.

Al hablar de ‘campo’ hago referencia al concepto bourdeano, definido como “una red de relaciones objetivas (de dominación o subordinación, de complementariedad o antagonismo, etc.) entre posiciones” (Bourdieu, 1995: 342). En relación a la lucha que tiene lugar dentro de todo campo, Bourdieu plantea que “los que participan en la lucha contribuyen a la reproducción del juego contribuyendo, más o menos completamente según los campos, a producir la creencia en el valor de los objetos en juego [*enjeux*]” (2000: 115).

Esto puede verse reflejado al estudiar el campo profesional del Diseño Industrial, en donde la articulación de actores en juego –tanto los ya instalados, los ‘dominantes’ como los nuevos ingresantes– supone la lucha por la apropiación de capitales: económico, simbólico (prestigio, reconocimiento), cultural o educativo, generando a su vez nuevas posiciones en el espacio profesional.

Ahora bien, si pudiéramos pensar el campo de desarrollo profesional de los diseñadores industriales en términos de la configuración que el mismo presentaba en los años ‘90 –momento en que transcurrían las primeras camadas de estudiantes de Diseño Industrial de la UBA–, es preciso comprender el contexto en el que éste tenía lugar, el cual daba cuenta de una inserción ciertamente limitada, específicamente en el área ‘tradicional’: el diseño de productos industriales, lo cual condujo a numerosos profesionales a iniciar un camino basado en la ‘autogestión’.

En este sentido, y si bien la concepción de la disciplina se encontraba desde sus inicios orientada al diseño de productos, en esta década, factores como: la escasez de inserción en esta área específica, la ya débil articulación del diseño con la industria –y mismo el desconocimiento que presentan las empresas respecto a la figura del diseñador, siendo que su propia formación estaría orientada a la producción industrial–, la reestructuración laboral y los requerimientos de un mercado cambiante, como principales causas, comienzan a vincular al diseñador con nuevas áreas de acción, cuestión que se acentuaría mayormente en los años 2000. Bajo este contexto, el diseño de productos comenzaba a dejar de percibirse como la única vía específica de desarrollo de la actividad, al visibilizarse otros espacios de inserción, vinculados directamente o no, con ésta. Esto es, los nuevos ingresantes dieron inicio a la autogestión con mayor fuerza, buscando legitimar dicha práctica. Así, hacia los años 2000, se evidencia una reconfiguración, en relación a la década anterior, del campo de inserción profesional del Diseño industrial, dada la mayor actividad en torno al mismo, en la cual influyó ciertamente el nuevo contexto productivo de incentivo a la producción y consumo de bienes nacionales.

De este modo, al interior de este entramado complejo, el diseñador desarrolla sus acciones, alternando entre prácticas propias de un discurso devenido de una tradición selectiva (Williams, 2000), aquel que remite a la formación cuya área específica o legítima de inserción sería la industria, o dando cuenta del desarrollo de estrategias que, a modo de ruptura con lo instituido, habilitan nuevas prácticas emergentes, así como la reposición de otras, no tan nuevas –como la autoproducción–, pero articuladas con el nuevo contexto en que tienen lugar.

La diversidad de perfiles profesionales tiene su anclaje en este nuevo escenario, al interior del cual los mismos son definidos en torno a la lucha por el objeto en juego: la obtención de reconocimiento y legitimidad. La figura del diseñador busca ser reconocida en este entramado complejo, escenario de luchas y contradicciones, encuentros y desencuentros ante una indefinición que atraviesa, en sí misma, a la propia formación.

En línea con estas cuestiones, este trabajo busca analizar el campo de desempeño profesional de los diseñadores industriales, específicamente a partir del estudio de trayectorias laborales de los egresados de la carrera de Diseño Industrial de la Universidad de Buenos Aires. Se aplicaron para tal fin, entrevistas en profundidad a fin de recuperar las voces de estos profesionales y de poder reconstruir, en sus propios términos, las diversas modalidades de inserción al mercado laboral.

Inicios del desarrollo profesional y su legitimación en el campo del Diseño Industrial

Si pudiéramos pensar el campo de desarrollo profesional de los diseñadores industriales en términos de la configuración que el mismo presentaba en los años '90 –década en que se comienzan a insertar las primeras camadas de diseñadores formados en la Universidad de Buenos Aires, puesto que la carrera de Diseño Industrial tiene sus inicios en el '84, con una duración de 5 años– es preciso comprender el contexto en el que éste tenía lugar, el cual daba cuenta de una inserción ciertamente limitada, específicamente en el área ‘tradicional’: el diseño de productos industriales, dada la débil integración del diseño en las empresas, lo cual condujo a numerosos profesionales a iniciar un camino basado en la ‘autogestión.’

Me parece que en un punto había una cuestión que apuntaba a formar diseñadores para una industria inexistente. Nosotros no. Nosotros nos movimos en la Facultad, fuimos a la noche porque había un docente que nos interesaba, que era Hugo Kogan... Pero me parece que sí, como si la formación era como si saliésemos a una industria asentada en una relación con diseñadores industriales y no era así. Y que generábamos como ciertos productos a gran escala, que tampoco era así. (...) Cuando nos formamos, digamos, la cabeza era como empezar eso, a movernos y a generar posibilidades de cosas que no había dando vueltas. (...) Me parece que hay una cosa que yo la veo como mucho en la cuestión actual, de la posibilidad de ir y vender tu producto en un negocio, que eso genera como un círculo muy cerrado de producción. Nosotros éramos... no existían los negocios, pero íbamos a una agencia a ver si podíamos hacer regalos empresariales para la agencia, veíamos los temas de las escenografías, veíamos si nos podíamos meter en una industria. La industria del juguete, fuimos a una fábrica de juguetes, fuimos a Plata Lappas que hacía cosas en plata... Pero, digamos, todo nuestro roce tiene que ver con esa cosa más áspera del principio de ir buscándoselas, ingeniándolas para ver dónde nos metíamos. (...) Digamos, devenimos unos diseñadores-emprendedores-productores, que

me parece que es una figura que... se fue generando en el camino” (Raúl, Diseñador Industrial, FADU-UBA, diseñador en estudio independiente compartido con dos socios).

El desarrollo profesional remite a un camino por el cual el egresado debe transitar una vez recibido, o en muchos casos, como ocurrió con la mayoría de los entrevistados, durante el momento de cursada en la Facultad, a fin de incorporarse a un espacio laboral específico de su interés. Tal como sostiene este último entrevistado, ‘ellos’ –tres socios/diseñadores que comparten desde hace trece años un estudio de diseño– devinieron “diseñadores-emprendedores-productores”, una categoría autoasignada, autoconstruida, en función de un perfil identitario que fueron construyendo a lo largo del tiempo, a partir de una trayectoria profesional ‘autogenerada’.

Tal como evidencia este caso, pese a esta limitación en cuanto a la inserción profesional, y pese, sobre todo, a la débil situación industrial de ese momento, la inicial búsqueda de espacios en los cuales insertarse se vio signada, en muchos casos, por la inquietud, por el afán de desarrollar proyectos que permitieran desplegar a los egresados habilidades y competencias adquiridas en la formación. Es decir que, si bien esta última se percibía como mayormente orientada a una participación en la industria, al mismo tiempo esto parecía no tener correlato con la ‘realidad’, y dejaba por tanto a los egresados la posibilidad –o necesidad– de construir nuevos espacios donde desarrollarse profesionalmente, tanto durante la cursada como una vez recibidos:

Me parece interesante empezar a armar cosas porque de hecho mientras yo era alumno presentamos un proyecto en la Facultad que hubo un concurso y diseñamos un nuevo envase para análisis de orina y nos fue muy bien, entramos en una incubadora y estuvimos dos años en la incubadora. Entonces estuvo bien haber entendido que no era, que eras vos el que tenía que empezar a motorizar el asunto porque no te iban a venir a contratar... Estuvo buenísimo haberlo descubierto a tiempo y no esperar a que nadie venga por vos, eso estuvo bueno (Julio, Diseñador Industrial FADU-UBA, docente universitario y diseñador en estudio independiente).

...No todos son iguales y me parece que es una carrera que sí depende mucho de cómo vos vayas manejándote cuando salís de la carrera para ver qué diseñador industrial sos... (Joaquín, Diseñador Industrial FADU-UBA, diseñador independiente en estudio compartido con socios).

Las ideas que expresan los entrevistados cuando mencionan instancias como “eras vos el que tenía que empezar a motorizar el asunto”, o cuando hablan de “depende mucho de vos”, dan cuenta de la acción subjetiva que debe desarrollar y desplegar el diseñador para construir subjetivamente su identidad profesional, aquella que permitirá reconstruir, a modo de un rompecabezas, la propia figura, esto es, aquello que el entrevistado plantea cuando dice “depende de cómo vayas manejándote para ver qué diseñador industrial sos”. El entramado simbólico que subyace en esta reconstrucción de la figura de sí mismo como

profesional depende del accionar de cada diseñador, de cómo actúe y opere a fin de ‘hacerse un lugar’ en el mercado y en la sociedad.

En relación a este camino ‘autogestionado’ de los egresados, que ‘orienta’, según sus inquietudes e intereses, las búsquedas de inserción, generando muchas veces proyectos propios sin depender ‘del llamado de un industrial’, plantean lo siguiente:

¿Y cómo se insertaban o cómo buscaban ustedes el trabajo?

-...No, lo generábamos. Me parece que era generado... (Daniel, DI FADU-UBA, diseñador en estudio independiente).

-... Y digamos, nosotros somos diseñadores-productores, pre-2001, nos bancamos una crisis, qué sé yo, pero como hacíamos tantas cosas pudimos pasarla y seguir gestionando el diseño. Pero nunca vino una industria... Ojo, hicimos un peine para piojos, pero eso fue después de varios años de estar. Nosotros de estudio tenemos trece años. Tenemos mucho tiempo de estudio y de profesionales. Pero en principio había que autogenerarse ese camino y me parece que esa manera de autogestionarnos, de reinvertir lo que ganábamos, nos posiciona hoy como gente que hace diseño y producción y vende productos o vende diseño. (...) También nosotros, como nos hicimos en el momento, nos hicimos como bastante de abajo, entonces el desconocimiento de la profesión implicaba que vos arrancabas como desde atrás y eso generaba como un impulso distinto (Raúl, DI FADU-UBA, diseñador en estudio independiente).

El testimonio de este entrevistado, cuando menciona “nos hicimos desde abajo”, refleja un reconocimiento de sí y del propio lugar, éste es, la posición desde la cual partieron para llegar a ser reconocidos “como gente que hace diseño y producción”, luego de un camino en el cual debieron sortear numerosos obstáculos a fin de posicionarse como tales. De alguna manera, ellos, en tanto ‘nuevos ingresantes’ al campo del Diseño Industrial, fueron marcando el camino para quienes vendrían posteriormente. Fue así que estos entrevistados, del mismo modo que otros en su misma situación, iniciaron este camino de la autogestión que, hacia los años '90, comenzaba a desarrollarse como práctica profesional en este campo. El ‘autovenderse’ posteriormente se afianzaría como práctica dentro del mismo, hacia los años 2000.

Así, la llegada de nuevos ingresantes que buscaban desarrollar prácticas autogestionadas a fin de ‘hacerse’ un lugar en el mercado, generaba ciertos movimientos en el campo. En este sentido, podemos pensar que:

La iniciativa del cambio pertenece casi por definición a los recién llegados, que también son los que más carecen de capital específico, y que, en un universo en donde existir es diferir, es decir ocupar una posición distinta y distintiva, sólo existen, sin tener necesidad de pretenderlo, en tanto en cuanto consiguen afirmar su identidad, es decir su diferencia, que se la conozca y se la reconozca (“hacerse un nombre”), imponiendo unos modos de pensamiento y de expre-

sión nuevos, rupturistas con los modos de pensamiento vigentes (Bourdieu, 1995: 355).

De este modo, la construcción del camino que los entrevistados planteaban haber iniciado “desde abajo” los condujo a producir ciertas prácticas que, a modo de estrategias de promoción e inserción, fueron habilitando el espacio, al interior de un escenario complejo, con luchas, posiciones y discursos instalados en el campo de desarrollo profesional. En este sentido, uno de los entrevistados (Raúl) planteaba un discurso recurrente que se le presentaba al momento de la inserción: “acá está todo inventado, ¿qué querés inventar?”, el cual remitía a un obstáculo para el ingresante, que debía ser sorteado a partir de nuevas estrategias que permitieran ‘ganarse’ un espacio, y alcanzar, pese a esto, el reconocimiento, como objeto en juego dentro del propio campo.

Si bien, en estos casos, el inicial trabajo ‘como diseñadores’ estuvo vinculado a un área específica del diseño industrial, algunos en una primera instancia y otros luego de un camino de inserciones diversas, tal como veremos a continuación, la planteada ‘diversidad’ inherente a la inserción de estos profesionales ya comenzaba a volverse visible en esta década. De este modo, podemos observar el relato de otro entrevistado, quien plantea haber accedido desde su graduación, en los años ’90, a trabajos no vinculados directamente al diseño industrial, o al diseño de productos:

- ...Yo termino la Facu [en 1993] y empiezo a laburar en Canal 13, a partir de una convocatoria que hace ahí un docente. Bueno, nos presentamos varios, bueno queodo yo y... y ahí estuve laburando 12 años...

-¿Y qué es lo que hacías ahí?

- La parte gráfica, en el Departamento de Gráfica. Y... haciendo más que nada 3D. Como el jefe de ahí, digamos como que vio la posibilidad de a partir del 3D que también estaba empezando en ese momento a usarse, a hacerse más popular... El veía que necesitaba a alguien digamos como que tenga idea del espacio y los objetos más allá de los diseñadores gráficos que era la gente que estaba laburando en ese lugar. Y bueno, ahí laburé haciendo gráfica, algunas escenografías que eran como con cromo, o sea, en 3D, y bueno, fue una experiencia muy buena, más que nada a nivel de conocimiento de una realidad laboral.

- ¿Sentías que había una experiencia de profesión ahí de estar vinculado ya a eso?

- Y... no. Porque era una cosa como muy, muy por el costado de la profesión. Era por ahí... por el conocimiento técnico-geométrico más que nada. Era construir algo y a partir de... Muchas veces pasa que el diseñador gráfico no tiene como una base de geometría o morfología para entender ciertas cosas. Bueno, en ese caso sí, yo... digamos lo entendía y aportaba. Pero después, bueno, mi laburo fue gráfico. Pero, más allá de mi como persona, era como, mi caso era medio como para exponer, “uy, hay un egresado de la Facultad que

está laborando en un departamento de un canal de televisión”. O sea, era como un ejemplo del abanico de posibilidades que tenía la carrera, que puedas hacer desde un auto hasta se puede trabajar en un canal de TV (Daniel, Diseñador Industrial, FADU-UBA).

En algunos casos, como este relato por ejemplo, la experiencia laboral parece no adscribirse a la tarea específica del diseñador industrial: el diseño de productos al interior de la industria. De este modo, la posibilidad de inserción en otros espacios que no evidencian una relación directa con esta actividad pone en escena la peculiaridad de la profesión: su apertura, su amplitud vinculada a la realización de tareas diversas, emparentadas o no con una práctica proyectual industrial, emparentadas o no con el diseño industrial. Un cuestionamiento surge a partir de este análisis: ¿el diseñador industrial en su amplia posibilidad de inserción, dada la redefinición de su propia actividad, realiza su labor proyectual a partir de la cual se inscribe profesionalmente y se constituye su figura? ¿Si hablamos de diseño industrial no nos remitimos al área de proyectación de bienes, a ser recreados en serie, por medio de procesos industriales, tal como planteara Maldonado?¹

Pero si retomamos la idea de Blanco, a partir de la cual el diseño industrial, o el diseño de productos pensado en términos de producción industrial, constituye en sí un pensamiento perimido, podemos cuestionar la afirmación maldoniana. Hablamos de un cuestionamiento que parece construirse sobre una encrucijada: la propia delimitación de la actividad no es tal, y justamente la realidad experimentada por los egresados en relación a su inserción da cuenta de ello.

En algunos relatos, esta cuestión que aparece como clara en referencia al diseño de productos industriales en tanto actividad específica del diseñador industrial, parece no ser tal, o mejor dicho, parece no corresponderse al contexto latinoamericano, o específicamente en este caso, al argentino. La posibilidad de desarrollo profesional, desde esta visión, remite a un contexto en el cual tiene lugar esta apertura a la realización de actividades diversas por parte de los diseñadores.

Esta concepción disciplinar legitimada por el devenir histórico de la práctica del diseño en tanto elemento ciertamente propio del campo técnico-industrial remite a una instancia atravesada y habilitada por una tradición que, en términos de Williams, actúa como “una fuerza activamente configurativa, ya que en la práctica la tradición es la expresión más evidente de las presiones y límites dominantes y hegemónicos” (2000: 137). En este sentido, “lo que debemos comprender no es precisamente “una tradición”, sino una tradición selectiva: una versión intencionalmente selectiva de un pasado configurativo y de un presente preconfigurado, que resulta entonces poderosamente operativo dentro del proceso de definición e identificación cultural y social” (Williams, 2000: 137). Esto es, si aún el debate en torno a la configuración o espacio de inserción del Diseño Industrial refiere a si su participación activa se inscribe en el contexto industrial o excede a éste, si aún queda validado el pensamiento que circunscribe el accionar del diseñador industrial en el entorno de la industria, es porque esta tradición, o mejor dicho, esta tradición selectiva cuyo discurso emparenta la práctica del diseño industrial vinculado a su participación en la industria, de acuerdo a valores y creencias que lo legitiman, aún actúa con fuerza, instalando y posibilitando este tipo de discursos.

Si bien, no hay una visión única que permita ubicar al diseño en una sola línea de acción, sino que, tanto la postura más ‘industrialista’ –si se permite el término–, como aquella más diversa, que habilita a la construcción de perfiles profesionales diferenciados, excediendo el mero espacio de intervención en las empresas, dan cuenta del escenario actual en que tiene lugar la inserción de los profesionales universitarios en Diseño Industrial. Esto es posible, si pensamos en la emergencia o visibilidad de nuevas prácticas –o viejas prácticas repositionadas con mayor fuerza, como la autoproducción– que se volvieron presentes en un contexto cuyo marco económico dio lugar a su producción. En este sentido, y volviendo nuevamente al planteo de Williams, lo emergente remite, así, a “los nuevos significados y valores, nuevas prácticas, nuevas relaciones y tipos de relaciones que se crean continuamente” (2000: 145), podemos decir, en el seno de la cultura dominante. Con lo cual, pensar la posibilidad de emergencia de estas nuevas prácticas instaladas en un contexto que, de alguna manera, les dio lugar y visibilidad, sugiere reflexionar sobre su presencia como elementos propios de un orden social dinámico, que atraviesa cambios y produce, en su interior, nuevos valores y prácticas, configurados como elementos alternativos a las prácticas dominantes, en torno a una tradición selectiva que las configuró como tales. Del mismo modo, un contexto en el cual la relación diseño industrial e industria no ha alcanzado una imbricación significativa, ha condicionado esta misma tradición, habilitando justamente la emergencia de estos nuevos elementos y discursos.

Inserción profesional en un entramado complejo

Ahora bien, al hablar de la inserción laboral de los diseñadores industriales y de la conformación de sus perfiles profesionales, a la luz de la formación obtenida, debemos remitirnos a la pluralidad de actividades que componen el repertorio de posibilidades de acción de estos egresados, lo cual se debe en parte a la redefinición de la figura del diseñador industrial, de su tradicional espacio de inserción al interior de la industria.

Si bien la concepción de la disciplina se encontraba desde sus inicios orientada al diseño de productos, en esta década, factores como: la escasez de inserción en esta área específica, la reestructuración laboral llevada a cabo en el mercado de trabajo, la mayor flexibilidad de los puestos de trabajo que adquiere el nuevo capitalismo posfordista, y la débil articulación del diseño con la industria, como principales causas, comienzan a vincular al diseñador con nuevas áreas de acción, cuestión que se acentuaría mayormente en los años 2000. Bajo este contexto, el diseño de productos comenzaba a dejar de percibirse como la única vía o área específica de desarrollo de esta actividad, al visibilizarse otros espacios de inserción, vinculados directamente, o no, con esta área.

En este contexto, es preciso destacar, entonces, los diversos actores que tienen lugar al interior de este campo específico y le brindan dinamismo. Esto es, tanto los diseñadores previamente instalados como los nuevos ingresantes, junto a los estudios de diseño y las empresas –entendidos estos últimos dos, como núcleos posibles de inserción–, y la Universidad, cuyo rol formador incide en la construcción legitimante del desempeño profesional del diseñador industrial, podemos decir que los mismos constituyen los principales actores del campo de inserción laboral en Diseño Industrial. Finalmente, el mercado de

bienes, cuya oferta y demanda de productos intervenidos por diseñadores habilitan la participación de los mismos, incluyéndolos, reconociéndolos –o desconociéndolos–, construye y dinamiza el espacio de desarrollo profesional del diseñador industrial.

Así, al interior de este entramado con sus propias reglas de juego, y con un objeto en juego, el diseñador desarrolla sus acciones, alternando entre prácticas propias de un discurso devenido de una tradición selectiva, o dando cuenta del desarrollo de estrategias que, a modo de ruptura con lo instituido, habilitan nuevas prácticas emergentes, así como la reposición de otras, no tan nuevas, pero articuladas con el contexto en que tienen lugar. Podemos dar cuenta de este escenario del campo de desarrollo profesional, con sus respectivos actores, quienes configuran las reglas, las cumplen o las revierten, a través de la puesta en acción de prácticas, a modo de estrategias, que permiten construir legitimidad en torno a la figura de los mismos, evidenciando sus posibilidades de alcanzar el objeto –lucha mediante– el cual está conformado por el reconocimiento y la legitimidad en torno al posicionamiento profesional en el campo del Diseño industrial. La dinámica misma de estos actores contribuyó a la redefinición de la figura del diseñador industrial en términos más amplios, lo cual debe entenderse a partir de transformaciones de diversa índole que ha atravesado la sociedad y que ha dado lugar a una resignificación de la propia actividad del diseñador. En este sentido, es preciso pensar, en términos de Merardo Chiapponi, lo siguiente:

Al sostener que el diseñador industrial es esencialmente un especialista en la proyectación y planificación de los productos industriales, no se le reducen por otra parte los campos de investigación y de actividad sino que, al contrario, se abren espacios en los cuales su aporte goza de merecidos reconocimientos y tiene significativas ocasiones de incidir en la realidad. Esto es tanto más verdadero en la situación actual, en la que profundas transformaciones tecnológicas, sociales, económicas, culturales y ambientales hacen necesaria una reflexión total acerca de la cultura material contemporánea y hacen posible, tal vez por primera vez después de la fase inicial del proceso de industrialización, el nacimiento de nuevas tipologías de los objetos (Chiapponi, 1999: 10).

En relación a esto, la situación de mercado que ha atravesado el país en las últimas décadas, tanto en los años '70 como en los '90, períodos de gran deterioro de la industria nacional, ha repercutido en la redefinición de los perfiles profesionales de los egresados en Diseño Industrial. En este sentido, tal como plantea Laura Braconi, en relación a su investigación sobre trayectorias de graduados de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Cuyo, podemos observar que:

La compleja reestructuración que ha sufrido el mercado laboral en las últimas décadas, ha llevado a los graduados de Diseño Industrial, en sus dos orientaciones: producto y gráfica, a hacer sustanciales adaptaciones, ya que las competencias requeridas han ido variando según el momento y son muy diferentes de las exigidas históricamente (Braconi, 2009: 1).

Es decir, que las nuevas condiciones laborales generadas en torno al proceso de flexibilización que tuvo lugar en los años '90, así como la dinámica económica de globalización iniciada entre los años '70 y '80, y acentuada en nuestro país en la siguiente década, incidió en la reconfiguración de las trayectorias laborales, así como en la modalidad de ingreso al mercado de trabajo.

En este sentido, podemos dar cuenta de los principios planteados por Dubar y Tripier en torno al concepto de profesión, los cuales remiten a la integración de aspectos sociales, culturales, institucionales, jurídicos, así como objetivos y subjetivos que permean las propias trayectorias de los individuos. Los mismos están constituidos por los siguientes criterios:

1. La profesión no se puede separar del medio social donde es practicada.
2. La profesión no está unificada, pero pueden identificarse muy claramente los fragmentos profesionales organizados y competitivos, las segmentaciones, las diferenciaciones y los procesos de estallido.
3. No existen profesiones estables, todas tienen procesos de estructuración y de desestructuración donde pesan los procesos históricos, los contextos culturales y jurídicos, las coyunturas políticas, etc.
4. La profesión no es objetiva sino una relación dinámica entre las instituciones, la organización de la formación, la gestión de la actividad y de las trayectorias, caminos, biografías individuales en el seno de las cuales se construyen y se deconstruyen las identidades profesionales, tanto sociales como personales (Dubar y Tripier (1988), en Panaia, 2006: 12).

De este modo, la profesión da cuenta de la integración de diversas instancias que dan lugar a la construcción de la identidad profesional, a partir de la interacción entre la propia biografía y el devenir social. En este sentido, este camino profesional, tal como observábamos en el testimonio inicial de uno de los entrevistados (Raúl), se conforma en la integración de elementos propios, deseos, intereses, inquietudes, así como habilidades, competencias, con componentes objetivos, como los diversos actores con los cuales los individuos interactúan en este (o estos) camino(s), que inciden en la propia construcción identitaria profesional.

Es decir que la identidad profesional supone una construcción basada en el dinamismo propio de todo devenir histórico-social, que permea las subjetividades, así como en la articulación de los elementos subjetivos y objetivos que inciden en esta configuración. De esta manera, la identidad se compone de un carácter flexible que la vuelve permeable a los cambios y dinamisismos propios, tanto del individuo como del orden social y espacio-temporal que lo configuran. Los sujetos encuentran al interior de éste un espacio en torno al cual desarrollar sus capacidades y potencialidades, enfrentar obstáculos y dificultades, y construyen, así, según orientaciones propias o del entorno mismo, un camino a seguir. De este modo, volviendo al caso planteado por este entrevistado —el cual claramente refleja el camino iniciado por diversos egresados, basado en la búsqueda autogestionada de

espacios de inserción, desde una ‘autopromoción’ de las propias capacidades–, el descubrimiento de un mercado para el cual el diseño aún tenía todo por ofrecer, combinado a la curiosidad del egresado, en su búsqueda por alcanzar espacios posibles de desarrollo de la actividad, orientaban y construían el camino profesional, ya no circunscripto únicamente al ámbito de la industria, dada la necesidad de abrirse nuevos espacios por fuera de ésta.

Así, la posibilidad de insertarse laboralmente vendría de la mano de una autogeneración del empleo, y no de la idea de esperar a que un industrial los convocara para trabajar en una empresa. Esto es, la inserción, en muchos casos, se basaba en el desarrollo de un trabajo autogestionado, a partir del recorrido llevado a cabo por cada estudiante o graduado, en función de su inquietud, movimiento e intuición.

Hablamos también de ciertos *habitus* incorporados, ciertas formas de aprehender las estructuras sociales, ciertos esquemas de percepción y acción, que devendrían en determinadas modalidades de inserción. La diversidad de prácticas que comienza a tener lugar en estos años –los ’90– y que pasa a configurar el ejercicio profesional del diseñador industrial, se encuentra en cierta forma ‘habilitada’ debido a la existencia de un *habitus* performador que, siendo el anclaje de una historia objetivada en instituciones, estructuras y discursos sociales, se subjetiviza en el desarrollo de las prácticas mismas. De este modo, observamos que:

Debido a que el *habitus* es una capacidad infinita de engendrar en total libertad (controlada) productos –pensamientos, percepciones, expresiones, acciones– que tienen siempre como límites las condiciones de su producción, histórica y socialmente situadas, la libertad condicionada y condicional que asegura está tan alejada de una creación de imprevisible novedad como de una simple reproducción mecánica de los condicionamientos iniciales. (...) Es así como el *habitus*, igual que todo *arte de inventar*, permite producir un número infinito de prácticas, relativamente imprevisibles, pero limitadas en su diversidad (Bourdieu, 1992: 96-97).

Esto es, hablamos de prácticas subjetivas sostenidas por una historia y unos principios que orientan y dan lugar a las acciones. Las mismas pasan a constituirse en un marco ‘de lo esperable’, en tanto resultado de imbricaciones subjetivas y objetivas socialmente estructuradas. Si podemos pensar en las prácticas que constituyen la búsqueda de desarrollo profesional de estos egresados en tanto acciones conformes a tradiciones, principios, discursos, contextos históricos y sociales que de alguna manera condicionan a las mismas, es por la existencia de un *habitus* que atraviesa estas mismas prácticas, que las origina en tanto expresión del orden del cual forman parte, constituidas en tanto estrategias propias que permiten alcanzar el capital en juego, al interior de un campo específico. En este sentido, “si las prácticas de los miembros del mismo grupo o, en una sociedad diferenciada, de la misma clase, están siempre más y mejor concertadas de lo que saben y quieren los agentes, es porque, como dice Leibniz, “no siguiendo más que sus propias leyes”, cada uno “se pone de acuerdo con el otro”” (Bourdieu, 1992: 102). Esta idea de “seguir sus propias leyes”, sobre la base de una creencia colectiva compartida, a modo de una *illusio* que habilita el juego y recrea el interés de los agentes por formar parte de éste, y del propio campo, refleja la actitud que los entrevistados manifiestan una vez finalizada la carrera universi-

taria, al 'apostar' por el juego, desplegando sus habilidades, y emprendiendo así los inicios al interior de un campo complejo, que demanda prácticas a modo de estrategias, y que seguramente, quienes más las desarrollen, más comprendan las reglas del juego, menor complejidad o dificultades percibirán al momento de posicionarse dentro de éste.

En este sentido, de acuerdo al relato de diversos entrevistados, una cuestión planteada al momento de insertarse en el mercado tiene que ver con la "curiosidad" o la "inquietud" que desarrolla el egresado, referidas a los propios intereses, y en función de los cuales busca orientar la profesión hacia una determinada área de acción. Si bien la formación apela principalmente a una orientación de servicio a la industria, como hemos planteado anteriormente, la diversidad de actividades en las cuales un diseñador industrial puede desempeñarse, amplía el escenario de inserción, dando cuenta de un abanico de múltiples posibilidades en torno a las cuales desarrollarse profesionalmente. En relación a esto, algunos entrevistados plantean lo siguiente:

A mí me parece que la carrera es increíble de buena, me encanta, y que tiene infinitas aplicaciones. Que está en cada uno lo que quiere hacer. Me parece que está bueno eso, porque cuando empezás a ver, tenés tantas posibilidades de aplicarlo... Vos podés hacer hasta una tostada con diferentes formas, y vender hasta un vehículo, hasta una mesa, es una infinidad la cantidad de cosas. Un arquitecto tiene muchísima menos posibilidad de intervenir porque si bien tenés hospitales, casas de familia o edificios, es acotado lo que podés hacer. El diseñador industrial tiene dos millones de aplicaciones. (...) No importa en qué país estés, en qué país vivas y en qué situación económica, siempre hay dos millones de cosas para hacer. Y cosas que se pueden mejorar y cosas que se podrían aplicar... Para mí depende de uno, no depende del mercado (Sebastián, DI, FADU-UBA).

Una cosa es la formación, o sea las herramientas que como diseñadores tenemos. Me parece que es una disciplina que es muy rica y que te abre la cabeza. Entonces en la formación de un diseñador industrial, vos tenés herramientas de producción, que es la parte de saber cómo se hacen las cosas. Después tenés cierta cuestión de un oficio. La carrera te da un oficio que es cómo resolver determinados problemas y ver a través de la realización de un producto. Después te da cierta cuestión de sensibilidad estética, artística y cierta cultura de diseño que me parece que es como muy rico. Entonces en todo eso, decía un egresado nuestro el otro día que ahora es profesor de acá, la carrera te da una caja de herramientas, en función de tus posibilidades y tu suerte, de lo que vos puedas hacer, vas a encontrarle la vuelta (Daniel W., DI, FADU-UBA).

Tal como hemos observado, la incorporación de los nuevos ingresantes al campo configura en ciertos casos el despliegue de nuevas estrategias de participación dentro del mismo, revirtiendo o modificando en algunos casos prácticas ya instaladas, del mismo modo que pueden movilizar posiciones propias o de otros actores. Cabe destacar que este campo complejo, al interior de un contexto que ha atravesado transformaciones en las últimas

décadas, tanto en términos económicos, como sociales y culturales, ha dado lugar a la emergencia de diversos espacios de inserción laboral, así como de perfiles profesionales diferenciados en relación a la figura del diseñador industrial. De este modo, si bien durante los años '90 comenzaba a conformarse un abanico de posibilidades de inserción en torno a los perfiles profesionales de los egresados de Diseño Industrial de la UBA, y esto, justamente, porque comenzaba a redefinirse la concepción de la inserción en la industria como única salida laboral de estos diseñadores, cabe destacar que es a partir de la década del 2000, específicamente a partir de la reactivación económica tras la denominada 'crisis de 2001', que se acentúa la diversidad de acción como constitutiva a la inserción profesional de estos egresados en el mercado.

Así, en este nuevo contexto, se evidencia una reconfiguración del campo de inserción profesional del Diseño Industrial, dado el mayor desarrollo de esta actividad a partir de un mayor conocimiento a nivel industrial de este servicio –en el cual influyeron, e influyen, los centros o programas gubernamentales destinados a este fin–, así como también a partir de la generación de proyectos de tipo independiente, sea a través de la proliferación de estudios de diseño, la participación *free lance* o la producción autogestionada –autoproducción– en relación a la cual el 'diseño de autor' ha acrecentado su acción, a partir de la puesta en escena de circuitos de diseño en la ciudad de Buenos Aires, como el caso inicial del barrio de Palermo. En este sentido, una diseñadora entrevistada expresa que:

... Muchos de estos emprendimientos nuevos que aparecen a partir de la crisis tienen que ver también con la Facultad, porque hay un trabajo práctico que se hace, que es legendario, donde vos en el último año lo que hacés es una serie de producción, tenés que hacer, ponerle, veinte productos, de un producto de consumo, simple, por ejemplo, puede ser, no sé, un cenicero, una taza de café, una bandeja, algo, vos lo decidís y vos tenés que pensar cómo lo vas a fabricar, y tu entrega es entregar los veinte productos. Al desarrollarse ese tipo de ejercicio desde la Facultad los pibes se iban de la Facultad con eso bajo el brazo, con una pequeña serie de producción y habiendo experimentado ese tipo de producción, entonces, ¿qué aparece? la autogestión, el emprendedor, el tipo que al no haber industria y no poderse meter en la empresa, ¿qué hace? va a vender sus productos a estos mercados que se empiezan a generar y que además ellos mismos son los que los generan, porque son los diseñadores que se meten ahí los que terminan haciendo que Palermo crezca, y ahí aparece moda, aparecen productos (Daniela, becaria UBACyT y docente en FADU-UBA).

En este sentido, la práctica de la autoproducción fue una instancia que surgió desde los mismos alumnos, al asumir que ellos podían –y querían– realizar sus propias piezas, lo cual fue contemplado por la Facultad. En función de esto, no sólo se redefinió institucionalmente la disciplina, sino el propio perfil profesional, tradicionalmente orientado a la industria, ahora vinculado también a la autoproducción, constituyéndose en uno de sus perfiles más desarrollados en estos últimos años. En este sentido, Beatriz Galán sostiene que: "En nuestro medio, el liderazgo del diseño en el ámbito de las industrias culturales fue acompañado desde proyectos pedagógicos por la Universidad de Buenos Aires", en clara

referencia a la práctica de autoproducción iniciada en el marco de la Cátedra Taller de Diseño Industrial, a cargo del Arq. Ricardo Blanco, en el Cuarto Nivel, a partir del año 2000. Esto es, el proceso de mayor apertura profesional dado por este nuevo escenario, pero devenido de una práctica tradicional como es la inserción del diseñador en la industria, que se encontraba en este momento en una situación compleja, al evidenciarse una 'grieta' entre este servicio y la industria en nuestro país, generó una mayor participación de los diseñadores como trabajadores independientes, dado el contexto de reestructuración del mercado laboral, que, tal como planteaba Braconi, orientó a los profesionales del Diseño a modificar sus perfiles y orientaciones profesionales. Este campo de inserción, sin dudas, se vio modificado por estos condicionantes, sumado al aval que brindó la Universidad al generar una orientación basada en la autoproducción, lo cual incentivó esta práctica profesional. Así, a partir del 2000, se reconfiguró el campo del Diseño Industrial, a partir de: una mayor participación de diseñadores en el mercado (preeminencia de inserción en formas autogestionadas: estudios de diseño, autoproducción, diseño 'de autor', *free lance*; en menor medida inserción en empresas en relación de dependencia); estudios de diseño independiente; industria (gradualmente más receptiva a incorporar diseño en la producción); centros de promoción del diseño industrial; instituciones académicas de formación. Se acentúa la diversidad de perfiles profesionales, así como la competencia entre diseñadores instalados y nuevos ingresantes (y entre estos entre sí) en lucha por el reconocimiento y la legitimidad.

La diversidad de perfiles profesionales, entonces, tiene su anclaje en este nuevo escenario de inserción laboral, al interior del cual participan los diferentes actores imbricados en la lucha por la obtención de reconocimiento, de legitimidad, y en relación a un proceso de construcción identitaria que tiene lugar, día a día, en función de la definición y redefinición de la identidad profesional de los diseñadores industriales.

Conclusiones

Al analizar la configuración del campo –en línea con Bourdieu– de inserción laboral de los diseñadores industriales egresados de la Universidad de Buenos Aires, fue importante considerar algunas cuestiones que dan lugar a pensar la constitución de los mismos como profesionales.

En primer lugar, el diseñador industrial se abre camino en un trayecto al interior del cual se entrecruzan desencuentros y conflictos que complejizan su trama laboral, su campo de inserción y acción. El presente profesional se muestra, por lo tanto, colmado de desafíos, pero en un contexto de alta diversidad, mayor apertura y despliegue de saberes y competencias que lo vuelven un agente potencial de múltiples acciones y desarrollos al servicio de la sociedad. En segundo lugar, el escenario que se presenta es ciertamente complejo, al igual que esta figura también lo es. Pero con una clara idoneidad de los procesos productivos, del entorno social y cultural, y de las necesidades inherentes a éste, sumado a una mayor especialización al interior de un campo diverso, estos profesionales pueden alcanzar una especificidad consolidada, así como un mayor reconocimiento en su espacio de inserción, arrojando luz sobre su propia figura e identidad profesional.

En este sentido, tal como mencionara una entrevistada, “todo es cuestión de legitimidad”, ante lo cual bien vale pensar que las divergencias y convergencias en torno a esta figura profesional, así como el propio devenir histórico de la disciplina, en tanto resultado de saberes y discursos diversos, de desfasajes inherentes a la profesión, entre formación y actividad profesional, conforman y delimitan tanto el reconocimiento de este actor, su trayectoria, como su identidad profesional. La legitimidad se construye, así, sobre la base de estas convergencias y divergencias, tal como supone la propia formación. La construcción de la identidad profesional es depositaria de estas continuidades y rupturas que atañen a la propia disciplina, así como la valoración de este profesional, en tanto resultado de un proceso de legitimación de saberes y competencias que, aún, debe consolidarse socialmente. Si bien hablamos de reconocimiento y legitimación de esta figura, del diseño mismo como servicio para la sociedad, la valoración, la instancia de valorización de la misma, aún dista de estar consolidada.

En la medida, entonces, en que los diseñadores puedan plantearse no sólo como generadores de ‘valor’ para la producción, de ‘valor agregado’ para la misma, sino como ‘perceptores’ de valor, esta ‘reciprocidad de valoraciones’ configurará el espacio de legitimación de saberes y competencias en torno a los cuales el valor del trabajo del diseñador será producido y socialmente asumido. A su vez, en la medida en que se produzca una mayor articulación entre el ‘Yo’ y el ‘Otro’, entre diseñadores y clientes, entre diseñadores e industriales, entre diseño e industria, entre formación y actividad profesional, la valoración podrá ser alcanzada, junto a un mayor reconocimiento y legitimidad, en tanto *enjeux*, en tanto objeto en juego disputado dentro del campo profesional del Diseño Industrial.

Notas

1. Ver Maldonado, T. (1993). *El Diseño Industrial reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (2000). *Cuestiones de sociología*. Madrid: Istmo.
- Bourdieu, P. (1995). *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1992). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- Braconi, L. (2009). Análisis de la trayectoria académica y datos laborales. Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo. [On line]. Disponible en: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/2769/braconitrayectoria.pdf
- Chiapponi, M. (1999). *Cultura social del producto. Nuevas fronteras para el diseño industrial*. Buenos Aires: Infinito.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós (Comunicación).
- Panaia, M. (2006). *Trayectorias de ingenieros tecnológicos. Graduados y alumnos en el mercado de trabajo*. Buenos Aires: Miño y Dávila /Universidad Tecnológica Nacional-Regional Gral. Pacheco.

Williams, R. (2000) *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península/Biblos.

Abstract: In Bourdieu's terms, those who participate in the field, compete for the (symbolic) appropriation of the object, for the scope of a specific authority, and for recognition, making use of one's capital to become "dominant" actors and hold thus this authority, recognized as legitimate.

This can be seen when studying the professional field of Industrial Design, where the articulation of actors in play –both already installed and new entrants– involves the struggle for the appropriation of capital: economic, symbolic (prestige, recognition), cultural or educational, generating in turn new positions in the professional space.

In this way, it is interesting to investigate in the present work, the constitution of this field in the light of the Bourdean theory, with the purpose of understanding the work trajectories of the designers, their practices, as well as the relations given to the interior of this, the oriented fights in order to reach the disputed *enjeux*.

Keywords: Industrial design - Field - Labor insertion - Work trajectories - Professional development.

Resumo: Nos termos de Bourdieu, aqueles que participam do campo competem pela apropriação (simbólica) do objeto, pelo escopo de uma autoridade específica e pelo reconhecimento, fazendo uso do capital para se tornarem atores "dominantes" e assim esta autoridade, reconhecida como legítima.

Isso pode ser visto quando se estuda o campo profissional do Desenho Industrial, onde a articulação de atores em jogo –ambos já instalados e novos entrantes– envolve a luta pela apropriação do capital: econômico, simbólico (prestígio, reconhecimento), cultural ou educacional, gerando por sua vez novos posicionamentos no espaço profissional.

Assim, interessados em investigar neste trabalho, a constituição deste campo à luz da teoria bourdeana, a fim de compreender as carreiras de designers, suas práticas e relações indicados dentro deste, o lutas orientadas para atingir o *enjeux* contestado.

Palavras chave: Desenho industrial - Campo - Inserção laboral - Trajetórias de trabalho - Desenvolvimento profissional.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

Aprender a verse como una marca. El cálculo, tiempo y *ethos* en Argelia 60

Bárbara Guerschman *

Resumen: El objetivo de este artículo consiste en describir el proceso por el cual un grupo de diseñadores de indumentaria son reconocidos como *marcas* por otros agentes en el campo de la moda con quienes se vinculan para confeccionar, exhibir y comercializar sus colecciones de temporada: modelistas, asesores en marketing, estilistas, productores de desfiles y dueños de tiendas multimarcas.

Mi propósito es comprender de qué formas, en el curso de este proceso, los diseñadores incorporan el “cálculo” en su conducta como una ética que, según la define Pierre Bourdieu, es constitutiva de la economía capitalista e implica la percepción temporal del futuro distanciada del presente inmediato que caracteriza las economías precapitalistas. Teniendo en cuenta mi trabajo de campo etnográfico realizado entre 2005 y 2018, analizaré cómo ellos aprehenden dicha ética al comercializar las colecciones, en espacios como los locales de venta al público, las tiendas multimarcas y los eventos bianuales de moda.

Palabras clave: cálculo - tiempo - moda - diseño - colección - Argelia 60.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 174-175]

(*) Magister en Antropología Social (IDES - IDAES - UNSAM) y licenciada en antropología social (UBA). Docente de grado en la carrera de Psicología en la Universidad de Belgrano y la carrera de Antropología en la Universidad de Buenos Aires. Estudia temáticas ligadas al cuerpo, la moda y el diseño. Específicamente, en la maestría y doctorado, analiza la participación de un grupo de diseñadores de indumentaria en eventos de moda y desfiles de temporada. Ha intervenido con publicaciones y capítulos en compilaciones, congresos y jornadas de Sociología y Antropología. barbara.guerschman@gmail.com

Introducción

A comienzos del 2005 y por más de una década, he desarrollado mi trabajo de campo etnográfico que incluyó la realización de entrevistas abiertas a diseñadores de indumentaria: mujeres y hombres recibidos de carreras de diseño y provenientes de otras profesiones como administración de empresas, artes plásticas o arquitectura. Sus colecciones com-

prendían principalmente prendas de vestir sumado a calzado, artículos de marroquinería y piezas de joyería.

Sumado a las entrevistas, llevé a cabo observaciones en locales de venta al público situados en los barrios de Palermo y Retiro, así como en puestos y desfiles realizados en dos eventos públicos organizados en CABA: el BAF Week (abreviación de “Buenos Aires Fashion Week”) y “Puro Diseño”. El primer evento es bianual e incluye la exhibición de colecciones de indumentaria en desfiles y stands, en correspondencia con la realización de las “semanas de la moda” en diferentes ciudades. La segunda feria es anual e incluye puestos en los cuales se comercializa indumentaria, mobiliario y objetos de decoración.

En el curso de mis encuentros con los diseñadores, al preguntarles cómo se consideraban a sí mismos, ellos no solían expresar: *fundé una empresa, soy un empresario o un emprendedor*. Por el contrario, señalaban: *soy una marca de diseñador, pero no soy una marca comercial o de shopping*. A medida que avanzaba en la investigación, advertí que estas distinciones eran igualmente reafirmadas por periodistas y editores de moda en sus ensayos y reseñas de revistas¹.

La marca y el diseñador operaban como categorías de adscripción que, en determinadas situaciones, los informantes oponían entre sí y en otras, las articulaban para indicar el proceso en el cual estaban implicados: *soy un diseñador que estoy en camino de ser una marca*. Respecto a la realización de las colecciones, constituirse como una marca significaba incrementar progresivamente la cantidad producida de prendas por modelos de temporada a temporada.

La diferencia entre las marcas y los diseñadores se expresaba además en el número de locales de venta al público. Mientras que una marca de *shopping* detentaba al menos cinco locales en los centros comerciales y la vía pública; el diseñador contaba generalmente con un único local en ésta última (en los periodos de mayor expansión, llegaba a sostener dos) o un showroom instalado en un departamento o casa donde comercializaba la vestimenta y, en algunas ocasiones, dictaba cursos de moldería y sastrería a estudiantes de diseño.

En la trayectoria de estos diseñadores, se alternaban ciclos en los cuales incrementaban los volúmenes de producción o los reducían, abrían y cerraban negocios en diferentes barrios. En ciertas épocas, realizaban sistemáticamente colecciones de temporada y en otras dejaban de hacerlo para confeccionar una determinada cantidad de prendas a fin de cumplir con el pedido puntual de un cliente.

Sumado a las modificaciones en los volúmenes de producción y la cantidad de locales, los diseñadores se diferenciaban de las marcas comerciales respecto a la *copia de tendencias*. Con este término, designaban la apropiación de los estilos de vestir y la selección de tonos en una paleta de colores de una temporada que las marcas reproducían en la moldería² de la colección. Estos estilos de vestir provienen de ciudades reconocidas como “centros” o “capitales” de la moda –las cuatro más reconocidas son París, Nueva York, Tokio o Londres– y se difunden a otras urbes³. Esta difusión instaura un desfase temporal y espacial entre los hemisferios norte y sur lo cual significa que, cuando en algunas ciudades, las empresas exhiben las colecciones de primavera-verano del 2018, en las pasarelas de desfiles realizados en otras urbes ya se anticipa el otoño-invierno del 2019.

Llegar a ser una marca implicaba tener en cuenta las tendencias al planificar una colección y, como expresión de tal influencia, quienes estaban a cargo de tal planificación llevaban a

cabo los *viajes de producto* a los centros indicados para adquirir información sobre las tendencias. Desde la perspectiva de los diseñadores, las marcas comerciales se caracterizaban por replicar las tendencias de forma literal, una réplica que estaba ausente en el desarrollo de sus propias colecciones. Aun reconociendo la influencia de las tendencias, aclaraban que no las copiaban sino que las adecuaban a su identidad. Los diseñadores objetaban pues la copia en su propia producción, estableciendo una distancia moral respecto a las marcas comerciales. Si bien reconocían estar involucrados en un proceso que los llevaba a ser marcas, enfatizaban que el mismo no los constituía en marcas de shopping⁴. Teniendo en cuenta lo señalado, el objetivo de este artículo consiste en comprender cómo estos diseñadores se reconocen, a la vez que son instituidos como *marcas* en el campo de la moda⁵. Tal intervención implicaba, en algunos casos, ofrecer servicios de asesoramiento comercial como es el caso de Mariela⁶:

Mariela: muchos diseñadores tienen que verse como marcas para empezar a trabajar como marcas

Bárbara: ¿qué implicaría verse como marcas?

Mariela: ser responsables en cuanto a pensar un proyecto coherente porque, a veces, el diseñador vuela en el diseño entonces pierde el contacto con el consumidor. El diseño es espectacular pero no conseguís quien te lo compre porque tuvo que ver con un vuelo propio del diseñador, eso ya es ser un artista ¿no? [*tras unos instantes, agrega*] los ayudo a definirse como artistas o marcas, si vos vendés al consumidor final y tenés varios locales, probablemente ya estés hablando de ser una marca, si querés que tu producto sean piezas únicas, casi como piezas de arte, entonces estás más para ser una galería de arte que una marca ¿entendés?

Para llevar a cabo el artículo, me basaré en conceptos desarrollados en “Argelia 60” donde Bourdieu (2006) detalla la transición de una sociedad tradicional a una sociedad moderna a partir del análisis de dimensiones tales como la providencia y previsión, el cálculo, el *ethos* y el calendario. Los artículos incluidos en “Argelia 60” están basados en el trabajo de campo etnográfico que el autor llevó a cabo en el norte de Argelia, entre 1958 y 1961, tras prestar servicios militares para el Estado Francés. Su trabajo de campo fue realizado en la región de Cabilia, con campesinos cabilios, en el contexto de un proceso de descolonización producido en ese país. Inspirada en los avatares que este proceso significaba para los cabilios, me propongo mostrar la vigencia de estas dimensiones a la hora de pensar en cómo los diseñadores, a medida que formalizan su emprendimiento, se apropian y reactualizan las dimensiones señaladas por Bourdieu. En otras palabras, ¿cómo el *ethos*, que el autor define como una ética o conducta, es incorporado al producir y vender vestimenta? En la siguiente sección presento a los diseñadores: las instituciones y empresas en las cuales se formaron y trabajaron así como el desarrollo de sus colecciones. La segunda parte trata sobre la noción de cálculo desde la perspectiva de Pierre Bourdieu y Michel Callon. En la tercera parte desarrollo la temática de la temporalidad respecto a la organización de los calendarios. En la última sección y teniendo en cuenta lo analizado en secciones previas, describo la realización del concurso “Buenos Aires Diseña” realizado por el CMD⁷,

una institución que brinda ayuda económica a los concursantes para llevar a cabo los desfiles en el BAF Week, que es uno de los eventos donde llevé a cabo las observaciones en el curso de mi trabajo de campo.

Desde la perspectiva bourdesiana, el campo consiste en un espacio de posiciones que se definen por lo que está en juego, por la distribución del capital específico que vale sólo dentro de dicho espacio. El capital específico en la moda y el arte consiste en el poder de constituir los bienes como “raros” a partir del efecto que produce la firma del creador en ellos: es una marca que no altera su naturaleza física o material sino su naturaleza social, lo cual significa que se incrementa su valor como fetiche, legitimando a quien lo creó (Bourdieu 1990).

En torno a la apropiación del capital específico, la competencia se entabla entre los agentes recién llegados y quienes se incorporaron hace más tiempo, por lo cual acumularon mayor capital. Los recién llegados deben pagar un derecho de admisión y conocer cuáles son los principios del juego, apelando a estrategias de herejía a fin de subvertir la escala de valores imperante para concretar tal acumulación. Los participantes más antiguos recurren a estrategias de conservación para mantener intactos los principios del juego y, al mismo tiempo, sostenerse ellos mismos en éste.

En “Alta Costura y Alta Cultura”, Bourdieu distingue a los diseñadores o *couturiers* como los principales agentes de la moda pero otorga una menor importancia a la intervención de los agentes o instituciones en la alta costura francesa. Respecto a ésta última, la socióloga Agnes Rocamora (2002) comenta que Bourdieu, no le presta la debida atención al desarrollo de la moda masiva, el subcampo de la gran producción contrario al subcampo de la producción restringida⁸.

Más allá de la innegable participación de los productores de vestimenta que son los diseñadores, Rocamora señala la intervención de los “intermediarios culturales” de la burguesía que, como señala Bourdieu (1998) en “La Distinción”, desempeñan profesiones de presentación en instituciones dedicadas a la venta de bienes y servicios simbólicos: representantes de comercio y publicitarios, especialistas en relaciones públicas, moda y decoración; producción y animación cultural así como presentadores y periodistas. Estos agentes intervienen en el campo intelectual y artístico, en instituciones de consagración y difusión otorgando valor a las obras: las academias y los salones, las casas editoriales y asociaciones culturales y científicas, los teatros, cenáculos, los círculos de críticos y el sistema escolar que incluye a los profesores.

En lo que respecta al trabajo de campo etnográfico realizado, la mayor parte de los diseñadores (son los productores directos dentro del campo) estudiaron en carreras de diseño de indumentaria y moda impartidas en instituciones privadas y públicas. Una de éstas es la carrera de DIT (Diseño de Indumentaria y Textil) dictada en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la UBA. De forma paralela a la cursada—incorporándose al sistema escolar señalado— algunos se inscribieron en cursos de moldería, sastrería y confección dictados en las mismas carreras o institutos privados.

Siendo estudiantes o ya recibidos, la mayor parte de los diseñadores se emplearon en el departamento de producto de marcas, donde se ocupaban del desarrollo de las colecciones. En esta etapa —*trabajar en producto*— realizaban los bocetos de las prendas en función de los cuales las modelistas desarrollaban las bases de moldería. Asimismo, recorrían los

talleres de corte y costura, los talleres de muestristas, zapateros así como los negocios de la marca donde trabajaban acomodando las prendas de las vidrieras. Al recordar este trabajo, los diseñadores destacaban que debían replicar la información traída por sus jefes del *viaje de producto*: catálogos o prendas compradas en tiendas departamentales.

Luego de la renuncia o habiendo sido despedidos, los diseñadores iniciaron sus propias colecciones que incluían inicialmente 15 o 20 modelos para luego aumentar esta cantidad. Como señalé, las trayectorias de los diseñadores incluyeron periodos donde incrementaban el volumen de producción, inauguraban locales así como participaban en desfiles y ferias. En otros periodos, dicho volumen mermaba, cerraban locales o incluso la misma marca. Para confeccionar la vestimenta, recurrían a proveedores de tejidos, avíos (cierres, botones y ferrerías) y talleres de diferentes especialidades situados en CABA y el conurbano: moltería, muestras, corte y costura. Sumado a su propia producción, algunos diseñadores ofrecían a otras marcas lo que se denomina *producto terminado*, encargándose de la elaboración de una prenda que incluía la moltería, los prototipos y la costura en sus propios talleres o externos.

Respecto a la comercialización, los diseñadores inicialmente consignaban en tiendas multimarcas cuyos dueños exhibían las prendas hasta ser vendidas, en función de lo cual les pagaban un monto que incluía un porcentaje adicionado al precio de venta. En caso de no venderse, los dueños se las devolvían al cabo de unos meses. La consignación también se realizaba en ferias permanentes o esporádicas, organizadas en domicilios particulares. Otro espacio de comercialización era el propio showroom o local de venta al público. A este espacio (*es la clienta que entra al local y te compra una o dos prendas*, como lo describió una entrevistada) los diseñadores lo asociaban con la venta *minorista* mientras que la venta anticipada a tiendas multimarcas situadas en ciudades de Argentina o el exterior se llamaba *mayorista*. Una de las modalidades para atraer y entablar tratos comerciales con los clientes mayoristas era participando en rondas de negocios organizadas en ferias de moda en CABA y ciudades del exterior del país donde participaban en desfiles de temporada y/o instalando un puesto.

Para llevar a cabo los desfiles, los diseñadores recurrían a un estilista o productor (en varias situaciones, eran la misma persona⁹) con quienes resolvían cual sería el *concepto* de la exhibición vinculado con el concepto de la colección materializado en el *lookbook*¹⁰. El productor se ocupaba de contratar a su equipo de maquilladores, peinadores, iluminadores y musicalizadores así como asistentes de vestuario y los agentes de prensa que elaboraban la lista de invitados a la primera fila frente a la pasarela: modelos, celebridades, periodistas y editores de moda. En el BAF Week, los servicios de los productores eran contratados por sus organizadores.

En el concurso “Buenos Aires Diseña” organizado por el CMD los finalistas –quienes debían ser estudiantes avanzados de carreras de diseño– obtenían los servicios de productores junto con una suma de dinero para costear la confección de las prendas exhibidas en la pasarela del BAF Week. Para participar, presentaban bocetos y muestras de tejidos de la colección de temporada ante un jurado conformado por jefes de producto de marcas, fotógrafos, estilistas o directores de carreras dictadas en universidades privadas y públicas. Tras el desfile, debían asistir a una serie de reuniones, con personal de la institución para recibir asesoramiento sobre gestión en negocios. Los concursantes podían presentarse al

concurso en tres instancias: “emergente”, “emergente bis” y “consagrado”. Para la primera, debían presentar una serie de documentos, sumado a los prototipos de algunas prendas: la fotocopia del DNI, constancia de inscripción en la AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos) y el certificado analítico de materias aprobadas.

Teniendo en cuenta el capital específico en la moda, los diseñadores compiten por el poder de otorgar valor a la vestimenta instituyendo a la misma como un fetiche, incrementando el valor de la firma de sus creadores. Esta competencia se lleva a cabo en instituciones donde diferentes intermediarios imponen sus normas estéticas como “taste makers”.

Respecto a la comercialización, los dueños de las tiendas multimarca compran o consignan prendas. En este sentido, Silvana, la dueña de una tienda situada en el barrio de San Telmo, seleccionaba a los diseñadores asignándoles un perchero evaluando la originalidad de sus colecciones, que en éstas pudiera identificarse un concepto y fueran vendibles, desde su perspectiva, lo cual significaba que pudieran venderse a precios competitivos a los consumidores. Mariela puede ser considerada igualmente una intermediaria y “taste maker” en un sentido que su asesoría implica una valoración acerca de cómo exhibir y vender los bienes.

En los desfiles o las producciones fotográficas, los estilistas o productores asumen decisiones estéticas y operativas respecto al curso de las *pasadas*¹¹ o tomas realizadas por las modelos. Por un lado, deciden cuál es el concepto y cómo expresarlo en el desfile o sesión fotográfica. Por otro lado, se ocupan de montar la escenografía y resolver la coreografía de las pasadas en conjunción con la música e iluminación. Es preciso señalar además la concurrencia de periodistas y celebridades que, al ser convocados por agentes de prensa, legitiman con su presencia o escritos tal desarrollo.

El capital específico dentro del campo de la moda consiste en el poder de otorgar valor a la vestimenta y que la misma sea reconocida por otros agentes o instituciones. Para comprender cómo se asigna tal valor o rareza, en relación al reconocimiento del diseñador como marca, es preciso trascender la dimensión artística. Esto significa considerar a la moda como un campo económico en el cual los agentes son las empresas que pugnan por apropiarse de diferentes formas de capital. En lo relativo al capital simbólico específico de este campo, consiste en el reconocimiento de la imagen de marca, la fidelidad otorgada a la misma por los compradores (Bourdieu 2000).

La moda se encuentra en un espacio intermedio entre el espacio económico y el artístico lo cual significa que en ella prevalecen las reglas relativas a la apreciación estética de una obra, la creencia colectiva que constituye un fetiche y que su creador adquirió dotes mágicas para realizarla. Al mismo tiempo, es un campo donde rige el enunciado “los negocios son negocios” y los precios constituyen armas en un juego donde se disputa el capital específico dentro del campo económico. Desde la perspectiva bourdesiana, en la moda se compete por la rareza que otorga la firma al creador quien, a su vez, se identifica como marca y pretende ser considerado como tal por otros agentes (empresas, consumidores e intermediarios culturales). Desde la perspectiva de los diseñadores, ellos pretendían ser reconocidos como *autores* y que fuera reconocida la diferencia entre la producción de sus colecciones y la *copia de tendencias*.

El cálculo

En la “Ética protestante y el espíritu del capitalismo”, Max Weber (1993) describe cómo los ideales religiosos del protestantismo ascético influyeron en la formación de un *ethos* económico que comprende un conjunto de máximas morales de conducta cuya infracción genera inconvenientes en la formalización de negocios a la vez que constituye una omisión al deber. Retomando estas nociones en “Argelia 60”, Bourdieu define la ética como una finalidad que permite la adaptación a un orden a partir de la transmisión de saberes. El tipo de cálculo realizado para adaptarse a la economía capitalista se diferencia de aquellos saberes necesarios para adecuarse a la economía precapitalista. En esta última prevalece la “previdencia” que consiste en la preocupación por adecuarse a modelos heredados en una existencia signada por la inseguridad, lo provisorio y el capricho del azar. Lejos de pretender disciplinar la naturaleza, el campesino argelino cabillio se somete a potencias que considera mágicas como los ciclos orgánicos.

A la conducta del campesino –que consiste en ofrecer el menor asidero posible al futuro– el autor la define como el tradicionalismo que, en las ciudades, se encuentra presente en el artesanado y el comercio. En estos islotes aislados de la competencia económica, el reclutamiento de los trabajadores se produce en base a los lazos de parentesco dentro de empresas familiares donde prevalece una atávica resistencia a alterar hábitos de pensamiento y el patrón se ocupa de comprar las materias primas, fijar el precio de las mercancías y supervisar su venta.

En la economía capitalista, en cambio, impera la lógica de la “previsión” que consiste en la capacidad de divisar por anticipado un futuro abstracto, distanciado de lo tangible y presente. Contrariamente a la resistencia a cambiar los hábitos que prevalecen en el artesanado y comercio, el cálculo racional supone que los agentes introduzcan innovaciones en las técnicas productivas para lo cual deben racionalizar la conducta trascendiendo el tradicionalismo señalado, desligando la instancia del trabajo de la instancia de producción, una separación que está ausente en la economía agrícola.

Sin ánimo de llevar adelante una interpretación lineal del instrumental teórico bourdeano en su lectura Cabillio, se mostrará cómo los diseñadores –a medida que se transforman en marcas– necesitan ajustar sus prácticas a una demanda externa de mayor racionalización en el sentido bourdeano expuesto en Argelia 60. Una de las formas en las cuales se procura trascender el presente inmediato en las sociedades capitalistas; más precisamente en el campo económico donde participan los diseñadores como propietarios de empresas (aunque ellos se identifican como *marcas*) es a través del “plan de negocios”: un modelo donde se explicita el curso a seguir en la prosecución de escenario futuro que es un emprendimiento o empresa. Tomando en consideración una guía de negocios para PYMES editada por la institución a cargo del concurso “Buenos Aires Diseña”, una de las instancias significativas del plan indicado es determinar quiénes serán los consumidores de las vestimentas dentro de un determinado mercado, y cuáles son las presuntas necesidades que el diseñador estaría satisfaciendo al producirlas. Expresado en otras palabras, al elaborar el plan se procura dominar la incertidumbre y alejarse de lo tangible e inmediato.

Como acción racional, el cálculo constituye una práctica colectiva que comprende una serie de operaciones que el sociólogo económico Michel Callon (1998) describe preten-

diendo superar la distinción entre lo cuantitativo y cualitativo. Debido a que los agentes precisan obtener información de los estados del mundo, establecen una lista y jerarquías de estos posibles estados o cosas (actores y bienes) para establecer cursos de acción posibles. A partir del cálculo se genera un resultado: una lista, evaluación, la formulación de un algoritmo o serie de juicios sobre algo.

Según Marina, que los diseñadores aprendieran a verse como marcas suponía distanciarse de su condición de artistas avizorando un determinado consumidor. La proyección de un consumo futuro, como curso de acción a seguir, propuesto en el manual de negocios constituye uno de los principios del marketing como disciplina performativa: al delimitar un mercado al cual dirigirse con un producto, éste se instituye como realidad (Gilles Marion, 2006). Desde la perspectiva de la asesora, aquellos no vendían piezas artísticas sino mercancías en comercios. Es un enunciado que puede ser pensado como una máxima que compele a trascender el presente en vistas de un porvenir o bien que el diseñador se distanciara del subcampo de la producción restringida para incorporarse al subcampo de la gran producción donde prevalece la lógica del mercado.

Al describir el proceso de convertirse en marcas, los diseñadores señalaron *los números* como un aspecto que les resultaba difícil de encarar (argumentando que carecían de formación de negocios) por lo cual procuraban delegar su manejo en un conocido o familiar: un contador o administrador. Varios se describieron a sí mismos como un *desastre* al lidiar con los números; esto es, con cuestiones contables, calcular los precios, costos fijos y variables de las mercancías sumado a los puntos de equilibrio. Los números comprendían además la compra de materias primas e insumos así como el trato con proveedores. En su pequeño comercio, el islote presuntamente distanciado de la competencia, algunos diseñadores procuraban desligarse del manejo de los números si es que hallaban a alguien dispuesto a hacerlo.

¿Cómo se calculaban los precios como dimensión de los números? Se lo pregunté a Clarisa, la diseñadora que fundó –junto con Eduardo, su socio y pareja– la marca “Vestire” en el 2001. Con ella me reuní en el 2016, en un bar próximo a su único local situado en el barrio de Palermo, en la calle Gurruchaga, atendido por un único vendedor. Clarisa replicó que habían elaborado una grilla en el programa informático “Excel”, que comprendía un detalle del costo que suponía confeccionar cada artículo junto con los avíos y tejidos. En la grilla incluían asimismo los gastos relativos al pago de la modelista, el tallerista y los impuestos. Siete años antes, me entrevisté con Valentina, socia de la marca “Secta” junto con una artista plástica llamada Luciana. Mientras conversábamos en el local situado en Almagro, aquella señaló los costos de producir dentro de la marca:

Valentina: vos tenés los costos fijos ¿sí? Que tienen que ver con lo que sucede cotidianamente en la empresa, los gastos fijos mensuales y después tenés en cuenta el costo de confección, del material, los avíos y todo eso te da un número y en base a eso hacés una recarga. Tenés que tener en cuenta el packaging [*embalaje en inglés*] y la publicidad que vas a invertir en esa campaña, todo eso se paga en la prenda, o sea, son todas esas variables y después tenés en cuenta un costo inflacionario, hace tres años que venimos sufriendo una inflación importante.

En la realización de la grilla se expresa el cálculo cuantitativo de los costos de las materias primas junto con los honorarios de las modelistas y las muestristas. Teniendo en cuenta lo señalado por Valentina, el aumento de los precios constituye una variable de la moneda que, según Bourdieu, representa un signo contable que anticipa un valor futuro. El mismo es empero cambiante en la Argentina debido a los ocasionales periodos inflacionarios que lo alteran sin lograr tal anticipación.

En la ponderación de los costos, los fijos se diferencian de los variables. De acuerdo a lo expresado en un sitio en Internet¹², los primeros (salarios o alquileres) se costean independientemente del nivel de producción en un negocio o las ventas. Los segundos deben ser pagados para generar un producto o servicio como las materias primas y la mano de obra. El desarrollo de la colección no sólo comprende el señalado cálculo cuantitativo de costos sino dimensiones que son cualitativas. Teniendo en cuenta lo expresado por Vera¹³ en una conferencia dictada en el 2014 en el CMD llamada “Gestión de Moda”, dicho desarrollo implicaba en primer lugar determinar cuál era el *concepto* que podía estar basado en un periodo histórico, una corriente artística, un color o estampa. A modo de ejemplo, Vivi señaló en el 2005 que su inspiración para desarrollar la colección era el tango. Teniendo en cuenta que la moda es un campo donde los bienes son evaluados por diversos agentes, no sólo es relevante que un diseñador anuncie cual es el concepto en una determinada temporada sino que el mismo sea legitimado por intermediarios; avalando públicamente que el concepto está fundado en el tango u otra fuente de inspiración.

Según relataron los diseñadores, sus colecciones se iniciaban a partir de la formulación de un concepto en torno al cual desarrollaban un conjunto de prendas dos veces en el año, por temporada. Si tenemos en cuenta la noción de cálculo según Bourdieu y Callon, la colección supone la articulación de una dimensión cualitativa que es el concepto basado en alguna fuente de inspiración y una dimensión cuantitativa (que comprende costos, precios, impuestos y salarios) materializadas en la elaboración de grillas, planillas y bocetos. La colección supone asimismo la anticipación colectiva del tiempo que describiré seguidamente.

El tiempo

En “Argelia 60”, Bourdieu describe cómo los campesinos experimentan el paso de una sociedad tradicional a una moderna cuando, en su condición de trabajadores semi empleados, se trasladan desde los ámbitos rurales a condominios situados en la periferia de las ciudades. Este traslado supone desprenderse del asidero comunitario de la vida aldeana para habitar el espacio estructurado del departamento que requiere el pago regular del alquiler incorporando la premura del vencimiento fijo. Asimismo, la temporalidad de la vida rural está signada por un calendario mítico ritual que diferencia los momentos festivos del trabajo agrícola que transcurre entre estaciones. Para el campesino, el calendario supone adecuarse a un ritmo social que conlleva prohibiciones, proverbios y presagios. Al trasladarse al ámbito urbano, los trabajadores se diferencian entre sí en función de dos “umbrales” –el empleo permanente e ingreso regular– que posibilitan visualizar el futuro señalado. A medida que se asciende en la jerarquía social y se modifican las condiciones

materiales de existencia, el trabajador que dispone de un empleo permanente amplía el campo de los posibles liberándose de la preocupación por la subsistencia.

En las sociedades conviven una multiplicidad de “tecnologías temporales”: calendarios, cronogramas y relojes (Henry Rutz, 1992). La moda impone el propio calendario sobre los agentes que no se caracteriza actualmente por proverbios, presagios ni se guía por ritmos naturales, sino que impone el cálculo racional al visualizar un futuro que es el mismo advenimiento de las temporadas. Quienes habitan en las ciudades situadas en el hemisferio sur, según la geógrafa australiana Sally Weller (2007), experimentan una disyunción espacio-temporal respecto a la información sobre estilos provenientes de urbes ubicadas en el hemisferio norte. En relación a esta disyunción, una diseñadora rememoró su trabajo como asistente en el departamento de producto de una marca comercial:

Lina: las marcas comerciales hacen los famosos viajes de producto a Europa o Estados Unidos, que es la colección que va a llegar a la Argentina la próxima temporada, vos viajás ahora [*la entrevista se llevó a cabo en julio del 2005*] en realidad, se viaja antes para comprar prendas de invierno que va a empezar en marzo ¿entendés?...

Sumado a la novedad constante en los estilos de vestir, la moda se caracteriza por la anticipación constante que, como señalé previamente, supone un desfase temporal: mientras las marcas presentan una colección, anticipan la siguiente. Este calendario, que no es mítico ritual, se impone en la existencia de los agentes diferenciando las estaciones.

¿Cómo influye este calendario al producir la colección? Al reunirme con Lina durante la temporada de otoño-invierno, comentó que ya estaba vendiendo prendas de primavera-verano y exhibiendo los muestrarios a sus clientes de los multimarcas situados en ciudades del interior del país. Por su parte, Alejo, el jefe de producto de una marca de indumentaria femenina, destacó las dos fechas de entrega anuales refiriéndose tanto a la vestimenta producida para otros como respecto de su propio emprendimiento: otoño-invierno debía exhibirse en los locales en febrero-marzo, mientras que en agosto precisaba estar lista la temporada de primavera-verano. Quienes trabajan en marcas perciben internamente una aceleración en el transcurrir del tiempo semejante a la señalada por Edward Thompson (1989) respecto a la clase obrera inglesa en los albores de la revolución industrial:

Alejo: el que labura en producción tiene el stress y la presión ¡mama mía!. Producción es correr contra el reloj, yo le digo a [*menciona el nombre de una persona que trabaja en una marca comercial*] te voy a entregar el 30 de abril, tengo que correr hasta el 30 porque cargo las máquinas, hoy me faltó uno o se me rompió la aguja. El tiempo se va acortando porque lo que prometí para el 30, me doy cuenta que no llego. Al tipo que me entrega el hilado se le rompió la máquina y en vez de entregármelo hoy, me lo entrega dentro de una semana, a mí eso me genera más de una parada y una semana más en confección. Se me rompe una máquina en un taller o dos a la vez, o sea, lo que iba a hacer en un día, tengo que hacerlo en tres, es raro que puedas trabajar tranquilo.

No son los tiempos de Alejo y Lina los que corren sino un ritmo social signado por las fechas de entrega expresadas en tecnologías. En relación a fecha puntual indicada por Alejo, quien disponía de un empleo regular, él gestionaba con premura el tiempo ajeno de los talleristas supeditados, a su vez, a los ritmos de otras marcas para la cual trabajaba la empresa donde desempeñaba el cargo de jefe de producto. Esta premura en el tiempo se imponía sobre los diseñadores, algunos de los cuales realizaban producto terminado para otras marcas para lo cual disponían de sus propios talleres aunque, en determinadas fechas de entrega, recurrían a talleres externos como Vivi:

Vivi: lo que me pasa es que tengo que presentar la colección en el BAF, a todos los que le produzco les pasa lo mismo que a mí ¿entendés? no con desfile sino un showroom dónde ponen la colección. Todos quieren tener todo una semana antes, impecable, y estoy corriendo porque todavía no tengo toda la producción, tengo que adelantar muestras ¿viste? Es un trabajo intensivo de juntarme con la modista sábados y domingos

La premura del tiempo se expresa en la comercialización, la cual no está desligada de la confección. Previamente aludí a la consignación en tiendas multimarcas como una forma de comercializar. Una de estas tiendas pertenecía a Silvana en la cual cuarenta diseñadores tenían sus propios percheros. Para Silvana, una marca profesional era aquella que le entregaba las colecciones a tiempo y sin defectos en la confección, siendo su queja principal los atrasos (que según los diseñadores ocurrían por demoras en los propios ritmos de los talleres de confección con los cuales trataban). Lo que fallaba era la sincronización del trabajo debido a alteraciones producidas en los ritmos de manufactura, como expresaba Thompson (1989) para otro momento histórico pero que bien podría aplicarse a la modalidad productiva imperante en el rubro analizado. Estas alteraciones incidían, en el caso de algunos consignantes que entregaban sus prendas a Silvana, en los ritmos de la comercialización que implicaban exhibir las prendas de temporada en los percheros en determinados meses del año.

El concurso

Una de las formas por las cuales los diseñadores podían aspirar a concretar los desfiles de temporada era participando en el concurso “Buenos Aires Diseña”. Organizado anualmente por la oficina de moda del CMD, dicho concurso habilitaba a quienes resultaban seleccionados a presentarse en los desfiles del BAF Week. La inscripción para participar requería que los diseñadores entregaran documentación: el curriculum actualizado, la constancia de materias aprobadas o título en trámite (sólo podían participar estudiantes de carreras de carreras de diseño o recién recibidos) y un domicilio en CABA para recibir las notificaciones, el comprobante de inscripción a la AFIP como pequeño contribuyente (corresponde al pago mensual del monotributo) y la fotocopia de la primera y segunda hoja del DNI junto con la constancia del CUIL. Respecto a la colección, los aspirantes precisaban exhibir quince conjuntos de indumentaria, conformados cada uno por tres prendas.

De los quince conjuntos, tres debían estar confeccionados como prototipos para presentar junto con material fotográfico de los conjuntos, geométrales, bocetos y figurines¹⁴.

Quienes se presentaban por primera vez en la categoría “emergente”, debían contar con un espacio físico o virtual de venta y su marca debía tener entre un año y cinco de permanencia en el mercado. Como parte de la premiación, los finalistas obtenían el seguimiento de un estilista que concurría en cuatro encuentros previos a la presentación de la colección. En el día del desfile, quince modelos exhibían las prendas junto con los servicios de maquilladores, peinadores, musicalizadores, coreógrafos y la asistencia de un agente de prensa.

Meses antes del desfile, los participantes comparecían ante un jurado conformado por directores de carreras de diseño, fotógrafos, periodistas, diseñadores que resultaron ganadores en ediciones anteriores del certamen y jefes de producto de empresas. Ante el jurado, mostraban los prototipos, detallando la forma de confeccionarlos y comercializarlos. Como criterios de selección, los miembros del jurado evaluaban cuán innovadora era la morfología¹⁵ de las prendas así como la factibilidad en la producción y venta. Algunas de las escenas estaban exhibidas en unos videos en los cuales los evaluadores formulaban indicaciones a los aspirantes: más o menos críticas o benévolas acerca de la calidad de los prototipos incluyendo el planchado, la terminación de los forros interiores y costura de las telas. Asimismo, les preguntaban cómo producirían y venderían el producto en caso de ganar el concurso, ponderando cuán innovadora era la propuesta en términos de la identificación del concepto.

Tras la realización del desfile, los finalistas debían asistir a un programa de asistencia en gestión de negocios. Como señaló Marco, un empleado del programa, si bien la asistencia era obligatoria para los ganadores, éstos no siempre asistían por lo cual debía convocarlos personalmente. La finalidad del concurso –según lo expresó Marco y Gastón, el estilista con quien me reuní– no consistía únicamente en presentarse en pasarela y obtener repercusión en los medios de comunicación –una instancia que los nativos denominaban *prensa*– sino trascender la instancia del evento para generar un producto que se insertara en un mercado generando en consecuencia un negocio.

Una vez seleccionados los finalistas, se les notificaba que disponían de veinte días para realizar la colección con los quince modelos pedidos. En este lapso, descrito por los concursantes como “agotador” en vista de la fecha límite, recibían sucesivas visitas de los productores que los asesoraban respecto a la selección de prendas para exhibir en las pasadas: las pruebas de vestuario, maquillaje y peinado. Era agotador para los finalistas porque, según Marco, aguardaban al resultado del concurso para recién iniciar la confección.

Lo primero que debo señalar del concurso es que lo organiza una institución estatal vinculada con varias administraciones públicas como la AFIP, el registro de personas y las universidades. Esta vinculación supone, debido al estar implicado el Estado, la concentración del capital económico basado en la recaudación unificada de impuestos (con la cual se abonan los servicios del estilista y su equipo) y el capital informacional que supone la acumulación y redistribución de información que se requiere de los aspirantes. Que el Estado lleve a cabo el concurso conlleva operaciones burocráticas de empadronamiento (expresado en la documentación e inscripciones en instituciones) en manos de letrados. La realización del desfile, que supone labores de procedimiento y archivo, sustentada por

el fisco se articula con la máxima autoridad simbólica que detenta el Estado como instancia de consagración (Bourdieu, 1993).

Al seleccionar a los aspirantes, los jurados como intermediarios les reconocen la dimensión estética que señalan como originalidad en las prendas y los valoran también como empresarios en el campo económico por lo cual requieren certificados de tal condición (un sitio de venta y plan de negocios) de que puede comercializar colecciones o lo podría hacer en próximas temporadas. El momento del desfile está supeditado al presente, según los evaluadores para quienes la marca constituye en cambio la visualización del futuro. Para uno de los diseñadores entrevistados en los videos, el concurso es la oportunidad para los jóvenes diseñadores de *darse a conocer* entre sus colegas. Desde la perspectiva de los organizadores, no sólo se trata de una oportunidad para ser conocidos sino más allá de los días que dura el evento que es el BAF Week sino como marcas en el sentido de ser empresas. Las instancias previas a la presentación en pasarela constituyen un compendio de cuestiones tratadas en este artículo como la significación de las fechas límites en la moda y de que forma el advenimiento de las mismas es experimentadas por los agentes: se les otorga veinte días a los finalistas para confeccionar todos los conjuntos. En esos días y en el curso del desfile, las visitas realizadas por estilistas dan cuenta de la cantidad de intermediarios que evalúan un bien como la vestimenta: fotógrafos, estilistas, coreógrafos para las pasadas de las modelos, DJs para la música y agentes de prensa.

Comentarios conclusivos

Si bien todos los individuos forman parte idealmente del orden capitalista actual, no todos adhieren o contemplan las máximas morales que supone incorporarse al mismo. En el campo de la moda, supone que los productores de ropa se orienten por un calendario pero no todos pueden contemplarlo o seguir el ritmo social que requiere producir dos colecciones anuales.

Mi objetivo en este artículo consistió en comprender como los diseñadores son reconocidos como marcas por agentes en el campo. Este reconocimiento es múltiple en el sentido de que son varios intermediarios quienes corroboran que son marcas, sin dejar de tener en cuenta su condición de diseñadores. Si bien estos intermediarios no desconocen la cuestión artística, sus dotes para producir un vestido original, el valor también se otorga a su venta y la misma debe ser sostenida no sólo en el presente sino anticipando temporadas próximas. Me propuse describir el proceso de profesionalización de los diseñadores para obtener el reconocimiento mencionado, el cual comprende varias instancias relativas a la producción y comercialización de la colección. Una de las instancias de este proceso es el cálculo expresado en la determinación de quién es el consumidor y cuál es el mercado al cual se orienta la indumentaria que producen. En relación al cálculo, otra instancia son los *números* que es la expresión que ellos utilizan para referirse a la ponderación de los costos fijos y variables de la confección.

En lo relativo a la comercialización de la colección, los espacios son los siguientes: el local o showroom propio, la consignación en tiendas multimarcas y la exhibición en desfiles realizados en eventos de moda. Respecto a estos tres espacios, lo que incorporan los di-

señadores son los ritmos temporales propios de la moda que supone la división de la producción de vestimenta en temporadas.

En lo que respecta al concurso “Buenos Aires Diseña”, éste ofrece más que la posibilidad de realizar un desfile en uno de los eventos de moda organizados en CABA sino que constituye una instancia en la cual se aprehenden máximas relativas al cálculo y el tiempo expresadas en la preparación previa al desfile de los finalistas (junto con estilistas que los asesoran) y la asistencia a un curso orientado a impartir saberes relativos a los números.

La descripción que llevó a cabo Bourdieu en “Argelia 60” acerca de los campesinos cabillos que, provenientes de entornos rurales, se incorporan a la sociedad capitalista me permitió reflexionar sobre dos nociones que tuve en cuenta al analizar el proceso señalado. En primer lugar, la aprehensión de la noción de cálculo relativo, a la percepción de un futuro abstracto y la evaluación cuantitativa de los beneficios implicadas en lo que el autor llama el “espíritu de cálculo”. En segundo lugar, la incorporación a la sociedad capitalista que supone, para aquellos campesinos que detentan un empleo permanente, el poder dominar el futuro y adecuarse a un ritmo que es social. Salvando las distancias contextuales, la etnografía bourdeana me permitió profundizar en torno a una preocupación central entre los diseñadores: cómo este ritmo o *tempo* se expresa en el calendario bianual indicado.

Notas

1. Una periodista llamada Cati, redactora del suplemento “Moda y Belleza” La Nación reafirmó esta distinción respecto a los diseñadores: *no es la moda pronta de una marca, fácil de usar. Tienen algo más elaborado, una cosa más intelectual, juegan con los cortes o un color.* Seguidamente, le pregunté cómo distinguía tal distinción en los desfiles: *la marca tiene cánones que se repiten, en el diseño de autor te vas a encontrar con una revisión del mismo diseñador, un poco de él con algo de la temporada que le sumó, pero con su morfología propia, en el arte reconoces la obra del autor sin que esté firmada, en el diseño ves al autor.*

2. Conjunto de moldes que conforman las bases de una prenda, elaboradas manualmente con papel o mediante programas informáticos.

3. A estas ciudades se las llama las “cuatro capitales de la moda” pero también pueden señalarse la relevancia de otras urbes. En ellas se originan los nuevos estilos, exhibidos en colecciones bianuales, cuando determinadas audiencias (que incluyen críticos, editores, publicistas y compradores) las reconocen y legitiman en un proceso señalado por Fred Davis que incluye instancias como la difusión, incremento de la visibilidad hasta la saturación y obsolescencia (1992).

4. Cuando hablo de límites morales, me estoy basando en Michelle Lamont y Virag Molnar (2002) quienes los definen como distinciones conceptuales que los individuos utilizan para crear y sostener distancias sociales entre ellos y otros. Atendiendo a la separación entre lo sagrado y lo profano que Mary Douglas (1973) asociaba a la religión, lo sagrado como valor último es el diseño que, erigiendo a la ausencia de la copia, refuerza las diferencias entre quienes producen vestimenta. La copia, entre quienes entrevisté, era aquello de lo cual un diseñador debía mantenerse apartado y pretendía apartarse, al menos en el nivel del discurso.

5. En dichos ritos, según Bourdieu (2001), se consagran socialmente diferencias de forma tal que aparecen como naturales para los agentes. Lo que se producen en estos actos es la santificación de un determinado estado de cosas o la atribución de investiduras a las personas. Mi interés en este artículo radica en comprender como se consagra a un diseñador como marca, sin dejar de reconocer otra investidura que es diseñador.
6. Gerente de marketing que ofrecía servicios de consultoría a diseñadores respecto a la construcción de marca y conformación de su negocio. Asimismo, intervenía como “curadora” en la selección de participantes en la feria “Puro Diseño”. El fragmento corresponde a una entrevista realizada en el 2007, en su estudio situado en el barrio de Recoleta.
7. El CMD (Centro Metropolitano de Diseño) es una institución estatal creada en el 2001 que depende del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
8. El primero se caracteriza por estar conformado por productores quienes tienen como público a los mismos productores. El subcampo de la gran producción, por su parte, está guiado por la lógica del éxito y ganancia económica en el mercado (Bourdieu, 1990).
9. Productora (que también se reconoce como estilista) a quien entrevisté en un bar situado en el barrio de Belgrano en el 2015. Desde su perspectiva, el productor se ocupa de los aspectos operativos de un desfile que implicaba buscar una locación, contratar a los maquilladores, asistentes y peinadores. El estilista se dedica a los aspectos estéticos, ponderar cuales son las prendas a incluir en la colección según el concepto.
10. El lookbook es el catálogo virtual e impreso sumado a la filmación de la sesión fotográfica en la cual las modelos exhiben las prendas, en un estudio fotográfico o espacio abierto.
11. Recorrido transitado por las modelos a lo largo de la pasarela, en el curso de un desfile.
12. URL: <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/que-son-los-costos-fijos-y-variables-en-mi-emprendimiento>
13. Diseñadora argentina egresada de la Universidad del Salvador donde estudió escenografía. Trabajó en el departamento de producto de una empresa hasta iniciar su marca en el 2003. Actualmente tiene un único un local y ofrece como consultoría información sobre tendencias de temporada futuras.
14. Esquemas donde se detallan los detalles técnicos de una prenda como el tejido utilizado, las medidas de sus piezas y el detalle de avíos utilizados.
15. Consiste en la silueta de una prenda, que depende de la forma en la cual está dispuesta la moldería.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1990). “Alta costura y Alta cultura”. *Sociología y Cultura*. México. Grijalbo.
- _____. (1990). “El campo literario. Prerrequisitos críticos y principios de método”. *Criterios La Habana*. Núm 25-28. pp 20-42.
- _____. (1990). “Algunas propiedades de los campos”. *Sociología y Cultura*. México. Grijalbo.
- _____. (1997). “Espíritus de Estado. Génesis y estructura del campo burocrático”, en *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona. Anagrama.
- _____. (1998) *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid. Taurus.

- _____. (2001). *Qué significa hablar*. Madrid. Akal Editores.
- _____. (2002). *Las estructuras sociales de la Economía*. Buenos Aires. Editorial Manantial.
- _____. (2006). *Argelia 60. Estructuras económicas y estructuras temporales*. Buenos Aires. Editorial Siglo XXI.
- Callon, M. (2008). "Los mercados y la performatividad de las ciencias económicas". *Apuntes de Investigación Cecyp*. Tema Central Economía. No 14.
- Davis, F. (1992). *Fashion, Culture and Identity*. University of Chicago Press.
- Douglas, M. (1973) *Pureza y Peligro. Un análisis de los conceptos de contaminación y tabú*. México. Siglo XXI editores.
- Lamont, M. y Molnar, V. (2002). The Study of Boundaries in the Social Sciences. *Annual Review of Sociology*. Vol 28: 167-95.
- Marion, G. (2006). "Research Note: Marketing ideology and criticism: Legitimacy and legitimization". *Marketing Theory*. Vol 6. pp 245-262.
- Rocamora, A. (2002). "Fields of Fashion. Critical Insights into Bourdieu's Sociology of Culture". *Journal of Consumer Culture*. Vol 2(3): 341-362.
- Rutz, H. (1992). *The Politics of Time*. AES Monography Number 4.
- Thompson, E. (1989). "Tiempo, disciplina de trabajo y capitalismo industrial". *Tradición, revuelta y conciencia de clase. Estudios sobre la crisis en la sociedad industrial*. México. Grijalbo.
- Weber, M. (1993). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona. Ediciones Península.
- Weller, S. (2007). "Fashion as viscous knowledge: fashion's role in shaping trans-national garment production". *Journal of Economic Geography*. Vol 7. pp 39-66.

Abstract: The aim of this article is to describe the process by which a group of costume designers are recognized as *brands* by other fashion agents with whom they are linked to make and display their seasonal collections: modelers, marketing consultants, stylists, fashion producers and owners of multibrand stores.

My purpose is to understand in what ways, in the course of this process, the designers incorporate the "calculation" in their conduct as an ethic that, as defined by Pierre Bourdieu, is constitutive of the capitalist economy and implies the temporary perception of the future distanced from the immediate present that characterizes precapitalist economies. Taking into account my ethnographic field work carried out between 2005 and 2018, I will analyze how they apprehend such ethics when marketing the collections, in spaces such as retail venues, multibrand stores and biannual fashion events.

Keywords: calculation - time - fashion - design - collection - Argelia 60.

Resumo: O objetivo deste artigo consiste em descrever o processo pelo qual um grupo de desenhistas de indumentária é reconhecido como marcas por outros agentes no campo da

moda com quem se associam para fazer e exhibir suas coleções de estação: modelistas, consultores em marketing, estilistas e produtores de paradas, e donos de lojas multimarcas. Meu propósito é entender do que formas, no curso deste processo, os desenhistas incorporam o “cálculo” em seu comportamento como uma ética que, de acordo com Pierre Bourdieu, é constituinte da economia capitalista e insinua a percepção temporária do futuro distanciado do presente imediato que caracteriza as economias precapitalistas. Tendo em conta meu trabalho de campo etnográfico executado entre 2005 e 2018, eu analisarei como eles apreendem estas éticas ao comercializar as coleções, em espaços como lojas de venda ao público, lojas multimarcas e eventos bianuais de moda.

Palavras chaves: cálculo - tempo - moda - desenho - coleção.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

El rol de los intermediarios culturales en la producción de la “creencia colectiva”: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes

Gabriela C. Alatsis *

Resumen: Este artículo propone examinar la especificidad de los bienes simbólicos, su relación con el mercado y la construcción de la creencia colectiva en el valor de los productores y de los objetos que éstos fabrican, en base a los aportes de Pierre Bourdieu a la sociología de la cultura. Para abordar dichas cuestiones analizaré, puntualmente, el rol que desempeñaron los intermediarios culturales, en el marco de diversas políticas públicas culturales, para lograr constituir y legitimar un circuito de diseño de indumentaria y accesorios en el partido de Quilmes, ubicado en la zona sur del conurbano bonaerense, entre 2008-2015.

Palabras clave: bienes simbólicos - creencia colectiva - intermediarios culturales - diseño - valor - circuito - políticas públicas.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 192]

(*) Gabriela Alatsis es Licenciada en Sociología por la Universidad de Buenos Aires y cursa el Doctorado en Ciencias Sociales en esa casa de estudios. Es becaria doctoral del CONICET y docente regular de la materia Introducción a la Sociología en la Universidad Nacional Arturo Jauretche. Correo: gcalatsis@gmail.com

Introducción

A principios de los años 2000, la categoría “diseño” adquirió visibilidad y relevancia en la escena pública, en particular en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). Junto a este proceso, surgieron nuevos espacios de circulación de productos con un alto valor simbólico, denominados socialmente de “diseño”, y distintas formas de valorización de los mismos. Desde la prensa especializada, por ejemplo, se creó la categoría “diseño de autor” para referirse a esta producción con atributos específicos.

Con el desarrollo de estos fenómenos emergieron asimismo una multiplicidad de trabajos que se dedicaron a su estudio. Algunos trabajos, centrados en el ámbito y quehacer profesionales, analizan, desde una mirada sociológica, la conformación y consolidación del campo del diseño de indumentaria y su valoración desde diversos sectores (Miguel,

2009, 2011, 2013), o bien las prácticas de jóvenes diseñadores industriales y sus estrategias de inserción en el mercado, a partir de iniciativas autogestionadas (Correa, 2018). Otros estudios, en cambio, parten de una perspectiva etnográfica y examinan, por un lado, la producción, circulación y consumo de objetos e indumentaria de diseño –y los repertorios morales y formas de distinción que intervienen en esos procesos (Vargas, 2013)– y, por el otro lado, los sentidos sociales que se otorgan a las mercancías clasificadas “diseño” y los modos en que el espacio social en el que se comercializan influye en la configuración de dichos sentidos (Guerschman, 2010). Salvando sus diferencias, todos los estudios convergen en señalar el crecimiento que han tenido las distintas ramas profesionales del diseño en CABA, a inicios de la década del 2000, y asimismo destacan que junto con la clasificación de ciertos bienes como de “diseño”, surgieron espacios propios de venta de este tipo de productos, localizados en el barrio porteño de Palermo, particularmente en un área denominada “Palermo Viejo”. En relación a la incidencia de políticas públicas en el desarrollo de los emprendimientos productivos dedicados al diseño, en su mayoría indican que ésta fue escasa o incipiente.

Sin embargo, a partir de mediados de la década, estas políticas adquirirían un papel más importante y se propagarían hacia otras zonas del país. En relación a estas transformaciones, propongo en este artículo analizar, desde una perspectiva bourdieuseana, la conformación de un circuito (Zelizer, 2008) de diseño –de indumentaria y accesorios–, localizado en el partido de Quilmes, en la zona sur del conurbano¹. Este circuito estuvo acompañado por una política pública de fomento al diseño, que tuvo lugar entre 2008 y 2015, lo que me llevará también a examinar las estrategias implementadas por las intermediarias culturales –coordinadoras del programa– para conformarlo y lograr su legitimidad. En este sentido, algunas nociones centrales de la obra del sociólogo Pierre Bourdieu (1990a, 1990b, 1995, 2012, 2014a, 2014b) –como la creencia colectiva en el valor del producto y de los productores; la especificidad de los bienes simbólicos; y la denegación de la “economía”– serán sumamente operativas para analizar las cuestiones propuestas. En cuanto a la metodología, me valdré de distintas herramientas metodológicas cualitativas –entrevistas en profundidad a las emprendedoras que integraron ese circuito, como así también a las organizadoras del mismo; charlas informales con residentes de los barrios de Quilmes, donde se llevaron a cabo los principales eventos de diseño; y relevamiento de diversos documentos, por ejemplo: informes de gestión de la política cultural y catálogos de difusión de los emprendimientos, que formaron parte del circuito–.

La expansión del diseño: el protagonismo de las políticas públicas

A mediados de la década del 2000, y especialmente a partir de la primera presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, la cultura adquirió un papel central en la agenda pública y se promovieron un conjunto de políticas públicas de fomento a las industrias culturales y, en particular, al diseño². En este marco, el presupuesto nacional destinado al área de cultura se incrementó año tras año y se crearon diversas instituciones dedicadas al desarrollo cultural, como el Ministerio de Cultura de la Nación y el Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA), que tuvo desde sus inicios, según documentos oficiales y entrevistas a

funcionarios, el objetivo de “mejorar la producción, visibilidad y comercialización de los productos de las industrias culturales en cada región del país”³.

Por otra parte, en relación al contexto económico, hacia fines del 2008, la industria nacional sufrió una desaceleración en su crecimiento, debido, entre otros factores, a las repercusiones que tuvo la crisis internacional en el país y al conflicto del gobierno con los sectores agropecuarios, hechos que provocaron inestabilidad política y social (Kulfas, 2017; CENDA, 2010). La industria textil y de la indumentaria –industrias trabajo-intensivas, encargadas mayormente de abastecer al mercado interno– fueron unas de las más afectadas (Castells y Schorr, 2015; Kulfas, 2017). Para contrarrestar la pérdida de actividad en el sector y recuperar el crecimiento, objetivo que se alcanzaría en 2010, el gobierno implementó una batería de “políticas expansivas diversificadas” (Aronskind, 2012), dirigidas a estimular la demanda interna y a regular el comercio exterior. Fue así que se impusieron ciertas restricciones a las importaciones, por medio de las licencias no automáticas a la importación, para disminuir los efectos negativos sobre la producción y el empleo. Si bien el régimen de licencias no automáticas existe desde 1999, recién a partir de 2009 adquirió especial relevancia como política para proteger a la producción interna en el contexto de crisis (Amar y Tumini, 2012: 171).

En suma, el circuito de diseño en Quilmes pudo constituirse, como se verá más adelante, gracias a las estrategias de valorización simbólica impulsadas por las intermediarias culturales, pero así también debido a un contexto particular de “jerarquización” de las industrias culturales –a través de la creación de políticas públicas– y de promoción de medidas de corte “proteccionistas” que limitaron el ingreso de productos manufacturados, como prendas de vestir y accesorios. Al igual que plantean los estudios sobre el diseño a principios de los años 2000, anteriormente citados, la disminución de las importaciones dio lugar al crecimiento de la producción nacional de objetos e indumentaria con el atributo de “diseño” (Miguel, 2013; Vargas, 2013). Pero, sin embargo, para el caso del circuito de diseño quilmeño, las políticas públicas –en particular el programa DAS (Diseños al Sur), al que me referiré en el próximo apartado– adquirieron un papel central en la expansión del diseño hacia otras zonas del país, distintas a CABA.

El Programa DAS (Diseños al Sur)

En ese marco de “jerarquización” cultural, la Subsecretaría de Cultura y Educación del Municipio de Quilmes adquirió, en el 2008, el estatuto de secretaría. Desde allí se creó, en ese mismo año, por la iniciativa de dos funcionarias –ambas provenientes del ámbito del diseño– el Programa DAS (Diseños al Sur), que funcionó hasta 2015. Este programa, dirigido a jóvenes emprendedores y/o diseñadores profesionales, se orientó hacia el fomento de la producción y circulación de productos de “diseño”, correspondientes a los rubros de indumentaria, textil, calzado, accesorios y objetos decorativos. Gracias a la obtención de mayor presupuesto y a la mayor demanda de participación de los productores, el programa se convertiría, en 2011, en un área independiente dentro de la secretaría, denominándose: Dirección Operativa de Industrias Culturales - DAS.

Según los catálogos del programa (2011, 2012, 2013), el DAS se propuso “hacer de Quilmes una ciudad referente en materia de diseño”. Al respecto, una de las coordinadoras plantea:

Desde un primer momento el objetivo era hacer una especie de, si querés, algo similar o con un poco de miras a hacer algo como era el Centro Metropolitano de Diseño, en la zona. Y surge porque notábamos que no había nada, digamos, que abastezca a toda la gente relacionada con el diseño en cuanto a capacitaciones, no solamente el tema ferias.

Siguiendo esta línea, la otra coordinadora también señala:

Se nos ocurrió gestionar algo desde el Estado y con base territorial, local, porque venía experimentado desde lo privado que quizás había una mirada muy fuerte hacia lo que es CABA, y tratar de todo lo que se producía en el conurbano insertarlo en la Ciudad de Buenos Aires. Entonces investigando por ahí, con estas ferias privadas que yo hacía en La Plata, me daba cuenta de que había mucha producción y que veníamos post crisis 2001 y el boom del diseño y toda esta movida que se generó. Entonces había mucha producción en ese sentido, pero todo con la mirada puesta en la Ciudad de Buenos Aires. Entonces la propuesta, al principio, siendo parte del Municipio, fue mostremos acá qué hay, hagamos una sede de conurbano sur, donde se pueda empezar a mostrar que toda esta producción que se muestra divina y fabulosa en la Ciudad de Buenos Aires es de acá.

Sin embargo, las coordinadoras del DAS observaron ciertas “limitaciones”, en los primeros ensayos de implementación del programa, para poder cumplir con estas expectativas. Según destaca una de ellas:

Fue un proceso largo, porque el público de la Ciudad de Buenos Aires no es el público del conurbano y entonces fue todo un aprendizaje para lo que era el comprador local... que sabía que si se lo encontraba [al diseño], se lo encontraba allá. Si era de acá, era como “trucho”.

Frente a estos “obstáculos”, que señalaron las funcionarias, en los inicios del trabajo de campo, las preguntas de la investigación se dirigieron a indagar acerca de las estrategias que se propusieron para instalar “un polo de diseño en Quilmes”, que diera visibilidad a los productores locales, pero que también pudiera estimular a un público que, al parecer, no estaba preparado para consumir ese tipo de productos en su lugar de residencia. En este sentido, el rol de las coordinadoras –en tanto intermediarias culturales– fue central para articular la producción con el consumo y consolidar un circuito de diseño en la zona. Como señala Bourdieu en *La distinción* (2012), los intermediarios culturales encarnan un segmento de la “nueva pequeña burguesía” que se “realiza en las profesiones de presentación y representación (...) y en todas las instituciones dedicadas a la venta de bienes y

servicios simbólicos (...)” (Bourdieu, 2012: 420). Estos agentes son el eslabón que conecta a los productores con los consumidores (Negus, 2002). Partiendo de su *expertise* en el ámbito cultural, los intermediarios culturales le atribuyen a los bienes y servicios determinados sentidos y valores, que luego son exhibidos a los posibles compradores (Du Gay et al., 1997). No obstante, las estrategias puestas en práctica por los intermediarios culturales, para promover a los productores y a los bienes que éstos fabrican, no se explican simplemente por sus destrezas personales sino que se relacionan con el lugar que ocupan en el campo cultural y las lógicas de funcionamiento del mismo. Pero, antes de profundizar en estas cuestiones, examinaré en el siguiente apartado las características de los bienes simbólicos y su especial vínculo con lo económico.

Los bienes simbólicos: “realidades de doble faz”

Como señalan diversos estudios de Bourdieu sobre el campo artístico y cultural, los bienes simbólicos son “realidades de doble faceta”, mercancías y significaciones, cuyos valores simbólico y comercial permanecen relativamente independientes (Bourdieu, 1995, 2014a, 2014b). Según esta perspectiva, se generan dos modos de producción y circulación que obedecen a lógicas inversas. Una que se guía por los valores del desinterés y rechaza la “economía” (lo comercial) y el beneficio “económico” (a corto plazo), al mismo tiempo que orienta la producción hacia la acumulación de capital simbólico y genera su propia demanda a largo plazo. Las empresas, que responden a esta lógica, son empresas de “ciclo de producción largo”, ya que ellas mismas construyen la demanda de sus productos y los beneficios “económicos” se alcanzan solamente a largo plazo y por la acumulación de capital simbólico. En cambio, la lógica opuesta es la “económica”, que convierte el comercio de bienes culturales en un comercio como cualquier otro, otorgando prioridad al éxito inmediato y temporal. Las empresas cercanas a esta lógica son, según Bourdieu, “de ciclo de producción corto”: se ajustan a una demanda preexistente y cuentan con espacios de comercialización y difusión, con el propósito de garantizar el reintegro acelerado de los beneficios “económicos”. Bourdieu asocia estas dos lógicas con dos campos diferentes: “el campo de producción restringida” –sistema que produce bienes simbólicos (e instrumentos para su apropiación) destinados a un público de productores de ese tipo de bienes– y “el campo de la gran producción simbólica” –con vistas a la producción de bienes simbólicos destinados al “gran público”–. En este sentido, una de las coordinadoras afirma que la intención del DAS fue:

Instalar en la zona esta cuestión de aceptar, aprender sobre el diseño, qué otras posibilidades había además de lo industrializado, comprado en Once. También había que mostrarle a la gente, bueno, miren estas opciones de indumentaria que hay a las marcas grossas. ¿Valen? ¡Sí, valen! Son caras, no valen 2 mangos, porque es un diseño...

Por ende, había un claro afán, de parte de las gestoras del DAS, de diferenciar la producción que el programa promovía tanto de bienes que se comercializaban de forma masiva

en los negocios del barrio porteño de Once, como de los de las marcas ya establecidas en el mercado que circulaban en los *shoppings*. Los productos de “diseño” se relacionaban entonces con lo “diferente” y “único”, y se oponían a lo comercial y masivo (Guerschman, 2010; Correa, 2018; Miguel, 2013; Vargas, 2013). Al respecto, una de las emprendedoras que participaron del DAS afirma:

Mucha gente no valora el valor agregado del diseño. Ven tus productos, que salen más caros, y dicen: “en Once lo consigo más barato”. Pero yo ahí les explico que en Once hacen 100 baberos iguales y además en una fábrica de muchas personas. Yo, en cambio, hago piezas únicas y además corto todo y hago todo yo sola.

En la presentación del primer catálogo del programa, que se abocó especialmente a exponer sus objetivos, se enfatiza la importancia de dar a conocer el diseño local, porque esto implicaría también dar a conocer la identidad de los productores. Sin embargo, también esta política pública esperaba “generar un trato directo entre diseñadores y productores locales y los diferentes sectores comerciales zonales (...) interesados en tomar contacto con esta rama productiva en expansión”. Esto indica que no sólo el DAS tenía como meta aglutinar a un determinado tipo de producción que se orientaba a la búsqueda de “las distinciones culturalmente pertinentes” (Bourdieu, 2014a: 93), que en este caso estarían relacionadas con la elaboración de bienes que incorporaran el atributo del “diseño”, sino que tuvieran asimismo un valor “económico” y que fueran susceptibles de despertar el interés de un segmento específico del mercado.

Pero, ¿cómo se puede lograr la confluencia de estas dos dimensiones –la “económica” y la cultural– que, como ya mencioné, mantienen una relativa independencia entre sí? Diversos trabajos utilizan conceptos como “el recurso de la cultura” (Yúdice, 2008) o la “culturalización de la economía” (Du Gay, 2003), para aludir a la creciente importancia que adquirió la cultura en los ámbitos político y económico en la época contemporánea. No obstante, según el enfoque de Bourdieu, para que la imbricación entre estas “dos facetas” de los bienes simbólicos resulte “efectiva” deben darse determinadas condiciones. “El capital ‘económico’ sólo puede proporcionar beneficios específicos ofrecidos por el campo –y al mismo tiempo los beneficios ‘económicos’ que a menudo éstos reportarán a largo plazo– si se reconvierte en capital simbólico” (Bourdieu, 1995: 224). Entonces la única acumulación legítima en el campo cultural –tanto para los productores como para los intermediarios culturales– es “hacerse un nombre”, un capital de consagración que permita consagrar objetos o personas, es decir, otorgar valor y obtener, luego, los beneficios de esta operación (Bourdieu, 1995, 2014a). Así, este “comercio de objetos de los que no hay comercio” tiene éxito, simbólico e incluso “económico”, sólo si está orientado por el dominio práctico de las leyes de funcionamiento del campo de producción y circulación de los bienes culturales. Es decir, “por una combinación (...) del realismo que implica concesiones mínimas a las necesidades “económicas” denegadas y no negadas y de la convicción que las excluye” (Bourdieu, 2014a: 155).

La creencia colectiva en los creadores

Como señalé previamente, la posesión del capital simbólico es lo que permite, en el campo cultural, otorgar valor a los productos y productores. Pero, ¿de qué modo se genera esa consagración y quiénes intervienen en ella?

En diversos trabajos, Bourdieu (1990a, 1990b, 1995, 2014b) se pregunta “¿quién creo al ‘creador?’” y se opone, al igual que lo hizo Roland Barthes (1968) en “La muerte del autor”, a la noción decimonónica del “genio creador”, increado⁴. En lugar de considerar al autor como único responsable de la producción del valor de su obra, Bourdieu sostiene que son múltiples los agentes que se ven envueltos en este proceso. *Marchands*, editores, intermediarios culturales consagran los productos al introducirlos en el mercado mediante la publicación, exposición o puesta en escena. Sin embargo, estos actores no sólo procuran un valor comercial a la obra, sino que proclaman el valor del autor que defienden, ofreciendo como garantía de dicha “apuesta” el capital simbólico que han acumulado, es decir, su “prestigio” (Bourdieu, 2014b). Por ende, lo que crea el valor de la obra no es su rareza o unicidad, sino la rareza del productor, manifestada en la firma.

Ahora bien, volviendo a las preguntas que dieron inicio a este apartado, ¿de qué modo los intermediarios culturales logran su reconocido poder de consagración? Según plantea Bourdieu, la “autoridad” del que autoriza, del que “descubre” a los productores, “es un valor fiduciario que sólo existe en virtud de la relación con el campo de producción en su conjunto” (Bourdieu, 2014b: 158). La homología que el autor establece, entre los actos considerados “mágicos” y los actos de consagración que se producen en el campo cultural, es útil para comprender el componente colectivo que existe en la creación del valor de los productos y productores y, asimismo, en la creencia en dicho valor. Partiendo de las reflexiones de Mauss (1979:50) –quien destaca que “[l]os actos de cuya eficacia no cree todo un grupo no son mágicos”–, Bourdieu afirma que “[e]l principio de eficacia de todos los actos de consagración no es otro que el campo mismo (...)” (Bourdieu, 2014b: 159). Por su parte, la antropóloga Laura Colabella (2014) plantea, al analizar un acto de brujería, que más que interpretar el discurso, lo central es entender cuál es la posición social de cada uno de los participantes en ese contexto y situación concreta. De esto se deduce que no se trata de conocer los atributos específicos del mago, del brujo o de los intermediarios culturales, sino de examinar los fundamentos de la creencia colectiva o, como indica Bourdieu, del “desconocimiento colectivo”, colectivamente producido y mantenido, que es la base del poder del que estos agentes se apropian. En efecto, si resulta imposible comprender el acto de consagración de los bienes y productores sin considerar a los agentes que intervienen en él, es porque el poder de estos agentes es una “impostura legítima”, colectivamente desconocida y, por ende, reconocida (Bourdieu, 1995: 256). El trabajo de los intermediarios, en términos de Negus (2002), implicaría entonces el “ocultamiento” del conocimiento que estos actores poseen para lograr la articulación entre producción y consumo.

En conclusión, para analizar el valor de los bienes culturales, desde esta perspectiva, sería preciso considerar el sistema de relaciones objetivas que constituyen al campo cultural, las luchas que en él se producen y la forma específica de creencia que en él se engendra. Lo dicho implicaría entonces dejar de lado una lectura que privilegiara, como explicación de

ese valor, las características materiales de los objetos y/o los atributos “únicos e irrepetibles” del productor.

Estrategias de valorización del diseño quilmeño

Siguiendo los planteos de Bourdieu, mencionados anteriormente, examinaré en este apartado las distintas estrategias, puestas en práctica por las coordinadoras del DAS, para atribuirle valor a los productos de “diseño” y a los emprendedores locales y, así, posicionar a Quilmes como un “polo de diseño” en el conurbano sur. Las iniciativas se enfocaron también en atraer al público quilmeño para que estuviera dispuesto a acceder a estos nuevos consumos.

El *corpus* de análisis tomado para esta investigación está compuesto por unidades productivas dedicadas a la confección de indumentaria y accesorios. En su mayoría, las emprendedoras a cargo de dichas unidades son mujeres, de entre 30 y 40 años de edad. Proviene de familias de comerciantes y aprendieron el oficio de la costura o del tejido en sus hogares. Sus trayectorias educativas son dispares, algunas son diseñadoras de indumentaria egresadas de la Universidad de Buenos Aires, mientras que muchas otras estudiaron en la Escuela Municipal de Bellas Artes de Quilmes, cursaron carreras terciarias de diseño de indumentaria, o tomaron distintos cursos de diseño. El Programa DAS cumplió sus expectativas de generar un circuito dedicado al diseño –que logró año a año aumentar la asistencia tanto de productores como de consumidores–, en el que los productores tuvieron una participación activa y además se sintieron pertenecientes a ese ámbito. No obstante, la mayor parte de las productoras se identificó, en las entrevistas, con la categoría de “emprendedora”, que refiere a impulsar un proyecto creativo propio y encargarse de la gestión total del producto (Miguel, 2013), y, en menor medida, con el mote de “diseñadora”, asociado más a la carrera profesional. Lo que indica que el empeño de las intermediarias culturales por denominar a las productoras como “diseñadoras del DAS” es un elemento más dentro de la trama de valorización simbólica que ellas construyeron, y que se verá a continuación.

De Palermo a Quilmes: ferias, selección y jerarquización del territorio

Una de las primeras acciones, que contribuyó a la puesta en valor de los productos, fue invitar a diseñadores que tenían locales, de sus propias marcas, ubicados en la zona de “Palermo Viejo”, en el barrio porteño de Palermo. Como señala una de las coordinadoras, “íbamos a Palermo a un negocio, mirábamos en uno de esos negocios de diseño cosas que estaban buenas de tal rubro. ‘Listo, buenísimo’. Y los invitábamos.”

Otra de las formas, de “dar a conocer el diseño local”, fue organizar ferias de exhibición de la producción de los distintos emprendimientos que las coordinadoras convocaban. Las ferias de diseño, como señalan los catálogos, eran “un ámbito en donde se concentran la demanda y la oferta en un lugar común”. Además, suponían un “paseo de diseño donde el usuario concurre con el propósito de conocer lo último en tendencias y los expositores tienen la posibilidad de mostrar su producto y generar nuevos contactos”.

Sin embargo, no sólo los nuevos contactos revalorizaban la posición de los productores, sino que, según las coordinadoras, estar en las ferias les permitía “defender y explicar” sus productos –el concepto de la marca, los materiales, el precio–.

Asimismo, las intermediarias culturales plantean que compartir la situación de feria les abría a los emprendedores la oportunidad de conocer información útil sobre temas relativos a la producción y venta –espacios para comercializar los productos, lugares de venta de telas más baratas, capacitaciones de diseño–, que era difundida por las coordinadoras o también por los propios emprendedores. En este sentido, como indica la antropóloga Susana Narotzky (2016), las actividades económicas, de pequeña escala, en áreas de producción descentralizada, suelen estar atravesadas por fuerzas “extra-económicas” (de carácter moral, emocional y social). Por ende, los emprendedores a la hora de fabricar y comercializar sus productos, no sólo se veían envueltos, en términos de Bourdieu, en un vaivén entre el interés “económico” y el desinterés, opuesto a todo beneficio “económico” inmediato, propio de la lógica del campo cultural, sino también en una oscilación entre el interés y el afecto o la “reciprocidad”, que los inducía, por ejemplo, a compartir información, en términos de una emprendedora, “jugosa”, con sus pares (Narotzky, 2016).

Las ferias se hacían normalmente en la Casa de la Cultura, ubicada en el centro de Quilmes, y para participar de ellas los emprendedores debían pasar por una instancia de selección, en la que las coordinadoras evaluaban los productos –estética y conceptualmente–, el nivel de desarrollo en el que se hallaban los emprendimientos y la trayectoria de los productores. En relación a la participación en estas ferias y al proceso de selección, una emprendedora asegura:

Ha salido en todos los periódicos de la zona...es como que le dieron un marco más...yo me sentía más contenida en ese marco de Cultura del municipio, viste, no era cualquier feria. Te daban ganas de participar y había gente que venía de capital...a participar, ¿eh? Había productos que eran de afuera...o sea, afuera de Quilmes, quiero decir. Y sí...eh...la selección del producto estaba buena porque veías que eran lindos productos, que no era como cualquier improvisado que venía a presentar las cosas. Entonces vos estando entre esos pares, te sentías mejor. O sea, que tu producto estaba más valorado.

En este mismo sentido, y sobre el proceso de selección, otras emprendedoras señalan:

Ellas se toman un tiempo para decidir y después te ponen en el listado de los que quedaron. Porque realmente los que quedaban eran buenos, ¿eh? Porque te digo que había mucho diseño bueno. Y cada edición tenías que presentar tus proyectos. No es que por haber quedado...

Conocí a gente y venía gente de otros lados. Eso estaba bueno también, que viniera gente de otro lado, que no sea solo de Quilmes. Venían de San Telmo, Palermo...Venía diseño y quedaba el bueno. Porque a veces que seas de Quilmes no significa que tu producto sea bueno también.

De estos fragmentos se deduce que para las emprendedoras pasar por la instancia de selección —que se repetía en cada edición de la feria— no era una experiencia negativa o tediosa, sino que, por el contrario, era percibida como una forma de valorización de su labor como productoras y de los productos que manufacturaban. Por lo tanto, las emprendedoras preferían participar en una feria municipal a hacerlo en una feria privada, no sólo en términos económicos —por tratarse de un evento gratuito—, sino porque tenían que someterse a un proceso de selección y consideraban “prestigioso” el hecho de haber sido elegidas por sus propuestas (Vargas, 2013: 48).

Asimismo, se hace visible una jerarquización de las zonas urbanas, posicionando a CABA en un lugar privilegiado frente a las localidades de la zona sur del conurbano. Por lo tanto, el hecho de que productores de CABA expusieran en estas ferias de diseño de Quilmes, en especial los que solían hacerlo en barrios donde circulaban frecuentemente productos de “diseño”, aportaba un valor mayor a estos eventos. Como sostiene Bourdieu, “el espacio físico es sólo el soporte vacío de las propiedades sociales de los agentes y las instituciones que, distribuyéndose allí, hacen de él un espacio social, socialmente jerarquizado” (Bourdieu, 2014b: 166). De esta manera, el valor social de los distintos barrios, según indica este autor, depende de la representación que los agentes se hacen del espacio social. Tanto para las coordinadoras como para las emprendedoras entrevistadas ciertos barrios localizados en CABA —como San Telmo y, en particular, Palermo— poseen una jerarquía mayor, al menos en lo que atañe a la producción y circulación de diseño, en comparación a otros espacios “periféricos”, como por ejemplo Quilmes. Este reconocimiento del barrio de Palermo como un espacio dedicado al diseño (Miguel, 2009; Guerschman, 2010) es mencionado en diversas entrevistas: “Palermo es zona bien de diseño, pero también es carísimo estar ahí y a mí me queda lejos”.

A su vez, el sitio elegido para realizar las ferias era, como indiqué, la Casa de la Cultura, localizada en el centro de Quilmes. La elección de este lugar no era casual, ya que el objetivo era, según las coordinadoras, que los emprendedores se mostraran “en un contexto lindo, un contexto armado”, que pasaran por una selección y que luego el evento se llevara a cabo en un sitio “lindo”, con una buena curaduría y acompañado de diversos espectáculos musicales. Al respecto, dos emprendedoras plantean: “la Casa de la Cultura, donde se hacían las ferias DAS, es un lugar precioso y gigante, muy bien ubicado”. “Se generaba un ambiente de un producto puesto en Costa Salguero, en el mejor lugar”.

En relación a la distribución de los diversos estratos sociales en el espacio físico, cabe mencionar que la zona en la que se localizaba la feria es habitada, mayormente, por sectores medios y medios-altos. Esta información aportada por informantes clave es valiosa para comprender también cuál es el valor asignado al espacio, y las “centralidades periféricas” (Coulomb y Delgadillo, 2016). Las emprendedoras, asimismo, residen en el centro de Quilmes y en el centro de Bernal, y se adscriben bajo la categoría de “clase media”. Esta categoría también es aplicable al análisis del público, ya que como afirman diversas emprendedoras: “Era gente con poder adquisitivo, gente joven, en su mayoría, que iba a buscar diseño”. “El público era de clase media, gente que en general vivía ahí cerca”.

Por ende, el público, al igual que las emprendedoras, residía, mayormente, en los barrios de clases medias —como el centro de Quilmes y de Bernal—, donde tenía lugar la feria, y a su vez pertenecían a esos sectores sociales. Además, eran jóvenes que estaban acostumbrados

a consumir diseño, o que les interesaba acceder a este tipo de consumos, pero que en general adquirirían esos productos en zonas de CABA, como Palermo, en donde su circulación ya estaba legitimada socialmente; los que aún no habían accedido a este tipo de bienes, los asociaban con esos lugares.

En conclusión, las coordinadoras del DAS, en su rol de intermediarias culturales, propiciaron un evento en donde, por un lado, daban a conocer las últimas tendencias en materia de diseño y, por el otro, concentraban “la demanda y oferta en un mismo lugar”. De esta manera, vinculaban al público con los productores. Un público que, como afirmé anteriormente, era reacio a consumir productos de “diseño” en la zona sur, aunque asimismo proclives a este tipo de consumos. La estrategia de convocar a diseñadores que tuvieran sus locales en Palermo en las primeras ediciones de la feria significó, en este sentido, una forma de valorizar el proyecto del DAS y a los emprendimientos locales, y también ofrecer al público, como indicó una de las coordinadoras, “la posibilidad de ver productos de Palermo en Quilmes”. Pero la propuesta de la feria implicaba también darles a los productores una oportunidad de exhibirse en un “contexto lindo”, un lugar “bien ubicado”, en donde pudieran “defender” sus productos y promover el concepto de sus marcas. Además, pasar por una instancia de selección y estar entre pares –también elegidos–, que en algunos casos provenían de otras ciudades, era experimentado por los emprendedores como un modo de valorizar su producción y su desempeño como productores.

Vinculación, capacitación y concursos

Paralelamente a las ferias de diseño, las coordinadoras del DAS pusieron en práctica otras estrategias de promoción y valorización de la producción quilmeña. Según indica una de ellas, las ferias eran:

La cara visible de DAS y es a donde todo el mundo, digamos, apuntaba a estar porque tenían un montón de cualidades: estaba buena la curaduría, la gente no pagaba... Pero nuestro eje estaba puesto en la vinculación, la capacitación, todo lo que tenía que ver con generar cuestiones relacionadas al diseño desde todo ámbito. Bueno, estaba acompañado también por una cuestión federal, que era todo lo que era el Mercado de Industrias Culturales...

En efecto, como se planteó al inicio de este artículo, a partir de mediados de la década del 2000 en adelante se constituyeron desde el Estado nacional diversas políticas públicas e instituciones dedicadas al desarrollo de las industrias culturales, con el propósito puntual de abarcar todas las zonas del país. La emergencia, entonces, del programa DAS está en íntima sintonía con estos esfuerzos por “federalizar” la producción de bienes culturales –y su acceso–. Así también, del fragmento citado, se deduce que uno de los ejes centrales del DAS fue la vinculación con otros espacios de circulación y producción de diseño. Al respecto, una de las coordinadoras expresa:

Nosotros tratábamos primero de generar redes con organismos e instituciones del Estado o privadas que ya trabajaban con diseñadores. Si nosotros queríamos fortalecer la zona, teníamos que generar la situación, ponernos en contacto con otros lugares que estuvieran generando lo mismo.

“Generar la situación” –o, como en el caso de las ferias, “un contexto armado”– significaba crear algo que aún no existía o no al menos de forma organizada y nucleado bajo un único proyecto. La vinculación “con otros lugares que estuvieran generando lo mismo”, y que gozaran de cierta legitimidad en el ámbito cultural, fue otro modo de crear el valor de los creadores y de sus creaciones y, asimismo, la creencia colectiva en dicho valor.

Esta articulación se dio con diversas instituciones. En primer lugar, las coordinadoras se pusieron en contacto con el MICA, organismo que aglutina, en encuentros anuales, la oferta nacional de industrias culturales, con el fin de generar intercambios y presentar la producción argentina a referentes del ámbito internacional. El DAS ha ocupado un *stand*, en las diversas ediciones del MICA, en el que expusieron varias emprendedoras, y ha generado vínculos con otros productores y gestores culturales gracias a esa participación.

Asimismo, el DAS y el Centro Metropolitano de Diseño (CMD) organizaron conjuntamente desayunos de negocios para diseñadores provenientes de distintas zonas del conurbano. Los datos provistos por el municipio indican que este encuentro posibilitó un “espacio de debate y construcción colectiva sobre el escenario del diseño en la zona sur” (informe de gestión, 2015).

De forma simultánea a las actividades de vinculación, las intermediarias culturales planificaron distintas capacitaciones gratuitas, destinadas a diseñadores y emprendedores, brindadas por reconocidos profesionales del ámbito de la moda y del diseño. Las capacitaciones consistían en talleres de producción de moda, moldería, sublimación, experimentación en fieltro, entre otros. Las coordinadoras señalan que organizaban las capacitaciones en función de las nuevas tendencias que aparecían en el ámbito del diseño, aunque sin descuidar las necesidades que surgían al dialogar con los emprendedores. Al relatar su experiencia en las capacitaciones, una emprendedora sostiene: “Hice el curso de sublimación de Araceli Pourcel, el de sublimación de telas. Ella es una diseñadora que es muy conocida”.

Otra de las estrategias de “puesta en valor” de los productos y productores, impulsadas por el DAS, fue el armado del “catálogo de diseñadores quilmeños”. Este material, de consulta y difusión de los proyectos productivos que integraron el programa, comenzó a editarse de forma anual, a partir de 2011, y se distribuía gratuitamente en formato impreso y virtual. Frases como “aquí exponemos la excelencia del diseño local” –que aparecen al inicio de los catálogos– evidencian una clara intención de parte de las intermediarias de valorizar los productos y darlos a conocer al público local. Al respecto, una emprendedora plantea que “a partir del catálogo, te invitaban a ferias más importantes... a partir de estar en un lugar, donde te podían encontrar, te ofrecían otras cosas”.

Por último, en el marco del DAS, se organizaron desfiles y concursos de diseño de indumentaria, con distintas premisas, que contaron con la actuación de un jurado, compuesto por reconocidas diseñadoras y personalidades del mundo de la moda –como Andrea Saltzman, Ana Torrejón, Mariana Dapianno– encargado de evaluar las distintas prendas.

Los ganadores del concurso –que contaba con tres primeros puestos– obtenían un reconocimiento simbólico, pero también monetario. A su vez, se organizó anualmente, como evento de cierre de fin de año, un desfile de “diseño de autor”, en donde se mostraba “lo mejor de la moda de autor en nuestra ciudad” (informe de gestión, 2015). En relación a los concursos, una de las emprendedoras cuenta: “Había un jurado en el desfile organizado por el DAS. Yo saqué el tercer puesto y no lo podía creer...yo no conocía al jurado, porque recién empezaba, pero una amiga que estaba ya metida en el mundo del diseño, me dijo que eran re grosos”.

Esto indica, volviendo a Bourdieu, que es en el campo mismo del diseño donde se engendran el valor de los productos y la creencia en ese valor (Bourdieu, 2014b). Para esta emprendedora que recién ingresaba al mundo del diseño, los jurados no despertaban en ella ningún sentimiento de admiración, pero para su amiga que ya conocía las reglas y dinámicas del campo –y sobre todo que creía en ellas– la opinión de éstos adquiriría un valor especial. Por ende, lo que crea el poder del productor no es ni lo que fabrica ni tampoco la mera injerencia de los intermediarios culturales, sino que es el campo mismo, es decir, “el sistema de relaciones en conjunto” (Bourdieu, 1990a: 223).

Reflexiones finales

A lo largo de este artículo he examinado de qué manera se constituyó, a partir del año 2008, un circuito de diseño de indumentaria y accesorios en Quilmes, qué características adquirió y cuáles fueron los elementos simbólicos que contribuyeron a su consolidación. Este fenómeno pudo darse gracias a la confluencia de múltiples factores. Por un lado, la categoría “diseño” ya contaba con cierta notoriedad en la escena pública, desde comienzos de la década del 2000, en particular en CABA. Por otro lado, hacia fines de 2008, la industria textil y de indumentaria sufrió una desaceleración en su crecimiento, debido a grandes rasgos, a las repercusiones que la crisis mundial tuvo en el país y al “conflicto del campo”. Frente a esta situación, se implementaron distintas medidas anticíclicas, como el incremento de la regulación de las importaciones y un mayor estímulo del mercado interno, que favorecieron la emergencia de emprendimientos de indumentaria de pequeña escala dedicados a la producción de prendas de “diseño”. Asimismo, hacia mediados de los años 2000, y en especial a partir de 2008, se inició un proceso de “jerarquización” de la cultura, que tuvo como objetivo “federalizar” la producción y circulación de bienes culturales. En este marco, se crearon diversas políticas públicas culturales –como el Programa DAS (Diseños al Sur)– y nuevas instituciones dedicadas al fomento de las industrias culturales, como el MICA, que tuvieron alcance nacional.

No obstante, como he demostrado, la planificación de políticas públicas no fue suficiente para generar una “atmósfera” propicia para la circulación de productos con el atributo del diseño (Miguel, 2009: 19). Para ello, se necesitó de la intervención de diferentes agentes, que colaboraron en la creación del valor de los productos y en la creencia en ese valor. En este sentido, las intermediarias culturales –coordinadoras del DAS– jugaron un rol central en la puesta en valor de los productos y productores, a través de la implementación de diversas estrategias –organización de ferias que requerían un proceso de selección y una

curaduría; concursos y premios otorgados por consagrados actores del campo del diseño; capacitaciones brindadas por reconocidas diseñadoras, entre otras—. En conclusión, pudo conformarse un circuito de diseño en Quilmes y ser considerado por las emprendedoras y el público de la zona como un espacio “que aglutinaba el diseño”, gracias a las políticas públicas y la disponibilidad de predios feriales para la comercialización de los productos (McRobbie, 2002), pero en especial debido a la participación de las intermediarias culturales, y diversos agentes del campo del diseño, en la producción de la “creencia colectiva” en el valor de los bienes y productores que integraron el circuito de diseño quilmeño.

Notas

1. Entiendo por circuito a un “circuito interpersonal”, que se distingue por una frontera; un conjunto de lazos interpersonales; transacciones económicas; y formas específicas de intercambio (Zelizer, 2008).
2. En varios discursos, Cristina Fernández de Kirchner destacó “el auge” que la cultura alcanzó durante sus dos mandatos, entendiendo a la cultura desde su dimensión social e identitaria, pero a su vez como una forma de contribuir al desarrollo económico. A partir del 2003, el gobierno nacional invirtió “más de 24.000 millones de pesos en cultura”, una inversión “como nunca se dio en Argentina”. <http://www.telam.com.ar/notas/201505/105805-cristina-inauguracion-centro-cultural-nestor-kirchner.html> (consultado el 08/10/2018).
3. Véase el decreto 641, por medio del que se creó el Ministerio de Cultura de Nación, en 2014, donde se menciona el objetivo de “jerarquizar” el área y garantizar su accionar en todas las jurisdicciones del país. <https://www.lanacion.com.ar/1688374-por-decreto-cristina-kirchner-creo-el-ministerio-de-cultura> (consultado 25/10/2018).
4. Según esta noción, el autor crea en soledad casi por inspiración divina, bastándose solamente de sus recursos imaginativos.

Bibliografía

- Amar, A. y Tumini, L. (2012). “Comercio y empleo durante la crisis internacional: la dinámica de las exportadoras”, en: *Macroeconomía, empleos e ingresos. Debates y políticas en Argentina frente a la crisis internacional 2008-2009*, MTEySS-OIT, Buenos Aires, pp. 157-186.
- Aronskind, R. (2012). “Modelos emergentes después de la crisis internacional. La reconfiguración del capitalismo mundial”, en: *Macroeconomía, empleos e ingresos. Debates y políticas en Argentina frente a la crisis internacional 2008-2009*, MTEySS- OIT, Buenos Aires, pp. 27-62.
- Barthes, R. (1968). “La muerte del autor”, disponible en: <http://www.cubaliteraria.cu/revista/laletradelescriba/n51/articulo-4.html> (consultado 29/10/2018).
- Bourdieu, P. (1990a). “Alta costura y alta cultura”, en: *Sociología y cultura*, México, D.F., Editorial Grijalbo, pp. 215-224.

- _____. (1990b). “¿Y quién creó a los creadores?”, en: *Sociología y cultura*, México, D.F., Editorial Grijalbo, pp. 225-238.
- _____. (1995). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- _____. (2014a). “El mercado de bienes simbólicos”, en: *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, pp. 85-152.
- _____. (2014b). “La producción de la creencia. Contribución a una economía de los bienes simbólicos”, en: *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, pp. 153-229.
- Castells, M. y Schorr, M. (2015). “Cuando el crecimiento no es desarrollo. Algunos hechos estilizados de la dinámica industrial en la posconvertibilidad”, en: *Cuadernos de Economía Crítica*, Año 1, N° 2, pp. 49-77.
- CENDA (2010). *La anatomía del nuevo patrón de crecimiento y la encrucijada actual. La economía argentina en el período 2002-2010*, Cara o Ceca, Buenos Aires.
- Colabella, L. (2014). “O te vamos a ir a buscar... un caso de brujería en los límites de la observación participante”, en: Guber, Rosana (comp.), *Prácticas etnográficas. Ejercicios de reflexibilidad de antropólogas de campo*, Buenos Aires, IDES-Miño y Dávila Editores, pp. 87-112.
- Correa, M. E. (2018). *Entre la industria y la autogestión*, Buenos Aires, ExLibrisTeseoPress.
- Coulomb, R. y Delgadillo, V. (coords.) (2016). *Habitar la centralidad urbana*, México, D. F., Universidad Autónoma Metropolitana.
- Du Gay, P. et al. (1997), *Doing Cultural Studies: the story of the Sony Walkman*, London, Sage/The Open University.
- Du Gay, P. (2003). *Production of culture/Cultures of production*, London, SAGE.
- Guerschman, Bárbara (2010), “La marca comercial y el diseño: una reflexión antropológica sobre la producción, el consumo y el espacio”, *Kula. Antropólogos del Atlántico Sur*, Nro. 3, octubre, pp. 67-81.
- Kulfas, M. (2017). *Los tres kirchnerismos. Una historia de la economía argentina (2003-2015)*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores.
- Mauss, M. (1979). *Sociología y antropología*, Madrid, Editorial Tecnos.
- McRobbie, A. (2002). “Fashion culture: creative work, female individualization, Londres”, *Feminist Review*, 71, pp. 52-62.
- Miguel, P. (2009). “Los recorridos del diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires”, *Apuntes de investigación del CECYP*, n° 15, Buenos Aires, pp. 47-69.
- _____. (2011). “Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010”, en: Miguel, Paula y Lucas Rubinich (eds.), *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*, Aurelia Rivera, pp. 45-68.
- _____. (2013). *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*, Buenos Aires, Eudeba.
- Narotzky, S. (2016). “El proyecto en el modelo: Reciprocidad, capital social y la política del realismo etnográfico”, *(Con)textos*, Nro. 6, febrero, pp. 84-99.
- Negus, K. (2002). “The work of cultural intermediaries and the enduring distance between production and consumption”, *Cultural Studies* 16 (4), pp. 501-515.

Vargas, P. (2013). *Diseñadores y Emprendedores. Una etnografía sobre la producción y el consumo de diseño en Buenos Aires*, La Plata, Al Margen.

Yúdice, G. (2008). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, México, Gedisa.

Zelizer, V. (2008). "Dinero, circuitos, relaciones íntimas", *Revista Sociedad y economía*, No. 14, junio, pp. 7-30.

Catálogos:

Catálogo de Diseñadores Quilmeños, DAS (2011, 2012, 2013).

MICA Produce Buenos Aires, 2015.

Informes:

Informe final de gestión del DAS, 2015.

Abstract: This article proposes to analyze the specificity of the symbolic goods, their relationship with the market and the construction of the collective belief in the value of the producers and the objects they manufacture, based on the contributions of Pierre Bourdieu to the sociology of culture. To address these issues I will analyze, punctually, the role of cultural intermediaries, within the framework of the various cultural public policies, in order to constitute and legitimize a clothing and accessories design circuit in the region of Quilmes, located in the south zone of Buenos Aires, between 2008-2015.

Keywords: symbolic goods - collective belief - cultural intermediaries - design - value - circuit - public policies.

Resumo: Este artigo propõe analisar a especificidade dos bens simbólicos, sua relação com o mercado e a construção da crença coletiva no valor dos produtores e dos objetos que fabricam, com base nos aportes de Pierre Bourdieu à sociologia da cultura. Para abordar estas questões, vou analisar, pontualmente, o papel que exerceram os intermediários culturais, no marco das diversas políticas públicas culturais, para poder constituir e legitimar um circuito de desenho de vestuário e acessórios na região de Quilmes, localizada na zona sul de Buenos Aires, entre 2008-2015.

Palavras chave: bens simbólicos - crença coletiva - intermediários culturais - desenho - valor - circuito - políticas públicas.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

El lujo tecnológico. Distinción y esnobismo en un contexto de prohibición: el consumo de Apple en Argentina (2015-2018)

María Eugenia Correa * y Matías J. Romani **

Resumen: El presente trabajo pretende discutir el alcance de la categoría de “distinción” y su aplicación problemática al mundo de la tecnología digital. Para ello toma como universo de análisis a los consumidores de Apple en la Argentina durante el último trienio (2015-2018), con el fin de comprender el impacto que impuso una circulación restringida de ciertos bienes sobre los valores corporativos que caracterizan a la marca. La hipótesis que se pretende demostrar es que recién a partir del 2010 –cuando se endurecieron las políticas en materia de importación de bienes tecnológicos– que la experiencia de consumo de Apple comenzó a percibirse como una estrategia de distinción entre los consumidores argentinos.

Palabras claves: Distinción - Dispositivos tecnológicos - Experiencias de consumo - Cultura material - Nuevo lujo - Status social - Esnobismo.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 204-205]

(*) Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Magíster en Sociología de la Cultura y Análisis cultural (IDAES-UNSAM). Licenciada en Sociología (UBA). Investigadora adjunta del CONICET en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Docente de grado y posgrado de esta misma Facultad. Correo: eugecorrea@yahoo.com.ar

(**) Licenciado en Sociología y candidato a Magíster en Comunicación y Cultura por la Universidad de Buenos Aires. Profesor de grado en el Ciclo Básico Común (UBA) y de posgrado en el Doctorado de la Universidad de Palermo (UP), en la especialización Cultura y Comunicación de FLACSO y en la Maestría de Derechos Humanos de la UNTREF. Investigador categorizado del Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG - UBA) en el área Cultura y Sociedad. Correo: romani@cbc.uba.ar

Introducción

El presente trabajo pretende discutir el alcance de la categoría de “distinción” y su aplicación problemática al mundo de la tecnología digital y de la electrónica de consumo en particular. Para ello toma como universo de análisis a los consumidores de Apple en la

Argentina durante el último trienio (2015-2018), con el fin de comprender el impacto que impuso una circulación restringida de ciertos bienes tecnológicos sobre los valores corporativos que caracterizan a esta marca global. Si bien es una constante que la marca Apple está asociada con el lanzamiento de productos de calidad, con un fuerte componente en materia de innovación y en diseño, la impronta de exclusividad con la que se la asocia en el resto del mundo está vinculada, mucho más con el modelo de negocios que propugna, que con el rasgo de escasez relativa con la que se distingue en la Argentina. A tal punto que la serie de estos productos contrasta con otras alternativas, no siempre más económicas, pero en general más accesibles desde el punto de vista de la distribución, por ejemplo, en términos del soporte técnico, promociones bancarias, canales de *retail*, etc. y con una experiencia de consumo mucho más orientada hacia el aspecto funcional y utilitario del producto.

La hipótesis que se pretende demostrar es que si bien la marca Apple tiene una larga presencia en la Argentina, que puede rastrearse hasta los años ochenta del siglo pasado, es recién a partir del 2010 —cuando se endurecieron las políticas en materia de importación de bienes tecnológicos— que la experiencia de consumo de Apple comenzó a percibirse como una estrategia de distinción entre los consumidores tecnológicos de Argentina. No sólo debido al incremento sustancial del valor comercial en el mercado doméstico, sino también a un correlativo aumento de su valor “social” en términos de status. De ahí que la posesión de un iPad, un iPhone o una Macbook, objetos que predominan entre las fracciones superiores de la clase media metropolitana, operan como un signo de distinción dentro del consumo tecnológico nacional, en la medida en que su condición particular de escasez relativa conecta con otras formas de la construcción de la identidad de la nueva clase media metropolitana como es el acceso al turismo en el exterior.

En términos empíricos, este artículo busca recuperar la mirada de los propios consumidores de la marca, sus percepciones y representaciones no sólo sobre las mercancías tecnológicas en general, sino también acerca de la experiencia del consumo de Apple en la Argentina buscando el contraste con los valores culturales que la marca promueve a nivel global. Si se toma como punto de partida la necesidad de analizar los fundamentos de la cultura material, el objetivo propuesto implica reconstruir el relato social de un objeto tecnológico que, bajo determinadas circunstancias, se convierte en una mercancía distintiva en cuanto su sentido va variando a lo largo del tiempo. De aquí se derivan algunos interrogantes: ¿cómo opera en los consumidores tecnológicos y específicamente, sobre estas elecciones de compra, el concepto de distinción? ¿Cómo se articula la existencia de Apple como mercancía exclusiva frente a la multiplicación de los dispositivos tecnológicos? ¿Cuál es la relación entre la adquisición de un producto Apple y el turismo en el exterior? ¿Puede establecerse una conexión entre ambos procesos? Por último, ¿cuáles son las impresiones de otros consumidores especializados sobre la importancia de la marca?

Para responder todas estas cuestiones se trabajará en dos niveles simultáneamente. En primer lugar, se discutirá teóricamente la factibilidad de la categoría de distinción en el contexto actual del mercado tecnológico. Sabiendo las dificultades inherentes que subyacen a una categoría pensada para un contexto de reproducción técnica limitado, por ejemplo el arte clásico frente a un contexto de reproductibilidad ilimitada dentro de la economía digital. En segundo lugar, se tratará a partir de la triangulación de metodologías cuanti-

tativas y cualitativas de reflejar la especificidad de la circulación de productos Apple en Argentina. Sobre este último punto se analizan datos secundarios en términos de conectividad, provenientes de las búsquedas entre sistemas operativos iOS y Android identificado cuáles son las zonas urbanas donde predomina cada una de estas terminales tecnológicas. Por último, se trabajará sobre la construcción del imaginario de exclusividad asociado con Apple a partir del análisis de un *focus group* realizado a consumidores de tecnología en el marco del proyecto UBACYT “Sensibilidades e imaginarios en las producciones culturales de la Argentina en la última década, ¿hay nuevos consumos culturales?” con sede en el Instituto Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires.

La dialéctica de la distinción

La dialéctica de la distinción (Bourdieu, 1998, 2014) constituye uno de los pilares fundamentales de la sociología de la cultura y, más específicamente, del análisis de la producción y el consumo cultural debido al enorme potencial explicativo para traducir en el plano simbólico, las desigualdades que existen materialmente en el espacio social. De esta manera, ciertas producciones artísticas, maneras de consumo y estilos de vida, que son observados y realizados en las interacciones cotidianas, se convierten en indicadores visibles del sistema de posiciones vigentes al interior de cualquier campo. No por casualidad el mundo del arte representa el universo predilecto en donde se despliegan las diferentes estrategias de pretensión y distinción, ya que al tratarse de un ámbito circunscripto con reglas de juego preestablecidas se impone tanto la singularidad irreductible del artista expresado en el culto del genio creador como la irreductibilidad de su acto de producción basado en la libertad creativa. A fin de cuentas, siempre hablando al interior del campo de la producción restringida, léase en el denominado arte serio, el valor del objeto cultural debe ser lo suficientemente maleable para poder traducir y visibilizar las diferencias.

La misma lógica se desarrolla en el campo de los bienes de lujo donde el sujeto productor y su objeto simbólico permanecen conectados entre sí por medio de una serie de propiedades que se vuelven extensivas a ambos. De ahí que los productos de la cultura material se ordenan de acuerdo a los gustos sociales señalando su distancia correspondiente al mundo de la necesidad ya que, dentro de los límites de la circulación restringida, el objeto cultural cumple siempre la función de un signo de demarcación que permite no sólo la clasificación de las personas y las cosas sino también, de gustos y actitudes personales en relación con la posición de clase, en otras palabras, de lo que se aspira a tener y lo que no. Esta cualidad del objeto cultural de funcionar como un signo de distinción depende tanto de su rareza en el mundo social como también, del carácter restringido de su proceso de circulación. Esto significa que para que el objeto cultural opere como un marcador de las condiciones sociales debe cumplir los criterios de aquellas mercancías que reciben su valor económico de la escasez (Ricardo, 1985: 22). En síntesis: deben ser un producto que existe en cantidades limitadas y donde la competencia opera con severas restricciones.

Aquí se encuentra el principal obstáculo para la aplicación de la dialéctica de la distinción al mundo de la tecnología digital. No sólo porque se trata de mercancías cuya oferta puede ser aumentada por simple voluntad humana sino también, porque el tipo de circulación

de los dispositivos tecnológicos se asemejan mucho más al modelo de distribución masiva que al campo de la producción restringida. El problema es que en el contexto de la globalización de los mercados y de la cultura, “la inflación producida por una oferta excesiva y una rápida circulación de bienes simbólicos y de mercancías de consumo conllevan el riesgo de amenazar la legibilidad de los bienes usados como signos de status social” (Featherstone, 2000: 48). Cuando se acelera la multiplicación y circulación de los objetos tecnológicos, acaso el rasgo distintivo de toda mercancía reproducible, resulta cada vez más difícil estabilizarlos como signo de distinción de las distintas oposiciones y jerarquías culturales. Con la difusión global de la electrónica de consumo, la vorágine en la que se encuentran los dispositivos tecnológicos en el mercado, los ha vuelto mucho menos sensibles para expresar las diferencias sociales.

Ahora bien: ¿esto implica descartar la noción de distinción para el análisis del mundo de la tecnología en el sentido de considerar el modelo teórico de Bourdieu demasiado estrecho para la aleatoriedad de un mercado frenético y a gran escala? ¿Puede una mercancía de consumo masivo ser correlativa de determinadas posiciones sociales y no simplemente un efecto del gusto individual o del ingreso familiar correspondiente? ¿Hasta qué punto se puede hablar de que en el nuevo capitalismo predomina un hiper consumidor individualizado (Lipovetsky, 2007), desprovisto de cualquier posicionamiento social, cuando se constituyen comunidades de consumo tan sólidas y permanente en torno a marcas tecnológicas como en el de los consumidores de Apple? Acaso no ha sido una estrategia de la empresa de Cupertino, la fidelización del cliente al instalar una lógica de la distinción en campañas publicitarias globales como *Think Different* (Siltanen, 2011) o en una estrategia de marketing inspirado en las marcas de lujo en lo que respecta a la importancia del *packaging*, la política precios al consumidor o la certificación de accesorios compatibles con la marca. De lo que se puede estar seguro es que ese conjunto de operaciones restrictivas, a primera vista discutibles desde el punto de vista comercial, ha permitido rodear a la marca Apple con un aura de exclusividad.

De ahí parece provenir ese carácter diferencial que caracteriza a los consumidores de Apple dentro de la electrónica de consumo. Frente a otras marcas tecnológicas, mucho más orientadas a una oferta hiper segmentada dentro del sistema gama, lo que significa variedad de modelos para presupuestos diferentes; la estrategia comercial de Apple fue la opuesta: reducir al mínimo la cantidad de productos para concentrarse en la gama superior del mercado tecnológico y, dentro de ésta, en el segmento de consumidores que estuvieran dispuestos a pagar un *plus* por una mercancía de calidad diseño-intensiva. No hay que perder de vista que hasta comienzos del 2001, Apple era una marca minoritaria en términos de cuota de mercado, pero sumamente influyente al interior de las profesiones creativas vinculadas con la imagen (publicistas, diseñadores, etc.). Sin embargo, su despegue definitivo y reconfiguración posterior como gigante tecnológico va a estar ligada a la constitución de un estilo de vida transnacional. Ya sea dentro de las fracciones superiores de la clase media urbana como de los sectores ejecutivos de la burguesía transnacional los mismos principios que caracterizan a la empresa de Cupertino organizan el imaginario social de un consumo globalizado.

Llegado a este punto se debería reconsiderar la importancia de la “dialéctica de la distinción” y su aplicación pertinente a la circulación de los productos Apple en la Argentina

durante el último trienio. No tanto porque sean considerados un objeto de “lujo” en el sentido corriente de la palabra, es decir, fundada sobre una operación de exclusión generalizada sobre el consumo de determinados bienes –nadie en su sano juicio consideraría la adquisición de un iPhone en este primer sentido de la palabra– sino mucho más al considerar a ciertos bienes como valiosos y refinados “entendiendo por refinamiento toda confección de los objetos que puede estimarse superflua para la realización de los fines necesarios” (Sombart, 1958: 88). Esta nueva definición de “lujo” mucho menos restrictiva que la anterior, parece aplicarse con mayor flexibilidad al universo de los objetos tecnológicos donde no es común que el refinamiento de la forma predomine sobre el contenido de la materia. En un mercado caracterizado por la innovación permanente, no son las funciones exóticas sino la plusvalía simbólica que produce Apple la que permite convertir a los dispositivos tecnológicos en un deleite de los sentidos.

Si a esto le sumamos el grado de escasez relativa con la que los productos circulan en el mercado argentino, se puede coincidir, que los productos Apple pueden operar, bajo determinadas condiciones restringidas, como un signo de distinción entre los consumidores de tecnología. Menos excluyente y jerárquico que el lujo tradicional, esta especie de consumo tecnológico suntuario permite realizar dos operaciones simultáneas. Por un lado, establecer una comunidad de consumidores vinculados a determinadas marcas globales (Starbucks, Gap, etc.); por el otro, trazar una distancia simbólica con respecto a otras marcas que poseen una mayor circulación dentro de la electrónica de consumo a nivel nacional (Samsung, LG, Sony, etc.). Como si el uso de dispositivos Apple pudiera servir tanto como punto de referencia de un estilo de vida transnacional, que en términos reales o imaginarios, se define con una norma de consumo cosmopolita y al mismo tiempo para señalar la distancia que separa con aquellos consumidores que, por efecto de las restricciones vigentes, adquieren dispositivos tecnológicos dictados por la necesidad. Ya sea de manera horizontal o vertical, el objeto tecnológico opera como marcador cultural señalando propiedades compartidas en el mapa social de la identidad.

De la exclusión a la exclusividad

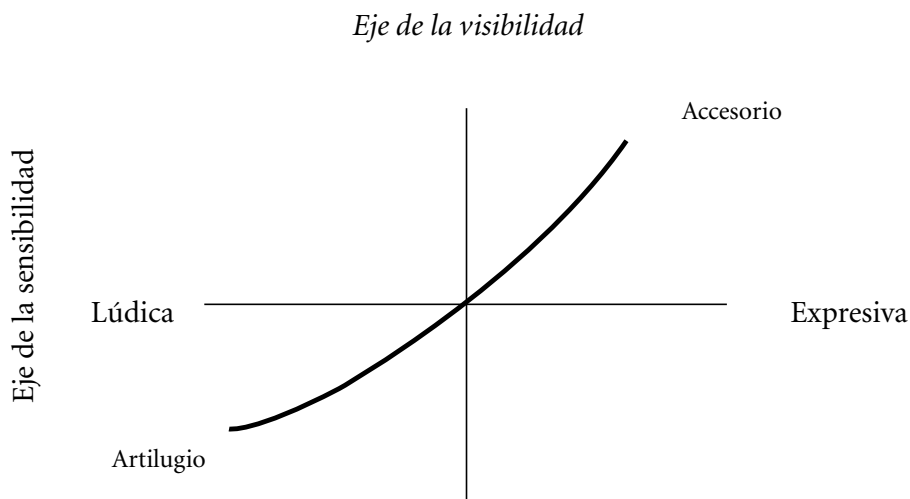
El argumento central de este trabajo descansa sobre la siguiente premisa: que se puede considerar a los productos Apple en Argentina como un objeto de “lujo” en la medida en que su circulación doméstica responde a una serie de características que resultan distintivas de todo régimen suntuario. La primera de ellas es la *restricción por precio o por ley* a las elites; en segundo lugar, la *complejidad de adquisición*, la cual puede estar o no en función de la “escasez” real; en tercero, el *virtuosismo semiótico*, es decir la capacidad para comunicar mensajes sociales muy complejos; en cuarto, *el conocimiento especializado* en tanto prerequisite de su consumo adecuado y por ultimo, un alto grado de vinculación con el *cuerpo y la personalidad* (Appadurai, 1991: 56). La aplicación de estas cinco características permiten entender el carácter disfuncional de la demanda (Leibenstein, 1950) de los productos Apple sino también demostrar, cómo un objeto corriente y funcional como puede ser un dispositivo tecnológico puede convertirse en un signo de distinción cuando su principal función es retórica y social.

La primera característica se observa en los productos Apple en la Argentina es que su circulación se encuentra atravesada por una condición de escasez relativa frente a la oferta de otras marcas disponibles. Esta especificidad se debe no tanto a la inexistencia de vendedores privados o de distribuidores oficiales sino a ciertas medidas arancelarias de corte proteccionista que se establecieron desde finales del año 2009 como parte de una estrategia de promoción de la industria de ensamblaje radicada en la provincia de Tierra del Fuego. En ese entonces, durante la primera presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, se impulsó un “impuesto tecnológico” que les permitía a los fabricantes de celulares que desearan vender en el mercado doméstico, importar libre de impuestos la totalidad de los componentes electrónicos siempre y cuando el proceso de ensamblaje se realizara en territorio nacional. De esta manera, algunas empresas líderes a escala global como es el caso de Samsung y LG optaron por ingresar al modelo de promoción industrial argentino con la consiguiente ventaja de disponer de un mercado protegido y en rápido crecimiento. Sin embargo Apple decidió rechazar la propuesta. Por diversas razones, fundamentalmente, logísticas prefirió desembarcar en la región mediante la instalación de una filial de la empresa taiwanesa Foxconn, su socio productivo en Brasil. Para ser justos, en términos estrictamente legales, el iPhone no estuvo prohibido en la Argentina, aunque las dificultades para conseguir los permisos para las licencias de importación funcionaron hasta 2017 como una prohibición de facto. Mientras que el resto del catálogo de productos de la marca (iPods, iPads, iMacs, etc.), no alcanzados por la legislación anterior, circulan hasta el día de hoy en el mercado doméstico con un sobreprecio producto de la sumatoria acumulativa de aranceles de importación (18 %), impuestos internos a los bienes considerados suntuarios (21 %) e Impuesto al Valor Agregado (21 %). Si a esto se le agrega los costos locales de comercialización y, obviamente, el margen de ganancia se llega a una relación que es mayor al doble de su costo en origen (Carrier, 2017). Basta con un simple ejemplo de la *ratio* del precio en la página oficial de Apple y en alguno de los *retailers* oficiales arroja un 2,35 para la Macbook Air, 1,9 para el último iPad y 2,5 para el iPhone 8. Con este último, Argentina obtiene el premio al “iPhone más caro del mundo” (Wasilevsky, 2017). De modo que existe un importante sustento empírico para aplicar la categoría de “escasez relativa” al consumo de Apple en Argentina. Dadas las restricciones políticas y las penalidades tributarias impuestas durante la última década han transformado a la Argentina, en el país con menor porcentaje de dispositivos móviles con iOS de toda América Latina. Según los datos de la consultora E-marketer (2015), en enero del 2015 representaba un porcentaje de hasta el 5 % menos que el promedio global, ubicándose junto a Brasil en los peores puestos de América Latina. Mientras que, en el mismo año, la participación del iPhone en Chile alcanzó el 36 % de los dispositivos móviles, si bien es un valor que se encuentra muy por encima del promedio global, aún así representa más del doble de la participación que en Brasil (16 %) y más del triple de la Argentina (11 %). La rareza percibida en materia de circulación de mercancías proviene de un grado de escasez muy superior a la media con respecto a cualquier otro dispositivo tecnológico dentro del mercado nacional. Esta característica inicial, sumada a las dificultades estructurales que su adquisición supone, conduce a identificar el consumo de cualquier producto Apple como un verdadero signo de distinción.

Esta condición del objeto tecnológico se encuentra reforzada por la modalidad de la compra imperante durante el período de restricción analizado (2015-2018). Si uno tomara por ejemplo, un año al azar, y analizara el volumen de los permisos de importación del iPhone descubriría que éstos representan una porción ínfima de las terminales tecnológicas activas en la Argentina. Se puede determinar que “entre enero del 2016 y mediados del 2017 se importaron tan sólo 17.500 teléfonos Apple mediante despachos aduaneros formales” (Wasilevsky, 2017). Sin embargo, este número resulta insignificante frente a la estimación del millón de iPhones que se encuentran en actividad. Por lo que se puede deducir que la gran mayoría de estos productos han ingresado al país por medio del turismo en el exterior y/o el mercado ilegal. De ahí que la posibilidad de acceder a un objeto distintivo en términos de circulación doméstica a un valor similar o inferior al de cualquier otra marca con presencia estable en la Argentina denota la correlación entre el turismo emisivo y la adquisición de los dispositivos móviles. Como si la compra de un iPod, un iPhone o un iPad funcionaran como un soporte identitario para la fracción superior de las clases medias metropolitanas que exhiben sus accesorios tecnológicos como pasaporte de vacaciones en el exterior.

Pero lo que resulta más interesante es que esta operación de asimilar el viejo y tradicional recuerdo fotográfico con un *souvenir* tecnológico lejos de verse como una especie de *bluff*, es decir, un atajo social para acceder a una mejora relativa en términos de *status* social por medio del consumo se vive como una práctica similar a la apertura de un café Starbucks en una ciudad de provincia o con los productos de la marca estadounidense Gap sin revendedores oficiales en el país, o en otro tiempo, simplemente con la compra de un bolso de viaje. Estas mercancías de marca son productos que poseen un enorme virtuosismo simbólico ya que fueron, en algún momento, productos de *acceso* en el sentido en que sólo podían ser adquiridas por los consumidores que viajaban al exterior. Esta condición de consumismo turístico (Roche, 2003: 65) refuerza el carácter suntuario de Apple en la Argentina en la medida en que el turista vive la experiencia del consumo como una aventura que contrasta con las obligaciones cotidianas, de modo que en este sentido el objeto tecnológico se encuentra atravesado por un determinado nivel de refinamiento que lo aleja del sustrato utilitario y de la mera necesidad.

Por eso se puede sostener que la dinámica del viaje y el mapa social de la tecnología definen las nuevas coordenadas sobre las que se construyen las nuevas formas de la identidad para amplios fracciones de los sectores medios metropolitanos. La expansión del turismo en el exterior y creciente exhibición social de la tecnología han sido fundamentales para la transformación del dispositivo tecnológico en un accesorio de moda. De aquí se desprende la cuarta característica de un régimen suntuario: la impronta utilitaria y funcional queda relegada frente a la dimensión estética que gana terreno a medida que aumenta la exposición social (Ianni & Romani, 2018, 69) del dispositivo. Por eso el modelo de consumo distintivo operado por el ecosistema de los productos Apple se encuadra en la zona superior del esquema siguiente, el cual combina el grado de exposición del objeto tecnológico en términos de visibilidad social y el tipo de sensibilidad dominante que lo acompaña.



Cuadro N° 1. Elaboración propia.

La zona izquierda coincide con el objeto tecnológico en cuanto *gadget*, es decir un dispositivo ultra funcional que satisface una utilidad sumamente específica. Pueden estar regidos por un nivel bajo de visibilidad (abajo a la izquierda) como es el caso de los denominados periféricos (*mouse, trackpads, etc.*) que representan una función específica pero complementaria del dispositivo principal; o por una mayor visibilidad (arriba a la izquierda) en el caso de los *wearables*, es decir el conjunto de los dispositivos tecnológicos con microprocesadores integrados al cuerpo por ejemplo el *iWatch*, los *earpods, etc.* Mientras que los dispositivos tecnológicos portables al estilo *iPod, iPhone, iPad* se alejan cada vez más del formato *gadget* en la medida en que están organizados por la integración funcional, menos por la lógica ultra utilitaria que por la estética mercantil. Las prácticas distintivas se realizan en la mitad superior del gráfico donde la cercanía con el cuerpo (a la izquierda) y la personalidad del consumidor (a la derecha) convierten a los dispositivos tecnológicos en signos dentro de una zona de distinción.

De aquí se desprende la quinta característica distintiva del modelo suntuario, la cual define la correlación que existe entre los atributos de la marca y la personalidad del consumidor. Como ninguna otra compañía del sector, la empresa de Cupertino ha apostado a mantener un control absoluto sobre el proceso de producción y distribución, lo que implica una planificación minuciosa que va desde la concepción del diseño, la elección de los materiales hasta la forma en la que se presentan los productos en los respectivos puntos de venta. La adición del prefijo “i” como elemento distintivo funciona no sólo como un signo de identificación de la marca dentro de la electrónica de consumo –se sabe que un *iPhone*

es un teléfono de Apple— pero también un iPad es una tableta que se conecta directamente a internet por lo que el prefijo “i” opera como un significativo vacío que busca extender los atributos simbólicos de la mercancía en cuestión: la innovación, la imaginación y la inteligencia a la personalidad del consumidor. El éxito de esta operación permite desarrollar una lógica distintiva por medio del consumo, mucho menos asociado con el efecto Veblen que con la demanda *snob*.

(No) Tan distintos

A lo largo de este trabajo se han planteado varias cuestiones sobre la relación entre tecnología y consumo. En primer lugar, la posibilidad de aplicar la categoría de distinción a la electrónica de consumo sabiendo las dificultades inherentes a un mercado competitivo y a una mercancía técnicamente reproducible. Por ello se ha buscado definir de una manera mucho más amplia la categoría de “lujo” con el fin de poder aplicarlo al consumo de Apple en la Argentina. Aun a sabiendas, que existe una clara intencionalidad por parte de las súper marcas (Klein, 2005) en crear una imagen exclusiva se ha demostrado que, esta circunstancia nunca garantizada, fue producida artificialmente bajo determinadas condiciones excepcionales de escasez dentro del mercado nacional. La misma situación que ha llevado a identificar la marca Apple con ciertos valores asociados a la libertad individual, a la integración internacional, al modelo liberal de la globalización, etc. Paradójicamente, la marca del *Think Different* se encuentra asociada en la Argentina con la defensa de los valores occidentales en el contexto de la globalización, que han despertado la circulación de determinados rumores sobre la apertura de un Apple Store (2017) en la avenida 9 de Julio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires coincidente con la asunción del gobierno de Mauricio Macri.

Este último apartado buscará reconstruir las bases de este imaginario social a partir de las representaciones que poseen los consumidores de Apple por medio de la información extraída de un grupo focal. El mismo permitió ahondar en las percepciones y miradas de los consumidores en pos de la construcción y reproducción de estrategias de distinción y diferenciación por medio del sistema de marcas. Esto servirá para comprender cómo ciertas formas de consumo son re significadas en un contexto complejo, cargado de información y saturación (Bhaskar, 2017), en el cual las elecciones, deseos y aspiraciones sociales se ven inmersas en un escenario dominado por el exceso de oferta y en permanente actualización. En el caso argentino, se le suman a lo anterior, las condiciones excepcionales que imponen un modelo de circulación restringida, lo cual ha significado que algunos elementos del imaginario Apple aparezcan potenciados, frente a otros que pasan a un segundo plano. Resulta una obviedad repetir que el éxito de Apple se basa en la importancia que se le atribuye al diseño, algo que la empresa viene privilegiando desde siempre: los ordenadores y sus programas coinciden en algunos aspectos con los del entorno Microsoft o Android; sin embargo, la firma ha sabido concebir un *mundo Apple*, en el que el ordenador, por sus líneas, su sistema de navegación y su grafismo define un estilo de vida e induce a pertenecer a un grupo selecto que comparte sus valores: “los industriales, los banqueros, los comerciantes son Microsoft; los editores, los publicistas, los intelectuales, los jóvenes, la gente a

la última [moda] son Apple” (Lipovetsky & Serroy, 2015: 194). No hay marca sin diseño creativo: aquella se identifica gracias a éste y por éste se diferencia de sus competidores en el mercado. En una época en que los productos alcanzan de manera creciente el mismo nivel técnico, hay que encontrar la forma de salir del montón, atraer la mirada mediante “algo más” que permita diferenciarlos.

¿Quién usa Apple? El que prioriza diseño, interfaz, accesibilidad, interacción con el aparato y no le importa por ahí el precio, y el resto de las marcas, por ahí Samsung, le interesa un buen teléfono que funcione, pero por ahí *no tiene* para acceder a algo mejor (Valentín, 27 años - Consultor *free lance*).

Esa diferencia o *plusvalía simbólica* que existe en el plano del objeto mercantil puede desarrollarse de manera horizontal o vertical en la medida en que sirva para describir un conjunto de propiedades compartidas al interior de un grupo social o para diferenciar entre distintas fracciones de clase. Si en el primer caso, la distinción que se opera es horizontal o *intraclase* por ejemplo entre profesiones creativas y liberales; en el segundo se traduce en una operación de diferenciación vertical o *interclase* entre quienes pueden acceder a los dispositivos Apple en el país y los que no. Por eso se puede hablar que la marca de la manzana se encuentra en la Argentina mucho más identificada con la segunda forma de distinción que con la primera en tanto responde a un *target* social de las fracciones superiores de las clases medias y altas. Un nicho específico dentro de un mercado masivo, lo cual se contrapone con uno de los pilares básicos del diseño moderno: que es la de concebir un producto de vanguardia al alcance de todos.

Este rasgo distintivo de los dispositivos Apple se puede corroborar a partir de un estudio realizado por una consultora inmobiliaria (Properati, 2018) en el área metropolitana de Buenos Aires (AMBA) con la búsqueda de propiedades por zonas y rangos de precios entre las terminales Android e iOS. Con un material de más de 15000 mensajes durante tres meses se contrasta la presencia de las formas de distinción horizontal y vertical. La primera, se observa en la brecha que existe entre usuarios Android e iOS se reduce en aquellos barrios con mayor presencia de la denominada clase creativa (Florida, 2010). Por ejemplo, en la zona de Parque Patricios donde se ubica el Distrito Tecnológico Metropolitano, la proporción entre los usuarios de las distintas plataformas se encuentra casi igualado. Lo que resulta paradigmático teniendo en cuenta la escasez relativa de los dispositivos Apple en la ciudad. Mientras que, en términos de distribución geográfica, se refuerza el carácter social de los mismos en la medida en que las búsquedas de “los usuarios de iOS se concentran en la zona norte del AMBA –mucho más cara en términos de U\$/m² de la ciudad– y contactan a los inmuebles más costosos que los propios usuarios de Android.

De modo un entrevistado expresa lo que siente al usar un dispositivo Apple como “sentirse parte de una elite”. No tanto por las características que poseen los productos ni por el precio pagado por ellos en el mercado doméstico –se ha con anterioridad señalado que la mayoría de los productos son comprados en el exterior o ingresan al país de manera ilegal– sino, fundamentalmente, por el sentido de exclusividad que se encuentra adherido a ellos.

Igual en el *mundo de Apple* lo que pasa es que no lo podés comprar acá, tenés que ir y comprarlo afuera. Si lo comprás acá en un local, que es oficial digamos, te saldría *un tanto por ciento más* de lo que sale afuera, con impuestos, todo (Marcelo - Programador).

Este carácter exclusivo de Apple en Argentina habilita un modo singular de vincularse con los dispositivos tecnológicos portátiles puesto que la marca aparece como sinónimo de excelencia, con una supremacía marcada con respecto a las demás empresas del sector. El mismo individuo continúa diciendo:

Yo trataba de explicarle a una persona que me preguntaba por qué Apple era así, y analizando todas las marcas, las demás marcas tratan de crecer en el mercado, que más gente consuma sus marcas y sus productos, y Apple lo que trata de hacer es que los mismos que lo usan reciban *algo mejor*.

En palabras del entrevistado, la estrategia de ventas de la empresa californiana parece contrastar con la política comercial de otros gigantes del mundo *high tech*. La diferencia radica en que el criterio de expansión del volumen de ventas, o en el sentido de un aumento de la cuota de mercado, no se realiza por medio de una estrategia basada en la reducción agresiva del precio o un crecimiento invasivo de la publicidad sino por medio de una mejora constante en la calidad del producto. Lo cualitativo se impone aquí frente a lo cuantitativo, como un sello determinante de la marca símbolo del consumo global. No por casualidad, con este testimonio se puede develar que la estrategia de Apple difiere radicalmente de la lógica del “lujo tradicional” mucho más ligada a la escasez absoluta de los materiales o a la producción limitada por encargo que a un mercado de circulación masiva a escala global. Por el contrario, el ecosistema de productos Apple describe un comportamiento singular en Argentina donde la demanda potencial aumenta a medida que disminuye (relativamente) la cantidad imaginaria de consumidores. Como si el valor simbólico de la *rareté* del dispositivo tecnológico justificara el precio excedente que se está dispuesto a pagar para acceder a la marca. Por eso los consumidores de Apple en Argentina pagan por mercancías minoritarias al interior de un mercado porque de allí deriva su excedente simbólico que se traduce en una forma de *status* social. Al igual que lo que sucede en otros mercados de *status*, como los consumidores de vinilo, en los coleccionistas de relojes, etc. se observa un caso de disfuncionalidad de la demanda en el sentido del efecto *snoob* (Leibenstein, 1950). Lo que significa que la demanda puede aumentar, no tanto porque el precio del bien sea elevado sino porque la extensión de su consumo está fuertemente limitada en un determinado ámbito. Frente al vaciamiento simbólico de las mercancías que produce la globalización, son pocas las que pueden funcionar como soportes materiales de una nueva identidad social. Detrás del aura de exclusividad que envuelve a los productos Apple en Argentina emerge para el consumidor doméstico como un nuevo signo de distinción.

Bibliografía

- (2015). “Argentina, el país con menos usuarios de iPhone de la región.” *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/2015/04/27/1725074-argentina-el-pais-menos-usuarios-iphone-la-region/>.
- (2017). “Crecen los rumores sobre la apertura de una tienda oficial Apple en Argentina” *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/sociedad/crecen-rumores-apertura-tienda-oficial-apple-argentina_0_H1sla7Kae.html.
- Appadurai, A. (1991). *La vida social de las cosas*. México: Grijalbo.
- Bhaskar, M. (2017). *Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos*. México: FCE.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2014). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Carrier, E. (2017). “La manzana (ya no) prohibida.” Recuperado de <http://www.comentariosblog.com.ar/2017/03/31/la-manzana-ya-no-prohibida/>.
- Featherstone, M. (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Florida, R. (2010). *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Barcelona: Paidós.
- Ianni, M. y Romani, M. (2018). “El consumidor tecnológico: la emergencia de una nueva sensibilidad en una economía de la experiencia.” En *Un mundo de sensaciones. Sensibilidades e imaginarios en producciones y consumos culturales argentinos del siglo XXI*. A. Wortman. Buenos Aires: CLACSO. 57-81 pp.
- Klein, N. (2005). *No Logo. El poder de las marcas*. Buenos Aires: Paidós.
- Leibenstein, H. (1950). “Bandwagon, Snob and Veblen Effects in the Theory of Consumers’ Demand”. *The Quarterly Journal of Economics* 64 (2): 183-207 pp.
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo*. Buenos Aires: Anagrama.
- Properati (2018). “Android vs iOS.” Recuperado de <http://blog.properati.com.ar/android-vs-ios/> 2017.
- Ricardo, D. (1985). *Principios de Economía política y tributación (selección)*. Madrid: Orbis.
- Roche, M. (2003). *Mega-events and Modernity. Olympics and expos in the growth of global culture*. New York: Routledge.
- Siltanen, R. (2011). The real story behind Apple’s ‘Think Different’ campaign. *Forbes*.
- Sombart, W. (1958). *Lujo y Capitalismo*. Buenos Aires: Guillermo Dávalos editor.
- Wasilevsky, J. (2017). “Índice iPhone 8: qué puesto ocupa Argentina en el ranking mundial de precios del celular de Apple.” *iProfesional*.

Abstract: The present work intends to discuss the scope of the category of “distinction” and its problematic application to the world of digital technology. For this, it takes as a universe of analysis the Apple consumers in Argentina during the last three years (2015-

2018), in order to understand the impact that imposed a restricted circulation of certain goods on the corporate values that characterize the brand. The hypothesis that is tried to demonstrate is that as of the 2010 –when the policies in the matter of importation of technological goods hardened– that the Apple’s consumer experience began to be perceived like a strategy of distinction among the Argentine consumers.

Keywords: Distinction - Technological devices - Consumer experiences - Material culture - New luxury - Social status - Snobbery.

Resumo: O presente trabalho pretende discutir o alcance da categoria de “distinção” e sua aplicação problemática ao mundo da tecnologia digital. Para isso, toma-se como universo de análise os consumidores da Apple na Argentina durante os últimos três anos (2015-2018), a fim de compreender o impacto que impunha uma circulação restrita de certos bens nos valores corporativos que caracterizam a marca. A hipótese que se tenta demonstrar é que a partir de 2010 –quando as políticas em matéria de importação de bens tecnológicos se endureceram– que a experiência de consumo da Apple começou a ser percebida como uma estratégia de distinção entre os consumidores argentinos.

Palavras chave: Distinção Dispositivos tecnológicos - Experiências de consumo - Cultura material - Novo luxo - Status social - Esnobismo.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

¿Más allá de la distinción? La reproducción de diferencias sociales y los regímenes de objetos-personas

Victoria Irisarri * y Nicolás Viotti **

Resumen: El problema de cómo individuos o grupos se diferencian unos de otros es un tema recurrente en el estudio de la circulación social de objetos socialmente significativos. Dentro de esa gran problemática, el análisis sobre la relación distincionista con los bienes culturales en las sociedades modernas contemporáneas encontró en la obra *La Distinción* del sociólogo francés Pierre Bourdieu uno de los análisis más sistemáticos. Este trabajo tiene dos objetivos. En primer lugar, reflexionar sobre la obra de Bourdieu como una de las síntesis más sofisticadas de los análisis funcionales de la relación con los objetos en las sociedades modernas contemporáneas. En segundo lugar, partiendo del ejemplo de los modos de vincularse con objetos musicales y espirituales en modos de vida emergentes de los sectores medios de Buenos Aires, también pretende reflexionar sobre los regímenes de intercambio entre objetos y personas y las teorías nativas de su funcionamiento, delineando posibles caminos alternativos y complementarios a una definición funcional.

Palabras clave: Bourdieu - distincionismo materialidad - relacionalismo - modos de vida emergentes.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 222-223]

(*) Victoria Irisarri es Doctora en Antropología Social por el PPGAS de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, Magíster en Antropología por el IDES-UNSAM y licenciada en Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Es docente de Antropología en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA y sus temas de investigación tienen que ver con los estudios sociales de la música, las escenas emergentes y la relación entre movimientos culturales y política. victoria.irisarri@iclod.com

(**) Nicolás Viotti es Doctor en Antropología Social por el PPGAS del Museu Nacional de la Universidad Federal de Río de Janeiro, licenciado en Sociología por la Universidad de Buenos Aires y miembro de la carrera de investigador científico del CONICET. Es docente en IDAES-UNSAM y en la Maestría en Antropología Social y Política de FLACSO. Sus temas de investigación tienen que ver con la religión, la espiritualidad contemporánea, los modos de vida, la construcción social del conocimiento y la cultura de masas. [nicolas.viotti@gmail.com](mailto:viotti@gmail.com)

Introducción

En un club de Palermo suena fuerte el beat de un set de música electrónica. El público baila y repite a coro un fragmento de una canción compuesta hace más de treinta años muy lejos de allí, en los suburbios, por un grupo de cumbia villera. A diferencia de la versión original, ésta fue remixada al ritmo de máquinas y sintetizadores. A pocas cuerdas, un grupo de personas sentado en posición de loto, medita e invoca la fuerza de un gurú indio como vehículo de transformación personal. Quienes se agrupan en la sala son parte de una red amplia y extensa que, al igual que los jóvenes que bailan al ritmo de la cumbia electrónica, se identifican con una zona vanguardista e innovadora del mundo de los sectores medios urbanos contemporáneos.

Estas dos escenas ocurren en el mismo distrito de Buenos Aires y en un horizonte socio-cultural relativamente homogéneo. El primero remite a un fenómeno que los estudios sociales de la música identifican con la cumbia electrónica, un modo innovador y globalizado de producir, difundir y escuchar música que reversiona un estilo que se consolidó en el mundo de los sectores populares argentino. El segundo remite a lo que los estudios sociales de la religión identifican con la espiritualidad orientalista contemporánea, que promueve el bienestar personal y la búsqueda de uno mismo. Aunque en principio estas prácticas parecerían no tener nada en común, ambas se caracterizan por combinar y mezclar elementos de órdenes y temporalidades disímiles, una experiencia de vínculo con la música y la sacralidad “aquí y ahora”, y por redes de circulación con zonas que se superponen e interconectan.

Buena parte de la relación con esos bienes culturales emergentes, música electrónica y técnicas de bienestar holistas, puede leerse bajo la lógica de lo que el sociólogo Pierre Bourdieu llamó “nueva pequeña burguesía”, un fenómeno que adquirió cierta significación social en el contexto posterior a Mayo del 68. Un grupo social dedicado a prácticas estéticas innovadoras vividas como vanguardistas: el rock, el pop, gimnasias y técnicas centradas en uno mismo como el yoga, el psicoanálisis y la astrología. En el contexto de la década del 1970 Bourdieu se refería a los usos de esos “bienes contraculturales” entre jóvenes urbanos franceses como organizados en base a:

Disposiciones típicas de los individuos en decadencia dotados de un fuerte capital cultural imperfectamente convertido en capital escolar, o de individuos en ascensión que no han conseguido todo el capital escolar que, en ausencia de capital social, es necesario para escapar a las más limitadas de las posiciones medias (Bourdieu, 1998, p. 359).

Según este análisis, el vínculo que las personas establecen con los objetos “contraculturales” es explicado en función de estrategias que tienen como fin último adquirir posiciones más legítimas. En sintonía con esa idea, una parte importante y fuertemente influyente de las ciencias sociales contemporáneas privilegia el análisis de objetos culturales como marcadores de diferencias entre grupos sociales. Desde esta perspectiva, tal vez la más difundida y naturalizada entre nosotros, el consumo de cumbia electrónica o de nuevas espiritualidades, resulta un operador de diferenciación socio-cultural que identifica, pri-

mero a una zona vanguardista al interior de los amplios y heterogéneos sectores medios y, a su vez, un espacio social más amplio distinto al de los sectores populares.

Este trabajo se concentra en la relación entre personas y cosas con foco en los objetos estéticos-musicales y religioso-espirituales, tratando de analizar la función distintivista como un elemento posible de la descripción del vínculo entre personas y objetos y no como su *locus* dominante. Entendemos que la reflexión sobre la relación con objetos comprende un horizonte mucho mayor, sobre todo el que podría incluir un enfoque sobre el orden material, afectivo y sensible que no remitan solamente a una función social externa a las mismas.

Consideramos que esas perspectivas relacionales pueden ayudarnos a ampliar el foco en la distinción y a entender mejor procesos sociales significativos. Por un lado, porque las explicaciones meramente distintivistas no se preguntan por las condiciones de eficacia de determinados bienes culturales, remitiéndolas a funciones sociológicas externas a los propios actores y sus razones. Por otro lado, y en relación con lo anterior, porque dejan de lado la explicación de transformaciones más recientes vinculadas con la masificación del acceso a bienes contraculturales que en la década de 1960 eran exclusivos y actualmente suponen una circulación mucho más amplia, amparada en la expansión de mediaciones tecnológicas y la hibridación cultural contemporánea. Ello tuvo como consecuencia que las llamadas industrias creativas y también las ofertas espirituales desdibujen sus fronteras al interior de espacios concretos como el “arte” o la “religión”, borrando límites y articulando nuevas configuraciones más lábiles y menos estrictas¹.

Retomando la propuesta de este *dossier*, queremos insistir en que la lectura que proponemos de la problemática de la distinción no se basa en una interpretación erudita y exegética de la obra de Bourdieu. Por el contrario, y creemos que ese es el mejor espíritu bourdesiano, nuestra lectura de algunas problemáticas es la de investigadores en temas culturales que echan mano de la teoría para intentar dar cuenta de procesos sociales contemporáneos. Entendemos que la teoría, en este caso, debe someterse a los problemas de investigación y no a la “aplicación” (buena o mala) de una posición teórica. Creemos también que la construcción de problemas de investigación necesita cada vez más de abordajes plurales y complementarios, y no de compromisos a priori con conceptos teórico-metodológicos o posiciones epistemológicas.

En lo que sigue nos referiremos brevemente a la teoría de la diferenciación cultural en la obra de Pierre Bourdieu, subrayando sobre todo aspectos estéticos y religiosos en las formas de distinción en las sociedades modernas contemporáneas. Para ello, focalizaremos en algunos análisis centrales de *La Distinción* como una obra paradigmática y fundamental, con amplio predicamento en los estudios sociales de la cultura local². Luego queremos reflexionar sobre los alcances y los límites de los enfoques que se concentran exclusivamente en ese proceso, delineando posibles caminos alternativos y complementarios que radicalicen la especificidad de las prácticas estéticas y espirituales y los regímenes de relación que allí se entretienen³.

1. La teoría de la distinción cultural

El problema de la diferenciación socio-cultural es amplio. Sin embargo, algunos presupuestos incluidos en los trabajos que Pierre Bourdieu desarrolló durante la década de 1970 sobre cultura y reproducción social, y que se consolidan de modo paradigmático en *La Distinción* (Bourdieu, 1988 [1979]), han cobrado particular relevancia para reflexionar sobre la construcción y la reproducción de la desigualdad social entre clases a partir de la idea fuerza de que a cada grupo social le corresponde un modo de “percepción” y, por lo tanto, una misma “disposición estética” específica⁴.

Si bien en *La distinción* Bourdieu no profundiza específicamente en la lógica de un *habitus* popular, tema que rondará en escritos posteriores (Bourdieu, 1994), y será un problema para algunos autores inspirados en su perspectiva reproductivista (Waquant, 2006; Lamont, 2000) o en operaciones críticas específicas que reconocen espacios de autonomía relativa (De Certeau, 1996; Grignon y Passeron, 1999; Ranciere, 2002), es la reflexión sobre los modos de cultura legítima la que más centralidad ha tenido en el análisis de las prácticas culturales como distintivas. De todos modos, incluso en ese ámbito es todavía necesario repensar la autonomía relativa en el mundo de los sectores medios y su cultura legítima. El caso de la denominada “nueva pequeña burguesía” resulta particularmente significativo. Como fue señalado en la cita del inicio de este trabajo, para Bourdieu no existe allí ningún espacio de autonomía cultural más allá de la operación misma de diferenciación. En mundos sociales más legítimos parecería existir mayor dificultad en la producción de un espacio de relativa autonomía. ¿Por qué no transponer la complejidad de la relación entre cultura legítima y cultura popular a la relación entre cultura legítima y contracultura?

Uno de los aspectos más significativos sobre la cultura legítima es que la disposición de los sectores educados se encuentra “oculta” bajo la vivencia del gusto por un objeto estético como si fuese natural y universal, es decir la “ideología carismática del don en la relación con la obra de arte” (Bourdieu, 1988, p. 26). Así, inspirado en Erwin Panofsky, Bourdieu subraya que el punto de vista nativo moviliza una teoría puramente estetizante que vive el gusto como un “hechizo” que legitima a las elites culturales, es decir que subraya como particularmente significativa la idea de que existe una “primacía absoluta de la forma sobre la función” (1988, p. 27; ver también Bourdieu, 1971). En este sentido, parecería que para Bourdieu la forma resulta en un tipo de estetización alejada de su función social. Es justamente esta estetización el rasgo que caracterizaría a la cultura legítima, y dentro de ella a la de la “pequeña nueva burguesía” que se identifica con los objetos de consumo contraculturales.

La identificación entre grupos sociales burgueses y estetización está atada a una particular concepción de la forma estética como un elemento disociado de sus condiciones sociales de producción. Esa idea remite a su crítica más amplia al enfoque estructuralista de Claude Lévi-Strauss (1979) en su crítica ya canónica a la lectura de Marcel Mauss sobre la “fuerza de las cosas” inscripta en la categoría maorí de *mana*. Para Lévi-Strauss, Mauss “mistifica” una categoría nativa, confundiendo el término tal como es entendido por los nativos con su función simbólica (Maniglier, 2006). Si para el gesto estructuralista las cosas no contienen una fuerza en sí, sino que poseen una capacidad significante general y

son la base de un orden simbólico, sin referencia a lo social, el análisis de Bourdieu continúa la denegación de las categorías nativas, pero no para afirmar una teoría del orden simbólico exclusivamente, sino para restituir una teoría sociológica de lo simbólico. El objeto en sí no contiene un elemento relevante para el análisis, sólo es relevante su relación funcional simbólica en tanto es un operador de distinción de grupos sociales. En el caso de *La Distinción*: un operador de reproducción simbólica de diferencias entre grupos sociales jerarquizados en clases o facciones de clase.

Este movimiento iniciado por Bourdieu ha abierto una perspectiva crítica sobre los objetos culturales que son interpretados a contracorriente de los sentidos comunes que atribuyen una “magia” al objeto, alentando una perspectiva nueva en el análisis social de la cultura. A diferencia de Mauss (1979), para quien la magia constituye una lógica en sí atribuible a órdenes cosmológicos diferenciales, para Bourdieu la “magia” tiene una función de “ocultamiento” de otro orden, más primordial que debe ser develado por el análisis sociológico. Los aportes de Bourdieu han sido sustanciales en las últimas décadas para abrir preguntas sobre las relaciones entre lo simbólico y las jerarquías sociales. Como buen heredero del estructuralismo, su análisis insiste en la dimensión relacional. Sin embargo, a diferencia de una lógica de relaciones entre términos simbólicos que remiten a sí mismos, como es el caso en Lévi-Strauss, las relaciones son relaciones sociales (de poder) que son fundamento de procesos simbólicos.

Lo simbólico en la obra de Bourdieu se reorganiza en una teoría de la acción singular que supone una idea de las “razones prácticas” que moviliza una acción social estratégica como *locus* universal o, en los términos de Bourdieu, “principios generales de una economía de los bienes simbólicos” (Bourdieu, 1997, p. 160). Por lo tanto, los términos nativos y los modos de vínculo entre personas y objetos no quedan sólo en las teorías de los actores (y, es bueno insistir sobre ello, en la totalidad que constituye su propia lógica diferencial más allá de los sujetos, o las intersubjetividades que alientan las perspectivas fenomenológicas), sino que son remitidos a modos estratégicos de acción (que pueden sumar racionalidades diferentes y específicas). Estos son explicados en última instancia por contextos de enunciación o de producción simbólica de actores interesados situacionalmente, es decir que poseen cierta estrategia en la negociación de lugares de privilegio o subordinación. Las teorías nativas son siempre “verdades dobles”, remiten a lo que los actores sostienen como justificación de su acción y, además, “ocultan” una razón siempre en función de luchas y estrategias por el reconocimiento (Bourdieu, 1997, p. 163).

Al concentrarse en el subgrupo de clase “nueva pequeña burguesía”, Bourdieu describe una serie de prácticas vinculadas al placer, la diversión, la experimentación sexual, los nuevos consumos estéticos y las llamadas “nuevas espiritualidades”. En ese sentido *La Distinción* analiza de un modo singular un proceso de innovación cultural inaugurado por el movimiento del Mayo de 1968 en Francia. Ve allí una modulación de los valores y el *habitus* del gusto legítimo que resultan sustanciales para nuestros problemas de investigación. Tanto la música (en ese momento Bourdieu se refiere de modo marginal al rock) como las prácticas psicológicas, vegetarianas y espirituales (yoga, meditación), resultan en una constelación de bienes simbólicos que son entendidos como un *habitus del placer* que se diferencia de un *habitus del deber* propio de la “pequeña burguesía establecida” (Bourdieu, 1988, p. 371-72). El aspecto relevante de su análisis es mostrar que ese gusto, vivido como

natural, incluso como una experiencia corporal de satisfacción (Bourdieu 1988, p. 78) se explica por razones externas a la teoría nativa de ese placer, es decir las condiciones sociales de producción del *habitus* de la cultura legítima.

Al analizar la música, Bourdieu se refiere principalmente a la música culta y casi no se detiene en los fenómenos de la música de masas. El rock o el pop, así como las prácticas espirituales alternativas, ocupan un lugar subordinado en el análisis de la distinción, identificadas genéricamente con algunas prácticas de la “nueva pequeña burguesía” y su diferenciación de la pequeña burguesía tradicional. Sin embargo, Bourdieu reconoce que la música (sobre todo la música culta), entendida en tanto práctica y preferencia de los sectores más altos de la sociedad francesa, posee un elemento en común con la “elevación espiritual”. La preferencia por obras “refinadas” (el ejemplo es el *Concierto para la mano izquierda*, de Brahms) es resultado de la conformación de un capital escolar y familiar, que se explica por correlaciones entre gustos estéticos, nivel educativo y profesión de los padres. Esta disposición se adquiere mediante la inserción precoz en un mundo de personas, prácticas y objetos cultivados. Es ese entramado el que produce gustos legítimos. La experiencia estética de este tipo de música es identificada por Bourdieu como “espiritual”, una metáfora religiosa habitual en el análisis cultural de Bourdieu, y que se vincula con cómo el *habitus* burgués promueve la “elevación” y el alejamiento de lo material, de lo burdo y de lo tosco (Bourdieu, 1988, p. 16)⁵.

Las teorías nativas y los modos de vínculo entre objetos culturales que impulsan la acción en la “nueva pequeña burguesía”, abierto a una ética de la sensibilidad y el placer, es parcialmente denegado y subordinado a una lógica explicativa externa que se basa en las estrategias de acomodamiento en una estructura de jerarquías sociales. La experiencia estética y la espiritual en sentido estricto (no metafórico), es exclusivamente identificada como un modo de elevación propio de una cultura centrada en el individuo. Bourdieu reconoce ciertos aspectos específicos, un *habitus*, y reconstruye con detalle los rasgos de ese modo de vida (cultura del yo, difusión de prácticas psi, etc.), aunque aplica una interpretación funcional y crítica que los ubica en el lugar del “conservadurismo ilustrado” que imita la supuesta libertad del mundo intelectual pero en una versión degenerada:

Estos nuevos intelectuales inventan un arte de vivir que les asegura, al menor costo, las gratificaciones y los prestigios del intelectual, adoptando, en nombre del combate contra los “tabúes” y de la liquidación de los “complejos”, los aspectos más externos y, por consiguiente, los más fáciles de copiar (Bourdieu, 1988, p. 359).

De este modo, el “*habitus* contracultural” de la década de 1970 es entendido como un proceso de vulgarización del estilo de vida intelectual, el culto al yo y la “libertad”, y por eso está en condiciones de llenar las funciones de distinción en tanto le permite a los sujetos que lo viven, adquirir una legitimidad que no poseen por falta de capital social y económico.

Entendemos que es posible matizar la función distintivista y profundizar aún más en las lógicas nativas y los modos de vínculo entre personas y objetos culturales. Ello podría tener consecuencias para entender de un modo más cabal los estilos de vida de lo que

Bourdieu define como una facción subordinada de los sectores dominantes, dándole mayor autonomía relativa. Ello además nos permitiría entender procesos de masificación, mediatización y ampliación de los usos de esos bienes identificados con la contracultura que, en un contexto contemporáneo, y a diferencia de la década de 1970, suponen niveles de presencia social mucho mayor. Si en la década de 1970 en Europa y en menor medida en América Latina, los valores y los estilos de vida vinculados con las prácticas alternativas (musicales, religiosas, sexuales, etc.) ocupaban un lugar minoritario identificado con grupos sociales muy específicos, actualmente esos modos de vida son parte de un proceso de expansión y diversificación de mayor escala, presentes en los medios de comunicación de masas, las empresas, nuevas prácticas educativas, estéticas que han afectado de modo significativo la sociedad en general.

Un aspecto que nos interesa en este contexto de masificación y que no está planteado en el análisis distincionista, es la eficacia social de este estilo de vida, es decir las razones de su expansión y de su atractivo para un sectores sociales ampliados. Si toda la explicación se remite a su función diferenciadora, ¿qué queda para las formas prácticas de adhesión? Ese aspecto creemos que es una dimensión que queda subsumida en el análisis distincionista y en la teoría de la acción estratégica que ese análisis supone.

Existen diversos recursos analíticos que intentan explicar la adhesión, inscriptos en tradiciones centradas en la vida cotidiana y los mundos de vida, inspirados tanto en la fenomenología, el interaccionismo simbólico y el pragmatismo norteamericano, pero también en los desarrollos de una antropología social que continúa el foco en la radicalidad de las categorías nativas y la perspectiva relacional de Marcel Mauss. En muchos casos esos enfoques no se han preguntado por los modos de distinción y diferenciación funcional, centrándose exclusivamente en las experiencias, la intersubjetividad, los modos de interacción, la sociabilidad o las nociones de causa, sustancia y persona diferenciales.

En nuestro ámbito tal vez el análisis de Claudio Benzecry sobre el vínculo con la ópera en Buenos Aires sea el que más haya intentado articular los modos de adhesión cotidianos a artefactos simbólicos como una dimensión que no puede subsumirse a una operación distintivista exclusivamente, sin por ello descuidar operaciones de distinción más específicas y cotidianas que emergen de un análisis de los propios actores (Benzecry, 2012)⁶. A su vez, esta investigación contextualiza el problema de las relaciones entre alta cultura y cultura popular, mostrando cómo un análisis más centrado en las trayectorias y los modos de vínculo con la música de los seguidores de la ópera en Buenos Aires, modelan un tipo de adhesión que hereda una cultura plebeya. Aspecto que caracterizaría el caso argentino, mostrando fuertes diferencias con el modelo descrito en *La distinción* aplicado a Francia o incluso a los Estados Unidos.

Este tipo de análisis abre otras perspectivas que permiten repensar los modos de adhesión a objetos culturales específicos, poniendo más atención en los modos de vínculo en una trama de relaciones donde la distinción no es ni el único ni el más prioritario. Si bien estas perspectivas están disponibles desde hace mucho en la teoría social y cultural, actualmente pueden complementar los análisis entre cultura y jerarquía social para explicar la eficacia pública que muchos de los modos de vida emergentes y sus regímenes de objetos y personas poseen.

2. Regímenes de objetos y personas

Las relaciones entre prácticas de la nueva escena musical (cumbia electrónica, raves, etc.) y las espiritualidades alternativas (yoga, meditación, etc.) no son una metáfora. En concreto, ambas atraviesan la experiencia cotidiana de sectores sociales medios que se identifican con modos de vida innovadores y cosmopolitas. ¿Podemos ver allí más autonomía relativa en función de sus lógicas específicas? Si ese fuese el caso, ¿qué ilumina esa perspectiva y qué deja de lado?

A continuación queremos detenernos en dos casos que nos parece pueden ilustrar modos de vincularse con objetos culturales específicos que organizan un modo de vida heterogéneo pero que puede asociarse a algunos rasgos identificados por Bourdieu como la “pequeña nueva burguesía” y que estaría atravesada por un estilo hedonista, que incluye el cuidado de uno mismo, del medioambiente, la prédica de la mezcla, la crítica de las jerarquías, de los binarismos (estéticos y sexuales), la experimentación y un principio del disfrute “aquí y ahora”. Nos interesa profundizar en dos ejemplos de modos de vínculo y en algunas categorías emergentes como indicadores de un tipo de adhesión a la música y a las prácticas de cuidado espiritual de uno mismo que poseen una autonomía relativa en relación con la “doble verdad”, es decir en función de lo que los propios actores describen y el trasfondo social y político que esas descripciones estarían “ocultando”. Creemos que esa distancia entre dos “verdades” podría reducirse y articularse en puentes que nos permitan tener una mirada más sutil de sus relaciones y que nos habiliten a indagar en esos modos de adhesión. Es posible que ello también nos permita entender mejor las condiciones de eficacia de la difusión de esos objetos culturales y, a su vez, analizar con más detalle modos de distinción más capilares que emergen de sus propias valoraciones (Lamont, 1992; Lamont y Molnar, 1988).

3. La música como experiencia de fragmentación

En los últimos veinte años la escena de la música juvenil se transformó. Si hasta el fin del milenio el rock y el pop fueron géneros innovadores que crecieron en el contexto de la post dictadura, más recientemente la llamada “escena electrónica” inauguró un nuevo paradigma heterogéneo y fragmentario. El colectivo de música ZIZEK se instaló en la ciudad de Buenos Aires con una propuesta que mezclaba de forma novedosa la cumbia con la música electrónica. Los medios especializados y masivos insistentemente intentaron clasificarla como la “nueva cumbia” o “cumbia digital”. El proceso en el que se inscribe ZIZEK describe un momento donde una nueva sensibilidad surge y pone de manifiesto la fusión entre las tecnologías y la producción artística que caracterizan sobremanera ciertos contextos artístico-musicales.

Este grupo se caracterizó por la organización de fiestas semanales que generaron una escena, la que incluía un sello discográfico que innovaba en los modos de producción y difusión de la música, prácticas colectivas de autogestión y un modo de usar tecnologías para la creación musical. En particular, la propuesta de ZIZEK se destacaba por una estética que echaba mano del *mash up* y la mezcla como rasgo característico, apropiándose de un

fenómeno global con insumos propiamente argentinos como la cumbia villera. Al mismo tiempo esta escena produjo un público que incorporó estos objetos culturales al horizonte de su modo de vida. Ir a las fiestas ZIZEK, escuchar sus producciones y participar de esa nueva escena cultural reafirmaba un espacio social que, si por un lado, se localizaba en el amplio espectro de los sectores medios, por otro, se vinculaba con un espacio singular vivido como innovador.

¿Cuál es la relación entre cumbia electrónica y la adhesión a esta escena? ¿Es puramente un problema de distinción? Desde la publicación de *La Distinción* de Pierre Bourdieu se produjeron una serie de trabajos que dan cuenta empíricamente de una asociación entre gusto musical y estrato o clase social. Así, se muestra al gusto musical como un conjunto relacional de objetos vinculado a lógicas de diferenciación social (Prior, 2011, p. 126). Si bien la música es el área menos explorada en *La Distinción*, en la Argentina se produjeron una serie de trabajos que traspusieron la propuesta de Bourdieu creativamente, teniendo en cuenta aspectos locales. Sobre todo se utilizó un modelo de análisis basado en la teoría de los campos para la producción y consumo de música para dar cuenta del modo que se construyen géneros y estilos musicales (Wortman, et. al, 2015, Vecino, 2011).

En una entrevista realizada durante el trabajo de campo con los frecuentadores de la escena de cumbia electrónica, Cecilia nos contó el modo en que comenzó a escuchar la música producida por el colectivo ZIZEK. En ese momento Cecilia tenía veintiocho años y trabajaba en una fundación en la parte de montaje de muestras artísticas. Recibida en Bellas Artes y con una formación que ella denominaba “clásica” descubrió la música de ZIZEK, incluidas las propuestas musicales y visuales de diversos DJs y VJs, a través de sus compañeros de trabajo. Luego, de a poco, comenzó a frecuentar las fiestas y a formar parte del grupo que asistía fielmente a la multiplicidad de eventos organizados por los integrantes del colectivo. Estas nuevas relaciones abrieron un mundo que envolvía descubrimientos estéticos a los cuales fue adhiriendo, y una sensación de pertenencia que atravesaba todo su espectro de vínculos, desde los laborales hasta los amorosos. Similar al caso planteado por Tia de Nora (2000, p. 15), para Cecilia la música era una actividad que la acercaba a otras personas. Se presentaba como un dispositivo que le facilitaba realizar su trabajo, desarrollar vínculos sociales donde se sentía cómoda y segura, y le permitía percibirse a sí misma en un medio estético.

Ese medio estético incluía el desarrollo de un gusto musical, que implicaba un modo de escucha, de baile, y también un modo de vestir, y de determinados cortes de pelo. En particular el modo de escucha musical se imbricaba con el modo de producción musical propuesto por los DJs-productores de ZIZEK. La producción de música a partir de fragmentos musicales que se combinan de modo original se replicaba en el modo de escucha de su público. El vínculo que Cecilia, al igual que otros frecuentadores de las fiestas, establecía con la música no era a través de la clasificación de géneros o determinados artistas, sino que era por la combinación de una búsqueda constante de música nueva a través del uso de tecnologías digitales y un modo de escucha fragmentado. En general nunca llegaba a escuchar un tema completo, sino que su atención se concentraba en pequeños fragmentos de un tema musical. Ese acto de búsqueda y selección iba construyendo un gusto. A su vez, la escucha fragmentada estaba marcada por la tecnología: por un lado, la música bajada de sitios *online* no siempre estaba completa, teniendo acceso sólo a partes de temas musicales,

por otro, la cantidad y variedad de música disponible ligada con reproductores digitales que permiten combinaciones aleatorias generaba mezclas en donde la fragmentación e hibridación emergían de forma distintiva.

El gusto, como señala Hennion (2010, p. 26-27), no es una consecuencia automática que provocan los objetos por sí mismos sobre los sujetos, ni pura disposición social proyectada, sino que es un dispositivo reflexivo e instrumentado, que “depende de los efectos y secuelas del objeto que motiva, de lo que hace y de lo que hace hacer”. En este sentido, la escucha de música se vuelve una actividad significativa que, en el caso de Cecilia, promovió su vínculo con el baile (antes no bailaba en fiestas), y también una tímida incursión como productora de sonido para sus producciones audiovisuales. Así, la escucha se producía en un entorno mediado por una serie de elementos: la disposición corporal, los dispositivos tecnológicos, el tiempo, el espacio, los gestos, los sentimientos y las incertidumbres (Hennion, 2010). Los medios utilizados para vincularse con el artefacto musical formaban parte de los efectos que producían.

La forma de escucha *fragmentada* narrada por Cecilia se presenta como una categoría nativa que remite a un modo específico de adhesión a la música, que requiere de un involucramiento íntimo con ese objeto, una relación a través de mediaciones que se apoyan una sobre la otra y producen un estado particular. Cabe aclarar que la adhesión a este tipo de escucha no es individual, como señala Semán (2015:123), la dispersión del gusto musical de las nuevas generaciones de Argentina tiene un nivel de pregnancia tal como no ha sido en otra época, generando escuchas musicales atomizadas y heterodoxas. Podríamos sugerir que el vínculo desarrollado con la música implicaba una serie de mediaciones (buscar las referencias musicales recomendadas, bajarlas a través de dispositivos digitales, escucharlas en compañía o sola, etc.) que hacían que escuche fragmentos específicos de música.

Al mismo tiempo, el proceso de construcción de ese gusto estético que se caracteriza por la mezcla de fragmentos musicales producía en Cecilia una serie de distinciones con otros grupos estéticos de la ciudad de Buenos Aires. Así, la clasificación de “chetos” era asignada a las galerías de arte comerciales o a los clubes de bailes dedicados a la música electrónica “pura”, diferenciando a los que adherían a la cumbia electrónica como innovadores y más inclusivos. Con esa operación Cecilia se desmarcaba de aquellos grupos artísticos que consideraba más tradicionales y menos innovadores. En este caso, las marcas de distinción no se vinculaban con un gusto asociado indistintamente a una facción de clase, sino que respondían a una lógica propia para establecer límites y fronteras con otros, que podrían dan cuenta del modo de relación que se produce entre los sujetos y los objetos.

4. La meditación como *disociación* del yo

Las técnicas de gestión de uno mismo son otro aspecto identificado por Bourdieu como un *habitus* de la “nueva pequeña burguesía”, frecuentadora de prácticas diversas como el psicoanálisis, el yoga, la meditación o el tai-chi. En el contexto argentino la expansión de estas prácticas y nociones se consolidan en el contexto de la pos-dictadura y se mantienen relativamente alternativas hasta la década de 1990, donde se expanden en ámbitos más

amplios como la industria cultural (la literatura de autoayuda, los medios de comunicación), el mundo educativo, las empresas y la vida cotidiana en general (Carozzi, 2000). Una primera dimensión de la rearticulación de los postulados y prácticas de la Nueva Era en su masificación se relaciona con su proyección a las cuestiones del mercado, del placer y, a través de ello, de ciertas formas del individualismo. Las ideas que dan sustento a las prácticas postulan un yo interior sagrado al que se accede a través de rehabilitaciones, que pueden consistir en lecturas, reflexiones, hábitos, dietas, ejercicios, actividades estéticas, viajes y toda una serie de experiencias que son disruptivas de la cotidianidad y que se han proyectado más allá del taller, el grupo o la pequeña institución a objetos y mensajes que tienen circulación masiva e instauran nuevos formatos de comunidad.

Los *best-sellers*, los programas de televisión y los referentes que predicen en todos los soportes posibles promueven versiones acotadas de lo que ocurría en los formatos más convencionales para iniciados que llevaban adelante prácticas intensas. Esas prácticas que promueven un conocimiento diferenciado, extraordinario y vivificante son concebidas como un milagro que dinamiza otros milagros. Desde la industria cultural que se ha hecho sensible a estas creencias, así como desde producciones masivas de las distintas corrientes de la Nueva Era, se impulsan procesos de exploración y afirmación de la divinidad interior. En ese contexto se legitiman deseos y ansias de todo tipo: desde los que van dirigidos a la negociación de las relaciones interpersonales hasta los que se dirigen a la consecución de objetivos económicos, pasando por los que abarcan la salud mental y física (Semán y Viotti, 2018).

En ese horizonte han adquirido gran visibilidad algunas prácticas y discursos vinculados con la Fundación El Arte de Vivir, liderada por el gurú indio Sri Ravi Shankar en Argentina. El movimiento tuvo un momento de alta visibilidad durante la última década. Su momento álgido lo alcanzó durante la visita de Ravi Shankar a la ciudad de Buenos Aires, que congregó a más de doscientas cincuenta mil personas en uno de los parques públicos más importantes de la ciudad, convirtiéndose en uno de los eventos masivos dedicado a la meditación, el yoga y la transformación personal más importante en el país. Este ritual colectivo, repetido cada año con una capacidad de congregación social variable bajo el lema de “Argentina Medita”, constituye un ejemplo representativo de un nuevo vínculo con el espacio público, clásicamente relegado al catolicismo y, más recientemente, a grupos evangélicos. Uno de los rasgos de este proceso es la no reivindicación de esas actividades como religiosas, sino como actividades espirituales destinadas al crecimiento y el mejoramiento personal.

Un rasgo que problematiza las definiciones más clásicas de distinción dentro del llamado “campo religioso”, sus límites y sobre todo sus aplicaciones acriticas (Martínez, 2013), particularmente identificado con los líderes o especialistas religiosos de organizaciones reconocidas como tales con algún tipo de jerarquía institucional y una coherencia en los sistemas de creencias, prácticas y luchas y/o alianzas por la legitimidad, temas que no siempre resultan centrales en la vida cotidiana de las prácticas espirituales o religiosas. Durante el trabajo de campo con los frequentadores de la Fundación El Arte de Vivir, un trabajo que se extendió a las formas de adhesión más amplias de “la espiritualidad contemporánea”, fueron registradas varias teorías sobre qué significa entrar en contacto con la “energía de uno mismo”. Ese modo de vínculo lo encontramos por ejemplo en un relato de

Martín, un ingeniero en sistemas de treinta y cuatro años, que participaba habitualmente de las actividades de El Arte de Vivir desde hacía por lo menos cinco años. Martín no se consideraba una persona “espiritual”, pero se describía a sí mismo como un “buscador”, alguien interesado en experimentar técnicas y prácticas que le hicieran bien y ayuden a “vivir mejor”.

Si evitamos el camino de develar una “verdad oculta”, y en su lugar apelamos a una trama con las categorías utilizadas por Martín para describir su práctica de meditación y su conexión con su experiencia de lo que entiende como una “energía” o una “equilibrio” que atraviesa su práctica, es posible que podemos entender algo más sobre cómo esas prácticas resultan eficaces. Esa fuerza supone un vínculo que Martín alcanza en lo que muchos practicantes de meditación en estos ámbitos describen como una *disociación*, es decir un ejercicio de anulamiento de la conciencia y de la atención por medio de un foco en el cuerpo, la respiración y el fluir de los pensamientos inconexos que permiten alcanzar un grado de desatención que produce la relajación de la meditación. Este tratamiento de uno mismo moviliza una sensación y una relación con la meditación que tiene un efecto novedoso que asegura modos de adhesión que son vividos como parte de un bienestar, de un placer personal y, eventualmente, pueden constituir un modo de vida que se articula en otras prácticas paralelas como terapias no invasivas sobre el cuerpo, gimnasias alternativas (yoga, tai chi), dietas veganas y la asimilación de principios de vida regidos por el equilibrio, la evitación de relaciones conflictivas y el confort⁷.

Las prácticas “espirituales”, de “autoayuda” o “crecimiento personal”, todos términos que no son intercambiables pero que reconstituyen un espacio común de circulación, se diferencian de otros modos de vida que Martín identificaba como jerárquicos, dualistas y alejados de la experiencia. Su foco, no era exclusivamente la diferenciación explícita de lo “bruto”, lo “tosco” o lo “vulgar” de otras prácticas que podríamos identificar como “populares”, aspectos que aparecen sólo tangencialmente en sus referencias. Su blanco distincionista son las religiones institucionales, los saberes cerrados sobre el yo como un fenómeno dual (mente/cuerpo), como por ejemplo el psicoanálisis que Martín clasifica como una “terapia en la que pasas años y todo es sólo mental”.

Al igual que en el caso de algunos frequentadores de cumbia electrónica, en el caso de la espiritualidad alternativa la preocupación distintivista no está puesto exclusivamente en facciones de clase, sino también en otros modos de vínculo con objetos culturales similares y sus modos de vida. Si para Cecilia su vínculo con la cumbia electrónica producía un modo de adhesión específico diferente al más “comercial” y *mainstream* por considerarlas menos “auténticas”, en el caso de Martín se oponía a prácticas espirituales más jerarquizadas y convencionales por razones similares.

5. Repensando la distinción

Los enfoques distincionistas resultan un sentido común académico. Articulan de modo clásico las prácticas culturales y la diferenciación de grupos sociales. El análisis de Bourdieu constituye un aporte sustantivo para analizar las relaciones entre prácticas culturales y producción de grupos, así como una explicación sobre los modos de reproducción de las

diferencias y jerarquías sociales en las sociedades modernas contemporáneas. Con todo, ampliar el foco en los modos de relación entre objetos estéticos-musicales y religioso-espirituales, nos permite desplazar el eje en su dimensión funcional y abrir un campo de posibilidades interesante para el análisis de la cultura contemporánea.

Nuestro interés se concentró en modos de vida vanguardistas, cosmopolitas e innovadores de las llamadas clases medias urbanas de Buenos Aires, un grupo social que Bourdieu identificó con la “pequeña nueva burguesía”. Entendemos que los trabajos que analizaron con más detalle las transformaciones en esos mundos sociales no han tenido el lugar que, por ejemplo, sí han tenido los sectores populares, que en décadas recientes han producido una extensa serie de trabajos que muestran espacios de autonomía relativa y lógicas diferenciales al modelo iniciado en *La Distinción*. Creemos que también allí es necesario indagar en espacios de autonomía relativa que nos muestren las condiciones de eficacia de un proceso de cambio cultural que no puede entenderse sólo desde una mirada distincionista. Tal vez sea un buen momento para asumir con más consistencia las transformaciones más recientes vinculadas con la masificación del acceso a bienes contraculturales que en la década de 1960 eran exclusivos, pero que actualmente suponen una circulación mucho más amplia, marcada por nuevas mediaciones tecnológicas y la hibridación cultural.

El foco en el modo de vínculo entre una subjetividad, la cumbia electrónica o espiritualidad alternativa permite entender la relación de algunos objetos culturales con las personas, y aludir especialmente a cómo esas relaciones se encuentran en un estado constante de ensamblaje y adhesión específica que moviliza trayectorias personales y lógicas culturales particulares que se distancian de la idea de “elevación” distincionista y, en cambio, muestran un modo de vínculo transversal y fragmentado.

En función de los casos de investigación expuestos que tienen que ver con la música electrónica y las nuevas espiritualidades en Buenos Aires, proponemos que atender a los modos de vínculo entre sujetos y objetos estético-musicales y religioso-espirituales puede abrir un campo de posibilidades de investigación complementario. En primer lugar, insistimos en una mirada relacional que no reduzca la práctica y la teoría nativa a su función distintivista ayuda a entender esos procesos desde su complejidad. Ese recurso tal vez permita ser más sensibles a los procesos de transformación cultural contemporánea. Radicalizar la lógica “nativa” no necesariamente significa reproducir ingenuamente su punto de vista y relatar sus prácticas. Siempre es necesario ponerlo en relación con algún tipo de marco analítico más amplio que lo excede. El problema es que ese marco analítico no necesariamente tiene que ser la operación funcional de distinción, puede ser también la pregunta sobre cómo una lógica cultural produce adhesión en función de recursos afectivos y experienciales específicos. En segundo lugar, subrayamos que esa estrategia puede ayudar a entender mejor los modos nativos de producir jerarquía socio-cultural. Nos resulta importante señalar que, desde esta perspectiva la jerarquización o diferenciación cultural es el resultado de un análisis situado y no el punto de partida presupuesto que asocia un modo de percepción y disposición a un grupo social exclusivamente.

Notas

1. Aspectos que en el análisis de Bourdieu aparecen restringidos a espacios sociales excluyentes como el “campo del arte” o el “campo religioso”. Esto no excluye que el propio Bourdieu diera cuenta de la complejidad de ese tipo de análisis en trabajos más contemporáneos y cercanos en el tiempo a los procesos de mediatización e hibridación, mostrando la “disolución” de las fronteras estrictas entre el “campo religioso” y el “terapéutico” (Bourdieu, 1987, p. 153-229).
2. Es posible incluso pensar en una función secularizadora en la recepción de la obra de Bourdieu en Argentina durante la década de 1980 y 1990, que debía (y en muchos casos todavía debe) disputar el espacio a un análisis social de la religión frente a una sociología católica-centrada y a un análisis social del arte dominado por los espacios más legítimos de la crítica estética.
3. Este análisis se basa en dos trabajos de investigación paralelos sobre prácticas estéticas y nuevos escenarios musicales y sobre nuevas espiritualidades alternativas localizadas en grupos que comparten un *ethos* vanguardista, innovador y cosmopolita en Buenos Aires desarrollados por los autores respectivamente entre 2008 y 2015, trabajos que incluyeron una convivencia prolongada, observación participante y entrevistas informales y en profundidad.
4. El problema de la distinción para pensar relaciones jerarquizadas en sociedades modernas puede rastrearse en análisis clásicos de la sociología alemana como los de George Simmel (2002) y Max Weber (2004 [1922]) o los más recientes de Norbert Elias (1993a y b). En el contexto norteamericano son relevantes los trabajos de Thorstein Veblen (1991 [1899]) y el más actual de Herbert Gans (1999 [1974]).
5. Como señala Martínez (2010), si bien los escritos de Bourdieu sobre religión son escasos y no muy específicos, toda su obra está atravesada por la metáfora religiosa de la cultura. Desde nuestro punto de vista, esto abre una problemática específica en la medida en que para Bourdieu lo religioso no se diferencia en casi nada de otros fenómenos culturales, y las teorías nativas sobre las “fuerzas no humanas”, para usar una expresión de Mauss, son siempre remitidas a su función simbólica.
6. Más recientemente Benzecry realizó un análisis más específico del concepto de *habitus* de Bourdieu y los desarrollos alternativos en la sociología cultural francesa y norteamericana contemporáneas (Benzecry, 2017).
7. Dentro de ese conjunto de prácticas, los seguidores más jóvenes del Arte de Vivir reivindican algunas estéticas, entre ellas sobresalen las yoga-raves, fiestas de música electrónica que mezclan cantos devocionales con música electrónica. Este aspecto es un rasgo que caracteriza estilos de vida más amplios que incluyen en los estilos de vida Nueva Era la circulación por espacios estéticos vanguardistas que en muchos casos pueden incluir los de la cumbia electrónica descripto anteriormente.

Bibliografía

- Benzecry, C. E. (2017). “¿Como pez en el agua? Aporías de la sociología disposicional”. (En línea). *Cuestiones de Sociología*, (16): e026. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.8188/pr.8188.pdf
- Benzecry, C. E. (2012). *El fanático de la Ópera: etnografía de una obsesión*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Bourdieu, P. (1994). “Piété religieuse et dévotion artistique”. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 105, p. 71-74
- Bourdieu, P. (1987). “La producción de la creencia. Contribución a una economía de los bienes simbólicos”, en *Cosas dichas*, Gedisa, Barcelona.
- Bourdieu, P. (1988). *La Distinción*. Criterios y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (1971). “Disposition esthétique et compétence artistique”. *Les Temps Modernes*, 295. pp. 1345-1378.
- Carozzi, M. J. (2000). Cultura Social en Movimiento: La Nueva Era en Buenos Aires en *Cuadernos de Antropología Social*; p. 207-232.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de hacer*. Universidad Iberoamericana. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. México.
- De Nora, T. (2000). *Music in everyday life*. New York: Cambridge University Press.
- Elias, N. (1993a). *El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psi-cogenéticas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- _____. (1993b). *La sociedad cortesana*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Gans, Herbert J., (1999). *Popular culture & high culture. An analysis and evaluation of taste*, Nueva York, Basic Books.
- Grignon, C. y Passeron, J. C. (1999). *Le Savant et le Populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*. Paris: Gallimard/Le Seuil.
- Hennion, A. (2010). “Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto”. *Comunicar*, 17(34), 25-33.
- Huber, H. y Mauss, M. (1979). “Esbozo de una Teoría General de la Magia” en Mauss, M: *Sociología y Antropología*: Tecnos. Madrid. P. 45-152.
- Lamont, M. (1992). *Money, Morals, and Manners: The Culture of the French and the American Upper-Middle Class*, Chicago, University of Chicago Press.
- Lamont, M. y Molnar, V. (1988). “Cultural Capital Allusions, Gaps and Glissandos in Recent Theoretical Developments”, en *Social Theory*, 6(2): 153-168.
- Lamont, M. (2000). *The Dignity of Working Men: Morality and Boundaries of Race, Class and Immigration*. Cambridge, Harvard University Press.
- Lévi-Strauss, C. (1979). “Introducción a la obra de Marcel Mauss”, en Marcel Mauss *Sociología y Antropología*, Tecnos, Madrid.
- Maniglier, P. (2006). De Mauss à Claude Lévi-Strauss: cinquante ans après: Pour une ontologie Maori. *Archives de Philosophie*, 69 (1), p. 37-56.
- Martínez, A. T. (2013). “En torno a la noción de campo religioso. Categorías para estudiar religión y política en América Latina”. En Giménez Béliveau, V. y Giumbelli, E. *Religión, cultura y política en las sociedades del siglo XXI*. Buenos Aires ACSRM-Biblos, p. 87-107.

- Martínez, A. T. (2010) Religión y creencias en el trabajo sociológico de Pierre Bourdieu. En Bourdieu, P. *La eficacia simbólica. Religión y política*. Buenos Aires: Biblos, p. 9-40.
- Mauss, M. (1979). *Sociología y Antropología*, Editorial Tecnos; Madrid.
- Prior, N. (2011). Critique and Renewal in the Sociology of Music: Bourdieu and Beyond. *Cultural Sociology*, 5(1), 121-138. <https://doi.org/10.1177/1749975510389723>
- Rancière, J. (2002 [1987]). *El maestro ignorante. Cinco lecciones sobre la emancipación intelectual*. Laertes, S.A. de Ediciones, c/ Virtut 8, baixos - 08012 Barcelona.
- Semán, P. F. (2015) Música, juventud, hegemonía: crítica de una recurrencia. *Apuntes de Investigación del CECYP*, [S.l.], n. 25, p. 119-146, jun. 2015. ISSN 18519814. Disponible en: <<http://www.apuntescecp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/536>>. Fecha de acceso: 21 feb. 2019.
- Semán, P. & Viotti, N. (2018). New Age Spirituality in Argentina: Cultural Change and Epistemological Challenge. *International Journal of Latin American Religions*.
- Simmel, G. (2002). *Cuestiones fundamentales de sociología*. Barcelona: Gedisa.
- Veblen, T. (1991 [1899]). *The theory of the leisure class*. Fairfield: Kelley.
- Vecino, D. (2011). Nuevos sellos discográficos y la producción de música independiente en la ciudad de Buenos Aires, 1998-2010. En: Rubinich, L. y Miguel, P. (comps.), *01 10. Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- Wacquant, L. (2006). *Entre las cuerdas. Cuadernos de un aprendiz de boxeador*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Weber, M. (2004 [1922]). *Economía y sociedad esbozo de sociología comprensiva*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wortman, A.; Correa, E; Mayer, L., et. al (2015). “Consumos culturales en Buenos Aires: una aproximación a procesos sociales contemporáneos” en *Documentos de Trabajo* del Instituto Gino Germani, Num 73. <http://webiigg.sociales.uba.ar/iigg/textos/documentos/dt73.pdf>
- Yúdice, G. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa, Barcelona, España.

Abstract: The problem of how people or groups differ from one another is a recurring theme in the study of the circulation of socially significant objects. Within that great problematic, the analysis on the distinctive relation with the cultural goods in the contemporary modern societies found in the work *Distinction* of the French sociologist Pierre Bourdieu one of the most systematic analyzes. This work has two objectives. First, reflect on Bourdieu’s work as one of the most sophisticated synthesis of the functional analysis of the relationship with objects in contemporary modern societies. Secondly, starting from the example of the ways of attachment with musical and spiritual objects in emerging ways of life of the middle sectors of Buenos Aires, it also intends to reflect on the exchange regimes between objects and people and the native theories of their functioning, delineating possible alternative and complementary paths to a functional definition.

Keywords: Bourdieu - distincionism - materiality - relationalism - emergent ways of life.

Resumo: O problema de como indivíduos ou grupos se diferenciam uns dos outros é um tema recorrente no estudo da circulação social de objetos socialmente significativos. Dentro dessa grande problemática, a análise sobre a relação distintivista com os bens culturais nas sociedades modernas contemporâneas encontrou na obra *A Distinção* do sociólogo francês Pierre Bourdieu uma das análises mais sistemáticas. Este trabalho tem dois objetivos. Primeiro, refletir sobre o trabalho de Bourdieu como uma das sínteses mais sofisticadas da análise funcional da relação com objetos nas sociedades modernas contemporâneas. Em segundo lugar, com base no exemplo das maneiras de se relacionar com objetos musicais e espirituais em modos de vida emergentes nos setores médios de Buenos Aires, também tem como objetivo refletir sobre o regime de trocas entre objetos e pessoas e as teorias nativas do seu funcionamento, bosquejando possíveis caminhos alternativos e complementares a uma definição funcional.

Palavras chave: Bourdieu - distincionismo - materialidade - relacionalismo - modos de vida emergentes.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

Publicaciones del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

El Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo desarrolla una amplia política editorial que incluye las siguientes publicaciones académicas de carácter periódico:

• Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]

Es una publicación periódica que reúne papers, ensayos y estudios sobre tendencias, problemáticas profesionales, tecnologías y enfoques epistemológicos en los campos del Diseño y la Comunicación.

Se publican de dos a cuatro números anuales con una tirada de 500 ejemplares que se distribuyen en forma gratuita.

Esta línea se edita desde el año 2000 en forma ininterrumpida, recibiendo colaboraciones remuneradas, dentro de las distintas temáticas.

La publicación tiene el número ISSN 1668.0227 de inscripción en el CAICYT-CONICET y tiene un Comité de Arbitraje.

• Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados]

Es una línea de publicación periódica del Centro de Producción de la Facultad. Su objetivo es reunir los trabajos significativos de estudiantes y egresados de las diferentes carreras.

Las producciones (teórico, visual, proyectual, experimental y otros) se originan partiendo de recopilaciones bibliográficas, catálogos, guías, entre otros soportes.

La política editorial refleja los estándares de calidad del desarrollo de la currícula, evidenciando la diversidad de abordajes temáticos y metodológicos realizados por estudiantes y egresados, con la dirección y supervisión de los docentes de la Facultad.

Los trabajos son seleccionados por el claustro académico y evaluados para su publicación por el Comité de Arbitraje de la Serie.

Esta línea se edita desde el año 2004 en forma ininterrumpida, recibiendo colaboraciones para su publicación. El número de inscripción en el CAICYT-CONICET es el ISSN 1668-5229 y tiene Comité de Arbitraje.

• Escritos en la Facultad

Es una publicación periódica que reúne documentación institucional (guías, reglamentos, propuestas), producciones significativas de estudiantes (trabajos prácticos, resúmenes de trabajos finales de grado, concursos) y producciones pedagógicas de profesores (guías de trabajo, recopilaciones, propuestas académicas).

Se publican de cuatro a ocho números anuales con una tirada variable de 100 a 500 ejemplares de acuerdo a su utilización.

Esta serie se edita desde el año 2005 en forma ininterrumpida, su distribución es gratuita y recibe colaboraciones para su publicación. La misma tiene el número ISSN 1669-2306 de inscripción en el CAICYT-CONICET.

• **Reflexión Académica en Diseño y Comunicación**

Las Jornadas de Reflexión Académica son organizadas por la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 1993 y configuran el plan académico de la Facultad colaborando con su proyecto educativo a futuro. Estos encuentros se destinan al análisis, intercambio de experiencias y actualización de propuestas académicas y pedagógicas en torno a las disciplinas del diseño y la comunicación. Todos los docentes de la Facultad participan a través de sus ponencias, las cuales son editadas en el libro *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, una publicación académica centrada en cuestiones de enseñanza-aprendizaje en los campos del diseño y las comunicaciones. La publicación (ISSN 1668-1673) se edita anualmente desde el 2000 con una tirada de 1000 ejemplares que se distribuyen en forma gratuita.

• **Actas de Diseño**

Actas de Diseño es una publicación semestral de la Facultad de Diseño y Comunicación, que reúne ponencias realizadas por académicos y profesionales nacionales y extranjeros. La publicación se organiza cada año en torno a la temática convocante del Encuentro Latinoamericano de Diseño, cuya primera edición fue en Agosto 2006. Cabe destacar que la Facultad ha sido la coordinadora del Foro de Escuelas de Diseño Latinoamericano y la sede inaugural ha sido Buenos Aires en el año 2006.

La publicación tiene el Número ISSN 1850-2032 de inscripción y tiene comité de arbitraje.

A continuación se detallan las ediciones históricas de la serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación:

Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación [ISSN 1668-0227]

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Edición universitaria y políticas editoriales como objeto de análisis. Ivana Mihal y Daniela Szpilbarg**: Prólogo: Edición universitaria y políticas editoriales como objeto de análisis | **Carlos Zelarayán**: Encrucijadas de la edición universitaria | **Alejandro Dujovne**: Gutenberg atiende en Buenos Aires. La edición universitaria ante la concentración geográfica del mercado editorial argentino | **Ivana Mihal**: La edición universitaria argentina a la luz de la Feria del Libro de Guadalajara: acerca de la internacionalización y digitalización | **Ana Verdelli**: Las editoriales universitarias de cara a los procesos de internacionalización de la educación superior: El caso de las políticas editoriales de EDUNTREF entre 2011-2017 | **Emanuel Molina**: El armado de un catálogo en una editorial universitaria. El caso de la Editorial Universitaria Villa María | Guido Olivares: Presencia de las Editoriales Universitarias en las convocatorias del Fondo Del Libro, Chile. 2013-2018 | **Juan Felipe Córdoba Restrepo**: Editar en la universidad, una construcción permanente | **Daniela Szpilbarg**: Políticas editoriales y digitalización. El caso de EUDEBA y el lector digital "Boris"

| **Jorge M. Gorostiaga:** Digitalización en las revistas académicas de educación en Argentina
 | **Micaela Persson:** La Internacionalización de la Educación Superior a través de las revistas científicas digitales en América Latina | **Ana Slimovich y Ezequiel Saferstein:** Análisis sobre los modos digitales de difusión de las grandes editoriales en Argentina: libros de “coyuntura política”. (2019/2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 85. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Estrategias didácticas en escenarios de innovación tecnológica.** **Cecilia Mazzeo:** Prólogo | **Isabel Alberdi:** Buceando en lo profundo. Metodología en el proceso de diseño gráfico. Apuntes sobre estrategias para abordar la enseñanza de la etapa de relevamiento | **Luciana Anarella:** Los medios digitales y la autogestión de saberes. Una experiencia pedagógica en la enseñanza del diseño | **Gabriela Chavez Mosquera:** El pulgarcito educado | **Alicia Coppo:** Estrategias de enseñanza del diseño para una nueva generación. El rol docente y el vínculo con el estudiante en el marco de las TIC'S | **Leandro Dalle:** Taller-mediate. Reflexiones críticas sobre una experiencia de amplificación del taller de diseño al medio virtual/digital | **Cecilia Mazzeo:** Renovaciones y persistencias. El taller y las tecnologías digitales | **Patricia Muñoz:** Incorporación de nuevos contenidos a la enseñanza desde la investigación | **Guillermo Sánchez Borrero:** La enseñanza del diseño a través del Diseño Social y las nuevas tecnologías. (2019/2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 84. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Creatividad solidaria e Innovación social en América Latina.** **María Verónica Barzola** | **Rita Aparecida da Conceição Ribeiro:** Prólogo: // *Eje 1. Análisis contextual y experiencias de comunidades:* **María Verónica Barzola** | **Marina Mendoza** | **Luiz Lagares Izidio** | **Luiza Novaes** | **Carlos Lange Valdés** | **Carolina Montt Steffens** | **Inés Figueroa Gómez** // *Eje 2. Diseño de innovación y pedagogía:* **Anderson Antonio Horta** | **Clara Santana Lins Cerqueira** | **Délcio Julião Emar de Almeida** | **Michelle Alvarenga Pinto Cotrim** | **Rita Aparecida da Conceição Ribeiro** | **Guilherme Englert Corrêa Meyer** | **Bruno Augusto Lorenz** | **Roberta Rech Mandelli** | **Marcelo Vianna Batista** | **Natalie Smith** | **Eric Haddad Parker Guterres** | **Elton Moura Nickel** | **Júlia Machado Padaratz** | **Paola Camila Dias de Moraes** | **Nathália Buch Abreu de Souza** | **Mirella Gomes Nogueira** | **María Magdalena Guajala Michay** // *Eje 3. Laboratorios de innovación social:* **Karine de Mello Freire** | **Chiara Del Gaudio** | **Ione Maria Ghislene Bentz** | **Carlo Franzato** | **Gustavo Severo de Borba** | **Cristina Zurbriggen** | **Mariana González Lago** | **María Mancilla García** | **Sebastián Gatica** // *Eje 4. Diseño de innovación para la integración social:* **Denise Siqueira** | **Lino Fernando Bragança Peres** | **Marcos Abilio Bosquetti** | **Marília Ceccon Salarini da Rosa** | **João E. C. Sobral** | **Marli T. Everling** | **Anna L. M. S. Cavalcanti** | **Carolina S. M. Tavares** | **Bruna R. Machado** | **Bruna M. Bischoff** | **Murilo Scoz.** (2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 83, noviembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Investigar en Diseño. M. Matarrese y L. del C. Vilchis Esquivel:** Introducción. Investigar en Diseño. Multiplicidades epistemológicas y estéticas desde las que analizar la disciplina | **Eje 1. Epistemología del Diseño: R. Ynoub:** Epistemología y metodología en y de la investigación en Diseño | **A. Cravino:** Hacia una Epistemología del Diseño | **V. Ariza:** El Diseño como objeto de estudio y como ejercicio de intervención | **M. Á. Rubio Toledo:** Consideraciones para la investigación simbólica en Diseño desde los sistemas complejos | **M. A. Sandoval Valle:** La investigación de aspectos sociales y culturales como estrategia de Diseño | **Eje 2. Epistemología y enseñanza del Diseño: L. del C. Vilchis:** Diseño, Investigación y Educación | **J. Pokropek:** La experimentación proyectual en la enseñanza: Enseñar a construir sentido | **L. F. Irigoyen Morales:** Propuesta de categorización de habilidades en estudiantes y profesionales noveles de Diseño | **M. S. De la Barrera e I. Carillo Chávez:** Factores que inciden en investigaciones para Diseño | **Eje 3. Epistemología del Diseño en y desde diversas perspectivas y casos: M. Martínez González:** Entre hacedores de cosas. El Diseño y la antropología en el estudio de los objetos de Cuanajo, Michoacán, México | **M. Kwon:** Reinterpretación del jardín japonés en el paisaje occidental del Siglo XX a través de tres paisajistas: James Rose, Isamu Noguchi y Peter Walker | **B. Ferreira Pires:** Adornos Confeccionados con Cabellos Humanos. De la Era Victoriana y de Nuevos Diseñadores | **N. Villaça:** Moda y Producción de Sentidos | **R. Pitombo Cidreira:** El cuerpo vivido: La expresividad de la aparición. (2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 82, octubre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Taxonomías espaciales y objetuales en espacios y productos. Roberto Céspedes:** Introducción | **Ana Cravino:** Prologo | **Jorge Pokropek:** Lógicas de coherencia para la interpretación y producción del diseño interior y sus criterios de selección de formas objetuales | **Ana Cravino:** La Bolsa de Comercio de Buenos Aires. Un caso paradigmático de composición clásica | **Roberto Céspedes:** Diseño Andrógino: Charles Rennie Mackintosh | **Claudia Marcela Woodhull:** Una Aproximación Morfológica: Formas de la Pradera y su Intencionalidad Estética en el Espacio Interior y el Objeto | **Ricardo José Viveros Baez:** Organicismo: morfología y materialidad como expresión comunicante en un espacio arquitectónico | **Tesis de Doctorado en Diseño UP recomendada para su publicación. Florencio Compte Guerrero:** Modernos sin modernidad. Arquitectura de Guayaquil 1930-1948. (2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 81, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Diseño en Perspectiva - Diseño para la transición. Segunda Sección. D. V. Di Bella:** Prólogo de la Segunda Sección | **D. V. Di Bella:** Prefacio Diseño en Perspectiva | **L. C. Portugal do Nascimento:** Diseño en medio de feudos y campos: la oportunidad de la “rectificación de nombres” propuesta por Confucio en la Babel contemporánea de conceptos, términos y expresiones pegadizas recientemente forjados en el campo del diseño | **C. Soto:** Esto No es Diseño | **M. Marchisio:** El Fin de las Escuelas de Diseño | **I. Moroni and A. Arruda:**

Comprender cómo los procesos de diseño pueden contribuir a la mejora de la capacidad innovadora en el universo de las *startup companies* | **S. Stivale**: Los Caminos del Diseño Sustentable y sus vinculaciones con la Investigación en Diseño | **M. González Insua**: Más allá del Producto: un abordaje local sobre el Diseño de Productos-Sistemas-Servicios para la Sustentabilidad y Tecnologías de Inclusión Social | **T. Soares and A. Arruda**: Domos geodésicas como modelo de negocio en la gestión hotelera para el desarrollo de las economías locales | **N. Mouchrek and L. Krucken**: Diseño como agente de cambio: iniciativas orientadas a la práctica en la enseñanza del diseño | **N. Mouchrek**: Diseño para el desarrollo de la juventud y su participación en la sostenibilidad | **G. Nuri Barón**: La transición urbana y social hacia un paradigma de movilidad sostenible | **D. V. Di Bella**: Impacto de la Experiencia Diseño en Perspectiva. (2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 80, junio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Giros visuales**. **Julio César Goyez Narváez y Alejandra Niedermaier**: Prólogo | **Gabriel Alba y Juan Guillermo Buenaventura**: *Cruce de caminos*. Un estado del arte de la investigación-creación | **María Ximena Betancourt Ruiz**: La imagen visual de la identidad, entre resistencias y representaciones hegemónicas | **Vanesa Brasil Campos Rodriguez**: Marca M para Hitchcock - *Dial M for Hitchcock*. Los hilos y matices que se repiten en la obra del director | **Basilio Casanova Varela**: El arte de la creación | **Julio César Goyez Narváez**: Audiovisualidad, cultura popular e investigación-creación | **Trixi Allina Bloch y Alejandro Jaramillo Hoyos**: Mesa radicante: experiencia e imagen | **Esmeralda Hernández Toledano y Luis Martín Arias**: El cine como modelo de realidad: análisis de “Él” (Luis Buñuel, 1953) | **Alejandra Niedermaier**: Posibilidades de la imagen en tiempos de oscuridad | **Wilson Orozco**: La representación ficcional de la pobreza en *Tierra sin pan y Agarrando pueblo* | **Juan Manuel Perez**: Macropoéticas y Micropoéticas de la representación del cuerpo en la iconósfera contemporánea | **Eduardo A. Russo**: Visualidades en tránsito: el cine de David Lynch | **Sebastián Russo**: El fuego (in)extinguible. *Imagen y Revolución en Georges Didi Huberman y Joao Moreira Salles* | **Camila Sabeckis y Eleonora Vallazza**: La integración del cine expandido al espacio museístico | **Nicolás Sorrivas**: Black Mirror: El espejo que nos mira | **Valeria Stefanini**: El yo desnudo. La puesta en escena del yo en la obra de Liliana Maresca | **Jorge Zuzulich**: Dispositivo, cine y arte contemporáneo. (2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 79, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Tiempos inestables. Un mundo en transición**. **M. Veneziani**: Prólogo | **M. Veneziani**: Diseño y cultura. Huellas japonesas en la Argentina | **V. Martinez Azaro**: Empatía y Diseño en un contexto de inmigración | **X. González Eliçabe**: La permanencia en el cambio. El poncho como bandera de libertad | **V. Fiorini**: Diseño de indumentaria: Nuevas estrategias de enseñanza y modelos de innovación en el marco del consumo de moda | **C. Eiriz**: La enseñanza de la metodología de la investigación en la era de la invención: Hacia un nuevo humanismo | **M. Buey Fernández**: Educar para no competir. La guerra de las naciones:

nuevo escenario multipolar e innovación social como alternativa de adaptación | **M. del M. Ketlun:** Fases y redes en la metodología del Design Thinking | **C. I. Galbusera Testa:** La evolución de los modelos de enseñar-aprender diseño en el nuevo escenario generacional | **M. F. Bertuzzi y D. Escobar:** Identidad y nacionalismo. Una mirada sobre la búsqueda de identidad y nuevas tendencias en el diseño de modas | **J. A. Di Loreto:** Rembrandt: estética, sujeción y corporalidad | **L. Mastantuono:** Nostalgia Cinematográfica | **S. Faerm:** A World in Flux | **S. Faerm:** Contemplative Pedagogy in the College Classroom: Theory, Research, and Practice for Holistic Student Development | **T. Werner:** Preconceptions of the Ideal: Ethnic and Physical Diversity Fashion | **M. G. Cyr:** China: Hyper-Consumerism, Abstract Identity | **N. Palomo-Lovinski and S. Faerm:** Changing the Rules of the Game: Sustainable Product Service Systems and Manufacturing in the Fashion Industry | **A. Sebek and J. Jones:** Immersion in the Workplace: A Unique Model for Students to Engage in Real-World Service Design. (2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 78, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Cine e historia. Representaciones filmicas en un mundo globalizado. Zulema Marzorati y Mercedes Pombo:** Prefacio | **Eje 1: Etnicidades en la pantalla: Tzvi Tal:** Brechas y etnicidad. Personajes judíos violentos en películas de Argentina, Uruguay y Venezuela | **Alejandra F. Rodríguez:** ¿Dónde está el sujeto?: problemas de representación de los pueblos originarios en el cine | **Eje 2: Construyendo la historia: Mónica Gruber:** Medios y poder: 1984 | **Adriana A. Stagnaro:** Lo imaginario y lo maravilloso de Internet. Una aproximación antropológica | **Zulema Marzorati y Mercedes Pombo:** Humanismo y solidaridad en *El puerto* (Kaurismäki, Finlandia/Francia/ Alemania, 2011) | **Eje 3: Cine, historia y memoria: María Elena Stella:** Holocausto y memoria en los tiempos de la globalización. Representaciones en el cine alemán | **Claudia Bossay P.: Libertadores;** bicentenarios de las independencias en el cine | **Marta N. R. Casale:** La imagen faltante, de Rithy Panh, testigo y cineasta. El genocidio en primera persona. (2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 77, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Moda, Diseño y Sociedad. Laura Zambrini:** Prólogo | **Carlos Roberto Oliveira de Araújo:** Metamorfose Corporal na Moda e no Carnaval | **Analía Faccia:** Discursos sobre el cuerpo, vestimenta y desigualdad de género | **Griselda Flesler:** Marcas de género en el diseño tipográfico de revistas de moda | **Jorge Leite Jr.:** Sexo, género y ropas | **Nancy de P. Moretti:** La construcción del lenguaje gráfico en el diseño de moda y la transformación del cuerpo femenino | **María Eugenia Correa:** Diseño y sustentabilidad. Un nuevo escenario posible en el campo de la moda | **Gabriela Poltronieri Lenzi:** O chapéu: Uma ferramenta para a identidade e a responsabilidade social no câncer de mama | **Taña Escobar Guanoluísa y Silvana Amoroso Peralta:** El giro humanista del sistema de la moda | **Suzana Avelar:** La moda contemporánea en Brasil: para escapar del Siglo XX | **Daniela Lucena y Gisela Laboureau:** Vestimentas indisciplinadas en la escena contracultural de los años 80 | **Paula Miguel:** Más allá del autor. La construcción pública del diseño de indumentaria en Argentina | **Gianne Maria Montedônio Chagastelles:** Arte y Costumbres: Los pliegues azules en

los vestidos de vinilo de Laura Lima (1990-2010) | **Patricia Reinheimer:** Tecendo um mundo de diferenças. (2020). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 76, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Arte y Comunicación: Experiencias estéticas y el flujo del tiempo.** N. Aguerre y M. Boivent: Prólogo | **V. Capasso:** Nuevas tramas socio-espaciales después de la inundación en la ciudad de La Plata: un análisis de experiencias artísticas y memoria colectiva | **J. Cisneros:** Operaciones de montaje y reescritura como huellas del tiempo en “Diagonal Cero” | **V. de la Cruz Lichet:** Hacia una taxonomía de la Memoria. Prácticas artísticas colombianas en torno a la reconstitución de hechos históricos | **A. del P. Forero Hurtado, Y. A. Orozco y L. C. Rodríguez Páez:** El presente y el irremediable pasado. La reconstrucción de lo público desde la música rap de la Alianza Urbana en Quibdó-Chocó, Colombia | **F. Fajole:** Mirtha Dermisache: La otredad de la escritura | **E. García Aranguren:** Vanguardias artísticas y videojuegos: retomar el pasado para el mercado futuro | **L. Garaglia:** “Cómo hacer palabras con cosas” | **L. Gómez:** El cine y esos pueblitos: Mediaciones culturales de la memoria nacional | **B. Gustavino:** Vanguardias, dependencia cultural y periodizaciones en lucha. La historización del arte argentino de los años ‘60 | **F. Jaubet:** Poesía de lo real en “Historia de un Clan” de Luis Ortega | **C. Juárez y J. Lamilla:** Prácticas sonoras desbordantes. El surgimiento del ciclo Experimenta97 en Buenos Aires | **I. Mihal y M. Matarrese:** Diversidad cultural y pueblos indígenas: una mirada sobre las TIC | **C. D. Paz:** De esta suerte se gobierna la mayor parte. La jefatura indígena examinada desde la intencionalidad performativa de la escritura etnológica de la Compañía de Jesús | **M. E. Torres:** Tiempos de Amor | **C. Vallina y C. Vallina:** Imagen y Memoria. (2019). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 75, diciembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Artes Dibujadas: cartografías y escenas de la Historieta, el Humor Gráfico y la Animación.** **Laura Vazquez:** Prólogo | **Mara Burkart:** La Guerra de Malvinas según las Caricaturas de Hermenegildo Sábat en *Clarín* | **Laura Caraballo:** La parodia y la sátira en la historieta transpositiva de Alberto Breccia | **Alice Favaro:** *La “Beya” durmiente:* entre reescritura y transposición | **Amadeo Gandolfo:** La historia interminable: *Langostino y Mangucho y Meneca* en *Patoruzito* (1945-1950) | **Sebastian Gago:** Desovillando tramas culturales: un mapeo de la circulación y el consumo de las historietas *Nippur de Lagash* y *El Eternauta* | **Jozefh Queiroz:** La crónica-historieta en *Macanudo*, de Liniers | **Marilda Lopes Pinheiro Queluz:** Logotipo ou quadrinho? As animadas aventuras de Don Quixote nas capas de Ângelo Agostini | **Analia Lorena Meo:** Anime y consumo en Argentina en las páginas de *Clarín, La Nación y Página 12* (1997-2001) | **Ana Pedrazzini y Nora Scheuer:** Sobre la relación verbal-visual en el humor gráfico y sus recursos | **Paulo Ramos:** O enigma do número dois: os limites da tira em ambientes digitais | **Roberto Elísio dos Santos:** O Brasil através das histórias em quadrinhos de humor | **Facundo Saxe:** *Jago* de Ralf König: historieta sexo-disidente o cómo volver porno y queer a Shakespeare | **Pablo Turnes:** *Breccia Negro:* el testimonio de un autor | **Laura Vazquez y Pablo Turnes:** Contar desde los fragmentos.

Rupturas, memoria y lenguaje en dos casos de la historieta argentina contemporánea | **Aníbal Villordo**: La imagen intolerable: Intensidad estética y violencia en el cómic de superhéroes | **Máximo Eserverri**: Víctor Iturralde Rúa y la especificidad de lo infantil. Un primerísimo primer acercamiento. (2019). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 74, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Diseño en Perspectiva - Diseño para la transición. Primera Sección. D. V. Di Bella**: Prólogo de la Primera Sección | **T. Irwin**: Prefacio Diseño para la Transición | **D. Lockton and S. Candy**: Un vocabulario para las visiones del diseño para las transiciones | **G. Kossoff**: Localismo cosmopolita: la red planetaria de la vida cotidiana dentro de lo local | **A. Í. Gaziulusoy**: Postales desde los límites: hacia los futuros del diseño para las transiciones sostenibles | **C. Tonkinwise**: (Des)órdenes del diseño: sistemas de mediación de nivel en el diseño para la transición | **I. Mulder, T. Jaskiewicz and N. Morelli**: Sobre la ciudadanía digital y los datos como un nuevo campo común: ¿Podemos diseñar un nuevo movimiento? | **P. Scupelli**: Enseñanza del diseño para la transición: un estudio de caso sobre *Design Agility, Design Ethos y Dexign Futures* | **J. Boehnert**: Diseño para la transición y pensamiento ecológico | **T. Irwin**: El enfoque emergente del diseño para la transición | **T. Costa Gomez**: Proyectos de transición en curso: una perspectiva del sur | **S. Hamilton**: Palabras en acción: Creando y haciendo el diseño para la transición en Ojai, California, un caso de estudio | **Ch. L. Dahle**: Diseñar para las transiciones: abordar el problema de la pesca excesiva en el mundo | **S. Rohrbach and M. Steenson**: Diseño para la transición: enseñanza y aprendizaje | **M. A. Mages and D. Onafuwa**: Opacidad, transición e investigación en diseño. (2019). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 73, julio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Convergencia pedagógica-digital: libros, lecturas y diseño. Ivana Mihal**: Prólogo. Narrativa transmedia. Convergencia pedagógica-digital: libros, lecturas y diseño | **Natalia Aguerre**: Arte y Medios: Narrativa transmedia y el transector | **Francisco Albarello**: El lector en la encrucijada: la *lectura/navegación* en las pantallas digitales | **María del Carmen Rosas Franco**: Nuevos soportes, nuevos modos de leer. La narrativa en la Literatura infantil y juvenil digital | **Florencia Lila Sorrentino**: Instantáneas: la lectura en los tiempos que corren | **Gustavo Bombini**: Didáctica de la lectura y la escritura y multimodalidad | **Mariana Landau**: Los discursos sobre tecnologías y educación en la esfera pública | **Mónica Pini**: Políticas de alfabetización digital. Educación e inclusión | **Lia Calabre**: Planos de livro e leitura em tempos da cultura digital | **Ana Ligia Medeiros y Gilda Olinto**: O impacto da tecnologia de informação e comunicação nas bibliotecas públicas: envolvimento comunitário, criatividade e inovação | **Eduardo Pereyra**: Juventudes y TIC: Estados locales frente al abordaje de la promoción de la lectura | **Daniela Szpilbarg**: Configuraciones emergentes de circulación y lectura en el entorno digital: el caso de Bajalibros.com. (2019). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 72, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Cruces entre Cultura y Diseño: repensando el diseño de los procesos culturales y los abordajes culturales del diseño**. Karen Avenburg y Marina Matarrese: Introducción. Cruces entre Cultura y Diseño: repensando el diseño de los procesos culturales y los abordajes culturales del diseño | Ivana Mihal: Estéticas, lecturas e industria del libro: el caso de los e-books | Laura Ferreño y María Laura Giménez: Desafíos actuales de las políticas culturales. Análisis de caso en el Municipio de Avellaneda | Silvia Benza: El Distrito de Diseño en la Ciudad de Buenos Aires: una mirada desde los usos de la cultura en contextos globales y locales | Natalia Aguerre: Las performances musicales en las misiones jesuitas de guaraníes | Julieta Infantino: Arte y Transformación social. El aporte de artistas (circenses) en el diseño de políticas culturales urbanas | Verónica Griselda Talellis, Elsa Alicia Martínez, Karen Avenburg y Alina Cibeá: Investigación y gestión cultural: diseñando articulaciones | Verónica Paiva y Alejo García de la Cárcova: Wright Mills y su crítica al diseño de segunda posguerra. Los aportes de la sociología al mundo del diseño | Laura Zambrini: Diseño e indumentaria: una mirada histórica sobre la estética de las identidades de género | Bárbara Guershman: Marcas de shopping o de diseñador. Los procesos de adscripción en la moda. (2019). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 71, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Materialidad difusa. Prácticas de diseño y tendencias**. Daniel Wolf: Prólogo de la Universidad de Palermo | Jorge Pokropek y Ana Cravino: Algunas precisiones sobre la borrosa noción de “Materia” para el diseño interior | Leila Lemgruber Queiroz: Desmaterialización e inmaterialidad en el contexto contemporáneo del Diseño | Maximiliano Zito: La sustentabilidad de Internet de las Cosas | Gabriela Nuri Barón: La des-materialización de productos tangibles en una perspectiva de sustentabilidad | Marina Andrea Baima: El proceso de diseño desde la génesis de los materiales | Marinella Ferrara and Valentina Rognoli: Introduction by the School of Design of Politecnico di Milano | Marinella Ferrara and Anna Cecilia Russo: The Italian Design Approach to Materials between tangible and intangible meanings | Linda Worbin: Designing for a start; irreversible dynamic textile patterns | Zurich Manuel Kretzer: Educating smart materials | Murat Bengisu: Biomimetic materials and design | Valentina Rognoli and Camilo Ayala Garcia: Material activism. New hybrid scenarios between design and technology | Giulia Gerosa and Laura Daglio: Diffuse materiality in public spaces between expressiveness and performance | Giovanni Maria Conti: Material for knitwear: a new contemporary design scenario | Giulio Ceppi: Slow+Design as sustainable sensoriality: an innovative approach aimed to explore the new relationships among design, innovation and sustainability. (2018). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 70, diciembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Presente y futuro del diseño latino**. María Verónica Barzola: Prólogo de la Universidad de Palermo | Rita Ribeiro: Prólogo da Universidade do Estado de Minas Gerais. FILOSOFÍA DEL DISEÑO Y CONTEXTO SOCIAL: Jorge Gaitto | María Verónica Barzola | Celso Carnos Scaletsky, Chiara Del Gaudio, Filipe Campelo Xavier da Costa, Gerry Derksen, Guilherme

Corrêa Meyer, Juan de la Rosa, Piotr Michura y Stan Ruecker | Anderson Antonio Horta. EL DISEÑO COMO AGENTE DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL: **María Ledesma | Silvia Sasaoka, Giselle Marques Leite, Mônica Cristina de Moura y Luís Carlos Paschoarelli | Caroline Salvan Pagnan y Artur Caron Mottin | Simone Abreu | Zulma Buendía De Viana | Elisangela Batista.** EL DISEÑO COMO FACTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO: **María del Rosario Bernatene y Guillermo Juan Canale | Liliana Durán Bobadilla y Luis Daniel Mancipe Lopez | Ana Urroz-Osés | Camilo de Lelis Belchior.** FORMACIÓN PARA EL DISEÑO SOCIAL: **Rita Aparecida da Conceição Ribeiro | Cristian Antoine, Santiago Aránguiz y Carolina Montt | Polyana Ferreira Lira da Cruz y Wellington Gomes de Medeiro | Carlos Henrique Xerfan do Amaral, André Ribeiro de Oliveira y Sandra Maria Nunes Vivone | Ana Beatriz Pereira de Andrade y Henrique Perazzi de Aquino.** (2018). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 69, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Cine e Historia. Pluralidad de voces y miradas sobre el autoritarismo y el totalitarismo.** **Zulema Marzorati y Mercedes Pombo:** Prólogo | **Rodolfo Battagliese:** Poder estatal y dominación de género: sus representaciones en *La linterna roja* (China, 1991) de Zhang Yimou | **Lizel Tornay:** Representaciones de mujeres en el cine de realizadoras feministas durante los períodos posdictatoriales. España y Argentina | **Zulema Marzorati y Mercedes Pombo:** El fascismo en la pantalla: *Vincere* (Italia, Bellocchio, 2009) | **Victoria Alvarez:** Cine, represión y género en la transición democrática. Un análisis de *La noche de los lápices* | **Tzvi Tal:** La estética del trauma y el discurso de la memoria: personajes infantiles ante el terror estatal en *Infancia clandestina* (Ávila, Argentina, 2011) | **Moira Cristiá:** Frente al autoritarismo, la creación. La experiencia de AIDA y su relectura en el film *El Exilio de Gardel* (Fernando Solanas, Francia / Argentina, 1985) | **Sonia Sasiain:** El lugar del Estado en la representación de la vivienda popular: desde la construcción de la opinión pública hacia la censura | **Mónica Gruber:** Medios y poder: 1984. (2018). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 68, julio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **La dimensión ideológica de la enseñanza del diseño.** **Cecilia Mazzeo:** Prólogo. La dimensión ideológica de la enseñanza del diseño | **Constanza Necuzzi:** Educación, enseñanza y didáctica en la contemporaneidad | **Inés Olmedo:** La Dirección de Arte en el cine, desafíos disciplinares y pedagógicos | **Beatriz Galán:** Reconstruyendo el entramado de una sociedad creativa. Estrategias para la formación de diseñadores en contextos de complejidad | **Clara Ben Altabef:** Intenciones para una didáctica proyectual. Caso: asignatura Proyecto y Forma en la FAU-UNT | **Diego Giovanni Bermúdez Aguirre:** El estado de posibilidad de la Historia del Diseño | **María Ledesma:** Luces y sombras en la enseñanza del Diseño. Una reflexión sobre su transformación en saber universitario | **Ana Cravino:** Enseñar Diseño: La emergencia de la teoría | **Mabel Amanda López:** Modos de decir y modos de ser: palabra e ideología en el taller de diseño | **Ana María Romano:** La construcción de la cosmovisión durante la enseñanza. (2018). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 67, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Componentes del diseño audiovisual experimental**. **Gonzalo Aranda Toro y Alejandra Niedermaier**: Prólogo | **Alejandra Niedermaier**: Introducción | **María José Alcalde**: Reflexión acerca del ejercicio audiovisual como medio de expresión del diseño gráfico experimental | **Eugenia Álvarez Saavedra**: El diseño en las representaciones audiovisuales de la etnia Mapuche | **Laura Bertolotto Navarrete y Katherine Hetz Rodríguez**: Reflexión respecto de la conexión entre la disciplina del diseño y la audiovisual, como factor estratégico de desarrollo | **José Luis Cancio**: *Cerebus*, un modelo de edición independiente | **Rosa Chalkho**: La música cinematográfica y la construcción del sentido en el film | **Antonietta Clunes**: Experimentación con medios análogos y su aplicación como recurso audiovisual, reflejo de un contexto latinoamericano | **Daniela V. Di Bella**: Ex Obra, la rematerialización de la imagen en movimiento | **Pamela Petruska Gatica Ramírez**: Ver y sentir (pantallas). Diseño, dispositivos y emoción | **Ricardo Pérez Rivera**: Acerca del método de la observación y algunos alcances al estudio experimental para la construcción de imágenes | **Juan Manuel Pérez**: Sobre subjetividades en la educación visual contemporánea: algunos componentes | **Eduardo A. Russo**: Aspectos intermediales de la enseñanza audiovisual. Un abordaje transversal, entre el cine y los nuevos medios | **Gisela Massara, Camila Sabeckis y Eleonora Vallazza**: Tendencias en el Cine Expandido Contemporáneo. (2018). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 66, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 5ª Edición. Ciclo 2014-2015]**. (2017). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 65, diciembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Los procesos emergentes en la enseñanza y la práctica del diseño**. **M. Veneziani**: Prólogo | **M. Veneziani**: Moda y comida: Una alianza que predice hechos económicos | **M. Buey Fernández**: Involúcrame y entenderé | **F. Bertuzzi y D. Escobar**: El espíritu emprendedor. Un acercamiento al diseño independiente de moda y las oportunidades de crecimiento comercial en el contexto actual argentino | **X. González Eliçabe**: Arte popular y diseño: los atributos de un nuevo lujo | **C. Eiriz**: Creación y operaciones de transformación. Aportes para una retórica del diseño | **P.M. Doria**: Desafío creativo cooperativo | **V. Fiorini**: Nuevos escenarios de las prácticas del diseño de indumentaria en Latinoamérica. Conceptos, metodologías e innovación productiva en el marco de la contemporaneidad | **R. Aras**: Los nuevos aprendizajes del sujeto digital | **L. Mastantuono**: Tendencias hacia un cine medioambiental. Concientización de una producción y diseño sustentable | **D. Di Bella**: El cuerpo como territorio | **V. Stefanini**: La mirada propia. El autorretrato en la fotografía contemporánea | **S. Faerm**: Introducción | **A. Fry, R. Alexander, and S. Ladhieb**: Los emprendimientos en Diseño en la economía post-recesión: Parson`s E Lab, la Incubadora de Negocios de Diseño | **S. Faerm**: Desarrollando un nuevo valor en diseño; del “qué” al “cómo” | **A. Kurennaya**: Moda como práctica, Moda como proceso: los principios del lenguaje como marco para entender el proceso de diseño | **L. Beltran-Rubio**: Colombia for Export: Johanna Ortiz,

Pepa Pombo y la recreación de la identidad cultural para el mercado global de la moda | **A. Fry, G. Goretti, S. Ladhieb, E. Cianfanelli, and C. Overby:** “Artesanías de avanzada” integradas con el saber hacer; el papel del valor intangible y el rol central del artesano en el artesanato de alta gama del siglo 21 | **T. Werner and S. Faerm:** El uso de medios comerciales para involucrar e impactar de manera positiva en las comunidades. (2017). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 64, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Programa de Investigación de la Facultad de Diseño y Comunicación [Catálogo de Investigaciones. 1ª Edición. Ciclo 2007-2015]. Investigaciones (abstracts) organizadas por campos temáticos:** a. Empresas y marcas | b. Medios y estrategias de comunicación | c. Nuevas tecnologías | d. Nuevos profesionales | e. Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes | f. Pedagogía del diseño y las comunicaciones | g. Historia y tendencia. **Selección de Investigaciones (completas): Patricia Dosio:** Detección y abordaje de problemas o tendencias actuales en el arte y el diseño | **Débora Belmes:** Nuevas herramientas de la comunicación. Un estudio acerca del amor, la amistad, la educación y el trabajo en jóvenes universitarios | **Eleonora Vallaza:** El Found Footage como práctica del video-arte argentino de la última década | **Andrés Olaizola:** Alfabetización académica en entornos digitales | **Marina Mendoza:** Hacia la construcción de una ciudadanía mediática. Reflexiones sobre la influencia de las políticas neoliberales en la configuración de la comunicación pública argentina | **Valeria Stefanini:** Los modos de representación del cuerpo en la fotografía de moda. Producciones fotográficas de la Revista Catalogue. (2017). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 63, julio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Cine documental. Fernando Mazás:** Prólogo | **Igor Dimitri Gonçalves:** Werner Herzog, documentales de viaje: *Fata Morgana, La Soufrière, A la espera de una catástrofe inevitable, Wodaabe, Pastores del sol, Jag Mandir* | **Nerea González:** La doble lectura de *Canciones para después de una guerra* explicada desde el marco teórico de las problemáticas del documental | **Lucía Levis Bilsky:** De artistas, consumidores y críticos: dinámicas del cambio, el gusto y la distinción en el campo artístico actual. Jean-Luc Godard y su *Adiós al Lenguaje* | **Claudia Martins:** Péter Forgács: imágenes de familia y la memoria del Holocausto | **Fernando Mazás:** *Edificio Master:* la tecnología audiovisual como escritura étnica | **Carlos Gustavo Motta:** La antropología visual | **Gonzalo Murúa Losada:** Por un cuarto cine, el webdoc en la era de las narraciones digitales | **Antonio Romero Zurita:** El cine intelectual de Fernando Birri. Antecedentes a la conformación del Documental Militante en Argentina | **María A. Sifontes:** El acto performático como expresión del pensamiento en obras realizadas por artistas venezolanos. (2017). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 62, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Imágenes/ escrituras: trazos reversibles. Laura Ruiz y Marcos Zangrandi:** Presentación. El lazo imagen/escritura en los nexos de la cultura contemporánea. **1. Blogs/escrituras. Diego**

Vigna: Lo narrado en imágenes (o las imágenes narradas). Ficciones, pruebas, trazos y fotografías en las publicaciones de los escritores en blogs | **Mariana Catalin:** Daniel Link y la televisión: ensayos entre la clase y la cualificación. **2. Cine/escrituras. Vanina Escales:** El ensayo a la búsqueda de la imagen | **Diego A. Moreiras:** Dimensiones de una masacre en la escuela: traducción intersemiótica en *We need to talk about Kevin* | **Nicolás Suárez:** Pueblo, comunidad y mito en *Juan Moreira* de Leonardo Favio y en *Facundo. La sombra del Tigre* de Nicolás Sarquís | **Marcos Zangrandi:** Antín / Cortázar: cruces y destiempos entre la escritura y el cine. **3. Imágenes/escrituras. Álvaro Fernández Bravo:** Imágenes, trauma, memoria: miradas del pasado reciente en obras de Patricio Guzmán, Adriana Lestido y Gustavo Germano | **Laura Ruiz:** Bronce y sueños, los gitanos. Nomadismo, identidades por exclusión y otredad negativa en Jorge Nedich y Josef Koudelka | **Santiago Ruiz y Ximena Triquell:** Imágenes y palabras en la lucha por imposición de sentidos: la imagen como generadora de relatos. (2017). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 61, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Lecturas y poéticas del arte latinoamericano: apropiaciones, rupturas y continuidades. María Gabriela Figueroa:** Prólogo | **Cecilia Iida:** El arte local en el contexto global | **Silvia Dolinko:** Lecturas sobre el grabado en la Argentina a mediados del siglo XX | **Ana Hib:** Repertorio de artistas mujeres en la historiografía canónica del arte argentino: un panorama de encuentros y desencuentros | **Cecilia Marina Slaby:** Mito y banalización: el arte precolombino en el arte actual. La obra de Rimer Cardillo y su apropiación de la iconografía prehispánica | **Lucía Acosta:** Jorge Prelorán: las voces que aún podemos escuchar | **Luz Horne:** Un paisaje nuevo de lo posible. Hacia una conceptualización de la “ficción documental” a partir de Fotografías, de Andrés Di Tella | **María Cristina Rossi:** Redes latinoamericanas de arte constructivo | **Florencia Garramuño:** Todos somos antropófagos. Sobrevivencias de una vocación internacionalista en la cultura brasileña | **Jazmín Adler:** Artes electrónicas en Argentina. En busca del eslabón perdido. (2016). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 60, diciembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **La experiencia fotográfica en diálogo con las experiencias del mundo. Alejandra Niedermaier:** Prólogo | **François Soulages:** Geoestética de idas-vueltas (a modo de introducción) | **Eric Bonnet:** Partir y volver. Cuba, tierra natal de Wifredo Lam y Ana Mendieta | **María Aurelia Di Berardino:** Lo que oculta una frontera: el para qué escindir la ciencia del arte | **Alejandro Erbetta:** La experiencia migratoria como posibilidad de creación | **Raquel Fonseca:** En la frontera de las imágenes de una inmigración en doble sentido; ida y vuelta | **Denise Labraga:** Fronteras blandas. Posibilidades de representación del horror | **Alejandra Niedermaier:** La imagen síntoma: construcciones estéticas del yo | **Pedro San Ginés Aguilar:** Hijo de la migración | **Silvia Solas:** Fronteras artísticas: sentidos y sinsentidos de lo visual | **François Soulages:** Las fronteras & el ida-vuelta | **Joaquim Viana:** Las transformaciones diagramáticas: imágenes y fronteras efímeras. (2016). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 59, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Cine y Moda**. P. Doria: **Prólogo Universidad de Palermo** | M. Carlos: **Moda en cine: signos y simbolismos** | D. Ceccato: **Cortos de moda, un género en auge** | P. Doria: **Brillos y utopías** | V. Fiorini: **Moda, cuerpo y cine** | C. Garizoain: **De la pasarela al cine, del cine a la pasarela. El vestuario y la moda en el cine argentino hoy** | M. Orta: **Moda fantástica** | S. Roffe: **Vestuario de cine: El relator silencioso** | M. Veneziani: **Moda y cine: entre el relato y el ropaje** | L. Acar: **La seducción del cuerpo vestido en La fuente de las mujeres** | F. di Cola: **Moda y autenticidad histórica en el cine: nuevos ecos de la escuela viscontina** | E. Monteiro: **El amor, los cuerpos y las ropas en Michael Haneke** | D. Trindade: **Vestes del tiempo: telas, movimientos e intervalos en la película Lavoura Arcaica** | N. Villaça: **Almodóvar: Cineasta y diseñador** | F. Mazás: **El cine come metalenguaje. Haciendo visible el código de la moda** | **Cuerpo, Arte y Diseño**. P. Doria: **Prólogo Universidad de Palermo** | S. Cornejo y P. Estebecorena: **Cuerpo, imagen e identidad. Relación (im)perfecta** | D. Ceccato: **Cuerpos encriptadas: Entre el ser real e irreal** | L. Garabieta: **Cuerpo y tiempo** | G. Gómez del Río: **Nuevos soportes, nuevos cuerpos** | M. Matarrese: **Cestería pilagá: una aproximación desde la estética al cuerpo** | C. Puppo: **El arte de diseñar nuestro cuerpo** | S. Roffe: **Ingeniería y arquitectura de la Moda: El cuerpo rediseñado** | L. Ruiz: **Imágenes de la otredad. Arte, política y cuerpos residuales en Daniel Santoro** | V. Suárez: **Cuerpos: utopías de lo real** | S. Avelar: **El futuro de la moda: una discusión posible** | S. M. Costa, Esteban F. Tuesta & S. A. Costa: **Residuos agro-industriales utilizados como materias-primas en estudios de desarrollo de fibras textiles** | F. Dantas Mendes: **El Diseño como estrategia de Postponement en la MVM Manufactura del Vestuario de la Moda** | B. Ferreira Pires: **Cuerpo trazado. Contexturas orgánicas e inorgánicas** | C. R. Garcia Vicentini: **El lugar de la creatividad en el desarrollo de productos de moda contemporáneos**. (2016). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 58, julio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Moda en el siglo XX: una mirada desde las artes, los medios y la tecnología**. Matilde Carlos: **Prólogo** | Melisa Perez y Perez: **Las asociaciones entre el arte y la moda en el siglo XX** | Mónica Silvia Incorvaia: **La fotografía en la moda. Entre la seducción y el encanto** | Gladys Mercado: **Vestuario: entre el cine y la moda** | Gabriela Gómez del Río: **Fotolectos: cuando la imagen se vuelve espacio. Estudio de caso Para Ti Colecciones** | Valeria Tuozzo: **La moda en las sociedades modernas** | Esteban Maioli: **Moda, cuerpo e industria. Una revisión sobre la industria de la moda, el uso generalizado de TICs y la Tercera Revolución Industrial Informacional** | **Las Pymes y el mundo de la comunicación y los negocios**. Patricia Iurcovich: **Prólogo** | Liliana Devoto: **La sustentabilidad en las pymes, ¿es posible?** | Sonia Grotz: **Cómo transformar un sueño en un proyecto** | María A. Rosa Dominici: **La importancia del coaching en las PYMES como factor estratégico de cambio** | Victoria Mejuto: **La creación de diseño y marca en las Pymes** | Diana Silveira: **Las pymes argentinas: realidades y perspectivas** | Christian Javier Klyver: **Las Redes Sociales y las PyMES. Una relación productiva** | Silvia Martinica: **El maltrato psicológico en la empresa** | Debora Shapira: **La sucesión en las PYMES, el factor gerenciamiento**. (2016). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 57, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Pedagogías y poéticas de la imagen.** Julio César Goyes Narváez y Alejandra Niedermaier: **Prólogo** | Vanessa Brasil Campos Rodríguez: **Una mirada al borde del precipicio. La fascinación por lo siniestro en el espectáculo de lo real (*reality show*)** | Mónica Ferreira Mayrink: **La escuela en escena: las películas como signos mediadores de la formación crítico-reflexiva de profesores** | Jesús González Requena: **De los textos yoicos a los textos simbólicos** | Julio César Goyes Narváez: **Audiovisualidad y subjetividad. Del icono a la imagen filmica** | Alejandro Jaramillo Hoyos: **Poética de la imagen - imagen poética** | Leopoldo Lituma Agüero: **Imagen, memoria y Nación. La historia del Perú en sus imágenes primigenias** | Luis Martín Arias: **¿Qué queremos decir cuando decimos “imagen”? Una aproximación desde la teoría de las funciones del lenguaje** | Luis Eduardo Motta R.: **La imagen y su función didáctica en la educación artística** | Alejandra Niedermaier: **Cuando me asalta el miedo, creo una imagen** | Eduardo A. Russo: **Dinámicas de pantalla, prácticas post-espectatoriales y pedagogías de lo audiovisual** | Viviana Suarez: **Interferencias. Notas sobre el taller como territorio, la regla como posibilidad, la obra como médium** | Lorenzo Javier Torres Hortelano: **Aproximación a un modelo de representación virtual lúdico (MRVL). *Virtual Self*, narcisismo y ausencia de sentido.** (2016). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 56, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 4ª Edición. Ciclo 2012-2013]. Tesis recomendada para su publicación: Mariluz Sarmiento: La relación entre la biónica y el diseño para los criterios de forma y función.** (2015). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 55, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Reflexiones sobre la imagen: un grito interminable e infinito.** Jorge Couto: **Prólogo** | Joaquín Linne y Diego Basile: **Adolescentes y redes sociales online. El photo sharing como motor de la sociabilidad** | María José Bórquez: **El Photoshop en guerra: algo más que un retoque cosmético** | Virginia E. Zuleta: **Una apertura de Pina. Algunas reflexiones en torno al documental de Wim Wenders** | Lorena Steinberg: **El funcionamiento indicial de la imagen en el nuevo cine documental latinoamericano** | Fernando Mazás: **Apuntes sobre el rol del audiovisual en una genealogía materialista de la representación** | Florencia Larralde Armas: **Las fotos sacadas de la ESMA por Victor Bastera en el Museo de Arte y Memoria de La Plata: el lugar de la imagen en los trabajos de la memoria de la última dictadura militar argentina** | Tomás Frère Affanni: **La imagen y la música. Apuntes a partir de El artista** | Mariana Bavoleo: **El Fileteado Porteño: motivos decorativos en el margen de la comunicación publicitaria** | Mariela Acevedo: **Una reflexión sobre los aportes de la Epistemología Feminista al campo de los estudios comunicacionales** | Daniela Ceccato: **Los blogs de moda como creadores de modelos estéticos** | Natalia Garrido: **Imagen digital y sitios de redes sociales en internet: ¿más allá de espectacularización de la vida cotidiana?** | Eugenia Verónica Negreira: **El color en la imagen: una relación del pasa-**

do - presente y futuro | Ayelén Zaretti: **Cuerpos publicitarios: cuerpos de diseño. Las imágenes del cuerpo en el discurso publicitario de la televisión. Un análisis discursivo** | Jorge Couto: **La “belleza” im-posible visual/digital de las tapas de las revistas. Aportes de la biopolítica para entender su u-topía.** (2015). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 54, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Interpretando el pensamiento de diseño del siglo XXI.** Marisa Cuervo: **Prólogo** | Marcia Veneziani: **Introducción Universidad de Palermo. Tendencias opuestas** | Leandro Allochis: **La mirada lúcida. Desafíos en la producción y recepción de imágenes en la comunicación contemporánea** | Teresita Bonafina: **Lo austero. ¿Un estilo de vida o una tendencia en la moda?** | Florencia Bustingorry: **Moda y distinción social. Reflexiones en torno a los sentidos atribuidos a la moda** | Carlos Caram: **Pedagogía del diseño: el proyecto del proyecto** | Patricia M. Doria: **Poética, e inspiración en Diseño de Indumentaria** | Verónica Fiorini: **Tendencias de consumo, innovación e identidad en la moda: Transformaciones en la enseñanza del diseño latinoamericano** | Paola Gallarato: **Buscando el vacío. Reflexiones entre líneas sobre la forma del espacio** | Andrea Pol: **Brand 2020. El futuro de las marcas** | José E. Putruele y Marcia C. Veneziani: **Sustentabilidad, diseño y reciclaje** | Valeria Stefanini: **La puesta en escena. Arte y representación** | Steven Faerm: **Introducción Parsons The New School for Design. Nuevos mundos extremos** | David Carroll: **El innovador transgresor: ser un explorador de Google Glass** | Aaron Fry y Steven Faerm: **Consumismo en los Estados Unidos de la post-recesión: la influencia de lo “Barato y Chic” en la percepción sobre la desigualdad de ingresos** | Steven Faerm: **Construyendo las mejores prácticas en la enseñanza del diseño de moda: sentido, preparación e impacto** | Robert Kirkbride: **Aguas arriba/Aguas Abajo** | Jeffrey Lieber: **Aprender haciendo** | Karinna Nobbs y Gretchen Harnick: **Un estudio exploratorio sobre el servicio al cliente en la moda.** (2015). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 53, julio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Cincuenta años de soledad. Aspectos y reflexiones sobre el universo del video arte.** E. Vallazza: **Prólogo** | S. Torrente Prieto: **La sutura de lo ausente. El espectador como actor en el videoarte** | G. Galuppo: **Frente al vacío cuerpos, espacios y gestos en el videoarte** | C. Sabeckis: **El videoarte y su relación con las vanguardias históricas y cinematográficas** | J. P. Lattanzi: **La crisis de las grandes narrativas del arte en el audiovisual latinoamericano: apuntes sobre el cine experimental latinoamericano en las décadas de 1960 y 1970** | N. Sorrivas: **El videoarte como herramienta pedagógica** | M. Cantú: **Archivos y video: no lo hemos comprendido todo** | E. Vallazza: **El video arte y la ausencia de un campo cultural específico como respuesta a su hibridación artística** | D. Foresta: **Los comienzos del videoarte (entrevista)** | G. Ignoto: **Borrado** | J-P Fargier: **Grand Canal & Mon CÉil!** | R. Skryzak: **Las ensoñaciones de un videasta solitario** | G. Kortsarz: **El sol en mi cabeza** | **La identidad nacional. Representaciones culturales en Argentina y Serbia.** Z. Marzorati y B. Pantović: **Prólogo** | A. Mardikian: **Múltiples identidades narrativas en el espacio teatral**

| D. Radojičić: **Identidad cultural. La película etnográfica en Serbia** | M. Pombo: **La fotografía argentina contemporánea. Una mirada hacia las comunidades indígenas** | T. Tal: **El Kruce de los Andes: memoria de San Martín y discurso político en Revolución (Ipiña, 2010)** | B. Pantović: **Serbia en imágenes: mensajes visuales de un país** | V. Trifunović y J. Diković: **La transformación post-socialista y la cultura popular: reflejo de la transición en series televisivas de Serbia** | S. Sasiain: **Espacios que educan: tres momentos en la historia de la educación en Argentina** | M. E. Stella: **A un cuarto de siglo, reflexiones sobre el Juicio a las Juntas Militares en Argentina** | A. Stagnaro: **Representaciones culturales e identitarias en cambio: habitus científico y políticas públicas en ciencia y tecnología en la Argentina** | A. Pavićević: **El Ángel Blanco. Desde Heraldo de la Resurrección hasta Portador de Fortuna. Comercialización del Arte Religioso en la Serbia post-comunista** | M. Stefanović Banović: **Ejemplos del uso de los símbolos cristianos en la vida cotidiana en Serbia** (2015). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 52, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Diseño de arte Tecnológico**. Alejandra Niedermaier: **Prólogo**. Apartado: Acerca de FASE: Marcela Andino: **Diseño de políticas culturales** | Pelusa Borthwick: **Nuestra inserción en la cadena de producción nacional** | Patricia Moreira: **FASE La necesidad del encuentro** | Graciela Taquini: **Textos curatoriales de los últimos cinco años de FASE**. Apartado: Acerca de la esencia y el diseño del arte tecnológico. Rodrigo Alonso: **Introducción a las instalaciones interactivas** | Emiliano Causa: **Cuerpo, Movimiento y Algoritmo** | Rosa Chalhko: **Entre al álbum y el MP3: variaciones en las tecnologías y las escuchas sociales** | Alejandra Marinaro y Romina Flores: **Objetos de frontera y arte tecnológico** | Enrique Rivera Gallardo: **El Virus de la Destrucción, o la defensa de lo inútil** | Mariela Yeregui: **Encrucijadas de las artes electrónicas en la aporía arte/investigación** | Jorge Zuzulich: **¿Qué nos dice una obra de arte electrónico?** Este cuaderno acompaña a FASE 6.0/2014. **Tesis recomendada para su publicación**. Valeria de Montserrat Gil Cruz: **Gráficos animados en diarios digitales de México. Cápsulas informativas, participativas y de carácter lúdico**. (2015). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 51, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Diseños escénicos innovadores en puestas contemporáneas**. Catalina Julia Artesi: **Prólogo** | Andrea Pontoriero: **Vida líquida, teatro y narración en las propuestas escénicas de Mariano Pensotti** | Estela Castronuovo: **Lote 77 de Marcelo Mininno: el trabajo oficio de narrar una identidad** | Catalina Julia Artesi: **Representaciones expandidas en puestas actuales** | Ezequiel Lozano: **La intermedialidad en el centro de las propuestas escénicas de Diego Casado Rubio** | Marcelo Velázquez: **Mediatización y diferencia. La búsqueda de la forma para una puesta en escena de Acreedores de Strindberg** | **Distribución cultural**. Yanina Leandra: **Prólogo** | Andrea Hanna: **El rol del productor en el teatro independiente. La producción es ejecutiva y algo más...** | Roberto Perinelli: **Teatro: de Independiente a Alternativo. Una síntesis del camino del Teatro Independiente argentino hacia la condición de alternativo y otras cuestiones inevitables** | Leila Barenboim: **Gestión Cultural 3.0** | Rosalía Celentano: **Ámbi-**

to público, ámbito privado, ámbito independiente, fronteras desplazadas en el teatro de la Ciudad de Buenos Aires | Yoska Lazaro: **La resignificación del término “producto” en el ámbito cultural** | Tesis recomendada para su publicación: Rosa Judith Chalkho. **Diseño sonoro y producción de sentido: la significación de los sonidos en los lenguajes audiovisuales** (2014). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 50, diciembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **El Diseño en foco: modelos y reflexiones sobre el campo disciplinar y la enseñanza del diseño en América Latina**. María Elena Onofre: **Prólogo** | Sandra Navarrete: **Abstracción y expresión. Una reflexión de base filosófica sobre los procesos de diseño** | Octavio Mercado G: **Notas para un diseño negativo. Arte y política en el proceso de conformación del campo del Diseño Gráfico** | Denise Dantas: **Diseño centrado en el sujeto: una visión holística del diseño rumbo a la responsabilidad social** | Sandra Navarrete: **Diseño paramétrico. El gran desafío del siglo XXI** | Deyanira Bedolla Pereda y Aarón José Caballero Quiroz: **La imagen emotiva como lenguaje de la creatividad e innovación** | María González de Cosío y Nora A. Morales Zaragoza: **El pensamiento proyectual sistémico y su integración en el aula** | Luis Rodríguez Morales: **Hacia un diseño integral** | Gloria Angélica Martínez de la Peña: **La investigación y el diagnóstico de proyectos de diseño** | María Isabel Martínez Galindo y Nora A. Morales Zaragoza: **Imaginando otras formas de leer. La era de la sociedad imaginante** | Paula Visoná y Giulio Palmitessa: **Metodologías del diseño en la promoción de aprendizaje organizacional. El proyecto Melissa Academy** | Leandro Brizuela: **El diseño de packaging y su contribución al desarrollo de pequeños y medianos emprendimientos** | Dolores Delucchi: **El Diseño y su incidencia en la industria del juguete argentino** | Pablo Capurro: **Sin nadie en el medio. El papel de internet como intermediario en las industrias culturales y en la educación** | Fabio Parode e Ione Bentz: **El desarrollo sustentable en Brasil: cultura, medio ambiente y diseño**. (2014). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 49, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Los enfoques multidisciplinares del sistema de la moda**. Marisa Cuervo: **Prólogo** | Marcia Veneziani: **Introducción Universidad de Palermo. El enfoque multidisciplinario: un desafío pedagógico en la enseñanza de la moda y el diseño** | Leandro Allochis: **De New York a Buenos Aires y del Hip Hop a la Cumbia Villera. El protagonismo de la imagen en los procesos de transculturación** | Patricia Doria: **Sobre la Enseñanza del Diseño de Indumentaria. El desafío creativo (enseñanza del método)** | Ximena González Elicabe: **Arte sartorial. De lo ritual a lo cotidiano** | Sofía Marré: **El asociativismo en las empresas de diseño de indumentaria de autor en Argentina** | Laureano Mon: **Los caminos de la innovación en la Argentina** | Marcia Veneziani: **Costumbres, dinero y códigos culturales: conceptos inseparables para la enseñanza del sistema de la moda** | Maximiliano Zito: **La ética del diseño sustentable**. Steven Faerm: **Introducción Parsons The New School for Design. Industria y Academia** | Lauren Downing Peters: **¿Moda o vestido? Aspectos Pedagógicos en la teoría de la moda** | Steven Faerm: **Del aula al salón de diseño: La experiencia transi-**

cional del graduado en diseño de indumentaria | Aaron Fry, Steven Faerm y Reina Arakji: **Realizando el sueño del nuevo graduado: construyendo el éxito sostenible de negocios en pequeña escala** | Robert Kirkbride: **Velos y veladuras** | Melinda Wax: **Meditaciones sobre una simple puntada**. (2014). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 48, junio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Tejiendo identidades latinoamericanas**. Marcia Veneziani: **Prólogo** | Manuel Carballo: **Identidades: construcción y cambio** | Roberto Aras: **“Ortega, profeta del destino latinoamericano: la identidad como ‘autenticidad’”** | Marisa García: **Latinoamérica según Latinoamérica** | Leandro Allochis: **La fotografía invisible. Identidad y tapas de revistas femeninas en la Argentina** | Valeria Stefanini Zavallo: **Pararse derechita. El cuerpo y la pose en la fotografía de moda. Un análisis de producciones fotográficas de la revista *Catalogue*** | Marcia Veneziani: **Diseñar a partir de la identidad. Entre el molde y el espejo** | Paola de la Sotta Lazzerini - Osvaldo Muñoz Peralta: **La intención de diseño. El caso del Artilugio Chilote** | Ximena González Eliçabe: **Arte textil y tradición en la Provincia de Catamarca, noroeste argentino** | Lida Eugenia Lora Gómez - Diana Carolina Aconcha Díaz: **FIBRARTE** | Marina Porrúa: **Claves de identidad del programa Identidades Productivas** | Marina Porrúa: **Diseño con identidad local. Territorio y cultura, como eje para el desarrollo y la sustentabilidad** | Georgina Colzani: **Entramado: moda y diseño en Latinoamérica** | Andrea Melenje Argote: **Itinerario: Diseño Gráfico, Cultura Visual e identidades locales** | Nicolás García Recoaro: **Las cholos y su mundo de polleras**. (2014). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 47, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 3ª Edición. Ciclo 2010-2011]. Tesis recomendada para su publicación: Yina Lissete Santisteban Balaguera: La influencia de los materiales en el significado de la joya**. (2013). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 46, diciembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Transformaciones en la comunicación, el arte y la cultura a partir del desarrollo y consolidación de nuevas tecnologías**. T. Domenech: **Prólogo** | J. P. Lattanzi: **¿El poder de las nuevas tecnologías o las nuevas tecnologías y el poder?** | G. Massara: **Arte y nuevas tecnologías, lo experimental en el bioarte** | E. Vallazza: **Nuevas tecnologías, arte y activismo político** | C. Sabeckis: **El séptimo arte en la era de la revolución tecnológica** | V. Levato: **Redes sociales, lenguaje y tecnología Facebook. The 4th Estate Media?** | M. Damoni: **Democracia y mass media... ¿mayor calidad de la información?** | N. Rivero: **La literatura en su época de reproductibilidad digital** | M. de la P. Garberoglio: **Literatura y nuevas tecnologías. Cambios en las nociones de lectura y escritura a partir de los weblogs** | T. Domenech: **Políticas culturales y nuevas tecnologías - Aportes interdisciplinarios en Diseño y Comu-**

nicación desde el marketing, los negocios y la administración. S. G. González: **Prólogo** | A. Bur: **Marketing sustentable. Utilización del marketing sustentable en la industria textil y de la indumentaria** | A. Bur: **Moda, estilo y ciclo de vida de los productos de la industria textil** | S. Cabrera: **La fidelización del cliente en negocios de restauración** | S. Cabrera: **Marketing gastronómico. La experiencia de convertir el momento del consumo en un recuerdo memorable** | C. R. Cerezo: **De la Auditoría Contable a la Auditoría de las Comunicaciones** | D. Elstein: **La importancia de la motivación económica** | S. G. González: **La reputación como ventaja competitiva sostenible** | E. Lissi: **Primero la estrategia, luego el marketing. ¿Cómo conseguir recursos en las ONGs?** | E. Llamas: **La naturaleza estratégica del proceso de branding** | D. A. Ontiveros: **Retail marketing: el punto de venta, un medio poderoso** | A. Prats: **La importancia de la comunicación en el marketing interno.** (2013). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 45, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Moda y Arte.** Marcia Veneziani: **Prólogo Universidad de Palermo** | Felisa Pinto: **Fusión Arte y Moda** | Diana Avellaneda: **De perfumes que brillan y joyas que huelen. Objetos de la moda y talismanes de la fe** | Diego Guerra y Marcelo Marino: **Historias de familia. Retrato, indumentaria y moda en la construcción de la identidad a través de la colección Carlos Fernández y Fernández del Museo Fernández Blanco, 1870-1915** | Roberto E. Aras: **Arte y moda: ¿fusión o encuentro? Reflexiones filosóficas** | Marcia Veneziani: **Moda y Arte en el diseño de autor argentino** | Laureano Mon: **Diseño en Argentina. “Hacia la construcción de nuevos paradigmas”** | Victoria Lescano: **Baño, De Loof y Romero, tres revolucionarios de la moda y el arte en Buenos Aires** | Valeria Stefanini Zavallo: **Para hablar de mí. La apropiación que el arte hace de la moda para abordar el problema de la identidad de género** | María Valeria Tuozzo y Paula López: **Moda y Arte. Campos en intersección** | María Giuseppina Muzzarelli: **Prólogo Università di Bologna** | Maria Giuseppina Muzzarelli: **El binomio arte y moda: etapas de un proceso histórico** | Simona Segre Reinach: **Renacimiento y naturalización del gusto. Una paradoja de la moda italiana** | Federica Muzzarelli: **La aventura de la fotografía como arte de la moda** | Elisa Tosi Brandi: **El arte en el proceso creativo de la moda: algunas consideraciones a partir de un caso de estudio** | Nicoletta Giusti: **Art works: organizar el trabajo creativo en la moda y en el arte** | Antonella Mascio: **La moda como forma de valorización de las series de televisión.** (2013). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 44, junio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Acerca de la subjetividad contemporánea: evidencias y reflexiones.** Alejandra Niedermaier - Viviana Polo Flórez: **Prólogo** | Raúl Horacio Lamas: **La Phantasia estructurante del pensamiento y de la subjetividad** | Alejandra Niedermaier: **La distribución de lo inteligible y lo sensible hoy** | Susana Pérez Tort: **Poéticas visuales mediadas por la tecnología. La necesaria opacidad** | Alberto Carlos Romero Moscoso: **Subjetividades inestables** | Norberto Salerno: **¿Qué tienen de nuevo las nuevas subjetividades?** | Magalí Turkenich - Patricia Flores: **Principales aportes de la perspectiva de género para el estudio social y reflexivo de la**

ciencia, la tecnología y la innovación | Gustavo Adolfo Aragón Holguín: **Consideración de la escritura narrativa como indagación de sí mismo** | Cayetano José Cruz García: **Idear la forma. Capacitación creativa** | Daniela V. Di Bella: **Aspectos inquietantes de la era de la subjetividad: lo deseable y lo posible** | Paola Galvis Pedroza: **Del universo simbólico al arte como terapia. Un camino de descubrimientos** | Julio César Goyes Narváez: **El sujeto en la experiencia de lo real** | Sylvia Valdés: **Subjetividad, creatividad y acción colectiva** | Elizabeth Vejarano Soto: **La poética de la forma. Fronteras desdibujadas entre el cuerpo, la palabra y la cosa** | Eduardo Vigovsky: **Los aportes de la creatividad ante la dificultad reflexiva del estudiante universitario** | Julián Humberto Arias: **Desarrollo humano: un lugar epistémico** | Lucía Basterrechea: **Subjetividad en la didáctica de las carreras proyectuales. Grupos de aprendizaje; evaluación** | Tatiana Cuéllar Torres: **Cartografía del papel de los artefactos en la subjetividad infantil. Un caso sobre la implementación de artefactos en educación de la primera infancia** | Rosmery Dussán Aguirre: **El Diseño de experiencias significativas en entornos de aprendizaje** | Orfa Garzón Rayo: **Apuntes iniciales para pensar-se la subjetividad que se expresa en los procesos de docencia en la educación superior** | Alfredo Gutiérrez Borrero: **Rapsodia para los sujetos por sí-mismos. Hacia una sociedad de localización participante** | Viviana Polo Florez: **Habitancia y comunidades de sentido. Complejidad humana y educación. Consideraciones acerca del acto educativo en Diseño.** (2013). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 43, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Perspectivas sobre moda, tendencias, comunicación, consumo, diseño, arte, ciencia y tecnología.** Marcia Veneziani: **Prólogo** | Laureano Mon: **Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina** | Marina Pérez Zelaschi: **Observatorio de tendencias** | Sofía Marré: **La propiedad intelectual y el diseño de indumentaria de autor** | Diana Avellaneda: **Telas con efectos mágicos: iconografía en las distintas culturas. Entre el arte, la moda y la comunicación** | Silvina Rival: **Tiempos modernos. Entre lo moderno y lo arcaico: el cine de Jia Zhang-ke y Hong Sang-soo** | Cristina Amalia López: **Moda, Diseño, Técnica y Arte reunidos en el concepto del buen vestir. La esencia del oficio y el lenguaje de las formas estéticas del arte sartorial y su aporte a la cultura y el consumo del diseño** | Patricia Doria: **Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias** | Gustavo A. Valdés de León: **Filosofía desde el placard. Modernidad, moda e ideología** | Mario Quintili: **Nanociencia y Nanotecnología... un mundo pequeño** | Diana Pagano: **Las tecnologías de la felicidad privada. Una problemática tan vieja como la modernidad** | Elena Onofre: **Al compás de la revolución Interactiva. Un mundo de conexiones** | Roberto Aras: **Principios para una ética de la ficción televisiva** | Valeria Stefanini Zavallo: **El uso del cuerpo en las revistas de moda** | Andrea Pol: **La marca: un signo de identificación visual y auditivo sinérgico.** (2012). Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 42, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Arte, Diseño y medias tecnológicas.** Rosa Chalkho: **Hacia una proyectualidad crítica. [Prólogo]** |

Florencia Battiti: **El arte ante las paradojas de la representación** | Mariano Dagatti: **El voyeurismo virtual. Aportes a un estudio de la intimidad** | Claudio Eiriz: **El oído tiene razones que la física no conoce. (De la falla técnica a la ruptura ontológica)** | María Cecilia Guerra Lage: **Redes imaginarias y ciudades globales. El caso del stencil en Buenos Aires (2000-2007)** | Mónica Jacobo: **Videojuegos y arte. Primeras manifestaciones de Game Art en Argentina** | Jorge Kleiman: **Automatismo & Imago. Aportes a la Investigación de la Imagen Inconsciente en las Artes Plásticas** | Gustavo Kortsarz: **La duchampizzazione del arte** | María Ledesma: **Enunciación de la letra. Un ejercicio entre Occidente y Oriente** | José Llano: **La notación del intérprete. La construcción de un paisaje cultural a modo de huella material sobre Valparaíso** | Carmelo Saitta: **La banda sonora, su unidad de sentido** | Sylvia Valdés: **Poéticas de la imagen digital.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 41, junio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Relaciones Públicas al sur de Latinoamérica II. Una mirada regional de los nuevos escenarios y desafíos de la comunicación.** Marisa Cuervo: **Prólogo** | Claudia Gil Cubillos: **Presentación** | Fernando Caniza: **Lo público y lo privado en las Relaciones Públicas. Cómo pensar la identidad y pertenencia del alumno en estos ámbitos para comprender mejor su desempeño académico y su inserción profesional** | Gustavo Cópola: **Gestión del Riesgo Comunicacional. Puesta en práctica** | María Aparecida Ferrari: **Comunicación y Cultura: análisis de la realidad de las Relaciones Públicas en organizaciones chilenas y brasileñas** | Constanza Hormazábal: **Reputación y manejo de Crisis: Caso empresas de telefonía móvil, luego del 27F en Chile** | Patricia Iurcovich: **La Pequeña y Mediana empresa y la función de la comunicación** | Carina Mazzola: **Repensar la comunicación en las organizaciones. Del pensamiento en línea hacia una mirada sobre la complejidad de las prácticas comunicacionales** | André Menanteau: **Transparencia y comunicación financiera** | Edison Otero: **Tecnología y organizaciones: de la comprensión a la intervención** | Gabriela Pagani: **¿Se puede ser una empresa socialmente responsable sin comunicar?** | Julio Reyes: **Las Cuatro Dimensiones de la Comunicación Interna.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 40, abril. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Alquimia de lenguajes: alfabetización, enunciación y comunicación.** Alejandra Niedermaier: **Prólogo** | Eje: **La alfabetización de las distintas disciplinas.** Beatriz Robles. Bernardo Suárez. Claudio Eiriz. Gustavo A. Valdés de León. Mara Steiner. Hugo Salas. Fernando Luis Rolando Badell. María Torre. Daniel Tubío | Eje: **Vasos comunicantes.** Norberto Salerno. Viviana Suárez. Laura Gutman. Graciela Taquini. Alejandra Niedermaier | Eje: **Nuevos modos de circulación, nuevos modos de comunicación.** Débora Belmes. Verónica Devalle. Mercedes Pombo. Eduardo Russo. Verónica Joly. (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 39, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 2ª Edición. Ciclo 2008-2009]. Tesis recomendada para su publicación: Paola Andrea Castillo Beltrán: Criterios transdisciplinarios para el diseño de objetos lúdico-didácticos.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 38, diciembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **El Diseño de Interiores en la Historia.** Roberto Céspedes: **El Diseño de Interiores en la Historia.** Andrea Peresan Martínez: **Antigüedad.** Alberto Martín Isidoro: **Bizancio.** Alejandra Palermo: **Alta Edad Media: Románico.** Alicia Dios: **Baja Edad Media: Gótico.** Ana Cravino: **Renacimiento, Manierismo, Barroco.** Clelia Mirna Domoñi: **Iberoamericano Colonial.** Gabriela Garófalo: **Siglo XIX.** Mercedes Pombo: **Siglo XX. Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo. Tesis recomendada para su publicación.** Mauricio León Rincón: **El relato de ciencia ficción como herramienta para el diseño industrial.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 37, septiembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Picas** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 36, junio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Relaciones Públicas, nuevos paradigmas ¿más dudas que certezas?** Paola Lattuada: **Relaciones Públicas, nuevos paradigmas ¿más dudas que certezas?** Fernando Arango: **Comunicaciones corporativas.** Damián Martínez Lahitou: **Brand PR: comunicaciones de marca.** Manuel Montaner Rodríguez: **La gestión de las PR a través de Twitter.** Orlando Daniel Di Pino: **Avanza la tecnología, que se salve el contenido!** Lucas Lanza y Natalia Fidel: **Política 2.0 y la comunicación en tiempos modernos.** Daniel Néstor Yasky: **Los públicos de las comunicaciones financieras. Investor relations & financial communications.** Andrea Paula Lojo: **Los públicos internos en la construcción de la imagen corporativa.** Gustavo Adrián Pedace: **Las Relaciones Públicas y la mentira: ¿inseparables?** Gabriel Pablo Stortini: **La ética en las Relaciones Públicas.** Gerardo Sanguine: **Las prácticas profesionales en la carrera de Relaciones Públicas.** Paola Lattuada: **Comunicación Sustentable: la posibilidad de construir sentido con otros.** Adriana Lauro: **RSE - Comunicación para el Desarrollo Sostenible en una empresa de servicio básico y social: Caso Aysa.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 35, marzo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **La utilización de clásicos en la puesta en escena.** Catalina Artesi: **Tensión entre los ejes de lo clásico y lo contemporáneo en dos versiones escénicas de directores argentinos.** Andrés Olaizola: **La Celestina en la versión de Daniel Suárez Marzal: apuntes sobre su puesta en escena.** María Laura Pereyra: **Antígona, desde el teatro clásico al Derecho Puro - Perspectivas de**

la enseñanza a través del método del case study. María Laura Ríos: **Manifiesto de Niños, o la escenificación de la violencia**. Mariano Saba: **Pelayo y el gran teatro del canon: los condicionamientos críticos de Unamuno dramaturgo según su recepción en América Latina. Propuestas de abordaje frente a las problemáticas de la diversidad. Nuevas estrategias en educación superior, desarrollo turístico y comunicación**. Florencia Bustingorry: **Sin barreras lingüísticas en el aula. La universidad argentina como escenario del multiculturalismo**. Diego Navarro: **Turismo: portal de la diversidad cultural. El turismo receptivo como espacio para el encuentro multicultural**. Virginia Pineau: **La Educación Superior como un espacio de construcción del Patrimonio Cultural. Una forma de entender la diversidad**. Irene Scaletzky: **La construcción del espacio académico: ciencia y diversidad. Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo. Tesis recomendada para su publicación**. Yaffa Nahir I. Gómez Barrera: **La Cultura del Diseño, estrategia para la generación de valor e innovación en la PyMe del Área Metropolitana del Centro Occidente, Colombia**. (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 34, diciembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Relaciones Públicas, al sur de Latinoamérica**. Paola Lattuada: **Relaciones Públicas, al sur de Latinoamérica**. Daniel Scheinsohn: **Comunicación Estratégica®**. María Isabel Muñoz Antonin: **Reputación corporativa: Trustmark y activo de comportamientos adquisitivos futuros**. Bernardo García: **Tendencias y desafíos de las marcas globales. Nuevas expectativas sobre el rol del comunicador corporativo**. Claudia Gil Cubillos: **Comunicadores corporativos: desafíos de una formación profesional por competencias en la era global**. Marcelino Garay Madariaga: **Comunicación y liderazgo: sin comunicación no hay líder**. Jairo Ortiz Gonzales: **El rol del comunicador en la era digital**. Alberto Arébalos: **Las nuevas relaciones con los medios. En un mundo de comunicaciones directas, ¿es necesario hacer media relations?** Enrique Correa Ríos: **Comunicación y lobby**. Guillermo Holzmann: **Comunicación política y calidad democrática en Latinoamérica**. Paola Lattuada: **RSE y RRPP: ¿un mismo ADN?** Equipo de Comunicaciones Corporativas de MasterCard para la región de Latinoamérica y el Caribe: **RSE - Caso líder en consumo inteligente**. (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 33, agosto. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **txts**. (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 32, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 1ª Edición. Ciclo 2004-2007]. Tesis recomendada para su publicación: Nancy Viviana Reinhardt: Infografía Didáctica: producción interdisciplinaria de infografías didácticas para la diversidad cultural**. (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 31, abril. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: El paisaje como referente de diseño. Jimena Martignoni: **El paisaje como referente de diseño**. Carlos Coccia: **Escenografía. Teatro. Paisaje**. Cristina Felsenhardt: **Arquitectura. Paisaje**. Graciela Novoa: **Historia. Marcas a través del tiempo. Paisaje**. Andrea Saltzman: **Cuerpo. Vestido. Paisaje**. Sandra Siviero: **Antropología. Pueblos. Paisaje**. Felipe Uribe de Bedout: **Mobiliario Urbano. Espacio Público. Ciudad - Paisaje**. Paisaje Urbe. Patricia Noemí Casco y Edgardo M. Ruiz: **Introducción Paisaje Urbe. Manifiesto: Red Argentina del Paisaje**. Lorena C. Allemanni: **Acciones sobre el principal recurso turístico de Villa Gesell “la playa”**. Gabriela Benito: **Paisaje como recurso ambiental**. Gabriel Burgueño: **El paisaje natural en el diseño de espacios verdes**. Patricia Noemí Casco: **Paisaje compartido. Paisaje como recurso**. Fabio Márquez: **Diseño participativo de espacios verdes públicos**. Sebastián Miguel: **Proyecto social en áreas marginales de la ciudad**. Eduardo Otaviani: **El espacio público, sostén de las relaciones sociales**. Blanca Rotundo y María Isabel Pérez Molina: **El hombre como hacedor del paisaje**. Edgardo M. Ruiz: **Patrimonio, historia y diseño de los jardines del Palacio San José**. Fabio A. Solari y Laura Cazorla: **Valoración de la calidad y fragilidad visual del paisaje**. (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 30, noviembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Typo**. (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 29, agosto. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Relaciones Públicas 2009. Radiografía: proyecciones y desafíos**. Paola Lattuada: **Introducción**. Fernando Arango: **La medición de la reputación corporativa**. Alberto Arébalos: **Yendo donde están las audiencias. Internet: el nuevo aliado de las relaciones públicas**. Alessandro Barbosa Lima y Federico Rey Lennon: **La Web 2.0: el nuevo espacio público**. Lorenzo A. Blanco: **entrevista**. Lorenzo A. Blanco: **¿Nuevas empresas... nuevas tendencias... nuevas relaciones públicas...?** Carlos Castro Zuñeda: **La opinión pública como el gran grupo de interés de las relaciones públicas**. Marisa Cuervo: **El desafío de la comunicación interna en las organizaciones**. Diego Dillenberger: **Comunicación política**. Graciela Fernández Ivern: **Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina. Carta abierta en el 50º aniversario**. Juan Iramain: **La sustentabilidad corporativa como objetivo estratégico de las relaciones públicas**. Patricia Iurcovich: **Las pymes y la función de la comunicación**. Gabriela T. Kurincic: **Convergencia de medios en Argentina**. Paola Lattuada: **RSE: Responsabilidad Social Empresaria. La tríada RSE**. Aldo Leporatti: **Issues Management. La comunicación de proyectos de inversión ambientalmente sensibles**. Elisabeth Lewis Jones: **El beneficio público de las relaciones públicas. Un escenario en el que todos ganan**. Hernán Maurette: **La comunicación con el gobierno**. Allan McCrea Steele: **Los nuevos caminos de la comunicación: las experiencias multisensoriales**. Daniel Scheinsohn: **Comunicación Estratégica®**. Roberto Starke: **Lobby, lobistas y bicicletas**. Hernán Stella: **La comunicación de crisis**. (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 28, abril. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Sandro Benedetto: **Borges y la música**. Alberto Farina: **El cine en Borges**. Alejandra Niedermaier: **Algunas consideraciones sobre la fotografía a través de la cosmovisión de Jorge Luis Borges**. Graciela Taquini: **Transborges**. Nora Tristezza: **El arte de Borges**. Florencia Bustingorry y Valeria Mugica: **La fotografía como soporte de la memoria**. Andrea Chame: **Fotografía: los creadores de verdad o de ficción**. Mónica Incorvaia: **Fotografía y Realidad**. Viviana Suárez: **Imágenes opacas. La realidad a través de la máquina surrealista o el desplazamiento de la visión clara**. Daniel Tubío: **Innovación, imagen y realidad: ¿Sólo una cuestión de tecnologías?** Augusto Zanela: **La tecnología se sepulta a sí misma**. (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 27, diciembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Catalina Julia Artesi: **¿Un Gardel venezolano? “El día que me quieras” de José Ignacio Cabrujas**. Marcelo Bianchi Bustos: **Latinoamérica: la tierra de Rulfo y de García Márquez. Reflexiones en torno a algunas cuestiones para pensar la identidad**. Silvia Gago: **Los límites del arte**. María José Herrera: **Arte Precolombino Andino**. Alejandra Viviana Maddonni: **Ricardo Carpani: arte, gráfica y militancia política**. Alicia Poderti: **La inserción de Latinoamérica en el mundo globalizado**. Andrea Pontoriero: **La identidad como proceso de construcción. Reapropiaciones de textualidades isabelinas a la luz de la farsa porteña**. Gustavo Valdés de León: **Latinoamérica en la trama del diseño. Entre la utopía y la realidad**. (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 26, agosto. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Guillermo Desimone. **Sobreviviendo a la interferencia**. Daniela V. Di Bella. **Arte Tecnomedial: Programa curricular**. Leonardo Maldonado. **La aparición de la estrella en el cine clásico norteamericano. Su incidencia formal en la instancia enunciativa del film hollywoodense**. (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 25, abril. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Rosa Judith Chalkho: **Introducción: artes, tecnologías y huellas históricas**. Norberto Cambiasso: **El oído inalámbrico. Diseño sonoro, auralidad y tecnología en el futurismo italiano**. Máximo Eseverri: **La batalla por la forma**. Belén Gache: **Literatura y máquinas**. Iliana Hernández García: **Arquitectura, Diseño y nuevos medios: una perspectiva crítica en la obra de Antoni Muntadas**. Fernando Luis Rolando: **Arte, Diseño y nuevos medios. La variación de la noción de inmaterialidad en los territorios virtuales**. Eduardo A. Russo: **La movilización del ojo electrónico. Fronteras y continuidades en El arca rusa de Alexander Sokurov, o del plano cinematográfico y sus fundamentos (por fin cuestionados)**. Graciela Taquini: **Ver del video**. Daniel Varela: **Algunos problemas en torno al concepto de música interactiva**. (2007) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 24, agosto. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Sebastián Gil Miranda. **Entre la ética y la estética en la sociedad de consumo. La responsabilidad profesional en Diseño y Comunicación.** Fabián Iriarte. **Entre el déficit temático y el advenimiento del guionista compatible.** Dante Palma. **La inconmensurabilidad en la era de la comunicación. Reflexiones acerca del relativismo cultural y las comunidades cerradas.** Viviana Suárez. **El diseñador imaginario [La creatividad en las disciplinas de diseño].** Gustavo A. Valdés de León. **Diseño experimental: una utopía posible.** Marcos Zangrandi. **Eslóganes televisivos: emergentes tautistas.** (2007) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 23, junio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Sylvia Valdés. **Diseño y Comunicación. Investigación de posgrado y hermenéutica.** Daniela Chiappe. **Medios de comunicación e-commerce. Análisis del contrato de lectura.** Mariela D'Angelo. **El signo icónico como elemento tipificador en la infografía.** Noemí Galanternik. **La intervención del Diseño en la representación de la información cultural: Análisis de la gráfica de los suplementos culturales de los diarios.** María Eva Koziner. **Diseño de Indumentaria argentino. Darnos a conocer al mundo.** Julieta Sepich. **La pasión mediática y mediaticizada.** Julieta Sepich. **La producción televisiva. Retos del diseñador audiovisual.** Marcelo Adrián Torres. **Identidad y el patrimonio cultural. El caso de los sitios arqueológicos de la provincia de La Rioja.** Marcela Verónica Zena. **Representación de la cultura en el diario impreso: Análisis comunicacional.** Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 22, noviembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Oscar Echevarría. **Proyecto Maestría en Diseño.** Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 21, julio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Rosa Chalkho. **Arte y tecnología.** Francisco Ali-Brouchoud. **Música: Arte.** Rodrigo Alonso. **Arte, ciencia y tecnología. Vínculos y desarrollo en Argentina.** Daniela Di Bella. **El tercer dominio.** Jorge Haro. **La escucha expandida [sonido, tecnología, arte y contexto]** Jorge La Ferla. **Las artes mediáticas interactivas corroen el alma.** Juan Reyes. **Perpendicularidad entre arte sonoro y música.** Jorge Sad. **Apuntes para una semiología del gesto y la interacción musical.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 20, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Trabajos Finales de Grado. Proyectos de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.** Catálogo 1993-2004. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 19, agosto. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Sylvia Valdés. **Cine latinoamericano.** Leandro Africano. **Funcionalidad actual del séptimo arte.** Julián Daniel Gutiérrez Albilla. **Los olvidados de Luis Buñuel.** Geoffrey Kantaris. **Visiones de la violencia en el cine urbano latinoamericano.** Joanna Page. **Memoria y experimentación en el cine argentino contemporáneo.** Erica Segre. **Nacionalismo cultural y Buñuel en México.** Marina Sheppard. **Cine y resistencia.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 18, mayo. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Guía de Artículos y Publicaciones de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. 1993-2004.** (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 17, noviembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Alicia Banchero. **Los lugares posibles de la creatividad.** Débora Irina Belmes. **El desafío de pensar. Creación - recreación.** Rosa Judith Chalkho. **Transdisciplina y percepción en las artes audiovisuales.** Héctor Ferrari. **Historietar.** Fabián Iriarte. **High concept en el escenario del Pitch: Herramientas de seducción en el mercado de proyectos filmicos.** Graciela Pacualetto. **Creatividad en la educación universitaria. Hacia la concepción de nuevos posibles.** Sylvia Valdés. **Funciones formales y discurso creativo.** (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 16, junio. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Adriana Amado Suárez. **Internet, o la lógica de la seducción.** María Elsa Bettendorff. **El tercero del juego. La imaginación creadora como nexo entre el pensar y el hacer.** Sergio Caletti. **Imaginación, positivismo y actividad proyectual. Breve disgresión acerca de los problemas del método y la creación.** Alicia Entel. **De la totalidad a la complejidad. Sobre la dicotomía ver-saber a la luz del pensamiento de Edgar Morin.** Susana Finquelievich. **De la tarta de manzanas a la estética bussines-pop. Nuevos lenguajes para la sociedad de la información.** Claudia López Neglia. **De las incertezas al tiempo subjetivo.** Eduardo A Russo. **La máquina de pensar. Notas para una genealogía de la relación entre teoría y práctica en Sergei Eisenstein.** Gustavo Valdés. **Bauhaus: crítica al saber sacralizado.** (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 15, noviembre. Con Arbitraje.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Relevamientos Temáticos]: Noemí Galanternik. **Tipografía on line. Relevamiento de sitios web sobre tipografía.** Marcela Zena. **Periódicos digitales en español. Publicaciones periódicas digitales de América Latina y España.** (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 14, noviembre. Con Arbitraje.

- > Cuaderno: Ensayos. José Guillermo Torres Arroyo. **El paisaje, objeto de diseño.** (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 13, junio.
- > Cuaderno: Recopilación Documental. **Centro de Recursos para el Aprendizaje. Relevamientos Temáticos. Series: Práctica profesional. Diseño urbano. Edificios. Estudios de mercado. Medios. Objetos. Profesionales del diseño y la comunicación. Publicidad.** (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 12, abril.
- > Cuaderno: Proyectos en el Aula. **Creación, Producción e Investigación. Proyectos 2003 en Diseño y Comunicación.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 11, diciembre
- > Cuaderno: Proyectos en el Aula. **Plan de Desarrollo Académico. Proyecto Anual. Proyectos de Exploración y Creación. Programa de Asistentes en Investigación. Líneas Temáticas. Centro de Recursos. Capacitación Docente.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 10, septiembre.
- > Cuaderno: Proyectos en el Aula: **Espacios Académicos. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Centro de Recursos para el aprendizaje.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 9, agosto.
- > Cuaderno: Proyectos en el Aula. Adriana Amado Suárez. **Relevamiento terminológico en diseño y comunicación. A modo de encuadre teórico.** Diana Berschadsky. **Terminología en diseño de interiores. Área: materiales, revestimientos, acabados y terminaciones.** Blanco, Lorenzo. **Las Relaciones Públicas y su proyección institucional.** Thais Calderón y María Alejandra Cristofani. **Investigación documental de marcas nacionales.** Jorge Falcone. **De Altamira a Toy Story. Evolución de la animación cinematográfica.** Claudia López Neglia. **El trabajo de la creación.** Graciela Pascualetto. **Entre la información y el sabor del aprendizaje. Las producciones de los alumnos en el cruce de la cultura letrada, mediática y cibernética.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 8, mayo.
- > Cuaderno: Relevamiento Documental. María Laura Spina. **Arte digital: Guía bibliográfica.** (2001) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 7, junio.
- > Cuaderno: Proyectos en el Aula. Fernando Rolando. **Arte Digital e interactividad.** (2001) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 6, mayo.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. Débora Irina Belmes. **Del cuerpo máquina a las máquinas del cuerpo.** Sergio Guidalevich. **Televisión informativa y de ficción en la construcción del sentido común en la vida cotidiana.** Osvaldo Nupieri. **El grupo como recurso pedagógico.** Gustavo Valdés de León. **Miseria de la teoría.** (2001) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 5, mayo.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. **Creación, Producción e Investigación.** Proyectos 2002 en Diseño y Comunicación. (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 4, julio.

> Cuaderno: Papers de Maestría. Cira Szkłowin. **Comunicación en el Espacio Público. Sistema de Comunicación Publicitaria en la vía pública de la Ciudad de Buenos Aires.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 3, julio.

> Cuaderno: Material para el aprendizaje. Orlando Aprile. **El Trabajo Final de Grado. Un compendio en primera aproximación.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 2, marzo.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. Lorenzo Blanco. **Las medianas empresas como fuente de trabajo potencial para las Relaciones Públicas.** Silvia Bordoy. **Influencia de Internet en el ámbito de las Relaciones Públicas.** (2000) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 1, septiembre.

Síntesis de las instrucciones para autores

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.

www.palermo.edu/dyc

Los autores interesados deberán enviar un abstract de 200 palabras en español, inglés y portugués que incluirá 10 palabras clave. La extensión del ensayo no debe superar las 8000 palabras, deberá incluir títulos y subtítulos en negrita. Normas de citación APA. Bibliografía y notas en la sección final del ensayo.

Presentación en papel y soporte digital. La presentación deberá estar acompañada de una breve nota con el título del trabajo, aceptando la evaluación del mismo por el Comité de Arbitraje y un Curriculum Vitae.

Artículos

- Formato: textos en Word que no presenten ni sangrías ni efectos de texto o formato especiales.
- Autores: los artículos podrán tener uno o más autores.
- Extensión: entre 25.000 y 40.000 caracteres (sin espacio).
- Títulos y subtítulos: en negrita y en Mayúscula y minúscula.
- Fuente: Times New Roman. Estilo de la fuente: normal. Tamaño: 12 pt. Interlineado: sencillo.
- Tamaño de la página: A4.
- Normas: se debe tomar en cuenta las normas básicas de estilo de publicaciones de la American Psychological Association APA.
- Bibliografía y notas: en la sección final del artículo.
- Fotografías, cuadros o figuras: deben ser presentados en formato tif a 300 dpi en escala de grises. Importante: tener en cuenta que la imagen debe ir acompañando el texto a modo ilustrativo y dentro del artículo hacer referencia a la misma.

Importante:

La serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación sostiene la exigencia de originalidad de los artículos de carácter científico que publica.

Es sistema de evaluación de los artículos se realiza en dos partes. En una primera instancia, el Comité Editorial evalúa la pertinencia de la temática del trabajo, para ser publicada en la revista. La segunda instancia corresponde a la evaluación del trabajo por especialistas. Se usa la modalidad de arbitraje doble ciego, permitiendo a la revista mantener la confidencialidad del proceso de evaluación.

Para la evaluación se solicita a los árbitros revisar los criterios de originalidad, pertinencia, actualidad, aportes, y rigurosidad científica. Será el Comité Editorial quien comunica a los autores los resultados de la misma.

Consultas

En caso de necesitar información adicional escribir a publicacionesdc@palermo.edu o ingresar a http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/instrucciones.php



Facultad de Diseño y Comunicación

Mario Bravo 1050 . Ciudad Autónoma de Buenos Aires
C1175 ABT . Argentina . www.palermo.edu/dyc