

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE SOCIOLOGÍA

CONSTRUCCIONES DE CLASE Y FACHADAS COTIDIANAS

**Arreglos Personales de Mujeres Paceñas
Como Forma de Distinción en la Ciudad de La Paz**

Tesis de grado para optar a la licenciatura en sociología

Postulante: Sergio Patricio Ramírez Álvarez
Tutora: Alison Spedding

La Paz – Bolivia
2009

A mis papás

Agradecimientos

En todo este tiempo que he estudiado en la Carrera de Sociología y que he hecho esta tesis, han habido personas que me han acompañado y me han apoyado permanentemente. Primero debo agradecer a quienes son mi familia y están presentes en todo momento: mis padres, José Ramírez y Eugenia Álvarez, y mis hermanos Brian y Andrea. También pude contar con amigos y compañeros que conocí en esta universidad: Eduardo Paz, Nina Villanueva y Tania Sossa han sido personas muy importantes en todos estos años. Todas mis amigas y amigos que siguieron de cerca o lejos la realización de esta investigación merecen también la expresión de mi agradecimiento.

Debo agradecer a quienes me ayudaron de manera directa en la realización de esta tesis. Estoy en deuda con Daniela Larrazábal, que es la autora de todas las ilustraciones del Capítulo IV. La lectura de Andrés Costa Du Rels y sus comentarios sobre uno de los borradores me fueron útiles para mejorar ciertos aspectos. Todos y todas las estilistas, peluqueros, promotoras de cosméticos y sastres que entrevisté me dieron información muy valiosa con la que pude hacer muchas de mis interpretaciones. Agradezco también a todas esas señoras y jóvenes que accedieron a las encuestas y entrevistas mediante las cuales obtuve una gran parte de mi información.

Por último tengo que agradecer a Alison Spedding, por todas sus enseñanzas durante mis estudios en la carrera, y por haber hecho un seguimiento minucioso y estricto de toda mi investigación. Su apoyo fue fundamental para que esta tesis sea posible.

Índice

Agradecimientos	3
Índice	4
Nota preliminar	6
Introducción	7
Capítulo I. Diseño de la investigación	14
1. Construcción del objeto de estudio	14
2. Marco teórico	19
2.1. Ámbitos de estudio sociológico en los que se enmarca la investigación	19
2.2. Definiciones de los conceptos principales	21
3. Balance del estado de la cuestión	25
4. Preguntas de investigación	34
5. Estrategia metodológica	35
5.1. Técnicas de investigación	36
5.2. La construcción de categorías: un proceso	41
5.3. La objetivación participante	41
Capítulo II. Las diferencias de género desde los productores de cosméticos	46
1. Conceptualizaciones de género	47
2. Los cosméticos en el mercado	51
3. Los catálogos de cosméticos y la hiperritualización del género	54
Capítulo III. Conformaciones de capital, condiciones de existencia y estilos de vida	65
1. Los capitales: medición a partir de indicadores	66
2. Volúmenes de capital y estructuras patrimoniales	71
3. Condiciones de existencia y estilos de vida	74

3.1. Lugares de residencia e infraestructura de la vivienda	74
3.2. Los baños	77
3.3. Los electrodomésticos	78
3.4. El auto	80
3.5. De vacaciones	81
3.6. El colegio y lo que viene después	82
Capítulo IV: Distinción entre fachadas	85
1. De Bourdieu a Goffman, de Goffman a Bourdieu	86
2. El contexto urbano de las fachadas	95
3. La construcción de la fachada ideal	97
4. Gastos de representación en cosméticos	101
5. Conformaciones de fachadas y clases aparentes	107
5.1. Fachadas con soltura	107
5.2. Fachadas legitimadas	115
5.3. Fachadas pretenciosas	120
5.4. Fachadas de mercado libre	125
Conclusiones	132
Anexo 1	137
Anexo 2	140
Anexo 3	150
Bibliografía	154

Nota preliminar

En tanto que las personas tienen cuerpos biológicos, se las han ingeniado en diferentes épocas y culturas para modificar sus apariencias que, voluntariamente o no de parte de quienes las efectúan, estructuran diferencias en las sociedades de las que forman parte, y hacen que las personas lleguen a distinguirse entre sí más allá del parecido que pueda haber o no entre sus cuerpos biológicos. Arreglar el cuerpo es una práctica social.

Las situaciones sociales que creen que les esperan, son muchas veces las que, dependiendo del grado de adecuación de las personas a los tipos de ocasiones sociales, influyen en la manera en que esas personas se arreglan antes de salir de sus hogares. Sin embargo, el tipo de ocasión social no siempre influye del todo en la manera en que una persona se arregla, ya que también influyen los elementos de los que una persona dispone para poder arreglarse: la ropa, los cosméticos, las libertades o limitaciones para conseguirlos, y saber cómo utilizarlos, son condicionantes del modo en que la persona se ha querido arreglar y del resultado al que ha llegado.

La presente tesis trata acerca de *fachadas personales* de las señoras y jóvenes paceñas de vestido. Debe entenderse por *fachada personal* a los elementos que se identifican íntimamente con una actuante y que se espera los lleve donde quiera que vaya. Se puede incluir como parte de ésta: “insignias del cargo o rango, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y el aspecto, el porte, las pautas del lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes.” (Goffman 2001: 35-6).

Lo que se va a explicar a continuación es cómo las mujeres de la ciudad de La Paz se distinguen entre sí a través de este particular aspecto de su estilo de vida, y se van a establecer las condiciones que influyen para que estas señoras, y también las jóvenes, lleguen a arreglarse de la manera en que lo hacen.

Introducción

Una de las cosas que más me sorprende de la sociedad en que vivo, aquí en la ciudad de La Paz, es lo mucho que las personas de diferentes edades, clases sociales, géneros, etc., están pendientes de la política. Pareciera que todo el mundo quiere opinar, participar, dar consejos, o hacer escuchar de alguna manera, aquello que piensan de cada uno de los eventos consuetudinarios acerca del Estado, el gobierno o lo que sea relacionado con éstos, representado por los reconocidos rostros de los/as políticos/as que hacen las declaraciones polémicas del momento que, al ser al mismo tiempo aquello que los medios de comunicación deciden informar, rigen aquello que es considerado interesante de ser comentado en materia de política.

Hay una fascinación general por aquello que es política o tiene que ver algo con ella. En el día a día la gente suele hablar de política. Cuando uno se sube a un minibus o a un micro, es muy probable que el conductor haya sintonizado las quejas/reclamos/protestas/consejos/cumplidos/sugerencias que las personas emiten en programas de radio dedicados a ello que puede tocar o no el tema de la política aunque, generalmente, la mayoría de los que hacen entrar su llamada telefónica optan por opinar sobre el tema político de coyuntura. Es notorio que estos programas radiales, con el pasar de los años, han desplazado en gran parte a otros como aquellos en los que suenan las tan populares cumbias.

Bolivia es un país en el que una de las cosas más importantes es la democracia -siempre contrastada con las traumáticas dictaduras de décadas anteriores- y en el que hay una especie de régimen democrático legalmente establecido, para que los/as ciudadanos/as participen formal o informalmente en asuntos de política. El concepto de democracia -casi nunca definido explícitamente- incluye, entre otras cosas, que se vale hacer marchas, bloqueos, y referéndums, y no importa que para eso se gasten millones de bolivianos. Me sorprende que nadie sugiera que la plata que se usa en elecciones y demás se use para otra cosa (ya sea que los habitantes de este país sean o no pobres): hemos hecho un acuerdo tácito para resolver este o estos problemas de carácter político que nos aquejan desde 1825, que, de alguna manera, son prioritarios para el país o para gran parte de las personas que viven en él. Además de esto -no

hay que omitirlo- elegimos presidentes, diputados, alcaldes y prefectos (esto en la ciudad, porque en el campo la actividad política es todavía más participativa).

También hay que mencionar que en la democracia que hay en nuestro país uno no tiene la libertad de decidir si quiere participar o no en la “fiesta democrática” (así es como se suele llamar al acto masivo de sufragar por parte de quienes están habilitados para ello, sin que haya música ni trago, este último prohibido por ley 48 horas antes de ese día, al igual que el funcionamiento de bares, discotecas, etc.), ya que ir a votar es obligatorio, y el Estado te castiga si no lo haces: le dicen a los bancos que tienes que presentar tu certificado de sufragio si quieres hacer transacciones bancarias, retiros de dinero más específicamente, y si no lo tienes, pena, te quedas sin plata -quien sabe qué tiene que ver eso de depositar sobres en una ánfora con las transacciones de las personas pero es así como funciona el sistema. Como es evidente, el concepto de democracia que se maneja en nuestra sociedad es amplio, complejo, difuso y coercitivo.

Los y las sociólogos/as no son ajenos a esta preocupación por la política, y no solo en Bolivia, ya que grandes autores clásicos como Max Weber también trataban el tema, y hay una larga lista de reconocidos autores que se ocupan de lo que ahora se conoce como sociología política y también como sociología de los movimientos sociales, ya que éstos muchas veces llegan también a relacionarse con reclamos que se hacen al Estado (como por ejemplo aquellos que tienen que ver con el reconocimiento de los derechos sexuales y de género, por mencionar los menos comunes en Bolivia). Pero es curioso que aquello que se considera más interesante debatir en el medio sociológico paceño -por más que no sea lo único acerca de lo que se trabaja- es aquello que toca o llega a tocar el tema de la política y el poder. Cuando por ejemplo se revisan los libros de clases sociales o estratificación, es difícil no darse cuenta que las diferencias sociales estructuradas siempre de algún modo encuentran al Estado como parte de una pugna -real o propuesta por el mismo sociólogo-, como algo a partir de lo cual se que crean y recrean diferencias, que se consideran de una manera tal vez más elocuente y decisiva que aquellas que puede generar la posesión diferencial de dinero por parte de distintos agentes o grupos sociales.

Cuando se habla de política, siempre se la relaciona con algo más. Durante varios años el tema fue “la política y el gas”, el fin era recuperar los recursos naturales de la patria desde el Estado, de las manos de las empresas transnacionales dedicadas al rubro. Últimamente también se ha hablado de asamblea constituyente y autonomías -siempre con referéndums de por medio-, y en los últimos años situaciones políticas incontrolables del alguna manera han llevado a retomar el tema de la raza y el racismo, que ahora va de la mano con el tema de las regiones. En los trabajos sociológicos esto se traduce en lo que se ha dado a llamar *etnicidad*, que para muchos autores es simplemente raza, y de ésta se destaca únicamente -por motivos que desconozco- el color de la piel.

El color de la piel es una cualidad biológica que cada uno/a tiene en su propio cuerpo, y lo que autores como Patzi (2006), García (2000), Quisbert (2008)

o Flores (s.f.) postulan, es que esto es el determinante principal de la estructuración de diferencias en nuestra sociedad ya que tiene mayor importancia que la cantidad de dinero, el grado educativo y otro tipo de recursos que se reparten entre quienes conforman la estructura social y condicionan -o condicionarían- las posiciones de clase. Obviamente, esta importancia de la raza no sería de ahora, sino de siglos atrás y habría tenido consecuencias políticas a través de la historia.

Actualmente en varios análisis sociológicos hay una amalgama de lo político y lo racial -aunque en algunos casos disfrazados de análisis culturales- y en los hechos grupos de diferentes convicciones políticas llegan a confrontarse a veces hasta físicamente, a lo cual se da muchas de las veces una interpretación de tipo racial: hay grupos o sectores que defienden ciertas consignas que están conformados coincidentemente por razas distintas (a pesar que ahora se habla más de regiones). Lo que es difícil comprender es cómo los que defienden esta forma de explicar las diferencias sociales, hacen de una cualidad biológica personal, como el color de la piel, que se puede percibir *solo* en las relaciones cara a cara, un recurso o elemento que diferencia estructuralmente, como por ejemplo el dinero o el prestigio. Autores como García Linera (2000) argumentan principalmente a partir de la teoría de Bourdieu, que la raza es algo que forma parte de lo simbólico, pero para el sociólogo francés lo simbólico, o el capital simbólico, es la forma en que se expresan los capitales económico, cultural y social; o sea lo simbólico puede llegar a ser estructurante de diferencias y distinciones, siempre y cuando tenga una relación con los otros capitales, aunque no necesariamente haya una determinación directa de los unos hacia el otro.

Lo que ocurre, es que en el campo sociológico pacheño hay una *doxa* muy firme. *Doxa* es también un concepto propuesto por Bourdieu y debe entenderse básicamente como un “conjunto de opiniones asumidas bajo el patrón de la creencia prereflexiva [sic].” (Bourdieu 1998: 54 N. 60). Este concepto es parecido a lo que se llama “sentido común” (Spedding 1999: 13), y ese conjunto de opiniones corresponde a un conjunto de *habitus*.

La *doxa*... es una forma compartida de entender y percibir el mundo, en base a la cual se procede de manera irreflexiva y sin cuestionar. Corresponde a palabras que se usan o actos que se realizan sin necesidad de proporcionar definiciones o justificaciones. No es algo exclusivo de las sociedades tradicionales o campesinas, sino existe en todo medio social, incluso en los círculos académicos. (Ibid.).

Asumir que la sociedad en que vivimos está dividida en razas, y que son la raza y el racismo los que condicionan o determinan el acceso a los recursos o la oportunidad de acceder a éstos, como los puestos de trabajo, el dinero, la educación, u otros, es la *doxa* del campo sociológico pacheño, aquello en lo que se cree sin cuestionar, y que sirve de base para justificar posiciones políticas.

Lo que resaltan varios autores/as son contradicciones étnicas y de clase que se expresan en lo que por ejemplo Rivera (2001) llama gradación

caleidoscópica de colores de piel¹. Flores (s.f.) por su parte dice que la raza es aquello que fractura a la sociedad en dos partes, ya que la discriminación racial genera las divisiones en la estructura social, y, por dar otro ejemplo, Álvaro García (2000), basándose en la teoría de Bourdieu, hace referencia a lo que él mismo llama *capital étnico*, el cual sería un capital específico y fundamental en la construcción de las condiciones objetivas de clase, dándole así una particular importancia al color de piel de los actores sociales como estructurante primordial de diferencias de clase.

Lo que hay que diferenciar, que quienes embanderan a la raza como principal factor de diferencias sociales no lo hacen, es que las clases objetivas son unas y la manera de llamarlas (la terminología) es otra. Lo que importa en primera instancia es establecer diferentes condiciones sociales de existencia que pueden ser comunes a diferentes grupos de agentes sociales. Cómo se llama a esos grupos que conforman las distintas clases sociales es una decisión de parte de quien analiza. Así, tanto los/as que se dedican a las ciencias sociales como los/as que no, a quienes son de la clase dominante o alta en el espacio social les pueden llamar usando categorías raciales como “blancos”, “q’aras” o “blancoides”, (aunque también se pueden escuchar otras como jailones, burgueses, ricos, o “los de la clase bien”) mientras que a los de la clase dominada o la más baja en el espacio social les pueden llamar “t’aras”, “indios”, o “cholos”, utilizando categorías raciales (aunque también se utilizan otros de connotación no racial como “pobres”, “plebe”, “proletarios”, o “los de la clase popular”, por dar unos ejemplos).

Lo que parece ocurrir es lo que el antropólogo Peter Gose encontraba en una comunidad rural del Perú a principios de los años '80, en la que la conversación local de la gente suponía que la sociedad andina estaba compuesta por “indios”, “mestizos” y “blancos”, y que cada raza estaba compuesta por una “sangre” (Gose 2001: 17). En la sociedad estudiada este investigador no encontraba divisiones fenotípicas claras a las que podrían corresponder esos términos “raciales”, y esa referencia biológica solía suspenderse en el uso (Ibíd.). También menciona que

Casi todos los que han estudiado el asunto están de acuerdo que el concepto de “raza” involucrado aquí se utiliza de manera metafórica para describir la jerarquía social; así, en tanto más poderoso, uno es más “blanco”, no obstante el color efectivo de la tez. Igualmente, cuando el fin es ofender o despreciar, nada funciona mejor que “indio” o su pariente próximo, “cholo” (muchas veces combinados por énfasis en el epíteto “indio cholo”). Estos insultos expresan el estatus relativo dentro del espectro social entero y no es el caso, como muchas veces se ha comentado, que denominan grupos sociales de fácil

¹ “... en la vida cotidiana continúan reproduciéndose fenómenos de exclusión y discriminación. En esta suerte de reciprocidad negativa de insultos y estereotipos culturales, se alude a una gradación caleidoscópica de colores de piel, emblemas y comportamientos colectivos que no en vano llevaron a René Zavaleta a calificar de ‘sociedad abigarrada’ a la contemporaneidad boliviana. Pues ser indio/a, cholo/a, birlocha, chota, o misti en la Bolivia de hoy significa a la vez, una marca étnica y una marca de clase, y se encuadra en una sociabilidad pública dominada por un mundo mestizo/criollo masculino que les impone a su vez un sello de desprecio, manipulación y negación.” (Rivera 2001: 4).

identificación. Pero aunque carecen de realidad sociológica, no se puede negar que estas categorías “raciales” son parte íntegra y efectiva de la imaginación social andina. (Ibíd.)

Aquí en la ciudad de La Paz se usan categorías “raciales” como las ya mencionadas, y su sentido varía tal como Gose lo explica: de manera metafórica cuando se quiere describir o indicar la jerarquía social (aunque esta manera la mayoría de las veces también cobra un sentido despectivo; así, en vez de usarse “blanco” se suele usar “blancoide” -que al parecer suena peor- para referirse a alguien de clase alta), y de manera despectiva cuando lo que se quiere es ofender. Un ejemplo de esto último -a pesar que hay quienes creen que con un presidente campesino o de clase baja hasta las palabras como “indio” o “indígena” van a cambiar de sentido cuando se las use- todavía se puede escuchar en las calles que cuando un trufista está a punto de chocar con su auto a un minibusero, uno al otro se insultan usando la palabra “indio”, seguido de otras palabras que también se consideran agraviantes.

Así es que si bien para varios autores hay diferencias sociales que están ligadas a propiedades raciales, que son muy evidentes e incluso pueden llevar a antagonismos entre las clases, es importante obtener información empírica y estudiar cómo los agentes sociales a partir de sus propias prácticas, como arreglarse y adornarse el cuerpo, se distinguen entre sí, sin que se acerquen a una lucha de clases, ni política o algo parecido, ya que son prácticas sociales concretas que las personas realizan en su vida cotidiana y que no buscan confrontación, en muchos o la mayoría de los casos, pero que a su vez estructuran diferencias entre quienes forman parte de la sociedad. Estas distinciones creadas y recreadas por los propios agentes sociales, permiten así cuestionar aquellos postulados de los/as autores que reivindican la importancia primordial de aspectos raciales -y no así la manera de arreglar al cuerpo, que tiene como resultado una determinada fachada personal- en la estructuración de diferencias sociales.

Gavarrón (2003) considera que se abre un campo de investigación simbólico a partir del hecho de que los humanos no acepten su apariencia como una “evidencia”, e históricamente se las hayan ingeniado para transformarla y alterarla, ya que siempre han manifestado “un conflicto con su apariencia externa y su deseo de amoldarla a cánones o estéticas que, misteriosamente, algunos de sus contemporáneos han logrado imponer” (Gavarrón 2003: 17). A partir de esto considera al vestirse todo un problema de identidad, ya que la ropa se funde completamente con el personaje social. Con la presente investigación básicamente se recupera la idea de que las propias personas manipulan su apariencia, especialmente a través del uso de cosméticos, orientándola -voluntariamente o no- a crear distinciones con las demás personas, siendo éste un aspecto del estilo de vida que se relaciona con las clases sociales.

El consumo de cosméticos es una práctica muy generalizada en la ciudad de La Paz, y se ha ido expandiendo en los últimos años ya que empresas extranjeras especializadas en el rubro no solo exportan sus productos a nuestro

país, sino que también han abierto sucursales, en las que además incorporan sus propios modos de organización y estrategias de mercadeo. El uso del jabón y el dentífrico parecen ser prácticas de las más básicas y comunes en nuestra ciudad, más allá de la frecuencia con que se use estos productos, y son suficientes para modificar, aunque tal vez de una manera no tan notoria, la apariencia de quien las consume.

Para consumir cosméticos hay que tener algo de plata, o un pariente o alguien con quien se viva que los suministre. La plata es parte de lo que en esta investigación se llama *capital económico* -en el sentido y significado que Bourdieu le da a ese concepto-, así como tener a una persona o familia que te facilite los cosméticos es parte del *capital social*, que son condicionantes de la posición de clase de los agentes sociales, así como de su estilo de vida. Se puede ser o creer ser de una raza, pero eso no condiciona las posibilidades de consumo que se puedan tener: el mercado no hace distinciones de ese tipo.

Lo mismo ocurre con los servicios de peluquería que ayudan a modificar la imagen personal de quien se hace cortar el cabello y/o consume otros servicios ofrecidos en estos establecimientos. También hay quienes no van a la peluquería y se cortan el cabello en la casa, o se hacen también masajes capilares con productos caseros, como palta o mayonesa por mencionar algunos ejemplos. Lo cierto es que todas estas actividades y consumos están condicionados por las condiciones sociales de existencia.

De esta manera, si las prácticas sociales de las personas que dan forma a su apariencia generan distinciones de clase, y siendo la sociedad paceña un espacio de reconocidas diferencias sociales que tienen que ver con la imagen personal que se presenta, se hace posible hacer un estudio que comience a indagar sobre cuáles son las prácticas sociales orientadas a los arreglos personales, y cuáles son los resultados de estos arreglos en términos de distinción social. Con esto se pretende hacer un aporte nuevo al conocimiento sociológico.

Este tema es relativamente nuevo en la sociología hecha en la ciudad de La Paz, pero de hecho ha sido una curiosidad de investigadores sociales en otros países y épocas. Así por ejemplo, el antropólogo Ray Birdwhistell, profesor de Goffman en la Universidad de Chicago, llevaba a su alumnos a una taberna para que determinen la pertenencia social de sus clientes por su forma de andar, su forma de vestir o su manera de beber o fumar (Winkin 1991: 22). Goffman también estudiaba el tema de la asignación de clase a partir de símbolos, y lo revela en su primer artículo publicado (en 1949) que titula *Symbols of Class Status*², que trata acerca de los índices que permitan atribuir a los individuos una posición de clase (Ibíd.: 65-6). Otro ejemplo es el de Bourdieu, que cuando estaba en Argelia se dedicaba, entre otras cosas, a recopilar descripciones de indumentarias, para relacionar las combinaciones posibles entre elementos de indumentaria europea y

² De este artículo no se pudo conseguir un ejemplar.

diferentes variantes de la indumentaria tradicional del lugar, con las características sociales de sus potadores (Bourdieu 2006: 69).

A continuación, lo que se presenta en el Capítulo I es el diseño de la investigación: se establece lo que se quiere investigar, la estrategia metodológica y los alcances de esta tesis, tomando en cuenta lo que se ha escrito hasta el momento sobre el tema y los principales conceptos teóricos a ser usados.

El Capítulo II está dedicado al género. Después de una discusión teórica entre algunas corrientes que tratan el tema, se proponen los conceptos que servirán sobre todo para la interpretación de género de las imágenes que se presentan en los catálogos de cosméticos. Previamente, se hace una descripción general de las formas en que se puede comprar los diferentes tipos de cosméticos, y se analiza si éstos tienen una relación con el género de acuerdo a su presentación.

El Capítulo III se dedica extensamente a explicar cómo se han establecido las posiciones de clase y se esboza a partir de éstas algunas características del estilo de vida de cada clase, sin tomar en cuenta aún el consumo de los cosméticos. Se parte de una exposición de los principales conceptos de Bourdieu utilizados, y posteriormente se pasa a la presentación de los resultados de cómo se conforman las clases sociales de acuerdo a los diferentes tipos de capital. Asimismo, se describe los rasgos diferenciales de los estilos de vida que están intrínsecamente ligados con aspectos específicos de las condiciones de existencia.

Todo lo que concierne al consumo de cosméticos y a la presentación en cuanto tal de las fachadas personales se lo desarrolla en el Capítulo IV. Se definen los conceptos de la teoría de Goffman pertinentes para el caso, y se incluyen algunos otros de Bourdieu que no era necesario tomarlos en cuenta previamente. Se analiza las condicionantes en las cuales un actor social se encuentra inmerso para atribuir a una persona una presunta posición de clase de acuerdo al estilo de su fachada, se presentan los distintos tipos de fachada personal que las mujeres paceñas llevan cuando realizan su actividad principal, y se muestra qué productos y marcas de cosméticos son preferidas por cada clase para su consumo.

se establezca los posibles efectos que puedan tener en una investigación: al final de cuentas uno investiga algo acerca de lo que no se sabe, o se sabe poco, pero si investigas con fines políticos sin advertirlo explícitamente, seguramente al final de cuentas no haces una investigación con la sensatez necesaria, pero que en apariencia sea objetiva. Lo que quería fue hacer una investigación que se apartara de esa tradición, a la vez que me llamaban más la atención teorías más actuales como las de Garfinkel, Giddens, Bourdieu, y Goffman, que durante la carrera se las ve muy a grandes rasgos. Esto con respecto a lo académico.

También tengo que decir que siempre he creído ser parte de lo que la gente suele llamar la “clase media alta”. Sin embargo, luego me he dado cuenta que se trataba de una cuestión de estilo: he logrado percatarme que las condiciones sociales de existencia bajo las cuales he vivido durante gran parte de mi vida, han sido las que corresponden a la clase media baja, pero -y esto creo se debe a mi capital social- mi estilo de vida siempre ha sido el característico de quien es de clase media alta. Esta es la perspectiva de clase a partir de la cual he hecho las categorizaciones de quienes formaron parte de mi objeto de estudio, y con lo cual se tiene una premisa importante: las condiciones sociales de existencia que hacen a una clase, no siempre se solapan de manera exacta o coherente, con las categorías de estilos que se encuentran en el espacio de los estilos de vida.

Existe una amplia variedad de cosméticos, y si bien todos ellos pueden ser utilizados tanto por mujeres como por hombres, hay una costumbre -no solamente propia de nuestra sociedad- según la cual se hacen usos exclusivos de los cosméticos relacionados con el género, aunque hayan otros que efectivamente son consumidos tanto por mujeres, hombres, niñas y niños.

Los cosméticos, de acuerdo a la forma y color de sus frascos o sus etiquetas, pueden sugerir que su uso son para un género o para cualquiera. Sin embargo, son las empresas de cosméticos que trabajan con promotoras de venta y catálogos, las que promueven diferencias de género asociadas a los consumos de los cosméticos. Esto se da mediante imágenes producidas en las cuales se hiperritualiza el género. Aquí se da cuenta una especie de correspondencia entre una más compleja hiperritualización de lo femenino con una gran variedad de cosméticos dirigidos hacia ellas, en contraste con una muy simple hiperritualización de lo masculino ligado a un reducido número de cosméticos de su exclusividad.

Capítulo I

Diseño de la Investigación

1. Construcción del objeto de estudio

El objeto de estudio está conformado por mujeres de vestido de la ciudad de La Paz, a quienes se puede definir en términos negativos: son aquellas que tienen una fachada personal que no está compuesta por elementos como la pollera y la manta con gancho³ (con respecto a la vestimenta), trenzas largas repartidas en dos que salen desde un poco más abajo de la nuca (como forma de llevar el cabello), y el sombrero medianamente alto y redondeado, que parece casi sobrepuesto en la cabeza de quien lo usa. Todas estas características son parte de la fachada tradicional de la chola paceña.

El universo de estudio es muy grande, ya que las mujeres de vestido de la ciudad de La Paz son cientos de miles, y no se tiene ningún dato estadístico acerca de cuantas podrán ser exactamente. Entonces, lo conveniente para la delimitación del objeto de estudio fue partir de un criterio de clasificación de clases sociales, basada en agregados ocupacionales estratificados según jerarquías de empleo. Las clases sociales, por tanto, son la base estructural a partir de la cual se ha construido el objeto de estudio para que sea factible el desarrollo de la investigación.

Los agregados ocupacionales iniciales que formaron la base estructural para la construcción del objeto, fueron tomados de un estudio de mercado elaborado por una empresa consultora que hace investigaciones de ese tipo, para facilitar las estrategias comerciales de otras empresas⁴. Dado que en esta tesis se relacionan las clases sociales con el consumo, tomar los agregados ocupacionales del estudio mencionado resulta coherente, ya que las encuestas que realizaba esta empresa dedicada a los estudios de mercado también iba dirigida a estratificar a los consumidores de distintos productos.

³ Aunque las mujeres de vestido, de cualquier clase social, cuando hace más frío del acostumbrado suelen usar una mantilla, que es una prenda parecida a la manta de la chola.

⁴ Esta empresa se llamaba Apoyo Bolivia, y las boletas para los estudios de mercado que contienen los agregados ocupacionales son del año 2005.

Para realizar estos estudios forman grupos focales entre personas que tienen una edad y un nivel social parecido, en los que ese nivel depende de los requerimientos de las empresas que los contratan (estas empresas son variadas, pueden ser bancos, fabricantes de gaseosas, de chicles, etc.) y del tipo de mercado que pretenden explotar. Para clasificar a las personas requeridas e incluirlas en los grupos focales, hacen encuestas que les indican en qué nivel socioeconómico se encuentran los posibles miembros de esos grupos. Algo que hay que destacar, es que esto es algo de lo que estas empresas se preocupan, para que las personas escogidas para participar de los grupos focales sean precisamente las que tienen el nivel socioeconómico requerido: este tipo de personas les interesan en particular ya que si no son compradores del determinado producto o servicio acerca del cual investigan, son potenciales compradores, es decir, reúnen los requisitos económico-sociales mínimos.

En estas encuestas hay un conjunto de ocupaciones clasificadas y estratificadas por puntajes, que indican el nivel de empleo, y de manera más relativa el grado de instrucción. Los agregados ocupacionales de este estudio de mercado eran los siguientes (de menor a mayor jerarquía):

I.

- Obrero eventual
- Vendedor ambulante
- Servicio Doméstico
- Obrero poco especializado/ de limpieza
- Empleado poco especializado/mensajero, vigilante
- Subalterno de las FF.AA./Policía
- Campesino/pequeño agricultor
- Pescador
- Artesano

II.

- Obrero especializado, mecánico, electricista
- Transportista, taxista sin carro propio
- Vendedor comisionista
- Suboficial de las FF.AA./Policía
- Pequeño comerciante (con puesto)/
Micro empresario (menos de 5 trabajadores)
- Profesor escolar, profesor no universitario
- Agricultor mediano (hasta 5 trabajadores)
- Empleado no profesional de rango intermedio
- Funcionario público de rango intermedio

III.

- Chofer-propietario
- Oficial FF.AA./Policía
- Pequeño empresario (de 5 a 20 trabajadores)
- Empleado de rango intermedio del Sector Privado

- Profesional independiente, abogado, catedrático, consultor
- Funcionario profesional del Sector Público
- Ejecutivo profesional del Sector privado

IV.

- Gerente, alto ejecutivo
- Empresario (más de 20 trabajadores)

Cada uno de estos agregados ocupacionales tenía asignado un puntaje, no habiendo diferencia en esa asignación de puntos entre las ocupaciones que los conforman. Es decir, por ejemplo, en el agregado III a un chofer-propietario se le asignaba el mismo puntaje que a un ejecutivo profesional del sector privado. Si bien las ocupaciones estaban aparentemente jerarquizadas dentro del estrato, no recibían una puntuación diferenciada.

A pesar que no se ha podido entrevistar a quienes elaboraron la encuesta, es posible interpretar por qué a ocupaciones tan diferentes como las del ejemplo mencionado se les asigna un mismo puntaje que sirve como indicador de ingreso. Desde un principio es sintomático el hecho de que en la encuesta no se preguntaba por el nivel de ingreso, ya que es sabido -algo que corroboran algunos/as investigadores en ciencias sociales- que en nuestra sociedad ese tipo de información suele dársele con mucha imprecisión, o simplemente se la oculta, sean cuales fueren los motivos para ello. Sin embargo esta información es básica para cualquier estructuración de diferencias socioeconómicas, y por eso se recurre a otros indicadores haciéndoles a los encuestados/as preguntas más cómodas para responder: una de ellas es la ocupación principal que se la asocia al nivel de ingreso.

Aun así, la ocupación principal no llega a ser suficiente, ya que el título que tiene determinado cargo no siempre corresponde a determinado nivel de ingreso, por más que se adopte como guía los datos de ingreso que ofrece el INE (esta institución se basa en una jerarquización de las ocupaciones más general que los estudios de mercado, y las categorías ocupacionales que utiliza son mucho menos específicas)⁵. Por tanto, es posible que una persona tenga un cargo con el título de gerente, ejecutivo o consultor, y que la remuneración sea bastante baja, así como es posible que un transportista tenga ingresos bastante altos. La interpretación que se le da en esta investigación es que los agregados ocupacionales no corresponden de manera estricta con un determinado nivel de ingreso, sino más bien son rangos que indican el nivel de ingreso potencial que se puede obtener teniendo determinada ocupación. Es por esto que la ocupación principal, si bien es uno de los principales indicadores económicos, en sociedades como la nuestra tiende a relativizarse, y se necesita de otros indicadores complementarios para tener una información más precisa de la posición económica en que se encuentra la persona que se quiere estudiar.

⁵ Es por esta razón por la que se ha preferido utilizar las categorías ocupacionales del estudio de mercado y no las del INE, usando estas últimas solamente como complemento.

También hay que destacar que en las ocupaciones que forman esos estratos no se toma en cuenta el género. Desde el simple hecho de que en la encuesta no forme parte del lenguaje utilizado una “a” que diferencia la opción a elegir por el encuestado/a, como por ejemplo en “profesor escolar”, que podría haber sido “profesor/a escolar”, hasta el hecho de preocuparse por incorporar en la lista ocupaciones que típicamente son realizadas por hombres, y no así las que suelen realizar solamente mujeres. Las ocupaciones mecánico, electricista, taxista, chofer, son aquellas en las cuales no se acostumbra a ver mujeres llevándolas a cabo, mientras que otras como secretaria, enfermera, farmaceuta, peinadora o servicio doméstico, que son ocupaciones típicas de mujeres en la ciudad de La Paz, no son tomadas en cuenta. Esto no se menciona como crítica - ya que no corresponde- sino como algo que se ha tomado en cuenta para modificar los agregados ocupacionales que son la base estructural del objeto.

Las categorías ocupacionales que conforman los agregados ocupacionales que se presentan a continuación, toman en cuenta el aspecto de género, en especial lo que concierne al hecho de que el objeto de estudio esté conformado únicamente por mujeres. Son omitidos los oficios que en su gran mayoría los realizan hombres, así como los cargos militares. Asimismo, se omiten las ocupaciones que son propias de lugares rurales, ya que el objeto de estudio se ubica en la ciudad y lo conforman mujeres que tienen ocupaciones típicamente urbanas.

Es importante aclarar que geográficamente el objeto de estudio se ubica *en* la ciudad de La Paz, lo cual no quiere decir que se trata de abarcar a mujeres que residan o que trabajen en todas las diferentes zonas o barrios de la ciudad. Al ser el objeto de estudio un conjunto de mujeres de distintas posiciones de clase a las que se ha podido acceder para encuestarlas y observarlas, ellas no se encuentran en un mismo lugar, sino en diferentes lugares de la ciudad en los que desarrollan su actividad principal.

Los agregados ocupacionales, que son la base estructural del objeto de estudio, son los siguientes (también se ha invertido el orden de la boleta de encuesta de estudios de mercado con respecto a la jerarquía, que ahora va de mayor a menor):

I.

- Empresaria
- Gerente/Alta ejecutiva/Directora

II.

- Ejecutiva profesional del sector privado
- Funcionaria profesional del sector público de alto rango

- Profesional independiente/Abogada/Consultora/Médica
- Empleada de rango intermedio del sector privado
- Pequeña empresaria (de 5 a 20 trabajadores)/
Comerciante de electrodomésticos
- Oficial de la Policía
- Catedrática

III.

- Funcionaria pública de rango intermedio
- Empleada no profesional de rango intermedio/Secretaria
- Recepcionista/Cajera/Enfermera/Farmacéuta/Atención al cliente
- Profesora escolar/Profesora no universitaria
- Pequeña Comerciante (con puesto)/
Microempresaria (menos de 5 trabajadores)
- Suboficial de la Policía
- Obrera especializada/Modista/Peinadora
- Vendedora comisionista

IV.

- Artesana
- Subalterna de la Policía
- Empleada poco especializada/Mesera/Mensajera/Vigilante
- Obrera poco especializada o de limpieza
- Servicio doméstico
- Vendedora ambulante
- Obrera eventual

La ocupación principal, además de ser en esta investigación un importante indicador de clase, es también la actividad diaria que realizan y tal vez la que más ocupa su tiempo por lo menos -y por lo general- de lunes a viernes, aunque en el caso de las comerciantes también se pueden incluir el sábado y el domingo.

A quienes forman parte del objeto de estudio se las ha observado en un solo contexto social, que es cuando iban a trabajar, un momento en el transcurso del día en que realizaban su actividad principal, y en el caso de la mayoría de las jóvenes cuando iban a estudiar a la universidad. Hubiera sido interesante observar a las señoras y jóvenes en diferentes ocasiones sociales, desempeñando distintos papeles y con diferentes fachadas, pero eso hubiera implicado una extensión demasiado amplia del objeto de estudio y habría sido irrealizable. Sin embargo, el hecho de haberlas observado en una misma categoría de ocasión social permite comparar las fachadas personales en un mismo tipo de situación -la realización de

su actividad principal, y al mismo tiempo un momento en su vida cotidiana- la cual está condicionada estructuralmente y mediada por las instituciones a las cuales ellas van a trabajar o estudiar.

Si bien los agregados ocupacionales son la base estructural del objeto de estudio, no son las clases sociales mismas. La ocupación es el indicador inicial, el cual se combina con otros factores, como el origen de clase, el tipo de establecimiento educativo al que asistieron, y el lugar de residencia, por mencionar algunos, para determinar una posición de clase, que puede coincidir o no con la jerarquía de el agregado ocupacional inicial al que correspondía inicialmente la encuestada.

El objeto de estudio se ubica en la ciudad de La Paz, y el número de mujeres de vestido que llegaron a formar parte de éste es de 133. Todas ellas fueron encuestadas y observadas en sus lugares de trabajo o de estudio, aunque también se registraron descripciones de varias otras fachadas en el período de estudio. El trabajo de campo que se realizó fue entre principios del año 2006 y finales del 2007.

2. Marco teórico

En esta investigación se utilizan conceptos de diferentes cuerpos teóricos, para dar cuenta de la manera más precisa posible aquello que se quiere explicar. Dado el tema y las características del objeto de estudio, se han adoptado conceptos propuestos por Goffman y Bourdieu, que, como se verá, se articularán de manera coherente, a pesar que en un principio no parezcan del todo conciliables.

Es importante mencionar que no se pretende participar de un gran debate en la disciplina sociológica, aquel que busca establecer o determinar el grado y el modo de influencia que pueda haber entre las estructuras sociales (lo *macrosocial*) y el orden de la interacción (lo *microsocial*). Tampoco se sugiere el desarrollo de una investigación integral que englobe ambas áreas. Lo que se propone es un estudio de correspondencia de un área con otra que coloca al investigador en la bisagra. Lo que se investiga no se halla solamente en el espacio social en el que se articulan y están en lucha diferentes posicionamientos de clase, ni en el orden de la interacción en el que lo social se define por las actuaciones cara a cara. La tarea del investigador -por lo menos en esta investigación- consiste en cotejar la información de un plano con la del otro sin dejar de tomar en cuenta la objetivación del sujeto objetivante.

2.1. Ámbitos de estudio sociológico en los que se enmarca la investigación

La presente tesis forma parte del campo de la sociología que se dedica a los análisis de clase y estratificación. Si bien el término clase tiene muchos significados (Crompton 1997: 27-8), y tradiciones y bagajes diversos, en esta investigación básicamente se utilizará este concepto como Pierre Bourdieu lo

entiende, a saber, como "... una denominación genérica para grupos sociales que se distinguen por sus condiciones de existencia y sus respectivas disposiciones." (Ibíd.: 215).

Hay muchas maneras de estudiar y construir las clases sociales. Con respecto a los análisis que hacen sobre el tema en Europa, el libro de Crompton (1997), *Clase y estratificación. Una introducción a los debates actuales* muestra una variedad de ejemplos de cómo se ha abordado el tema, sin incluso perder de vista a los autores clásicos de la sociología. Con respecto al tratamiento del tema en América Latina, Alison MacEwen (1994) hace un balance bastante amplio sobre las diferentes perspectivas que se adoptaron en las últimas décadas del siglo XX, aunque es notoria que el aspecto referente a los estilos de vida ha sido relegado. Lo que en la presente tesis se ha decidido, es adoptar el enfoque propuesto por Pierre Bourdieu, ya que este autor ha relacionado sistemáticamente los componentes de los estilos de vida con las clases basadas en el empleo, "se han trazado 'mapas del gusto' correspondientes a los 'mapas de ocupaciones'." (Crompton 1997: 211).

Sin embargo, es importante aclarar que aquí no se estudian a las clases sociales de la ciudad de La Paz en cuanto tales. Esta investigación se limita a asignar a cada mujer de vestido que formó parte del objeto de estudio una posición de clase. A los conjuntos de posiciones de clase similares se les asigna el nombre de clase. No se pretende que las clases identificadas sean generalizables a toda la sociedad paceña, son solamente construcciones basadas en agregados ocupacionales combinados con otros factores (los cuales serán explicados extensamente en el Capítulo III), que dan cuenta de determinadas condiciones de existencia.

Desde otra perspectiva esta tesis forma parte de lo que se ha dado a llamar "sociología del cuerpo" (Le Breton 2002). Este ámbito de estudio está dedicado a "la corporeidad humana como fenómeno social y cultural, materia simbólica, objeto de representaciones y de imaginarios." (Ibíd.: 7).

La sociología del cuerpo tiene diferentes campos de investigación y perspectivas teóricas que abordan el tema. Uno de esos campos consiste en lo que Le Breton llama "lógicas sociales y culturales del cuerpo" (Ibíd.: 41). Una de las partes de ese campo trata de "las técnicas de mantenimiento", que contempla "los cuidados que se prodigan al cuerpo", lo cual incluye a las conductas de higiene y la relación con la limpieza, y también puede abarcar "los cuidados del cuerpo en sus diferentes formas, que se ejercen a veces de manera privada (como en el caso del baño) o pública (peluquería, manicura, cuidados de la cara, etc.), y los diferentes cuidados que se le asocian según los grupos y las clases sociales." (Ibíd.: 62).

Otra parte que se incluye dentro de las "lógicas sociales y culturales del cuerpo" es el de las "inscripciones culturales", en la que las inscripciones en la piel

forman parte, como por ejemplo el uso del maquillaje, que es una versión atenuada del marcado corporal, práctica más común en sociedades tradicionales. También el mantenimiento del cabello es considerado otro tipo de marca corporal “sobre la que el colectivo tiende a ejercer un control riguroso.” (Ibíd.: 62-3).

Le Breton también hace referencia a otro campo de investigación al que llama “el cuerpo en el espejo de lo social” (Ibíd.: 81):

La apariencia corporal responde a una escenificación del actor, relacionada con la manera de presentarse y de representarse. Implica la vestimenta, la manera de peinarse y de preparar la cara, de cuidar el cuerpo, etc., es decir, un modo cotidiano de ponerse en juego socialmente, según las circunstancias, a través de un modo de mostrarse y de un estilo... Se trata de signos diseminados de la apariencia que fácilmente pueden convertirse en índices dispuestos para orientarla mirada del otro, o para ser clasificado, sin que uno lo quiera, bajo determinada etiqueta moral o social. En la medida en que puede ser apreciada por testigos, esta práctica de la apariencia, se transforma en un desafío social, en un medio deliberado de difundir una información sobre uno mismo. (Ibíd.: 81-2).

La presente tesis también puede ser catalogada en este campo de investigación, en el que las apariencias cobran un sentido más marcado, aunque no corresponda exclusivamente a uno de los campos de investigación propuestos por Le Breton.

2.2. Definiciones de los conceptos principales

Los conceptos principales de esta investigación son cuatro: por una parte los de *clase social*, *habitus* y *estilo de vida*, propuestos por Bourdieu, y por otra el de *fachada personal* propuesto por Goffman.

El sociólogo y antropólogo Pierre Bourdieu, al estudiar las clases sociales de su país, ha compuesto un cuerpo teórico complejo, así como bastante preciso -mas no por eso inflexible-, para explicar las distinciones de clase de la sociedad francesa en los años '70, asumiendo al gusto como principio enclasante. Ya que el conjunto de conceptos y categorías que él propone son lo suficientemente amplias para aplicarse a otras sociedades, especialmente al tratarse de un estudio de clases, en esta investigación -dado el tema- básicamente se ha pretendido estudiar algo que sigue en la misma línea.

De una manera general se puede decir que el concepto de clase de Bourdieu se refiere a grupos de personas que tienen condiciones de existencia y disposiciones para la acción homogéneas, o por lo menos muy similares, basadas en distintas propiedades -dentro de las cuales lo económico, que tiene a la ocupación como indicador principal, es una propiedad más junto con las culturales y sociales-. Dentro del espacio social esas condiciones de existencia se diferencian de otras, que tienen otras características con respecto al volumen,

estructura, y trayectoria en el tiempo (del pasado al presente y de éste al potencial futuro) de su capital global, conformándose así diferentes clases⁶.

Por otra parte, para Bourdieu la clase social no se define por las propiedades como los capitales, u otras como el sexo, la edad o el origen social, ni por una cadena de propiedades ordenadas, que parten de una propiedad fundamental y que condicionarían lo condicionado en una relación de causa a efecto, sino sobre todo “por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes, que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas.” (Bourdieu 1998: 104).

Uno de los conceptos esenciales en la teoría de Bourdieu para la construcción de clases es el de *habitus*, ya que éste es producido por “condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia” (Bourdieu 1991: 92), o sea los diferentes tipos de *habitus* corresponden a las diferentes clases sociales. Básicamente, para Bourdieu los *habitus* son estructuras que cada uno de los agentes sociales porta, las cuales integran todas las experiencias pasadas para luego funcionar en cada momento como matrices que estructuran las percepciones, apreciaciones y acciones de los agentes de cara a los diferentes acontecimientos sociales que contribuyen a producir (Bourdieu 1998: 54). En palabras del autor los *habitus* son:

sistemas de *disposiciones* duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predisuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “reguladas” y “regulares” sin ser el producto de la obediencia a reglas, y, a la vez que todo esto, colectivamente orquestadas sin ser producto de la acción organizadora de un director de orquesta. (Bourdieu 1991: 92).

Las agentes sociales expresan esas estructuras en los desplazamientos físicos por los espacios dotados de valoraciones sociales, y en su participación en los diferentes actos sociales, desde las ocasiones más cotidianas hasta las más excepcionales, como por ejemplo una boda (Spedding 1999: 9). Esos *habitus* son formados a través de la experiencia, y todos los que provienen de un mismo grupo o clase social lo comparten. De esta forma “se constituye un mundo de ‘sentido común’ entre ellos, que permite que sus prácticas se coordinen y resulten comprensibles entre unos y otros, sin necesidad de explicación o justificación. (Ibíd.: 7).

El *habitus* de clase debe entenderse como una estructura estructurada y estructurante de la clase objetiva⁷:

⁶ Al tomar en cuenta el capital en esos diferentes aspectos, se construye lo que Bourdieu llama “espacio en tres dimensiones” (Bourdieu 1998: 113).

⁷ La clase objetiva es diferente de la clase movilizada. A esta última Bourdieu la define como un “conjunto de agentes reunidos, sobre la base de la homogeneidad de las propiedades objetivadas o incorporadas que definen la clase objetiva, con vistas a la lucha destinada a salvaguardar o a

como forma incorporada de la condición de clase y de los condicionamientos que esta condición impone; por consiguiente, hay que construir la *clase objetiva* como conjunto de agentes que se encuentran situados en unas condiciones de existencia homogéneas que imponen unos condicionamientos homogéneos y producen unos sistemas de disposiciones homogéneas, apropiadas para engendrar unas prácticas semejantes, y que poseen un conjunto de propiedades comunes, propiedades *objetivadas*, a veces garantizadas jurídicamente (como la posesión de bienes o de poderes), o *incorporadas*, como los *habitus* de clase (y, en particular, los sistemas de esquemas clasificadores). (Bourdieu 1998: 100).

La práctica, para Bourdieu, si bien tiene como matriz al *habitus*, no se da en la relación simple de clase-práctica o agente-práctica, sino en un espacio de lucha que funciona a manera de contexto y que le impone una lógica a esa relación: Bourdieu concibe la sociedad compleja como un espacio (no como una pirámide o una torta de estratos superpuestos) (Spedding 1999: 25), y dentro de ese gran espacio, el *espacio social*, hay diversos espacios de lucha a los que denomina *campos*⁸.

El espacio de los estilos de vida está conformado por diversos aspectos relacionados con los distintos tipos de prácticas sociales de los agentes, por lo que es muy amplio. En éste se pueden incluir el tipo de mobiliario, la arquitectura del hogar, las actividades en el tiempo libre, las preferencias con respecto a la música y los diferentes tipos de arte, los consumos, desde los más básicos como la comida hasta los más singulares como por ejemplo la colección de de algún tipo de objeto, los deportes que se escogen como espectáculo y los que se practican, etc., etc. La lista se puede ser mucho más extensa.

Los cuidados personales, los arreglos del cuerpo, y el vestuario que se escoge, se ubican también en el espacio de los estilos de vida, y conforman en su conjunto lo que puede llamarse *fachada personal*. Este concepto es descrito y desarrollado por Goffman (2001) en *La presentación de la persona en la vida cotidiana*.

Inicialmente Goffman dice que de manera general la *fachada* se refiere “a la parte de la actuación del individuo que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación. La fachada, entonces, es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación.” (Goffman 2001: 33-4).

modificar la estructura de la distribución de las propiedades objetivadas.” (Bourdieu 1998: 100 N. 6).

⁸ Los campos son “sistemas estructurados de fuerzas objetivas” (García 2000: 53 N. 7), microcosmos sociales dentro de los cuales hay un recurso principal y legítimo en juego, cuya posesión diferencial por los agentes que participan en él genera estructuras de relaciones y luchas permanentes, que tienen como resultado jerarquías particulares propias del campo en cuestión, y que colocan a ciertos agentes o grupos como dominantes y dominados dependiendo del estado en que se encuentre la lucha.

Sin embargo, hay dos tipos de fachada que están presentes en cada situación. Por una parte está el medio, “que incluye el mobiliario, el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario y utilizaría para el flujo de acción humana que se desarrolla ante, dentro o sobre él”. (Ibíd.: 34). El medio es algo que tiende a permanecer fijo en términos geográficos, lo cual quiere decir que para llevar a cabo una actuación que lo requiere imprescindiblemente como escenario no puede comenzar hasta que el actuante haya llegado al lugar en el que éste se encuentra. En estos casos la actuación acaba en cuanto se abandona el escenario. El medio entonces, en esta investigación, es el lugar de trabajo o la infraestructura de las instituciones educativas en que se encontraba a las informantes. Además, se considera parte del medio el lugar de la ciudad en que se encontraban quienes llegaron a formar parte del objeto de estudio (sobre esto se volverá en el Capítulo III).

La *fachada personal* es el otro tipo de fachada al cual Goffman se refiere, que es de la que principalmente trata la presente investigación y que también es asumida aquí como parte del estilo de vida:

Si tomamos el término ‘medio’ para referirnos a las partes escénicas de la dotación expresiva, se puede tomar ‘fachada personal’ para referirse a los otros elementos de esa dotación, aquellos que debemos identificar íntimamente con el actuante mismo y que, como es natural, esperamos que lo siga donde quiera que vaya. Como parte de la fachada personal podemos incluir: insignias del cargo o rango, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y el aspecto, el porte, las pautas del lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes. Algunos de estos vehículos transmisores de signos, tales como las características raciales, son para el individuo relativamente fijos y durante un período de tiempo no varían de una situación a otra. Además, algunos de estos vehículos de signos -como la expresión facial- son relativamente móviles o transitorios y pueden variar durante una actuación de un momento a otro.” (Ibíd.: 35-6).

También hay que mencionar que la *fachada personal* está conformada por dos “estímulos”:

Es conveniente, a veces, dividir los estímulos que componen la fachada personal en ‘apariencia’ (*appearance*) y modales (*manner*), de acuerdo con la función que desempeña la información transmitida por estos estímulos. Cabe considerar que la “apariencia” se refiere a aquellos estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del status social del actuante. Estos estímulos también nos informan acerca del estado ritual temporario del individuo, es decir, si se ocupa en ese momento de alguna actividad social formal, trabajo o recreación informal, si celebra o no una nueva fase del ciclo estacional o de su ciclo vital. Los “modales”, por su parte, se refieren a aquellos estímulos que funcionan en el momento de advertirnos acerca del rol de interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina.” (Ibíd.: 36).

Goffman dice que las personas solemos esperar que haya una coherencia entre la apariencia y los modales que una *fachada personal* presenta, y que además esperamos que se confirme, en cierta medida, las diferencias de status social que se espera presenten los interactuantes (en caso de que realmente las haya, dada la ocasión) a través de las expresiones correspondientes al rol de interacción

esperado.” (Ibíd.). También es naturalmente previsible “cierta coherencia entre medio, apariencia y modales. Dicha coherencia representa un tipo ideal que nos proporciona una forma de estimular nuestra atención respecto de las excepciones e interesarnos por ellas.” (Ibíd.: 37).

3. Balance del estado de la cuestión

El tema de la vestimenta como forma de distinción social ha sido trabajado, especialmente con respecto a la chola paceña y también -aunque de manera muy incipiente- con respecto a los usos sociales que los y las jóvenes hacen de la ropa y en menor medida del peinado. Lo que sigue a continuación es un contraste y síntesis de los trabajos más relevantes para esta investigación, y además se hacen algunas observaciones pertinentes para el caso.

Rossana Barragán (1992) presenta un trabajo histórico que es precursor del tipo de temas parecidos al de la presente investigación. Este trabajo se interesa por el surgimiento de lo que ella llama el grupo mestizo-criollo en la ciudad de La Paz, el cual, según va argumentando, anula la dualidad de indios y españoles criollos. Para la autora la validez del tema del mestizaje radica en primer lugar en la importancia numérica, económica y cultural de un sector de nuestra sociedad denominado “cholo”, y también en el hecho de que La Paz es la única ciudad-capital de los países andinos en que hay un grupo intermediario que tiene una identidad implícita que, según parece para la autora, es patrimonio de las mujeres. Lo que dice Barragán es que no le interesan los mestizos en general, sino los llamados “cholos” (y cholos).

Dice que las mujeres que usan pollera conservan una vestimenta que las diferencia de inmediato tanto de las mujeres criollas como de las campesinas indígenas del área rural. “De alguna manera constituye una elección conciente en la medida en que con la pollera, básicamente, se está marcando la diferencia, la auto-identificación y también, de hecho, la exo-identificación.” (Barragán 1992: 90, n. 11). La autora analiza cómo la pollera, desde hace siglos, era una forma en que se expresaba la movilidad social que pasaba a través del grupo de los mestizos-cholos, como un elemento de la identidad andina diferenciada del mundo criollo.

Con respecto a las polleras, eran usadas por sectores altos y medios de la sociedad, y, dice la autora, fueron reemplazadas poco a poco por sayas y faldellines. Las mantillas, y posteriormente los rebozos, fueron suplantando a las lliqllas⁹. Sin embargo en las capas menos ricas de la sociedad la pollera continuaba usándose. A fines del siglo XVIII la moda en las clases altas se fue

⁹ Todas estas prendas no son descritas aquí por cuestiones de espacio, pero se puede encontrar una descripción en el glosario del documento citado.

modificando, la pollera fue desapareciendo, y se quedaron usándola solamente mujeres de clases “bajas” pero no “indias”¹⁰.

Lisset Canavesi (1987) escribe un libro que se llama *El traje de la chola paceña* en el que de alguna manera confirma lo planteado por Barragán. La autora estudia la morfología del traje, su explicación como hecho histórico, así como los motivos por los que subsiste en la actualidad como forma residual de la evolución y aparición operada desde el coloniaje hasta nuestros días. (Canavesi 1987: 10). El libro tiene unas cuantas imágenes de la vestimenta de la chola desde el siglo XVIII hasta la época actual. Para la autora “cabe destacar los cambios sufridos en el vestir de la CHOLA PACEÑA, que tiene relación directa con los observados en las mujeres que visten a la europea.” (Ibíd.: 87). También describe de manera muy general a la vestimenta que según dice corresponde a la birlocha paceña, que tiene una vestimenta mezclada (con la de la mujer que viste a la europea) que no fue ni es propia de la chola.

La vestimenta de la chola paceña se ha ido diferenciando históricamente de la vestimenta de las mujeres de los sectores altos y medios de la sociedad, y ha llegado a constituirse en un complejo “universo”, ya que hay divisiones socioeconómicas entre las mismas cholos que llegan a ser expresadas, además de haber una gran diversidad de trajes de chola que pueden variar según calidad, tipos de tela, moda, etc. Esto lo explica Paula Estenssoro (2003). Dice que entre las cholos hay una serie de jerarquías marcadas por códigos simbólicos que promueven finas distinciones, de tal manera que configuran una estética propia que marca sus cuerpos, y cuya muestra es la diferencia en la vestimenta. Para ilustrar esto dice la autora que hay una chola urbana y madura con una vestimenta fina y distinguida asociada a acontecimientos extraordinarios como reuniones especiales o fiestas. La vestimenta cambia para el trabajo diario, ya que suele ser sencilla y estar cubierta por mandiles de acuerdo a los oficios y trajines cotidianos.

En una parte de su trabajo titulado *Recoveras de Los Andes*, Elizabeth Peredo hace una referencia específica a las cholos del mercado y su traje. La pollera, dice Peredo, es una prenda de status (que otorga jerarquía frente a campesinas migrantes -confirmando lo que decía Barragán, que las que se quedaron usando la pollera eran mujeres de clases bajas pero no “indias”) pero también, al mismo tiempo, una prenda de marginamiento u obstáculo “cuando se sale del medio del campo y el mercado para introducirse en el laberinto de las oficinas, los trámites y las calles” (Ibíd.: 123). Sin embargo dice también que las cholos evitan el uso del vestido ya que

Ubicada en la bisagra de la sociedad, la chola del mercado tiene un status que preservar frente a las campesinas. Sucumbir al vestido es sucumbir a la diferenciación con muchas migrantes del campo, es renunciar a un status frente a quienes consideran menos sin tener garantizada una ubicación en el mundo de las que consideran más. (Ibíd.: 124).

¹⁰ Hubiese sido más adecuado decir que las mujeres que se quedaron usando las polleras pertenecían a las clases bajas pero tampoco llegaban a ser campesinas, que en muchas sociedades son precisamente las de clase más baja.

Esto último tiene relación con lo que Spedding (1998) menciona respecto al uso del traje en los Andes. Dice que la etnicidad es señalada con mayor claridad en las mujeres a través del traje, ya que es de suponer que toda indígena y la mayoría de las mestizas llevan pollera. En Suri, el lugar donde hace su estudio, sospecha que el uso de vestido era reciente (de las últimas dos décadas hasta esos años, aproximadamente), y las mujeres mayores seguían usando la pollera, sino eran definitivamente de la clase expatronal.

Menciona también Spedding que hay una ‘feminización’ simbólica de lo indígena, y se demuestra en otros aspectos de la cultura boliviana ya que por ejemplo el traje se feminiza cuando asciende de clase. “Así la trenza única era el peinado varonil indígena y sigue siéndolo en Tarabuco, pero es el peinado femenino típico de las birlochas, es decir de las mujeres en transición de la pollera al vestido...” (Spedding 1998: 142). Lo mismo ocurre con un poncho tejido a mano, que es una prenda varonil en el Altiplano rural, pero que en la ciudad es usada por mujeres de clase media.

Con respecto a la relación entre mujer y clase social son pocos los trabajos. Se ha hecho la memoria de un taller titulado *Reflexiones en torno a “Mujeres de Clase Media”*, el año 1995 en La Paz, en el que hay dos trabajos que tocan el tema.

Uno de esos trabajos es de Alison Spedding, un ensayo titulado *Mujeres de la Clase Media en Bolivia*. La autora comienza haciendo una reflexión y crítica acerca cómo comúnmente la sociología liberal daba definiciones de clase social que sólo tomaban en cuenta los empleos formales, y dejaban del lado el aspecto del género. Las mujeres no tenían clase social, ya que siendo solteras se les asignaba la clase social del padre, y siendo casadas la del marido. A pesar de los problemas teóricos que Spedding reconoce con respecto a la clase social, no los trata a lo largo del trabajo. Lo que hace es mencionar y describir algunos usos de los términos referente a la clase media en contextos cotidianos y no-académicos; consideraciones basadas mayormente en su experiencia personal.

La autora hace una comparación entre la mujer de pollera y la mujer burguesa. De la primera dice que su ropa es simplemente de mujer, y si expresa algo de ella no es su sexualidad, sino su poderío económico. En cambio, dice Spedding, a la mujer burguesa le enseñan a ser “mujer objeto” desde temprana edad; le enseñan a pintarse, peinarse, mantener el cutis usando cremas, usar ruleros, ponerse en dieta, hacer ejercicios para mejorar la silueta, estar a la moda en cuanto a ropa (de tal manera que ensalce los buenos puntos de su cuerpo y encubra sus defectos) y a usar tacos. A las hijas también se las cría para que se hagan objetos de atracción sexual (a pesar -dice Spedding- que no se les da la información franca sobre el sexo y se espera que sean “puras”).

Lucía Sauma (1995), en su trabajo *Violencia y mujer de clase media*, tiene algunos aportes que se pueden tomar en cuenta para el tema de estudio. Lo que

la autora hizo fue recoger testimonios de vida de mujeres de clase media, entre 16 y 70 años de la ciudad de La Paz, para una investigación. Los grupos de mujeres que entrevistó fueron de abuelas, madres e hijas, cuyas ocupaciones variaban entre amas de casa, profesionales asalariadas, dependientes, empleadas públicas, empleadas por cuenta propia y estudiantes.

Dice la autora que “La mujer de clase media se desenvuelve dentro de un mundo de apariencias en el que tiene que luchar por disimular lo que es y aparentar lo que no puede.” (Sauma 1995: 83). Una de las mayores preocupaciones de la mujer de clase media es la apariencia, y busca lucir bien aunque sus ocupaciones tanto domésticas como laborales no requieren tanto costo y lujo. La autora también menciona que la mujer de clase media compra lo que no puede pagar y asiste a lugares poco permitidos económicamente.

El trabajo de Sauma se refiere también a otros aspectos como al de la doble moral. Sin embargo, respecto a lo que llama “cultura de las apariencias”, se puede decir que el trabajo concluye en que la mujer de clase media aparenta lo que no tiene y lo que no es, ya que trata de hacer creer que pertenece a una posición superior que aquella que cotidianamente vive.

Uno de los trabajos que más se acerca al de la presente tesis es el de Erick Jurado. El autor realizó una tesis de licenciatura, principalmente de carácter cuantitativo, titulada *Prácticas de distinción entre jóvenes en una secundaria privada de la ciudad de La Paz*, en la que explora lo que él dice son tres ámbitos de distinción: el consumo cultural, los usos y costumbres y la conducta grupal de los jóvenes. Se basa en la hipótesis de que hay prácticas distinguidas que cotidianamente reproducen diferencias sociales y hacen al desclasamiento y enclasmamiento de los jóvenes del colegio y sus familias. (Jurado 2000: x).

Según el autor de esta tesis hay lo que él llama una “discriminación de buen gusto” que es la forma como los jóvenes clasifican a sus pares como “chicos y chicas con los cuales se puede hacer grupo”. Considera la generación de prácticas que se manifiestan en lo que él dice es el uso subjetivo de prendas de vestir, el uso apropiado de modas de vestir y del arreglo del cuerpo: las chicas de esa secundaria trataban de parecerse ente ellas en el uso de jeans, blusa, y también tipos de manga y botapié que se consideraban distinguidos. También dice que “el tipo de corte de pelo que es de un tipo generalizado por el estilo del corte que los iguala y a la vez los diferencia, porque hay ciertos signos entre los jóvenes de estudio, que dan un efecto de distinción al cual se suman...” (Ibíd.: 10). Sin embargo, después de la referencia a la prendas de vestir de las chicas no hace ningún tipo de descripción de la ropa de chicos ni de los estilos de los cortes de cabello.

Lo que hace en su encuesta a las alumnas y alumnos es dividir en lo que dice son los tipos de ropa, para encontrar por cual tienen mayor preferencia. Entre los estilos de ropa están la reservada, la conservadora, la escandalosa, la innovadora, de colores claros y de colores oscuros. Sin embargo no describe lo

que él o los alumnos consideran conservador, escandaloso, etc. Con respecto al peinado pasa algo parecido: lo que pregunta en su encuesta es quién define el peinado que usan, y el resultado es que tanto hombres como mujeres dicen en su mayoría que son ellas/os mismas/os quienes lo eligen. También dice que el lugar donde se utilice determinado arreglo del peinado depende del sexo: las chicas arreglan más su peinado para fiestas y compromisos sociales, mientras que los hombres lo arreglan más solamente para compromisos sociales (habiendo entre otras opciones de la encuesta el colegio, diariamente y discotecas). Lo que no explica es cual es la diferencia entre una fiesta y un compromiso social, simplemente las menciona y no dice en qué consisten en tanto que ocasiones o encuentros sociales.

La conclusión más relevante a la que llega de acuerdo a esto es que

los usos más comunes como la forma de vestirse y de arreglar el cuerpo son las formas más significativas para la distinción, en el caso de las mujeres estudiantes más que en el de los hombres, cuyas formas de distinguirse son los consumos culturales referidos a los gustos musicales fundamentalmente, como por ejemplo el descubrimiento de cultos musicales sectarios como el TRASH, el RAP, etc. que trae consigo un estilo distinto y diferente al común de los demás estudiantes. (Ibíd.: 139).

Si bien la investigación de Jurado no explora en las cualidades de los estilos de vestido y los arreglos del cuerpo de las mujeres estudiantes del colegio en el que hizo el trabajo de campo, y tampoco presenta descripciones que puedan servir de referencia cualitativa, la conclusión a la que llega da una pista útil para el desarrollo explicativo de lo que la presente investigación trata, ya que da cuenta - aunque sea de manera mínima- que las formas más importantes de distinguirse de las mujeres, por más que solamente se trate de estudiantes, se da mediante arreglos personales a partir de los cuales se conforma lo que aquí se llama *fachada personal*.

La tesis presentada por María Palacios (2002) es sin duda el trabajo que se relaciona de manera más directa con el tema del que se trata en la presente investigación. Titulada *Comportamientos femeninos en la clase media*, esta tesis intenta dar cuenta de diferentes tipos de dominación que se ejercen sobre la mujer que pertenecería a la clase media de Bolivia. Según las cavilaciones de la autora, las mujeres acerca de las que hace su investigación son discriminadas por su condición étnica, de clase y de género, lo cual -de alguna manera- generaría en ellas comportamientos propios de quien se considera a sí misma dominada. La autora dice que lo que analiza son prácticas de belleza de las mujeres de clase media, consideradas como atributos netamente femeninos que se utilizan como estrategias simbólicas para apropiarse de los estilos de vida de la clase dominante. Para esto se basa en la revisión de artículos de prensa femenina, revisión de programas difundidos en la televisión, encuestas, entrevistas, y lo que llama observaciones etnográficas en las jornadas laborales de la Cámara de Diputados.

Palacios trata de utilizar la teoría de Bourdieu para explicar sus hallazgos empíricos, y menciona los capitales a los que hace referencia el autor cuando él explica cómo se estructuran las clases sociales en el espacio social. La autora hace una particular referencia al capital simbólico:

Una de las dimensiones del capital simbólico en sociedades diferenciadas como la nuestra es la identidad étnica. En nuestro medio el sentido de pertenencia a una u otra clase social se han [sic] construido sobre la base de discriminaciones étnicas. Poseer el color de la piel, o la conformación física del cuerpo o un nombre que es percibido y valorado por los demás como signos atribuidos a signos reconocidos como superiores o inferiores, funciona como capital simbólico positivo o negativo. (Palacios 2002: 21).

Para la autora hay un campo simbólico en el cual hay un capital susceptible de ser monopolizado que ella llama “capital corporal”, que es “la belleza corporal femenina” que se expresaría en “la figura, la elegancia, el gusto, la sensualidad, los rasgos étnicos, los modales, la postura y compostura.” (Ibíd.: 42).

La ocupación de las posiciones medias en el espacio social, dice Palacios, deriva en “prácticas competitivas que suelen entablar las féminas: la renovación constante y continuada de su vestuario y de su luck [sic] o la mejora de su apariencia, como estrategias para no rezagarse y perder sus propiedades (el marido), es un ejemplo.” (Ibíd.: 30). El problema es que no presenta información empírica que evidencie esas estrategias, ni de la supuesta renovación constante y continuada de su vestuario.

Más adelante Palacios presenta unos cuadros en los que se muestran los resultados de sus encuestas. Ahí es posible ver los cargos de quienes forman su objeto de estudio, que son los siguientes (de menor a mayor jerarquía): ujier/auxiliar; asistente, encargada, secretaria; secretaria ejecutiva, secretaria general, técnico; correctora, organizador, responsable; coordinadora, jefe de sección; jefe de unidad. De alguna manera Palacios da por sentado que quienes trabajaban en la Cámara de Diputados de esa época pertenecían a la clase media boliviana.

Hay que mencionar también que el concepto de clase de Palacios “... se ha construido sobre la base de las discriminaciones étnicas...”. Además las personas -dice la autora- han aprendido en la práctica que el principio para designar la pertenencia de clase de alguien está dado por sus rasgos físicos, ya que su sentido común reconoce y define las características étnico-culturales de las personas o las cosas. (Ibíd.: 100). Esta sencilla afirmación es el eje fundamental de la tesis de Palacios y de los autores como Flores, García o Patzi, que afirman que la raza es el factor principal para la estructuración de las clases sociales en Bolivia. Lo que ningún autor/a ha presentado hasta ahora, es algún tipo de respaldo empírico que sostenga y explicita cómo se da ese reconocimiento de las características étnico-culturales de las personas. Es una idea lanzada al aire y comúnmente aceptada. Es, posiblemente, algo central en la sociología boliviana que se acepta sin decir, lo que Bourdieu llamaría *inconciente académico* (Bourdieu 2004: 8), un conjunto de estructuras cognitivas que pueden ser atribuidas a

experiencias educativas, común a los miembros de una misma disciplina en un determinado momento que -para la sociedad boliviana-, parecen no restringirse solo al ámbito de la disciplina.

También dice Palacios que al subir en la jerarquía social de la clase media se compran más perfumes, cremas, maquillaje, esmalte, otros cosméticos y vestuario (como conjuntos de 2 o 3 piezas, trajes sastres, zapatos y carteras). Dice que las fracciones de más abajo consumen menos y de menor calidad, solo compran lápiz labial, lápiz de cejas, shampoos, faldas, blusas, y especialmente pantalones. La jerarquía sería “directamente proporcional” al grado de consumo.

Dice la autora que se ha registrado -no indica dónde específicamente- que las clases populares hacen del vestido un “uso funcional” y que no se preocupan por la apariencia del vestido. La bata o el mandil es una especie de uniforme entre las mujeres de familias que pertenecen a esta clase, menos en las más jóvenes, y que lo utilizan dentro y fuera de casa, dejándolo en las fiestas familiares o de la comunidad. Por otra parte Palacios dice que las clases altas siempre están bien arregladas, y que las clases medias distinguen ya la forma de presentarse dentro y fuera de casa (Ibíd.: 84). No da detalles ni hace ninguna descripción al respecto.

Palacios menciona que las prácticas de belleza de las mujeres de clase media, como el tinte del cabello o el uso del make up de color más claro que el de la piel, es una apropiación de signos étnicos (occidentales) que permiten un reconocimiento social, una estrategia simbólica que las aleja de propiedades devaluadas que puedan derivar en desventajas sociales (Ibíd.: 106). Sin embargo aquello que menciona Palacios que más llama la atención para la presente tesis es que “... la ‘Belleza’ corporal no solo agrega valor a los atributos de la misma mujer portadora de tal propiedad, sino también a otra persona o institución que usa a la mujer para incrementar valor o prestigio.” (Ibíd.: 137).

También se ha tocado el tema de la presentación de la imagen personal desde el punto de vista de género. La tesis relevante al respecto es la de Flores (2004), titulada *Travestismo y género: prestigio desacreditable del transformismo en el ambiente gay de La Paz*, en la que básicamente se indagó cómo viven lo masculino y lo femenino algunos gays que se transforman.

Flores explica que el travestismo es una práctica transgénica en la que la presentación personal de alguien de un sexo determinado, en ciertas ocasiones específicas, no corresponde con la imagen que comúnmente se presenta ese sexo¹¹. Los travestismos ocasionales son de transformistas, drag queens, reinas bufas o actores de teatro. También hay travestismos cotidianos de travestis y

¹¹ Según explica el autor hay tres niveles de transformismo (el cambio de género incluiría los tres): En un primer nivel hay un cambio de indumento y apariencia, que es el del travestismo, en un segundo nivel ya hay comportamientos sociales de cuerpo que se expresan en, por ejemplo, la delicadeza, y en el tercer nivel ya ha ocurrido un cambio de género e incluso de posición social.

transexuales¹², que rechazan ropas masculinas o unisex, y se hacen modificaciones corporales como la depilación. Sin embargo, también agrega que “Mientras el gay es más público más abajo está en el espacio social. Mientras más encubierto más arriba” (Flores 2004: 46). Así, los transformistas-travestis y los travestis o gays públicos son de clases populares, los transformistas son de clases medias, y los totalmente encubiertos de la clase dominante. Hay, dice el autor, una relación inversa entre clase y género, la cual indica privilegios con la masculinidad y descenso social con la feminidad. Hay un tipo de gay público, muy cercano al travesti, en ocupaciones de peluquería, diseño, maestro de baile o guía turístico, en las que su orientación sexual no es limitante. Los gays encubiertos tendrían ocupaciones como la de abogado, arquitecto, médico, administrador, ingeniero. Los travestis cotidianos se caracterizan por no tener estudios ni perspectivas de movilidad social, y trabajan vendiendo silpanchos o tucumanas.

También al transformarse se expresa el género a través de la ropa, por lo que el transformista se arregla cotidianamente como los varones de su misma posición social: usa ropas que convencionalmente, dice Flores, utilizan los jóvenes de la clase media urbana pacaña, como jeans clásicos, chompas, chamarras, poleras, camisas, que son prendas unisex, pero las menos comunes entre las mujeres de vestido de la ciudad, quienes al usarlas lo hacen de distinta manera, ya que por ejemplo suelen usar los jeans considerablemente ceñidos (Ibíd.: 50).

Uno de los puntos más importantes que se saca de la tesis de Flores para la presente investigación, es que las características de la fachada personal de cualquier persona pueden variar drásticamente de acuerdo a las ocasiones sociales, y es la definición de la situación previa a los encuentros la que define la forma en que se va a conformar la fachada personal. A la vez, la variación en la fachada puede estar ligada con la posición de clase en el espacio social.

La imagen corporal también ha sido un tema tratado en investigaciones recientes, o relativamente recientes, pero específicamente acerca de jóvenes.

El año 2003 se lanzó con mucha publicidad una investigación que se titula *Jailones*, palabra que supuestamente designa a los jóvenes que forman parte de lo que suele llamarse *élite* de la sociedad pacaña¹³. El estudio trata acerca de

¹² Esto se ilustra citando al propio Flores: “No hay transformistas en rulos y delantal, sí hay travestis o transexuales con rulos y delantal.” (Flores 2004: 12).

¹³ El término “jailón” no deja de ser ambiguo y los mismos investigadores terminan enredándose: dicen que esta palabra designa a quien tiene mucho dinero, a quien no tiene mucho dinero pero sí lo aparenta, a quien ostenta el dinero que tiene, a quien discrimina a otras personas por cuestiones económicas o raciales, a quien frecuenta espacios exclusivos, o todas las anteriores juntas o combinadas de alguna forma unas con otras. Sin embargo dicen también: “podemos concluir que el término jailón no designa a un grupo humano claramente determinado” (López et. al.: 14). Lo cierto es que al final de cuentas no se define muy claramente como denominar a quienes son objeto de esta investigación, ni por qué la investigación lleva el título que lleva ya que ellos mismos dicen que *jailones* no designa a un grupo claramente determinado. Al mismo tiempo que “jóvenes” es una categoría que no es definida en términos cuantitativos, ya que no se menciona un intervalo de edad, y tampoco se justifica sociológicamente por qué se la escoge.

diferentes consumos y apreciaciones de estudiantes que pertenecen a los colegios estereotipados como aquellos a los que acuden familias de clase más alta, para establecer así lo que llaman “identidad del grupo juvenil” analizando “las estructuras simbólicas (modelos, mitos, creencias y valores) del mismo.” (López et. al.: 13).

Dicen los autores que en el grupo jailón la presencia física se constituye como una forma adicional de capital simbólico, que tiene cuatro dimensiones: 1) el color de la piel debe ser blanca y de preferencia con los cabellos de un color que se aproxime a los tonos rubios; 2) la ropa debe ser exclusiva, mejor si cara y de marca; 3) la manera de “manejar” el cuerpo con movimientos y posturas que expresen refinamiento y; 4) la contextura (del cuerpo) debe corresponder a los ideales de belleza occidentales.

Al mismo tiempo los autores consideran que la vestimenta es el medio de expresión del capital económico, aunque éste no sea el determinante único de los “mensajes apropiados” que emiten los jailones: “Para emitir los mensajes apropiados no sólo se requiere poseer los recursos económicos suficientes, también hace falta tener incorporada la competencia cultural adecuada que permita usos y despliegues legítimos.”, de tal manera que la ropa quede y convine en lo que a colores y diseños se refiere (Ibíd.: 58). Los jóvenes estudiados seleccionan su ropa de acuerdo al material y la confección asociados a la marca, y el referente que tienen de lo que es o está de moda es aquello que estaría de moda en lugares fuera de las fronteras bolivianas, como en Estados Unidos, Europa y Chile.

Barrientos, Benavides y Serrano (2006) han hecho un estudio acerca de la apropiación de determinados lugares de la ciudad de La Paz por parte de jóvenes durante las noches, quienes supuestamente crean así un tipo de identidad¹⁴. Los autores hacen referencia a la *socioestética*, concepto que se refiere básicamente a la manera de vestir de las personas. En varios de los jóvenes que se apropian de ciertas plazas, etc. durante la noche, esta socioestética estaría marcada por el rechazo hacia lo elegante, basada quizás -dicen los autores- en sus reivindicaciones políticas. Sin embargo, dentro de esa identidad juvenil habrían quienes son capaces de reconocer las tendencias elegantes (que, de alguna manera que no se menciona, estarían impulsadas por la industria), y en algunos casos el atuendo perdería simbología (lo cual para el lector resulta algo difícil de comprender. Ver página 37).

¹⁴ Aquí sí hacen referencia a lo que “significa” ser joven, aunque no dan una justificación precisa de por qué escogen esta categoría. Dicen los autores que la juventud es una edad (no hacen una referencia específica ni aproximativa a qué edad) en la que hay transformaciones psicológicas y biológicas que se enmarcan en una esfera social que les da significado. Sin embargo, la edad no sería el único parámetro de identificación de la juventud, ya que hay pautas culturales y normativas sociales a partir de las cuales se les atribuye comportamientos, actitudes y roles, que la sociedad espera que los efectúen. A pesar de lo dicho por los autores, parece ser que es solamente la edad la matriz de todo lo que dicen acerca de ese grupo social.

Sugieren los autores que dentro de estos jóvenes habría también diferencias socioeconómicas (de las que no dan ningún dato en específico), las cuales se encuentran muy ligadas a la socioestética. Por otra parte consideran que el cuerpo estético -en el sentido de bello, según dicen- es un “capital cultural cada vez más asociado con una identidad de altos recursos económicos” (Barrientos et. al.: 65). Sin embargo no argumentan mucho más al respecto, y las descripciones de determinadas socioestéticas en sus notas de campo son pocas, bastante generales y poco ilustrativas.

4. Preguntas de investigación

En la ciudad de La Paz hay una gran variedad de fachadas que presentan las mujeres de vestido. En tanto que lo que se quería investigar era una relación entre posiciones de clase estructuradas y fachadas personales, se ha planteado la siguiente pregunta, que es la principal en esta tesis:

- ¿Qué partes de la fachada personal de las mujeres de vestido son las más definitivas de su pertenencia de clase?

Al responder a esta pregunta se llegará al nudo central de la investigación: los arreglos personales, entendidos como prácticas sociales, dan como resultado diferentes tipos de fachada, las cuales pueden hacer evidente la relación entre los condicionamientos para su realización, y su realización efectiva como parte del estilo de vida.

Las características de las fachadas personales y su relación con las posiciones de clase¹⁵ supone que haya una conexión. Esta conexión está dada por el uso de determinados elementos que se debe tener para conformar una fachada. Esos elementos son productos de diferente tipo que pueden ser encontrados en el mercado: los más comunes son la ropa y los cosméticos, que al ser consumidos conforman gran parte de la fachada personal (que muchas veces también incluye accesorios y adornos).

Por tanto para la presente tesis se toman en cuenta el consumo y el gasto. Sin embargo, estudiar el consumo y el gasto en ropa y cosméticos hubiese implicado una extensión demasiado amplia en la investigación, por lo que se escogió solamente el rubro de los cosméticos, ya que éstos se encuentran en el mercado en un número relativamente manejable de marcas y precios, mientras que las marcas de ropa que se pueden encontrar en el mercado son de un número notoriamente mucho más elevado¹⁶.

¹⁵ Dicho de una manera tradicional, esta relación se da entre una variable independiente (las posiciones de clase) y una variable dependiente (las conformaciones de las fachadas personales).

¹⁶ Por otra parte, la autenticidad de las marcas de las prendas de vestir es algo muy difícil de saber, ya que extraoficialmente se conoce que hay ropa que se produce en Perú, por dar un ejemplo, que en la ciudad de La Paz es puesta a la venta como si se tratara de productos originales propios de la industria de los países que genuinamente los producen.

Entonces, la pregunta que se plantea al respecto es la siguiente:

- ¿Cómo varía el consumo de cosméticos según las posiciones de clase de las agentes sociales?

Para poder establecer estas correlaciones es preciso inferir a partir de la información proporcionada por las agentes sociales en las encuestas y a partir del conocimiento práctico de quien investiga, cuáles son las características de las condiciones sociales de existencia de quienes ocupan diferentes posiciones de clase en el espacio social, de acuerdo a la composición de las diferentes especies de capital en cuanto a su volumen y estructura, que derivan en la conformación de un capital global. Se planteó entonces a la siguiente pregunta:

- ¿Cuáles son los factores operacionales a partir de los cuales se puede definir las clases sociales a las que pertenecen las mujeres de la ciudad de La Paz, sin tomar en cuenta su consumo de cosméticos ni su fachada?

También se trata el tema de género. Si bien las fachadas que presentan las mujeres en la ciudad de La Paz se diferencian de las de los hombres, no se ha buscado indagar en detalle sobre estas diferenciaciones, sino acerca de la distinción entre solamente mujeres, que son además las que más consumen cosméticos. El mayor consumo de cosméticos por parte de mujeres es algo evidente en la sociedad paceña, y está relacionado con la forma en que esos productos se presentan en el mercado: hay una marcada connotación de género de parte de los productores de cosméticos, que sugieren un consumo diferenciado por género de esos productos.

Entonces, antes de pasar al análisis de las fachadas personales y su relación con las clases sociales y el consumo, es preciso dar cuenta de las diferenciaciones de género, de acuerdo a los cosméticos que se puede encontrar en el mercado. Para ello se responderá a la siguiente pregunta:

- ¿Cómo los productores de cosméticos hacen manifiestas las diferencias de género?

La respuesta a cada una de estas preguntas, relacionadas lógicamente entre sí, contribuirá a una explicación científica del tema planteado.

5. Estrategia metodológica

La presente investigación es de tipo cualitativo ya que el tópico para este estudio presenta características susceptibles de una búsqueda de regularidades formales, como por ejemplo las características en los estilos de peinado y maquillaje, y no tanto así regularidades estadísticas, o sea datos que demuestren en números

absolutos o porcentajes que uno u otro grupo social lleva en general cierto peinado -tal como lo hizo Jurado (2000)-, cierto tipo de maquillaje o algún otro. Sin embargo sí ha sido necesaria una parte numérica para establecer los gastos de representación que hacen las consumidoras con respecto a los cosméticos.

Ya que son pocos los estudios que tocan el tema y que sirvan de base para enfocarse en un solo aspecto, se tuvo cierta amplitud para abordar el tema y construir el objeto de estudio. De acuerdo al texto de metodología de Alison Spedding (2006), los tipos de investigación se clasifican con referencia a las metodologías y la hipótesis: la exploratoria, cualitativa por necesidad ya que no se sabe nada de ese grupo social o del tema; la descriptiva, que mayormente es cualitativa porque se sabe algo sobre el tema, pero no hay investigaciones precisas sobre el ramo de actividad, el grupo social, etc. y pueden incluir algunos datos cuantitativos; y la analítica, hay bastante información empírica como teórica, y se busca comprobar una relación causal o argumento teórico específico, y la hipótesis debe guiar la investigación y está sujeta a comprobación empírica. Según esta clasificación, la investigación que se ha realizado en este caso es de tipo **exploratorio**, ya que lo que se ha encontrado acerca de la distinción social entre mujeres a través de ciertos consumos y la vestimenta es insuficiente como para hacer una investigación de tipo descriptiva, y menos aun analítica (lo cual se puede corroborar en la parte del balance del estado de la cuestión).

5.1. Técnicas de investigación

Dadas las características del objeto de estudio y el tipo de investigación, las técnicas de investigación utilizadas han sido:

a) La observación, en diferentes formas: lo que Peretz llama *observación directa*, la cual consiste en “ser testigo de los comportamientos sociales de individuos o grupos en los propios lugares de sus actividades o residencias, sin modificar su marcha ordinaria” (Peretz 2000: 20); *la observación sistemática y estructurada*, siguiendo las tres etapas que son la definición del problema a investigar, la definición del universo a observar, y el desarrollo de una guía de observación (Barragán 2001: 128-9); y también en muchos casos una observación que se puede llamar *ordinaria*, que se ha ido realizando cotidianamente en el período de estudio mientras el investigador realizaba sus actividades personales.

Lo que se ha observado con respecto a cada informante ha sido lo siguiente:

- Cabello:
 - Color.
 - Tipo (si es lacio, ondulado o crespo, si se hace base, volumen).
 - Largo.
 - Tipo de corte.

- Como está peinado (hacia que lado está, si está peinado a partir de una raya, si se lo sujeta con algo, si está ordenado y la disposición de las puntas).

- **Cosméticos:**

- Sombras: 1) color, 2) hasta donde están puestas en relación con el párpado.

- Delineado: 1) color, 2) si está pintado por dentro y/o por fuera, si por arriba y/o por abajo; 3) el ancho de las líneas.

- Pestañas: si están o no revueltas, con o sin rimel, color del rimel

- La cara propiamente: 1) si lleva base y/o polvo; 2) color de piel y si tiene algún tipo de brillo.

- Los labios: 1) si están o no pintados y de qué color; 2) si están delineados

- Aretes: 1) Si son pegados a la oreja o si son sueltos; 2) Tamaño; 3) Forma; 4) Material aproximado; 5) Color.

- **Cuello:**

- Collares: 1 Color; 2) Forma 3) Tipo (si es una joya, una artesanía, puede incluir el tipo de material; 4) cuan ajustados son a la garganta o cuan sueltos son, de tal manera que les llega hasta cierta parte del pecho.

- Chalinas o pañoletas: largo, tipo de nudo y color.

- **Cuerpo:**

- Blusa, polera, solera, musculosa, o prenda que se usa sobre la piel (sin contar la ropa interior): 1) tipo de cuello; 2) tamaño de mangas (si es que hay y si se llegan a ver); 3) hasta donde llega la prenda; 4) material aproximado; 5) color, tipos de divisiones o adornos.

- Saco, chompa, chamarra, parka, abrigo, mandil o chaleco: 1) tipo (si es parte de un juego o conjunto o no); 2) Como le queda y largo en relación a la cintura; 3) solapas (si las tiene), si son anchas o delgadas, largas o cortas en relación a la propia prenda; 4) mangas, si son ceñidas o no, su largo; 5) color.

- **Piernas:**

- Pantalón o jean: 1) si es apreto en relación a la cadera, y los muslos; 2) el ancho del botapié, y si está doblado de alguna manera o no en los bordes inferiores; 3) si tiene algún tipo de pliegue o línea en la pierna; 4) color, si tiene algún tipo de adorno como brillos, parches, u otros, o también bolsillos extras además de los comúnmente llevados; 6) Material aproximado (o por lo menos si es delgado o grueso).

- Falda: 1) largo (si le llega abajo o arriba de la rodilla por ejemplo); 2) el corte, o sea si es abierta, cerrada, ajustada, suelta, etc.; 3) color, adornos.

- Pies:

- Zapatos, botas o sandalias: 1) color; 2) si son abiertos o cerrados; 3) material (cuero, goma, gamuza, etc.); 4) forma (especialmente de la punta) y tipo de seguro; 5) suela, si es ancha o delgada, si usa taco, y si éste es alto o bajo, grueso o delgado; 6) si lleva medias panti (pantaletas) y de qué color son.

- Manos:

- Uñas: 1) si están pintadas o no, de qué color y si tienen algún tipo de diseño en el caso de sí estén pintadas; 2) largo; 3) si están cuidadas (especialmente en cuanto a la limpieza).

- Adornos: 1) si tiene anillos: color, volumen y forma de los anillos en caso de que los tenga; 2) manillas o pulseras: colores, volúmenes, formas y materiales aproximados en caso de que tenga.

También se registraba a partir de la observación algunas de las características propiamente físicas de las agentes sociales: 1) Color de piel aproximado; 2) altura (de acuerdo a la percepción del investigador); 3) textura: flaca, gorda o esbelta.

Además se ha observado lo que Goffman llama medio, como parte de lo que en general es la *fachada*, que incluye “el mobiliario, el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario y utilería para el flujo de acción humana que se desarrolla ante, dentro o sobre él”. (Goffman 2001: 34).

Esta técnica fue aplicada no solamente a las 133 mujeres de vestido que conformaron el grupo de informantes encuestadas, sino también se observó y se registró las características de la fachada personal de muchas otras durante las actividades cotidianas del investigador.

b) Entrevistas a informantes claves (fuera del grupo de informantes encuestadas), que para el caso fueron estilistas y peinadoras por una parte, y por otra promotoras de productos de maquillaje de diferentes empresas. También se entrevistaron a una gerente y una directora de una empresa vendedora de cosméticos, y por otra parte a una sastre y a una diseñadora de modas. Con algunas/os estilistas y peinadoras también se hicieron entrevistas informales mientras se consumía algún servicio.

c) Estudios de caso, ya que cada una de las mujeres que forma parte del objeto de estudio es una unidad de análisis y caso específico. Esto se debe a que cada una tiene una posición de clase específica, más allá de las posiciones de

clase similares que puedan haber entre miembros de la misma clase social. Por otra parte los tipos de consumo y gasto de cada una es distinto. (La accesibilidad con cada una ha sido diferente, lo cual implica que el grado de seguimiento que se ha hecho en cada caso ha sido distinto).

d) Encuestas para las consumidoras. En un principio no habían sido pensadas ni utilizadas, y se pensaba hacer entrevistas informales o semiestructuradas a las consumidoras, sin embargo tuvieron que ser incorporadas: se presentaba una gran ventaja al pasar de la entrevista a la encuesta, ya que éste es un instrumento de recolección de información más impersonal, y tal como se daba la investigación en concreto, un investigador social que se acerca a una señora que está trabajando, la encuesta llegó a ser una técnica más “neutra”, ya que las personas no suelen hablar de cosméticos con personas poco conocidas (tal vez menos aun mujeres con hombres), y más bien esta manera de proceder permitía tener un poco de distancia entre el investigador y las consumidoras, dejando así que respondan por sí mismas en un papel, en vez de tener que entablar una conversación mínimamente de 25 minutos con una persona poco conocida y en la mayoría de las ocasiones totalmente desconocida, en caso de que hubieran aceptado tener una conversación, lo cual no fue muy frecuente ya que las personas que trabajan andan bastante ocupadas.

La boleta de encuesta utilizada se encuentra en el Anexo 1. En la primera parte se hacían las preguntas pertinentes para establecer su posición de clase, mientras que en la segunda se presentaba un cuadro de cosméticos y servicios de peluquería para que ellas mismas lo llenen y presten así la información acerca de lo que consume para que el investigador pueda deducir los gastos de representación con respecto al rubro de cada una de de la clase.

Luego de hacer la encuesta piloto, sin embargo, habían dos preguntas de bastante interés para el tema que las encuestadas respondían de una manera demasiado escueta por escrito, por lo que se tuvo que complementar la encuesta con dos preguntas hechas personalmente, o sea mediante entrevista, que eran las siguientes: a) “¿Cuáles son sus actividades en su tiempo libre?”; y b) “¿Qué actividades tiene durante vacaciones?”. Peretz dice que “la encuesta puede implicar parcialmente la observación directa o limitarse a este método” (Peretz 2000: 26), y lo que se ha hecho en esta investigación ha sido combinar ambas técnicas para una obtención óptima de la información requerida.

Esta dificultad inicial se convirtió en una ventaja para el trabajo de campo, ya que muy rara vez las encuestadas no accedían a que se les pregunte, y el hecho de poder preguntarles cara a cara esas dos preguntas simples, permitía observar el maquillaje que llevaban puesto y el resto de su fachada con mucho detalle. Unas veces las conversaciones fueron distendidas y duraban varios minutos, pero otras duraban solamente un par de minutos ya que las personas eran interrumpidas durante su trabajo. Debido a esto no todas las observaciones fueron hechas y registradas con exactamente el mismo detalle, y algunas tuvieron que ser descartadas por no reunir la información mínima requerida.

La manera de acceder a las agentes sociales para observarlas y encuestarlas no ha sido la misma en todos los casos. La guía inicial para buscar los casos ha sido las ocupaciones que conforman el conjunto de agregados ocupacionales que presentaba el estudio de mercado. Lo que se quería era no solo tener varios casos correspondientes a cada agregado ocupacional, sino también tener diferentes casos correspondientes a una sola ocupación para así poder establecer si habían regularidades. Ya que no se trataba de una tesis cuantitativa que requería un número mínimo de encuestadas determinado por una muestra estadística, lo que se ha hecho ha sido reunir cierta cantidad de encuestadas por agregado ocupacional, de acuerdo a la lo tipos de ocupaciones que había dentro de cada uno, de tal manera que sea posible la comparabilidad de casos entre sí, y posteriormente entre los casos de los diferentes agregados ocupacionales.

Se ha comenzado a encuestar a aquellas que están en contacto con el público en general que, en virtud de su ocupación, pueden ser vistas realizando su trabajo sin necesidad de hacer una cita, como por ejemplo las recepcionistas, cajeras, farmaceutas, secretarias, meseras, aquellas que atienden en diferentes puestos de venta, etc. Se las ha ido clasificando según el esquema de agregados ocupacionales inicial, y se ha ido modificando ese esquema gracias a la información empírica, de tal manera que haya cierta flexibilidad y que ese esquema no sea un condicionante rígido en la búsqueda de casos.

Posteriormente se ha ido buscando a informantes de diferente jerarquía ocupacional, en algunos casos pertenecientes a una misma institución, que al contrario de los ejemplos antes mencionados no eran personas que estaban en contacto con un público en general, y se utilizaba la ayuda de personas conocidas por parte del investigador (algunas de ellas que llegaron a formar parte de las estudiadas) para poder acceder a aquellas no conocidas de diferentes ocupaciones. También se encuentran aquellas de ocupaciones con las cuales no se tenía contactos que permitan un acceso más directo, ni con las cuales se tenía un acceso directo -los dos casos anteriores- y con las que se seguía una vía de acercamiento diferente, en muchas ocasiones más formal, el tipo de acercamiento en el cual uno se presenta como estudiante de la UMSA que hace su tesis, pidiendo si tuvieran la gentileza de llenar una encuesta de sociología y consumo de cosméticos.

Por último hay que decir, que en algunas ocasiones la curiosidad propia del investigador ha influido para que algunas agentes sociales formen parte del objeto de estudio, es decir, ha habido casos en los que la presunción de que una señora vista en alguna parte correspondía a cierta clase social ha movido el interés por encuestarla y que así forme parte de la investigación.

5.2. La construcción de categorías: un proceso

Como parte de la estrategia metodológica está el proceso de construcción de categorías, tanto aquellas que se refieren a las clases sociales como las que posteriormente serán los diferentes tipos de fachada.

Se han identificado cuatro clases sociales jerarquizadas de manera similar a la que están jerarquizados los agregados ocupacionales. Sin embargo las clases sociales son construcciones mucho más complejas, y las posiciones de clase de cada una de las encuestadas está determinada por un conjunto de factores, cada uno de éstos valorado de acuerdo a una lógica y/o respaldo institucional que le otorga una coherencia. Sobre esto se trata extensamente en el Capítulo III, y se tiene la base en el Anexo 2.

Las diferentes tipologías de la fachada se han inferido de las observaciones y las descripciones de las fachadas personales, a partir de determinadas generalidades encontradas.

5.3. La objetivación participante

Bourdieu (2002/2004) en una de sus últimas conferencias definía la objetivación participante como “la *objetivación del sujeto de objetivación*, del sujeto que analiza”, en lo que él mismo decía era un “aparato” que le había ayudado enormemente en el curso de su experiencia como investigador. Yo había leído este artículo antes de hacer mi proyecto de investigación -de la presente investigación-, y si bien me parecía más la postura epistemológica de un autor muy reconocido que mira en retrospectiva y no tanto así un modesto “aparato”, todavía -y sobre todo por falta de experiencia en lo que a investigación sociológica se refiere- no comprendía muy bien qué es lo que había que hacer si es que uno quería adoptarla como método o técnica (tal como él mismo la llama antes de decirle “aparato”). Al final de cuentas, y en gran parte por esto de las exigencias institucionales, uno termina elaborando su proyecto y comienza a hacer su investigación con las herramientas que mejor ha aprendido a lo largo de los años de estudio previos a la elaboración de la tesis de licenciatura, y en mi caso no supe cómo podía emprender esto de objetivarme a mi mismo, en tanto que me tocaba a mi ser el sujeto de investigación. Solo tenía la promesa de hacer una relectura para comprender lo que un autor del que tanto se hablaba -y cuyas teorías, o por lo menos palabras que funcionaban como conceptos o categorías, eran usadas por varios docentes de la Carrera de Sociología- decía con respecto a lo que entonces era para mi algo así como un método, que al mismo tiempo me sonaba muy distinto de aquello que el mismo autor había postulado en *El Oficio del Sociólogo* (1987).

Para ese entonces solo había leído fragmentos de la obra de Bourdieu y había asistido en el primer semestre que entré a la universidad a un seminario semestral acerca de la obra de este autor, y como el tema de tesis parecía corresponder en la teoría con los conceptos y categorías que él proponía, comencé a leer lo que había escrito comenzando por *La Distinción*, y siguiendo

por otras obras de las que también se hablaba mucho (especialmente *La Reproducción*), así como las lecturas que hacían de él los docentes de la propia carrera. Después de conocer mejor los trabajos de Bourdieu, y habiendo aumentado mi interés por su “técnica secreta” (así también la llama en su conferencia), y después de leer *El Sentido Práctico*, la relectura del artículo de la objetivación participante me hizo cuestionarme el modo de proceder en mi investigación, pero también me preguntaba dónde estaba eso de objetivarse a sí mismo por parte de Bourdieu en *La Distinción*, que parecía ser su investigación más importante, y donde no hacía referencia a la objetivación del sujeto de objetivación por parte del sujeto que analiza por ningún lado (algunas referencias de sus investigaciones hechas en Cabilia que se presentan en *El Sentido Práctico* daban una idea, pero no me resultaban suficientes). También me preguntaba si realmente hubiese sido necesario que incluya en *La Distinción* un acápite dedicado a la objetivación participante -tal como me ha parecido a mi que sí era incluirlo en esta presente tesis-, aunque de hecho es difícil que la lectura y concepción de la obra de Bourdieu en general no cambie después de leer ese artículo y también el *Autoanálisis de un Sociólogo* (2006), en el que sí se nota que ha emprendido eso de objetivar al sujeto que analiza (lo cierto es que no se esperaba menos ya que el libro trata sobre él mismo).

Criticando anteriormente a varios antropólogos y a los etnometodólogos, en su conferencia Bourdieu menciona que no se puede reducir la ciencia al registro y análisis de los “preconceptos” (aquellos de los que hablaba Durkheim) que los agentes emplean al construir la realidad social, sino que además había que englobar las condiciones sociales de la producción de las preconstrucciones y de los agentes sociales que las producen. De esta manera, la objetivación participante -dice Bourdieu- no busca explorar la “experiencia vivida” del sujeto conociente, sino las condiciones sociales de posibilidad de esa experiencia, y, más aun, del acto de objetivación mismo. Lo que tiene que ser objetivado para Bourdieu, es el mundo social que él/la investigador/a actualiza -por decirlo así- consciente o inconscientemente en la práctica antropológica que aplica¹⁷. Él/la investigador/a no debe objetivar “... sólo su origen social, su posición y trayectoria en el espacio social, sus membresías y creencias sociales y religiosas, género, edad, nacionalidad, etc. si no también, y esto es lo más importante, su posición particular dentro del microcosmos de los y las antropólogos/as.” (Bourdieu 2004: 5).

Asimismo Bourdieu menciona -retomando de alguna manera lo que desarrolla en *El Sentido Práctico*- que hay que evitar privarse de “*la experiencia social anteriormente sujeta a la crítica sociológica*”, ya que para él este es un recurso científico enteramente irremplazable, manteniendo siempre en mente la especificidad irreducible de la lógica de la práctica, cualidad que permanece en

¹⁷ Nótese que si bien en el artículo menciona casi siempre al antropólogo/lo antropológico y casi no al sociólogo/lo sociológico, también menciona en el mismo artículo que siempre ha trabajado para reconciliar a la antropología y la sociología, siendo la objetivación participante una herramienta útil tanto para una disciplina como para la otra.

quienes son observados (o los informantes), y no es reflexionado por ellos en tanto que no son observadores de sus propias prácticas:

La cosa más difícil, entonces, no es tanto entenderles (que tampoco es simple en sí) sino evitar olvidar lo que además sé muy bien, pero solo en un *modo práctico*, es decir, que ellos de ninguna manera tienen el proyecto de entender y explicar que es mío como investigador; y, en consecuencia, evitar colocar en sus cabezas, por así decirlo, la problemática que yo construyo alrededor de ellos y la teoría que yo elaboro para responderla. (Bourdieu 2004: 13-14).

Bourdieu dice que la experiencia propia del/la investigador/a debe ser movilizada en todos sus actos de investigación, bajo la condición de someter los regresos al pasado bajo un riguroso examen científico (me pregunto si esto tiene que ver de algún modo con lo de la *vigilancia epistemológica* mencionada en *El Oficio del Sociólogo*)¹⁸. Al hacer una investigación, además de cuestionar el pasado reactivado, hay que cuestionar la relación que uno/a tiene con ese pasado, que puede ser la fuente de una distorsión sistemática de la evocación y las memorias evocadas, cuando uno actúa fuera de los controles de la consciencia. Bourdieu llama a esto un genuino *socio-análisis* de esta relación, que puede permitir la reconciliación del/la investigador/a consigo mismo y con sus propiedades sociales (Bourdieu 2004: 19).

Objetivación del sujeto de objetivación por parte del sujeto que analiza, objetivación de las condiciones sociales de posibilidad propias, así como de las condiciones del microcosmos¹⁹ académico en el que uno se encuentra, cuestionamiento del pasado así como de la relación que él/la investigador/a tiene con éste, y recordar siempre la lógica de la práctica propia de los observados (empleada por ellos sin pensarse a sí mismos como observadores), son las diferentes partes de las cuales se compone este aparato para lograr lo que para Bourdieu sería una práctica científica de mayor objetividad. Sin embargo, la cuestión para todos los que no somos Bourdieu parece ser cómo trasladar todas estas ideas a una práctica investigativa específica, que es lo que se ha intentado en la realización de esta investigación, especialmente en los últimos meses del

¹⁸ Lo que Bourdieu y su co-autor proponen en ese libro son sus principales concepciones metodológicas para la sociología. Dicen que en la investigación hay tres actos epistemológicos: la ruptura, con respecto a la sociología espontánea, lo cual se logra reemplazando la representación intuitiva por un conjunto de criterios abstractos definidos sociológicamente; la construcción del objeto, partiendo de la teoría para apropiarse de la realidad aunque ésta sea independiente del pensamiento que se ejerza sobre ella; y la comprobación, que se basa en las técnicas de investigación, que son la forma en que se cuestiona la realidad, para luego aprobar o negar las hipótesis. Sobre todos y cada uno de estos actos proponen un control, ese control es la vigilancia epistemológica. Ésta consiste en una forma de control del investigador para evitar incurrir en el error, siguiendo los actos epistemológicos de manera consciente, de tal manera que se evite la influencia e intromisión de lo que llaman sociología espontánea, la ideología, y la influencia que la estructura social ejerce sobre el investigador, y se pueda hacer una elección consciente de las técnicas de investigación que sean las más adecuadas.

¹⁹ Es destacable que en esa conferencia Bourdieu haga referencia a un “microcosmos” y no así al *campo* de los antropólogos o algo parecido. Tampoco pareciera ser una cuestión que pueda deberse a la traducción.

trabajo de campo y las posteriores fases que corresponden hasta concluir una investigación.

En la parte introductoria de su autoanálisis, Bourdieu decía que solo fue descubriendo poco a poco, inclusive en el ámbito de la investigación, los principios que regían su práctica (Bourdieu 2006: 14). Sin embargo, al haberse dado cuenta durante sus investigaciones en Argelia de lo que él llama “la reapropiación de la verdad de la lógica de la práctica”, después de los progresos en “el orden de la reflexividad comprendida como objetivación científica del sujeto de objetivación” (Ibíd.: 91), llega a ser una gran interrogante la razón, motivo o circunstancia que lo han llevado a no explicitar la relación con su pasado, ni su posición en el microcosmos de los antropólogos y sociólogos de su época, ni su posición en el espacio social y demás, que él mismo menciona en su conferencia, al momento de escribir *La Distinción* o *El Sentido Práctico*. Dejando de lado su autoanálisis, la objetivación participante, por lo menos en todas las investigaciones de Bourdieu que he podido leer hasta ahora, parece haber sido no tanto un método o un aparato, sino realmente una técnica secreta aplicada siempre en secreto, sin desmerecer la utilidad que pueda y haya podido tener en la práctica investigativa de este autor.

En esta investigación he intentado e intento aplicar la objetivación participante tal como Bourdieu la define, no por pretender mayor objetividad y científicidad en la manera de proceder, sino porque es algo que el tipo de investigación lo requiere: uno no puede pretender dar respuesta a las preguntas que me he planteado para averiguar lo que quería averiguar, sin establecer un punto de referencia, lo que en este caso viene a ser las condiciones sociales de posibilidad de la experiencia del investigador que objetiva y que intenta aportar al conocimiento sociológico.

Lo que he hecho entonces ha sido desentrañar mi propio *sentido práctico*, aquel a partir del cual hago categorizaciones sociales como lo hace cualquier otro miembro de la sociedad en que vivo, y le he ido asignando presuntas posiciones de clase a las señoras y jóvenes que han ido formando parte del objeto de estudio, de acuerdo a la fachada personal que mostraban, aunque también tomando en cuenta las características del medio.

Lo que vale destacar es que las categorizaciones que hacía eran a partir de mi mismo, de alguien que más allá de que sea un estudiante de sociología, tiene inscrito en su propio *habitus* una determinada manera en que la sociedad está dividida de acuerdo a jerarquías. No se necesita ser sociólogo o haber estudiado alguna ciencia social para hacer esta clasificación y categorización, ya que los/as agentes sociales también lo hacen en determinadas situaciones, y para esto no necesitan más que guiarse por la lógica de su práctica, una lógica que no necesita ser meditada o premeditada.

Seguramente muchos miembros de la sociedad en que vivo, y especialmente los que son de una clase social igual o cercana a la mía, comparten

la manera en que son clasificadas las personas que ido categorizando, y estarían de acuerdo en las posiciones de clase que les he ido asignando a las señoras y jóvenes que han formado parte del objeto de estudio, según la imagen que presentaban. Pero también muchas personas podrían estar en desacuerdo con la manera en que las he catalogado; probablemente -aunque no necesariamente- serían de una clase social distinta a la mía, y sus categorizaciones podrían ser de otro tipo ya que también estarían condicionadas de diferente manera. Es por esto que una caracterización específica de la objetivación del sujeto que analiza se hace necesaria y se la explicita a continuación.

Cuando comencé mi trabajo de campo estaba a punto de concluir mis estudios en la Carrera de Sociología de la Universidad Mayor de San Andrés -para la cual se presenta esta tesis-, tenía 25 años y me preocupaba no solo las enseñanzas en su mayoría abstractas que me habían impartido en las diferentes materias que había cursado, sino también la utilidad investigativa que podían tener las teorías marxistas que con tanta insistencia se enseñan en esta carrera (en detrimento de otras correspondientes a autores como Weber, Durkheim o peor aun Simmel, que son otros autores considerados clásicos en esta disciplina). También me sorprendía que mucha de la sociología que se practicaba tenía el afán de denunciar injusticias sociales (reales o no), y que las investigaciones tenían como principio posiciones políticas, y eran realizadas para alimentar y seguir justificando esas posiciones. Seguramente todos tenemos una posición política objetiva por más que no la vivamos subjetivamente, pero nunca noté que se la haga explícita y que se establezca los posibles efectos que puedan tener en una investigación: al final de cuentas uno investiga algo acerca de lo que no se sabe, o se sabe poco, pero si investigas con fines políticos sin advertirlo explícitamente, seguramente al final de cuentas no haces una investigación con la sensatez necesaria, pero que en apariencia sea objetiva. Lo que quería fue hacer una investigación que se apartara de esa tradición, a la vez que me llamaban más la atención teorías más actuales como las de Garfinkel, Giddens, Bourdieu, y Goffman, que durante la carrera se las ve muy a grandes rasgos. Esto con respecto a lo académico.

También tengo que decir que siempre he creído ser parte de lo que la gente suele llamar la “clase media alta”. Sin embargo, luego me he dado cuenta que se trataba de una cuestión de estilo: he logrado percatarme que las condiciones sociales de existencia bajo las cuales he vivido durante gran parte de mi vida, han sido las que corresponden a la clase media baja, pero -y esto creo se debe a mi capital social- mi estilo de vida siempre ha sido el característico de quien es de clase media alta. Esta es la perspectiva de clase a partir de la cual he hecho las categorizaciones de quienes formaron parte de mi objeto de estudio, y con lo cual se tiene una premisa importante: las condiciones sociales de existencia que hacen a una clase, no siempre se solapan de manera exacta o coherente, con las categorías de estilos que se encuentran en el espacio de los estilos de vida.

Capítulo II

Las diferencias de género desde los productores de cosméticos

Esta investigación trata acerca de las fachadas personales de mujeres de vestido de la ciudad de La Paz, y lo que se quiere dar cuenta es si hay elementos en esas fachadas que vendrían a ser una especie de emblema de clase, que distinga a las paceñas entre sí. Sin embargo puede quedar todavía en el aire la pregunta de por qué esta investigación trata acerca de mujeres únicamente y no trata de diferencias de género en la fachada, o por qué no se ha hecho exactamente el mismo estudio acerca de hombres en vez de mujeres y cómo ellos expresan su género a través de su fachada, o simplemente si acaso se ha escogido arbitrariamente a las mujeres y su femineidad como objeto de estudio.

Ciertamente es posible hacer una investigación acerca de las diferencias de género en la fachada, o, manteniendo el mismo tema, estudiar la diferenciación de las fachadas entre los hombres de la misma ciudad de acuerdo a su posición de clase. Sin embargo -sin ser algo exclusivo de la sociedad paceña y dicho sea como parte de una experiencia previa a la investigación- tradicionalmente las mujeres son las que se ocupan más de los arreglos personales de sí mismas, y son en mayor medida, en relación con los hombres, partícipes del mercado de cosméticos (y del de servicios de peluquería), en el cual los productores de estos productos dirigen sus estrategias comerciales en base a que sus potenciales demandantes sean mujeres y no tanto así hombres (aunque se trate de abrir cada vez más nuevos espacios para ellos). Lo destacable no solo es que las mujeres consumen más cosméticos que los hombres, ni que consumen mayor variedad de éstos, sino que el uso que hacen de los cosméticos configura fachadas de tipo más elaborado, que son visibles en la vida cotidiana, y hacen distinciones en sus estilos de vida de manera más intensa y llamativa que la de los hombres.

Esto es algo de alguna manera habitual en la ciudad de La Paz: las mujeres se arreglan más que los hombres. Sin embargo -como se verá en los siguientes capítulos- las diferencias de clase matizan tal afirmación y llegan a relativizarla en cierta medida. Lo cierto es que los habitus de clase de las mujeres paceñas actualizan, de acuerdo a las situaciones a las que su posición de clase las condiciona a asistir, la forma de presentar su fachada personal. La estructuración de esta fachada es estructurante de distinciones de clase.

Lo que en este capítulo se pretende es establecer cómo quienes producen cosméticos tienen una propia construcción del género a través de las imágenes que acompañan a sus productos. Previamente se describe los tipos de cosméticos que se puede encontrar en el mercado, y las diferentes formas de comprarlos.

1. Conceptualizaciones de género

Existen diferentes tendencias a partir de las cuales se han estado haciendo los estudios de género. Dado el tema y la información empírica que se ha obtenido en la presente investigación, este estudio no se enmarca en una corriente específica. Desde un punto de vista puede ser catalogado como parte de lo que puede llamarse *sociología del sexo/género*, ya que lo que interesa son las prácticas mediante las cuales las mujeres de vestido de la ciudad de La Paz construyen su género (al mismo tiempo que su identidad de status), en tanto que componen fachadas sobre sus cuerpos que las diferencian entre sí. Por otro lado, este estudio podría ser entendido desde el punto de vista de la antropología del género²⁰, ya que se estudian diferencias representadas de género, y se podría decir que se trata de construcciones culturales (acerca de un aspecto específico que es la fachada) de la diferencia sexual. Sin embargo, como se explicará más adelante, en esta investigación no se tratan diferencias sexuales y su relación con el o los géneros, sino se estudian formas de expresar el género relacionadas con las imágenes que acompañan cosméticos por una parte, y cómo las mujeres de vestido expresan su condición de género al consumirlos.

Es importante hacer algunas aclaraciones sobre las perspectiva de género que se adopta en esta investigación. Al mismo tiempo que es una realidad empírica propia que experimenta el sujeto de investigación, se comparte la postura que Lamas (1996) tiene respecto a la relación sexo-género: ya que existen más de dos “sexos biológicos” (de acuerdo a las diferentes combinaciones entre las áreas fisiológicas que los definen) la dicotomía hombre/mujer más que ser una realidad biológica es una realidad simbólica o cultural (Lamas 1996: 340). Asimismo, si bien “cada sexo contiene la posibilidad de una estructuración psíquica homosexual o heterosexual... sólo están simbolizados dos: mujer y hombre heterosexuales” (Ibíd.: 348). En este sentido, si bien la identidad de género que las personas asumen varía de acuerdo a épocas históricas y de cultura en cultura, y cambia la manera de interpretar y expresar la *diferencia sexual*, “permanece la *diferencia sexual* como referencia universal que da pie tanto a la simbolización del género como a la estructuración psíquica.” (Ibíd.: 349).

Si bien esto no quiere decir que no hayan discontinuidades o incongruencias en la fachada de género que alguien pueda presentar desde determinado sexo -que por ejemplo una hombre ande con jeans ceñidos y camine

²⁰ La antropología del género básicamente estudia la identidad del género y su interpretación cultural y no necesariamente es feminista (Ver Moore 1999: 219).

moviendo las caderas de un lado a otro- hay que destacar que los géneros masculino y femenino son modelos básicos (que al parecer en la sociedad paceña se basan generalmente en sus *correspondientes* sexos) y, en todo caso, son los extremos de un *continuum* de posibilidades en cuanto a lo que concierne a la expresión del género, a partir de los cuales se tiene una referencia binaria inicial.

La filósofa y estudiosa del género Judith Butler es quien propone el concepto de *performatividad del género*. Para esta autora el género es una forma contemporánea de organizar las normas culturales, una forma de situarse con respecto a esas normas (en y a través de ellas), “un estilo activo de vivir el propio cuerpo en el mundo” (Butler 1996: 308), “una serie de actos repetidos -dentro de un marco regular muy rígido- que se congela con el tiempo para producir la apariencia de sustancia, de una especie natural del ser” (Butler 2001: 67). Dice además que no tiene sentido definir al género como interpretación cultural del sexo, ya que “sexo” sería ya una categoría dotada de género. Por tanto para ella el género “también debe designar el aparato mismo de producción mediante el cual se establecen los sexos en sí” (Ibíd.: 40). Está en contra de lo que llama “el conocimiento naturalizado del género”, ya que considera que esta manera de entender el género circunscribe a través de las normas de género que de alguna manera son violentas (Ibíd.: 23)²¹.

Por otra parte Butler concibe el cuerpo “como situación”, lo cual significa por una parte que es una realidad material definida dentro de un contexto social, a partir de la cual se hacen interpretaciones culturales, y por otra parte significa que se encuentra en la situación de asumir y reinterpretar las normas de género recibidas (Butler 1996: 312).

En el prefacio de 1999 de su libro *El género en disputa*, Butler dice que es “difícil decir con precisión qué es la performatividad” (Butler 2001: 15), ya que sus posturas habían cambiado con el tiempo y además muchos otros habían adoptado el concepto formulándolo a su manera. Posteriormente se pregunta si el género funciona como una esencia interior que pueda ponerse al descubierto, “una expectativa que termina produciendo el fenómeno mismo que anticipa” (Ibíd.). Dicho esto, hay dos casos en los que puede entenderse la *performatividad del género*: en el primero la performatividad del género gira en torno a “la forma en que la anticipación de una esencia dotada de género provoca lo que plantea como exterior a sí misma”, y en el segundo caso dice Butler que la performatividad es una repetición y un ritual que logra su efecto al naturalizarse en el contexto de un cuerpo. También esta autora dice que a veces su teoría fluctúa entre entender la performatividad como algo lingüístico, o concebirlo como algo teatral. Sin embargo, dado que en su libro no presenta información empírica, no hay por qué

²¹ Es en este sentido que hace referencia al concepto de *matriz heterosexual*, que es una “rejilla” de inteligibilidad cultural a través de la cual se naturalizan cuerpos, géneros y deseos. Esto implica que para que haya coherencia y sentido de los cuerpos, debe haber un sexo estable expresado mediante un género estable.

sospechar que los *actos performativos* a los que se refiere indiquen actos gestuales o del habla por separado, sino ambos simultáneamente.

La *performatividad del género* de Butler no deja de hacer recuerdo a la teoría de Goffman y su analogía entre las interacciones cara a cara con la representación teatral. En inglés la cercanía que se sugiere es bastante notoria: el concepto de Butler es *gender performativity*, que es llevado al español en una adaptación un tanto forzada como *performatividad del género*, mientras que Goffman hace uso de la palabra *performance*, que es traducida al español como *actuación*²². Si bien los parámetros de conocimiento en los que estos autores y sus teorías se enmarcan son distintos, es preferible utilizar las categorías y conceptos que permitan una explicación más clara del aspecto social que se intenta explicar.

Hay que decir que los conceptos de Goffman son más precisos y resultan también útiles para los estudios sobre género, siempre y cuando aquello que se quiere investigar no ocurra fuera de los márgenes de su teoría. Así es que el concepto de *actuación (performance)* debe entenderse como “la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes” (Goffman 2001: 27). Butler por otra parte menciona lo que es la “acción de género” -la cual es pública- y requiere una “actuación *repetida*”, que consiste en volver a realizar y experimentar un conjunto de significados ya establecidos socialmente, de tal manera que se legitimen (Butler 2001: 171). El objetivo de esta actuación sería estratégico, ya que buscaría mantener el género dentro de su marco binario. Si bien es evidente que los conceptos de Goffman y Butler apuntan en sentidos muy diferentes -a pesar que a primera vista resultan bastante parecidos- lo propuesto por Goffman resulta más utilizable y operativo, ya que los objetivos de las actuaciones están enmarcadas en situaciones determinadas, y dependen de cómo los actores mismos proyectan y sustentan la definición de la situación, en la que el aspecto de género puede ser o no susceptible de ser estudiado, mientras que para Butler el género es algo que destaca constantemente sin importar los distintos tipos de ocasiones sociales.

Por otra parte hay que mencionar también que otros conceptos de Goffman como el de *fachada personal*, *encuentro* y *papel* (rutina) llegan a “cubrir” los conceptos que propone Butler como el de *cuerpo como situación* o *actos performativos*, de acuerdo a la información empírica que se va a interpretar en la presente investigación. Esto se debe a que Butler escribe teoría pura y no analiza contextos empíricos como lo hace Goffman.

A diferencia de Butler, sin embargo, Goffman no tiene una concepción de género explícita y largamente desarrollada, y es en este punto que la postura de Butler sobre cómo puede considerarse el género en sí se hace útil. Para ella el género termina siendo un efecto de la estilización del cuerpo, entendida como

²² La palabra *performance* existe en inglés pero no en español, mientras que *performativity* es un neologismo en inglés derivado de *performance*.

gestos, movimientos y estilos corporales, que constituyen la ilusión de una persona con género constante. La autora afirma -de manera también cercana a Goffman- que el género es una realización performativa en la que el público social mundano llega a creer y actuar en la modalidad de creencia (Ibíd.: 172). Sin embargo, para ella los atributos de género no son una expresión, en el sentido de expresar una esencia, más bien son performativos, por lo que no habría una identidad de género preexistente, sino una ficción reglamentadora. La realidad de género -dice Butler- se crea mediante actuaciones sociales continuas (Ibíd.).

Por otra parte, hay que decir que si bien las concepciones de género de Lamas y Butler no son del todo reconciliables, lo más importante para el presente informe es la parte *expresiva*, o sea cómo es que las fachadas de las señoras y jóvenes de la ciudad de La Paz muestran un género y diferentes posiciones de clase, y cómo quienes producen cosméticos expresan diferenciaciones de género en la que determinados cosméticos son exclusivos para determinados géneros. Para Butler la distinción entre expresión y performatividad es crucial, ya que de haber una expresión como tal supondría que hay una identidad preexistente con la que podría medirse actos o atributos. En cambio, la posición de Lamas es más tradicional -si así se quiere-, ya que lo que las personas harían sería interpretar y expresar las diferencias sexuales, teniendo a éstas como fundamento universal para simbolizar el género.

En el trabajo de campo que se ha realizado, observando a mujeres de distintas posiciones de clase y encuestándolas, no se ha tratado de averiguar la coherencia *real* entre el sexo y el género de quienes formaron parte del objeto de estudio. Lo que se ha hecho simplemente ha sido encontrar casos de personas cuya fachada personal sea femenina, que se llegó a saber que eran de tal condición por el nombre, la referencia o simplemente la primera vista. Tampoco se ha indagado los motivos por los cuales esas personas presentaban una fachada femenina, tanto en cuerpo como en arreglos y expresiones gestuales: simplemente como alguien que actualiza su *sentido práctico* en ocasiones sociales concretas, se ha asumido que quienes han conformado el objeto de estudio eran mujeres, dada la imagen personal que presentaban.

Con respecto a las imágenes presentadas por los productores de cosméticos a través de sus catálogos, para sugerir que determinados cosméticos corresponden a determinados géneros, se trata de expresiones de género, pero también de hiperritualizaciones y connotaciones específicas del género a través de los cosméticos o, si se quiere también, de los cosméticos a través de los géneros. El concepto de hiperritualización es usado por Goffman (1976/1991) en su artículo titulado *La ritualización de la femineidad* (del que solo se tiene una síntesis), y se relaciona con lo desarrollado en *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, libro del que se puede decir que, al tratarse de una forma de análisis que hace una analogía con una representación teatral, se trata el idioma ritual de la sociedad (que vendría a ser una ritualización en primer grado), mientras que en el mencionado artículo presenta una serie de fotografías publicitarias en las que

estudia las expresiones de la femineidad escenificadas, fotografías en las que se ritualiza lo ya ritualizado (ritualización en segundo grado):

Así, pues, en general, los publicitarios no crean las expresiones ritualizadas que emplean: explotan el mismo cuerpo de exhibiciones, el mismo idioma ritual, que todos nosotros los que participamos en situaciones sociales, y con la misma finalidad, la de hacer interpretable un acto previsto. A lo sumo, no hacen sino convencionalizar nuestras convenciones, estilizar lo que ya está estilizado, dar un empleo frívolo a imágenes fuera de contexto. En resumen, su chapuza, si se nos permite, es la hiperritualización. (Goffman 1991: 168).

Lo que a continuación debe entenderse -volviendo a la cuestión específica que se trataba- es que básicamente el género es “un estilo activo de vivir el propio cuerpo en el mundo” (gestos, movimientos y estilos corporales son propios del cuerpo) tal como dice Butler, aunque, tal como dice Lamas, solo hayan dos maneras de expresar las diferencias de género, que puede deberse a una referencia inicial en la diferenciación sexual. El género es algo que se actúa, y se lo resalta en mayor o menor medida dependiendo de la situación social. Asimismo, en imágenes producidas con determinados fines, como los catálogos de cosméticos, el género es hiperritualizado con fines comunicativos específicos.

Lo que en esta tesis importa son las características de la fachada y de alguna manera las actuaciones correspondientes a quien la presenta. Por otra parte, las fachadas observadas en el período de estudio son, en cuanto al género, de dos tipos: femeninas y masculinas (estas últimas observadas también cotidianamente aunque no llegaron a formar parte del objeto de estudio). Tampoco hay que negar que hayan cuerpos aparentemente de mujer que presenten expresiones y/o gestos de hombre, o cuerpos que aparentemente sean de hombre y que presenten expresiones y/o gestos de mujer. En este sentido, aquí no se debate si las fachadas que muestran un género son la expresión de una esencia o si son el resultado de actos performativos, simplemente se las asume de un género de acuerdo a la imagen presentada. Las fachadas tienen un estilo propio del género, el mismo estilo que, de una manera que se explicará en los siguientes capítulos, es parte del estilo de vida condicionado por su posición de clase.

2. Los cosméticos en el mercado

En la ciudad de La Paz hay básicamente dos maneras de comprar los cosméticos. Una de ellas es la más popular y corriente desde ya seguramente mucho tiempo atrás: consiste en ir a mercados, farmacias, calles o tiendas, y comprar los productos requeridos a quienes están encargados de venderlos en lugares fijos, en donde se sabe previamente -por lo general- que esos productos van a haber. La otra manera ha surgido en los últimos años, y está promovida por diferentes empresas multinacionales dedicadas especialmente al rubro. Estas empresas tienen promotoras de venta que ganan un porcentaje de lo que venden (aunque algunas empresas les dan otros nombres a quienes hacen este trabajo como por ejemplo el de “consultoras”), que son las encargadas de ofrecer los productos a

quienes ellas gusten, mediante catálogos que indican precios y sugieren formas de uso, aunque algunas de ellas también tienen pequeñas muestras de sus productos, especialmente de perfumes y colonias, para hacer dar cuenta a sus potenciales clientes, lo más exactamente posible, de la calidad y consistencia de los productos en cuestión. Una vez que las clientes han optado por comprar alguno o algunos de los productos que les han ofrecido, las promotoras hacen el pedido a la empresa correspondiente, y después de algunos días o tal vez semanas -dependiendo de si la empresa tenga o no los productos en ese momento y de la avidez de la promotora encargada- reciben su producto en el lugar donde las han visitado, que en muchos casos son sus lugares de trabajo, aunque también puede ser en sus domicilios, lo cual es algo que es acordado entre la vendedora y la compradora.

Es de notar que los productos que venden las empresas que trabajan con promotoras generalmente no se encuentra en mercados, calles o tiendas. Por otra parte las marcas de productos que uno puede encontrar en lugares fijos de venta no son ofrecidas por catálogo.

Hay que mencionar que sin tomar en cuenta las posiciones de clase, hay tres tipos de conjuntos de cosméticos que se suelen comprar las consumidoras (de acuerdo con lo que decían consumir en las encuestas):

Tipo de conjunto	Componentes
Básico	Jaboncillo, dentífrico y shampoo.
Ampliado	El conjunto básico más desodorante, cremas para el cabello, tinte para el cabello, sombras, lápiz labial, delineador de ojos, esmalte.
Especializado	El conjunto básico y el conjunto ampliado más cremas para el cuerpo, aceites, bloqueador solar, base, polvo, brillos, delineador de labios, rimel, rubor, gel o mousse, perfume, y puede incluir algún tipo de tratamiento como el de arrugas.

Otros productos como el tratamiento para acné, talco para cuerpo, talco para pies, y otros de uso muy específico no fueron consultados, sino aquellos que se consideran más comunes²³.

Habiendo una variedad amplia de marcas de cosméticos, lo que la mayoría de las compradoras hace, sin incluir a aquellas que pertenecen a la clase baja que en su mayoría adquieren únicamente los artículos del conjunto básico, es comprar tanto de promotoras como de lugares fijos de venta. Las encuestadas que ocupan posiciones de clase superiores a la baja, combinan las dos formas de comprar cosméticos que hay, comprando de las promotoras mayormente aquellos

²³ En la encuesta había un espacio en blanco para que indiquen otros cosméticos consumidos además de los que se presentaban en una lista, pero la mayoría no lo llenó.

cosméticos que son de uso femenino -seguramente muchas de las veces para su uso individual-, y compran los artículos del conjunto básico de mercados, farmacias, calles o tiendas, que no son tan exclusivos para sí sino mas bien para compartir con toda la familia, que incluyen al esposo y los hijos.

Es posible, entonces, hacer una clasificación de los cosméticos de acuerdo a los que suelen consumir exclusivamente las mujeres, los que son tradicionalmente para los hombres, y los que pueden ser usados tanto por unos como por otros, y también por los niños.

Género	Cosméticos
Femenino	Aceite (bálsamo para el cuerpo) Base Polvo Delineador de ojos Sombras Lápiz labial Delineador de labios Brillos Rimel Rubor Esmalte Tratamiento de arrugas
Masculino	Espuma/Crema/Gel para afeitarse Loción para después de afeitarse
Ambos	Jaboncillo Dentífrico Shampoo Desodorante (que tienen marcas y fragancias diferenciadas) Cremas para el cabello Diferentes cremas para el cuerpo Bloqueador solar Tinte para el cabello Gel Mousse Tratamiento de acné Talco para el cuerpo Talco para pies Perfume/loción (que tienen marcas y fragancias diferenciadas)

Si bien son varios los cosméticos que pueden ser usados por ambos géneros, hay algunos entre éstos que son más comunes para las mujeres. Así, con respecto a las cremas para el cabello, es frecuente que las cremas de enjuague las vendan junto con los shampoos y sean compradas y usadas por ambos géneros, sin embargo, hay otra gama de cremas que se usan después de la ducha y que tienen distintos efectos sobre el cabello. Una de esas cremas puede ayudar a peinar el cabello más fácilmente, otra puede hidratarlo y dejarlo brillante, mientras que otras pueden dejar el cabello más rizado o lacio de lo que

“naturalmente” es. Este tipo de cremas son elaboradas para cabellos largos preferentemente, que es el tamaño que suelen usar las mujeres. Para obtener un resultado parecido en cabellos cortos, típicos de hombres en la ciudad de La Paz -salvo jóvenes de gustos musicales como el punk o el rock pesado, o hippies, que asocian a estos gustos o su modo de vida cabellos largos por diferentes motivos- lo que usan es gel o mousse, que deja el cabello estático de la forma que, según el cuidado y la destreza de quien se arregle, se quiera acomodar.

Los cosméticos que actualmente se consumen vienen en envases especialmente diseñados por las empresas para que sean conservables, manejables, utilizables y algunos inclusive llevables, de manera fácil. Por otra parte, dependiendo de la inversión de cada empresa y de la marca, también están diseñados -preferentemente- para que se vean “atractivos” a la vista.

La manera en que se muestran los productos a través del diseño de sus envases y sus etiquetas, puede revelar una correspondencia entre el tipo de cosmético y el género al que está dirigido a través de los colores: para hombres los colores oscuros, para mujeres colores claros (especialmente el rosado), mientras que el blanco funciona como neutro. Hay también algunos productos, como los shampoos, en los que hay una especificación que dice claramente con letras “para hombre”. Lo notable de este asunto es que en esta investigación no se ha encontrado algún cosmético que lleve en el envase o su etiqueta una indicación que diga “para mujer”.

¿Promueven de alguna manera las diferencias de género quienes producen los cosméticos? Cuando uno va a comprar estos productos a un mercado, calle, farmacia, tienda, o un lugar parecido, lo que indica o sugiere que hay diferencias de género en los propios productos es relativamente vago. Sin embargo, las que de alguna manera promueven esas diferencias de género son las empresas que trabajan con promotoras que manejan catálogos. En esos catálogos se presentan los productos y a quienes o a que género corresponde su consumo mediante imágenes: los cosméticos son connotados mediante la hiperritualización del género.

3. Los catálogos de cosméticos y la hiperritualización del género

Los catálogos de cosméticos son revistas producidas con el fin de informar a las posibles consumidoras sobre las características de los productos, sus beneficios, sus precios y su modo de empleo, que puede explicarse mediante instrucciones o mostrarse con imágenes presentadas con la mayor estética posible. Algunas empresas también venden prendas de vestir, joyas y artículos para el hogar, que se incluyen en una sección aparte en el mismo catálogo, lo cual refuerza la idea de que esos catálogos están dirigidos a las mujeres como tales, pero también a las mujeres como madres, o como las encargadas principales de atender el hogar.

Lo que sigue a continuación es una serie de imágenes escogidas de los catálogos de distintas empresas en el período de estudio, que ilustren tanto las diferencias de género como a quien van dirigidos los cosméticos de acuerdo a las connotaciones²⁴. Es evidente para quien ha revisado alguno de estos catálogos - prestándoles un mínimo de atención- que están dirigidos principalmente a mujeres, y que en ellos aparecen en su mayoría modelos mujeres que presentan el uso de cada producto. Por eso en las imágenes que ahora se presenta, solo en algunas aparecen mujeres, en otras solamente hombres, y en otras familias: de esta manera se pretende mostrar cómo los cosméticos se asocian a determinadas categorías de consumidores.

Imagen No 1

“Puedes ser el rostro de la belleza o la imagen de la moda. Puedes representar la perfección de la mujer. Con Yanbal, puedes ser lo que tú quieras.”



Esta imagen se presenta en una de las primeras páginas del catálogo de la empresa Yanbal: los diferentes productos de esta marca -la gran mayoría de ellos- están dirigidos a mujeres. No se expone ningún producto en particular, salvo tal vez las joyas que algunas empresas venden y muestran en los mismos catálogos, como en el caso de ésta.

La modelo sale también en la portada, lo cual es la característica de muchos de los catálogos. La excepción es el catálogo de Natura, en el que salen

²⁴ Si bien se usa el concepto de Goffman de hiperritualización, no se pretende hacer lo que él hizo con respecto a las publicidades de género a través de fotografías comerciales, en las que muestra situaciones sociales convertidas en escenas en torno de los productos de los publicitarios para fotografiarlos. Con esto él pretende en su artículo ilustrar cómo el sexo -es notorio que no usa la palabra género- de las mujeres se representa. Por otra parte Goffman analiza el contenido propio de cada fotografía, sin tomar en cuenta los productos ofrecidos ni el contexto de la revista en el que aparecen esas fotografías. Aquí se estudia la hiperritualización relacionada con expresiones gestuales y productos específicos.

en la portada solamente imágenes de productos (de los envases y etiquetas de los productos). Sin embargo, además del catálogo principal de esta empresa, también tienen un delgado catálogo de productos que están en descuento, en el que suelen salir mujeres en la portada.

Imagen No 2



En la imagen se presenta a una mujer adulta para quien va dirigida este producto. El nombre “TOTALIST 4” se refiere a una crema multiactiva que ofrece la empresa Yanbal, y significa que la crema tiene cuatro efectos sobre la piel: limpia (por ejemplo restos del maquillaje), humecta, nutre, y protege (del envejecimiento y del medio ambiente).

El precio de esta crema es de 11 dólares (\$). Todos los precios de los productos de esta empresa están en dólares, al igual que los de Natura, Ebel, Esika y Cyzone. Solamente la empresa Avon tienen sus precios en Bolivianos (Bs.), que además son los más baratos de los que son vendidos por catálogo. Así, por ejemplo, una crema de un tipo de acción parecido cuesta 28 \$ en la marca Natura y 30 Bs. en la marca Avon.

Si bien los catálogos están dirigidos a mujeres, Avon (por sus precios) y Cyzone, por las modelos jóvenes que aparecen en sus catálogos, están dirigidos más a jóvenes y en general a mujeres que si bien pueden estar dedicadas a trabajar, se identifican sobre todo con actividades juveniles. Aunque Avon también se dirige a mujeres que con no mucho dinero pueden comprarse cosméticos “distinguidos”, mientras que Cyzone es para jóvenes que puedan comprar cosméticos caros. Las marcas Yanbal, Esika y Ebel se dirigen más a mujeres adultas, modernas e independientes, que trabajan y pueden tener un status alto o medio alto, y buscan una apariencia relativamente sobria pero seductora. La marca Natura está dirigida a mujeres de diferentes edades, pero tienen una

especial atención por las madres de familia y mujeres de elevada edad, de alta posición económica, que al comprar los cosméticos de esa marca no solo buscan verse bien, sino cuidar su salud y mantener una apariencia joven.

La mayoría de las expresiones de las modelos siempre se asocian a un valor, o a ventajas que se tienen a partir de esas expresiones. En esta imagen es simple, ya que se trata de una sonrisa que sugiere aprobación y también se puede decir que fresca. Esta última cualidad es muy promovida por los publicitarios. Por otra parte la manera de llevar el cabello y la chompa muestran un aspecto casual, que sugiere que el uso del cosmético es cotidiano.

Imagen No 3



Los productos que se muestran son sombras para ojos de la marca Ebel. El septeto cuesta 26 \$ (en Yanbal un cuarteto de sombras cuesta 21 \$, mientras que en Esika un octeto vale 25 \$). Al lado de los productos, y la gama de colores en los que se los puede encontrar, la foto es de una mujer que solamente tiene una expresión neutra, que se supone ha sido maquillada con los productos. El “color show”, un conjunto variado de colores de sombras para embellecer el rostro, pese a que no es algo notorio a primera vista en la imagen que presenta el rostro de la modelo, es algo que se ve en productos para mujeres únicamente.

En la Imagen No 4 se presenta el producto “Osadía”, que es un perfume de la empresa Yanbal (que cuesta 26 \$), y en esta oferta vienen con descuento un rímel y un delineador para ojos²⁵. Hay muchos de estos productos para mujeres que asocian el uso de determinado cosmético con la seducción, como algo intrínsecamente característico del género femenino. Lo que aquí aparece es la imagen de una mujer de piel morena con un gesto sensual, y el mismo “subtítulo”

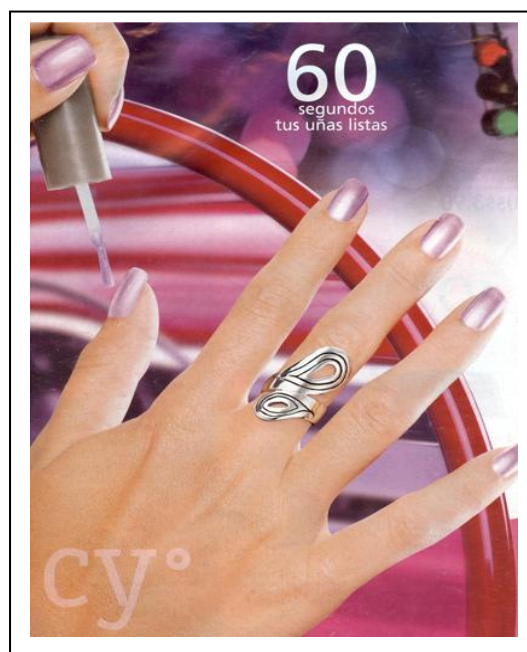
²⁵ Todas las empresas sacan productos en descuento con cada nuevo catálogo.

del nombre del perfume dice “sutil provocación” que modera al nombre Osadía que en sí contradice la femineidad recatada convencional.

Imagen No 4



Imagen No 5



En la Imagen No 5 el producto en cuestión es el esmalte para uñas de la marca Cyzone que cuesta 2.5 \$ (en Avon cuesta entre 35 y 40 Bs., mientras que en Ebel y Yanbal los más caros llegan a 12 \$). Ya que no se muestra otra parte del cuerpo de quien modela sus manos, hay tres cosas que indican que se trata de un producto para mujer (a pesar que la pose misma de delicadeza connota femineidad): las uñas medianamente largas y bien cuidadas, el anillo grande y con formas exageradas (los hombres cuando usan anillos son simples por lo general), y el tradicional color rosado, tanto en las uñas como en el volante y el resto de la imagen. Con el semáforo queda la idea de que este esmalte se seca tan rápido que se puede aplicar camino al trabajo o donde se tenga que ir, que es propio de la mujer moderna actual. También sugiere que el producto es usado por mujeres de una cómoda posición económica, que tienen un auto propio para transportarse (algo que uno no se imaginaría tratándose de una chofer de taxi o minibus, que se pinta las uñas mientras espera el cambio de luz en el semáforo).

Imágenes No 6 y No 7



Los cosméticos son tanto para jóvenes como para mayores. En el caso de las jóvenes de la imagen de la izquierda, correspondiente al catálogo de Avon, se trata solamente de colonias. Es notorio que cuando se trata de perfumes o de colonias, la forma del frasco suele indicar el género al que el producto corresponde: frascos curvados son generalmente para mujeres, y frascos de líneas rectas para hombres. Las sonrisas de quienes posan para la foto también indican aprobación y felicidad asociada al consumo de ese producto. El “subtítulo” de estas colonias dice “perfumes con personalidad”, valor que se suele asociar a

la juventud, aunque la apariencia de juventud en sí misma es un atributo deseable, que lo expresa la mujer mayor de la imagen del lado, al acariciar una piel, su propia piel, sin arrugas.

Hay un conjunto de jabones y cremas producidos especialmente para mantener una piel lisa, de aspecto juvenil, y que libre lo más posible de arrugas, las cuales son un signo típico de la vejez. En la Imagen No 7, correspondiente al catálogo de Natura, una mujer adulta parece mirarse al espejo con expresión de aprobación por las características de su piel, y dentro del catálogo anuncia una serie de productos para mantenerla de esa manera. (Un jabón de esta línea cuesta 11 \$).

Imágenes No 8 y No 9



En la imagen de la izquierda (No 8) se presentan algunos productos que pueden usar hombres: gel para después de afeitado, espuma para afeitado y desodorante. La frase de arriba (“haz que él también se sienta renovado y confiado”) va dirigida a las mujeres, el catálogo va dirigida a ellas, y los productos para hombres también los pueden comprar ellas para sus maridos, novios o tal vez también para sus hijos. La imagen del hombre de la derecha (No 9) anuncia en el catálogo de Natura unos cuantos productos para el hombre. Lo que más abunda son perfumes, lociones, y los artículos necesarios para la afeitada. La escobilla y la pila ubicadas en el centro de la imagen, la primera un implemento antiguo pero reconocible y de uso poco frecuente en la actualidad, mientras la segunda es el objeto mediante el cual sale el agua (elemento sin el cual la afeitada se hace algo difícil) complementan el mensaje.

Imagen No 10



Los hombres en las fotografías suelen aparecer con cara seria y expresiones severas, aunque también en algunas aparecen con sonrisas, y muchas veces también con el torso desnudo, que parece indicar que los cosméticos para ellos son principalmente para cuando están en el baño, especialmente para afeitarse la cara. En la imagen aparecen los productos para afeitarse, además de un shampoo y gel para el cabello, que no son exclusivos de los hombres, aunque sí, tal vez, los usan más ellos.

“No es vanidad, es placer”, el eslogan que acompaña la imagen, disocia una característica tradicionalmente femenina de la finalidad con que los hombres usan los cosméticos, ya que supuestamente no lo hacen para admirar o resaltar su presunta belleza, sino que sugieren que el consumo masculino de los cosméticos es algo que da gusto en el mismo uso, no se lo hace para exhibirse a los demás.

Los perfumes de la imagen No 11, pertenecientes a la línea Avon, son exclusivos para hombre. Al lado de las varoniles caras de los modelos en las pequeñas fotos se resaltan valores como la “clase” y la exclusividad. El perfume situado más arriba en la imagen tiene el típico frasco de líneas rectas que son para hombres, casi de igual manera que el perfume que se encuentra en la parte más baja. No ocurre lo mismo con respecto al frasco del medio, que es más ancho pero que tiene formas curvas. De todas maneras la frase “100 % Hombres” deja fuera de toda duda a qué género van dirigidos los mencionados productos.

Imagen No 11



Imágenes No 12 y No 13



En algunas imágenes aparecen hombres y mujeres en interacción. Sin embargo, los productos que aparecen en las imágenes No 12 (Millenia, a 140 Bs. del catálogo de Avon) y No 13 (“madly in love”, a 18 \$ del catálogo de Cyzone) son perfumes exclusivos para mujer, lo cual está denotado por la forma curva y delgada que tienen los frascos.

El perfume es un artículo que se relaciona con la atracción y la seducción, y lo que muestran las imágenes es en alguna medida una actitud más pasiva de las mujeres y más activa la de los hombres; ambos hombres parecen tener no casualmente la nariz hundida en el cuello de la mujer, que es una de las partes del cuerpo en el que se suele colocar perfume.

Imagen No 14

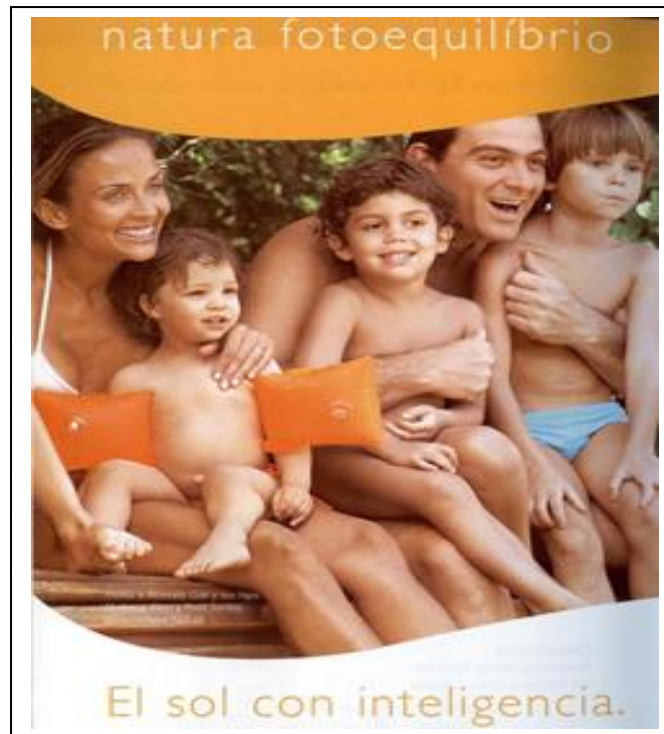


Los artículos propiamente para la higiene son connotados con imágenes de familias enteras: no importa el género ni la edad, cualquiera puede hacer uso de ellos y tener los resultados de higiene. Las mujeres dejan a un lado sus fachadas bien elaboradas, y sus expresiones sensuales y de felicidad asociadas con productos, y se las ve mas relajadas y pendientes de los miembros de su familia más que de ellas mismas. Los productos sugieren un beneficio saludable para el cuerpo en vez de efectos propiamente estéticos. Así, en la imagen anterior una familia muestra alegremente sus pies sanos y limpios, que da a entender que implícitamente se debe al talco: los cosméticos que pueden ser usados por toda la familia están acompañados de imágenes que muestran bienestar y felicidad de sus consumidores.

En la imagen No 15 también aparece una familia en la que cada uno de sus miembros está en traje de baño, y parecen estar en una piscina o una playa disfrutando de un ambiente cálido protegidos por el bloqueador solar que ofrece la línea Natura. La alegre imagen que muestran quienes presuntamente usan el producto, sugiere que uno se expone al sol para divertirse, no en el trabajo ni en la

vida diaria (un sentido muy distinto tendría que en la imagen aparezcan albañiles o vendedoras callejeras que estuvieran protegidos por el bloqueador solar).

Imagen No 15



Existe una amplia variedad de cosméticos, y si bien todos ellos pueden ser utilizados tanto por mujeres como por hombres, hay una costumbre -no solamente propia de nuestra sociedad- según la cual se hacen usos exclusivos de los cosméticos relacionados con el género, aunque hayan otros que efectivamente son consumidos tanto por mujeres, hombres, niñas y niños.

Los cosméticos, de acuerdo a la forma y color de sus frascos o sus etiquetas, pueden sugerir que su uso son para un género o para cualquiera. Sin embargo, son las empresas de cosméticos que trabajan con promotoras de venta y catálogos, las que promueven diferencias de género asociadas a los consumos de los cosméticos. Esto se da mediante imágenes producidas en las cuales se hiperritualiza el género. Aquí se da cuenta una especie de correspondencia entre una más compleja hiperritualización de lo femenino con una gran variedad de cosméticos dirigidos hacia ellas, en contraste con una muy simple hiperritualización de lo masculino ligado a un reducido número de cosméticos de su exclusividad.

Capítulo III

Conformaciones de capital, condiciones de existencia y estilos de vida

Las clases sociales son construcciones. Estas construcciones pueden tener un mayor o menor nivel de abstracción, dependiendo de los factores y parámetros a partir de los que se las elabora. Las clases sociales son categorías en las que se clasifica a los miembros de una sociedad, y, como se trata de una clasificación (social), cualquier miembro de la sociedad puede hacerla a partir de su propia percepción y apreciación de las diferencias sociales. No existe un número limitado de clases sociales, y éste puede variar de acuerdo a los criterios de clasificación que propone quien las clasifica. Sin embargo, lo que sí existe son limitaciones en la lengua y el lenguaje, lo cual normalmente provoca que las diferenciaciones sociales sean designadas de acuerdo a las categorías nominales establecidas en el léxico propio de cada sociedad o, si se prefiere, en el modo de vivir ese particular aspecto de la cultura que es el habla. Cuando se hace un estudio sobre clases sociales o que implica a éstas, además se toma en cuenta la información empírica obtenida a partir de cierta metodología, y algunos postulados teóricos requeridos que permitan una construcción más elaborada y más compleja, pero sobre todo más precisa, de la diferenciación social, que también tome en cuenta las palabras más adecuadas para enunciar y explicar esas diferencias. Sin embargo, tal vez lo más importante en esta construcción -hay que decirlo- es no dejar de tomar en cuenta aquella que uno hizo, que con suerte todavía uno hace, cuando todavía no se prestaba las palabras propias del léxico sociológico.

La posición de clase de cada una de las agentes sociales, ha sido establecida a partir de una asignación de puntajes a las respuestas obtenidas en las encuestas, otorgando valores numéricos diferenciales que pretenden ser el análogo de diferencias sociales, que se expresan en los volúmenes de los capitales económico, cultural y social, que sumados y estructurados de determinada manera conforman el capital global de cada una de las agentes, en virtud del cual ocupan una posición de clase. Sin llegar a ser una estructura de clase sociales representativa de la sociedad paceña en general, lo que se muestra son diferentes conjuntos de posiciones de clase construidos, que expresan las diferencias estructurales que han permitido su construcción, y que por comodidad se las da el nombre de *clase*. Es por esto que a partir de ahora ya no se hace

referencia a los agregados ocupacionales, sino a las clases sociales, que son las construcciones más complejas a las que se ha querido llegar desde un comienzo.

Como se verá, los capitales están conformados a partir de diferentes tipos de indicadores, los cuales, permiten a su vez esbozar ciertos aspectos del estilo de vida de las agentes sociales, tomando en cuenta la lógica de la práctica de los diferentes modos de vida de las y los habitantes de la ciudad de La Paz, inferida a partir de la participación del propio investigador en la sociedad paceña²⁶.

1. Los capitales: mediciones a partir de indicadores

Tomando en cuenta que las categorías de agregados ocupacionales no constituyen a las clases sociales mismas, se ha elaborado una serie de indicadores correspondientes a los distintos capitales para poder medir, mediante un sistema numérico, los volúmenes de capital. Estos indicadores fueron a su vez combinados, sumados y estructurados con el indicador inicial, o sea la ocupación, lo cual en su conjunto confiere a cada agente una posición de clase.

Se le ha dado una mayor importancia al capital económico, que se refiere a los diferentes tipos de bienes y recursos económicos con los que pueden contar las personas. Para reproducir las condiciones de existencia el capital económico es el más importante, y es por eso que desde un comienzo se le ha dado mayor importancia con respecto a los otros capitales cuando se elaboró la boleta de encuesta.

En la teoría de Bourdieu el capital económico está compuesto por los ingresos monetarios percibidos así como por su estructura (ya que además de la ocupación principal se pueden tener bienes rentados, negocios o algún otro), el índice y la calidad en los consumos, el patrimonio (posesión de cuentas bancarias, terrenos, viviendas o bienes que en general requieran de una titulación legal por su importancia), o por algún otro que indique otro tipo de consumo o ingreso.

Sin embargo, en las investigaciones sociológicas no siempre es posible preguntar acerca de todo, y siempre es probable que hayan preguntas que incomoden y no quieran ser respondidas por quien es investigado, o que sean respondidas con información falsa o poco precisa. Por eso se han excluido algunos componentes del capital económico que hubiesen implicado preguntas “difíciles” o incómodas para las encuestadas, y se han tomado en cuenta aquellos a partir de los cuales se podían hacer preguntas poco comprometedoras, que al mismo tiempo sean relevantes y nos muestren con cierta precisión cómo está conformado el capital económico. Así, no se pregunta por el patrimonio ni los ingresos monetarios, sino se toma en cuenta solamente a la ocupación principal

²⁶ Los arreglos personales y la fachada, es el aspecto del estilo de vida de las agentes sociales al que no se hace referencia, ya que es algo que se tratará en el siguiente capítulo.

como indicador del nivel de ingreso, el índice y la calidad de los consumos, y posesiones menores.

Para medir el capital económico en esta investigación se han tomado en cuenta los siguientes componentes²⁷:

- Las ocupaciones como principales indicadores de percepción de ingresos. Como se dijo en el Capítulo I, en el que se explica cómo se ha construido el objeto de estudio, las ocupaciones tienen una importancia relativa para la conformación del capital económico, pero ya que no hay una correlación precisa entre categorías ocupacionales y niveles de ingreso, se toma en cuenta a las jerarquías de agregados ocupacionales como rangos de ingreso potencial, y no como indicadores exactos de los ingresos monetarios que implican.
- Las actividades durante vacaciones. Ya que se trata de un período de tiempo en el que las personas pueden ocuparse de otras actividades que no sea aquella que les permite una remuneración económica, las vacaciones resultan un tiempo libre en el que se está dispuesto a gastar (algunas personas no se pueden dar el lujo de tomar vacaciones porque no pueden dejar de ganar dinero y solo gastar), en el que el volumen de capital condiciona las opciones a elegir en cuanto a los tipos de actividades, las cuales requieren determinadas cantidades de dinero para llevarse a cabo.
- El valor tributario de la zona en la que se ubica la vivienda. Ya que el precio exacto de una vivienda es algo muy complicado de saber (es decir que es muy difícil de determinar mientras no se sepa su valor real en el mercado), se ha optado por tomar en cuenta un conjunto de variables relativas a la vivienda que den una idea aproximada de su valor. Una de ellas es el valor tributario de la zona en que se encuentra la vivienda. Éste consiste en los impuestos que se pagan por el valor del terreno de acuerdo a su ubicación (y no así con respecto a su extensión). La ciudad de La Paz es un espacio geográfico muy desigual con respecto a la calidad de sus terrenos, por diferentes factores, y esta desigualdad se expresa en valores económicos y los correspondientes impuestos que deben pagarse a la municipalidad. La ubicación de la residencia llega a ser un indicador económico ligado al de la vivienda.
- La vivienda. Siendo un aspecto básico en la vida para mantenerse con vida, la relación de propiedad con la vivienda da una idea de un aspecto clave con respecto a las condiciones de existencia. Sin embargo, tener casa propia no es suficiente para inferir de tal condición que se tiene un volumen importante de capital económico, ya que se puede ser propietario de una pequeña casa, de un solo ambiente y un baño, que seguramente no tiene

²⁷ Los puntajes diferenciados de cada uno de los diferentes tipos de componentes se encuentran en el Anexo 2.

mucho valor monetario. El tipo de tenencia es un indicador que tiene que ser complementado por otros, relativos también a la propia vivienda.

- La infraestructura de la vivienda. Si bien lo ideal para las investigaciones sociológicas que quieren relacionar las condiciones de existencia y el espacio de los estilos de vida es visitar a las encuestadas en sus propios hogares -para tener así una idea precisa de las condiciones y del estilo de del mobiliario y de la vivienda-, el tamaño, medido en número de pisos, y el número de baños, dan una pauta de la infraestructura en cuanto tal y funcionan como indicadores con respecto a las características de una posesión, en caso de que la vivienda sea propia, o del gasto para poder habitarla, en caso de que la vivienda sea alquilada o esté en anticrético.
- Los institutos educativos por los que han pasado. Los colegios, pero especialmente las universidades, son los espacios generados por la sociedad paceña para las interacciones regulares de tiempo prolongado entre personas de origen social parecido, donde se genera y constituye una parte importante del capital social, y también se consolida el capital escolar como parte fundamental del capital cultural. Para acceder a estas instituciones se necesita cierto nivel mínimo bastante elevado de capital económico, especialmente cuando se trata de establecimientos privados, los cuales están jerarquizados -precisamente- de acuerdo a la pensión que cobran a los estudiantes que en ellas entran, estando del otro lado las universidades públicas financiadas en gran parte por el propio Estado, en las que lo que hay que pagar es muy reducido en comparación.
- La posesión de electrodomésticos y de auto. Si bien hay varios electrodomésticos cuyos precios han ido bajando en los últimos años, y son productos que parecen ser muy deseables por la población en general (aunque no son imprescindibles para vivir), comprarlos parece ser lo conveniente ya que su uso brinda una mayor comodidad en la vida cotidiana. Sin embargo la posesión de éstos todavía no está al alcance de todos los miembros de la sociedad, por lo que terminan indicando diferencias económicas entre los que los tienen y los que no. Así, mientras la posesión de una televisión actualmente es lo común en los hogares de la ciudad de La Paz (el 100 % de las encuestadas dice tenerlo), no ocurre lo mismo con las lavadoras de ropa, que son grandes ahorradoras de tiempo y de energía (para quien se tiene que dar tiempo a sí misma durante la semana o el mes para tener limpia su propia ropa). Más distintivo y definitorio aun es la tenencia de un auto de uso particular (ya que hay varios que los usan como transporte público), que implica un gasto mayor - en determinado momento de la vida de quien lo compra- dependiendo del modelo y de la marca.
- Si tienen empleada dentro del hogar. Tener a una persona que trabaje dentro del hogar implica un gasto constante que no todas las unidades

domésticas pueden hacer. Sin embargo, en esta investigación no se ha preguntado en detalle las condiciones de trabajo de la empleada, que puede tratarse de una empleada “cama-adentro” que está trabajando de lunes a domingo, o de una empleada “cama-afuera”, que va solo unos días a la semana y a la que se le paga menos, o si tienen más de una empleada (pudiendo ser que una cocine y la otra se dedique a la limpieza). Solo se ha preguntado si tienen empleada, como un gasto constante y diferenciador.

Quienes han vivido algunos años en la sociedad paceña -y por qué no decir en Bolivia, ya que puede tratarse de una característica nacional- pueden darse cuenta que muchas veces, sin importar cuanta plata tengas o qué titulaciones académicas te respaldan, lo que más peso tiene en determinadas situaciones es el capital social, lo que traducido en términos cotidianos son los parientes, amigos o, tal vez denominado de una manera más cabal y amplia, lo que suele llamarse *contactos*, que por lo general son parientes o amistades, o en algún caso puede ser el pariente de un pariente, el pariente de un amigo, o el amigo de un pariente.

Las situaciones en las que se usa a los *contactos* pueden ser de diverso tipo, y pueden incluso llegar a “suplantar” al capital económico en algunos casos: si necesitas agilizar un trámite en una institución pública y tienes un pariente ahí, simplemente puede bastar con avisarle para que lo revise y le pida el favor a quien tiene que realizar ese trabajo (en caso de que no sea él o ella misma) para que se haga cargo del asunto con prioridad, en vez de no conocer a nadie e intentar pasar una “propina” al encargado para que te haga el mismo favor.

El caso tal vez más importante en el que se efectiviza el capital social es cuando se utilizan los *contactos* para que te den un puesto de trabajo, aunque no estés capacitado para hacerlo, o que en todo caso no tengas el certificado o el título que respalde que has pasado por alguna institución educativa que avale que tienes ciertos conocimientos para realizar las tareas propias del cargo al que tienes acceso o, por último, que te elijan entre un conjunto de postulantes para un trabajo solo porque eres amigo o pariente.

Lo que se quiere decir es que los mecanismos de funcionamiento de esta sociedad con respecto al emprendimiento de acciones formales, muchas de ellas encargadas a instituciones plenamente reconocidas, que podrían estar basadas en criterios de mérito, competencia, eficiencia, y toda esa serie de valores seguramente legítimos en otros lugares, simplemente pueden basarse en relaciones de amistad o parentesco actualizadas y efectivizadas, que pueden disminuir en muchos casos el peso de otros factores correspondientes a instancias más “legítimas”, como es el caso del capital cultural.

Sin embargo, es dificultoso medir el capital social a partir de ese tipo de hechos. Si no es a título de chisme o anécdota se hace muy difícil, ya que para que alguien lo admita tiene que tener mucha confianza con su interlocutor, lo cual no siempre es el caso cuando se trata del investigador, o se tiene que emprender

una investigación con otro tipo de documentos (como registros de concursos de méritos, en los que se pueda evidenciar que no se ha elegido a alguien para un puesto precisamente porque tiene mayor mérito que otros candidatos), a los que solo excepcionalmente tiene acceso el investigador.

García (2000) cita a Bourdieu, y dice que el autor define al capital social como la “suma de recursos actuales o potenciales, correspondientes a un individuo o un grupo en virtud de que estos poseen una red duradera de relaciones, de conocimientos y reconocimientos mutuos, más o menos institucionalizados” (García 2000: 62). El capital social está compuesto por redes sociales de conocimiento, pero sobre todo de reconocimiento “que permiten a las personas movilizar en su favor y en determinados momentos una serie de apoyos, de garantías, de influencias, que le proporcionan algún tipo de bien material o simbólico.” (Ibíd.).

En esta investigación el capital social se ha medido tomando en cuenta el origen de clase, o sea las ocupaciones de los padres que den una pauta del nivel de ingreso, así como su grado educativo alcanzado, las instituciones educativas por las que ha pasado la encuestada, ya que en ellas potencialmente se conforma una parte importante del capital social en virtud de una interacción social prolongada con quienes han tenido condiciones de existencia similares, capital económico en este caso, para entrar o no a esas instituciones. También para las mujeres casadas se ha tomado en cuenta la ocupación principal de su pareja, como influyente positivo o negativo en su capital social, ya que el status relativo del esposo de acuerdo a su ocupación indica un punto importante en su trayectoria social (aunque no se estudien las trayectorias en cuanto tales).

El capital cultural, que también puede ser llamado capital informacional, se refiere básicamente a los conocimientos socialmente reconocidos (Spedding 1999: 14). Para esta tesis, el tipo de conocimiento que se ha tomado en cuenta es aquel que es adquirido en establecimientos educativos concretos y tiene un respaldo institucional que lo avala y lo certifica (que puede llegar a ser también premiado y promocionado). Las titulaciones que esas instituciones confieren a quienes han pasado exitosamente por ellas, son los indicadores a partir de los cuales se puede medir con mayor facilidad el volumen del capital cultural.

Específicamente se tomaron en cuenta dos factores para medir y analizar el capital cultural: el grado educativo, o sea el nivel académico alcanzado que muchas de las veces equivale a una titulación, y la institución educativa en la que las agentes sociales han entrado o no después de haber pasado por el colegio (lo cual se preguntaba en la encuesta sin tomar en cuenta si habían salido o no bachilleres). Las instituciones educativas por las que se pasa después del colegio, fueron jerarquizadas de acuerdo al reconocimiento diferenciado que el Estado le otorga a sus títulos (ver Anexo 2). No se tomó en cuenta el prestigio los

establecimientos educativos a los que se entra después del colegio, que mas bien son tomados en cuenta como parte del capital social²⁸.

2. Volúmenes de capital y estructuras patrimoniales

Los componentes de cada uno de los capitales también tienen diferentes volúmenes, medidos en puntajes jerarquizados, correspondientes a las opciones que se presentaban en la encuesta, habiendo también algunas preguntas abiertas que posteriormente fueron jerarquizadas de acuerdo a parámetros de tipo más institucionalizado (también expresadas en puntajes posteriormente). Para ubicar la posición de clase objetiva de cada una de las encuestadas se tomó en cuenta el puntaje total, volumen de capital global, el cual era cotejado con un intervalo de puntaje al que cada clase correspondía. Esto es algo bastante básico para dar cuenta de una estructura de clases y posiciones de clase, lo que para Bourdieu son las diferencias primarias, que “distinguen las grandes clases de condiciones de existencia, [y] encuentran su principio en el *volumen global del capital* como conjunto de recursos y poderes efectivamente utilizables, capital económico, capital cultural, y también capital social” (Bourdieu 1998: 113).

Los/as sociólogos/as que han hecho estudios sobre clases sociales y estratificación siempre han tenido muchas dificultades para establecer las fronteras entre una y otra clase (Crompton 1997). Lo cierto es que en la complejidad de lo social esas fronteras son difusas, lo cual -sin embargo- no exime a los investigadores de establecer determinadas divisiones entre diferentes tipos de condiciones de existencia. La construcción de clases sociales en el plano sociológico tiene un alto grado de abstracción, lo cual permite hacer divisiones desde un punto de vista analítico.

En esta investigación se han establecido esas fronteras desde un punto de vista teórico, y siguiendo un criterio estrictamente numérico, antes de que se lleve a cabo del trabajo de campo. Se han asignado puntajes jerarquizados a cada una de las opciones de respuesta correspondientes a cada pregunta. El puntaje diferenciado de cada una de esas opciones obedece a una lógica que expresa diferentes niveles de volumen, que sumados hacen lo que se puede llamar “volumen total” de cada especie de capital. Los capitales sumados hacen al capital global.

Para establecer las bandas de clase se ha dividido el puntaje máximo alcanzable de 90 puntos entre tres, para así obtener intervalos de puntaje iguales. Al intervalo del medio, correspondiente a la clase media (a la que además corresponde el mayor número de encuestadas), se lo ha dividido en dos iguales,

²⁸ Se hace esto tomando en cuenta que no hay una instancia legítima que califique el nivel académico de cada una de las universidades o de los institutos que otorgan títulos de técnico superior o menores, que pudiera jerarquizarlas de acuerdo a su prestigio académico.

por lo que la clase media está dividida en dos fracciones: la alta y la baja. Los intervalos son los siguientes:

- Clase alta: de 61 a 90 puntos
- Clase media alta: de 46 a 60 puntos
- Clase media baja: de 31 a 45 puntos
- Clase baja: de 0 a 30 puntos

Los puntajes máximos a los que las agentes sociales podían alcanzar de acuerdo a la encuesta que se les hizo era el siguiente:

Cuadro No 1

Capitales/Puntajes	Puntaje máximo alcanzable	Proporción de cada capital
Capital Económico	53	59 %
Capital Social	24	27 %
Capital Cultural	13	14 %
Capital Global (total)	90	100 %

Una vez que las informantes llenaron las encuestas, y sistematizada la información, se ha encontrado la clase correspondiente de cada encuestada y posteriormente el número de encuestadas que resultó corresponder a cada clase. Después se obtuvo por cada clase el promedio del volumen de cada uno de los capitales, así como del capital global. El resultado es el siguiente:

Cuadro No 2

No Encuestadas	Clases/Capitales	Económico	Social	Cultural
21	Alta	38,31	19,63	9,31
51	Media Alta	30,62	14,43	8,27
34	Media Baja	22,44	9,91	6,17
27	Baja	15,26	6,23	3,53

Fuente: elaboración propia en base a encuestas

Como se muestra en el Cuadro No 1, el capital que se ha medido tomando en cuenta una mayor cantidad de componentes y de volumen es el económico: su volumen alcanzable es muy alto, mayor al puntaje alcanzable entre los capitales cultural y social juntos, y es el preponderante en la composición del capital global. Es por esto que cuando se toma en cuenta los números absolutos, representados

en cada capital por los promedios de cada conjunto de posiciones de clase que diferencia a las clases, la jerarquía de los volúmenes de capital corresponde a la importancia que se le ha dado en la medición a cada uno. Por tanto, en concordancia con la propuesta tórica, el volumen de cada capital y del capital global decrece en relación a cada clase, desde la más alta hasta la más baja.

Si bien con estos datos se tiene una idea clara de los volúmenes de los capitales y del capital global de cada conjunto de posiciones de clase, que muestran que efectivamente hay diferencias de clase marcadas, es posible transformar los números absolutos que presenta el Cuadro No 2 en números relativos, para saber así cuales son las *estructuras patrimoniales* de cada clase. Las *estructuras patrimoniales* deben entenderse como las formas diferentes de distribución de capital global entre las distintas especies de capital (Bourdieu 1998: 114):

Cuadro No 3

Clases/Capitales	Económico	Social	Cultural	Global
Alta	56,95 %	29,2 %	13,85 %	100 %
Media Alta	57,4 %	27,05 %	15,55 %	100 %
Media Baja	59,25 %	25,72 %	15,03 %	100 %
Baja	60,97 %	24,9 %	14,13 %	100 %

Fuente: elaboración propia en base a encuestas

Sin dejar de tomar en cuenta que la clase alta es la que tiene los capitales más voluminosos en cada una de sus especies (Cuadro No 2), es posible ver en el Cuadro No 3 el peso relativo (en promedio) de cada tipo específico de capital dentro del monto global de cada clase.

Lo que se puede ver, comparando entre clases, es que la que tiene un mayor peso con respecto al capital social es la clase alta. Por la forma en que se han medido los capitales, lo que se puede decir es que en comparación con las otras clases es la que más elevados orígenes sociales tiene, y es la que más se preocupa por participar de instituciones educativas exclusivas, que es donde se forma una parte considerable del capital social. Esta apuesta por este tipo de diferenciación es una manera en que la clase alta se reproduce socialmente.

La clase media alta y la clase media baja coinciden en una apuesta mayor por el capital cultural, que es la que las distingue del resto (aunque, como puede verse en el Cuadro No 2, el capital cultural de la clase media alta es más voluminoso que el de la clase media baja). Alcanzar un alto grado educativo, a la vez que compartir la creencia generalizada de que en los institutos de educación privado se recibe una mejor educación que en los públicos, acerca especialmente a las de clase media alta a las de clase alta (que tienen un volumen de capital

cultural, en cuanto al volumen absoluto que se muestra en el Cuadro No 2, apenas un poco mayor)²⁹.

El peso relativo del capital económico en la estructura patrimonial de la clase baja es mayor que el las demás clases. Lo que esto quiere decir es que hay una preocupación sobre todo por reproducir las condiciones de existencia, antes que darle mayor importancia a lo social y lo cultural: la apuesta principal por lo económico antes que ser una ambición es una urgencia.

3. Condiciones de existencia y estilos de vida

3.1. Lugares de residencia e infraestructura de la vivienda

Aquellas agentes sociales que tienen una posición de clase alta, y cuya edad se encuentra alrededor de los 40 años o más, tienen casa propia en barrios bastante cotizados de la ciudad, como Calacoto, Cota-Cota, Irpavi, Auquisamaña o Achumani, por mencionar algunas, aunque no necesariamente sean las que tienen un mayor valor económico, aunque sí se encuentren en lugares que en general son estereotipados por los miembros de la sociedad como aquellos en los que vive la gente que parece tener más plata, y que reúnen en un espacio geográfico a familias de similares condiciones de existencia, que se caracterizan por ser de un estilo de vida holgado. En cambio, las mujeres más jóvenes de esta misma clase, con pocos años de haberse independizado de su familia de origen y casadas en la mayoría de los casos, no tienen en general una casa propia (su vivienda en algunos casos es alquilada), aunque sí tienen un origen de clase alto que les asegura un respaldo económico, por lo que son potenciales acreedoras de una vivienda propia, en un lugar reservado para la gente de su clase, o sea un barrio de prestigio parecido al que ocupaban antes de haberse independizado. Si hay una endogamia de clase, esa potencialidad es reforzada y se pueden generar las condiciones de posibilidad para la adquisición de un inmueble propio para la nueva familia, preferentemente ubicado en un lugar “chic” de la ciudad, en zonas en las que se sabe no habitan aquellos que ocupan las clases medias bajas y las clases bajas o, en todo caso, aquellos que tienen estilos de vida poco cercanos a los suyos.

Las viviendas que habitan quienes ocupan las posiciones de clase media alta son en su mayoría de su propiedad, y en algunos casos la casa o el departamento que habitan está en alquiler o en anticrético. Tienden a ubicarse en barrios que en muchos casos son más caros, indicado -dicho sea nuevamente- por el valor tributario de la zona, que los que habitan las familias de la clase alta. La mayoría vive en barrios como Miraflores, Sopocachi o San Pedro, por mencionar algunos de ellos, ya que también es común que habiten otras zonas más caras como el Casco Urbano Central, o la avenida 6 de Agosto, aunque

²⁹ El cuadro No 5, que se verá posteriormente, respalda esta afirmación.

también en varios casos en barrios que son más característicos de clase alta, como en Obrajes o Cota-Cota (un poco menos caros), y rara vez en barrios o zonas en los que habitan la clase media baja y la clase baja. Lo que es destacable en este sentido es que las zonas más caras, aunque se sepa que son caras -es posible darse cuenta entre otras cosas por lo que se pide de renta por el alquiler de un departamento o una casa en un determinado barrio, leyendo los clasificados que salen en el periódico-, no son estereotipadas como tales, lo cual sí sucede con los barrios de la zona sur que si bien son caros, aunque no tanto como la Avenida Arce o la Avenida 6 de Agosto por ejemplo, son donde se cree está la gente de más alta posición.

Una parte considerable de las miembros de la clase media baja son propietarias de su vivienda, aunque la mayoría de ellas vive en casas o departamentos en anticrético o en alquiler. Las casas que ocupan -muchas veces antiguas- se encuentran en una mayor diversidad de barrios, unos que pueden ser más antiguos, como el Casco Urbano Central, Miraflores, San Pedro o Sopocachi, aunque tienden a vivir en la mayoría de los casos en villas, en la parte alta de algunos barrios (como Alto San Pedro, Alto Sopocachi o Alto Miraflores), en barrios alejados del centro en general, y en algunos casos en zonas periféricas. Es notorio que muy excepcionalmente viven en la zona sur, aunque -y es la impresión del investigador, que parece también la comparte la gente en general- es posible que en los mejores casos las miembros de esta clase sean microempresarias exitosas, o grandes comerciantes, y que vivan en el lugar más caro de la ciudad como el Rosario, o en otros también muy caros como 14 de Septiembre o Gran Poder, aunque sus hogares no presenten, por lo menos en la fachada, los estilos modernos de arquitectura que se encuentran en las casas de la zona sur.

Las que son de posición de clase baja, tienen en su mayoría casa propia, otra gran parte tiene como hogar una vivienda alquilada, y unas cuantas habitan en viviendas en anticrético o prestadas, ésta última condición poco o nada frecuente en las otras clases. Sin embargo, a pesar de que muchas de ellas tienen casa propia, el carácter de clase de sus viviendas se revela en los barrios que ocupan, los cuales, dicho de una manera amplia, son los más alejados del centro de la ciudad y cercanos a los lugares más altos -algunas de ellas viven en la ciudad de El Alto- y son lugares cuyo valor tributario es muy bajo. Es común que las miembros de esta clase residan en las villas, que coincidan con los barrios "altos" (los que suelen ocupar las que son de la clase media baja como por ejemplo Alto Miraflores), o en algunos pocos casos en barrios de clase media alta como en Sopocachi. También habitan lugares "marginales" en la zona sur, cuyo marginamiento muchas veces no es otra cosa que estar en un lugar de menor calidad en un espacio, un cerro tal vez, que tiene unos cuantos terrenos de calidad y que son seguros -en el sentido de que es muy difícil que se derrumben luego de las intensas lluvias que caen en la ciudad de La Paz entre los meses de noviembre y mayo, que es algo que sí ocurre en las viviendas más pobres construidas en terrenos de muy baja calidad, muchas veces hechas en base a puro adobe, material característico de las viviendas de los que tienen unas condiciones de existencia muy limitadas.

También hay que decir que la mayoría de las veces su hogar es de un solo piso, y se puede esperar que en ese solo piso tengan pocos ambientes, y que en esos pocos ambientes se mezclen actividades que, para aquellos cuyo *habitus* ha sido formado siempre en la urbe y con referencias de la vida moderna, no se *deberían* juntar, ya que a cada lugar de la vivienda le corresponderían cierto tipo de actividades, no *debiendo* estar la cama y la mesa del comedor en un mismo ambiente.

Las viviendas en las que habitan quienes son de clase media baja tienen un piso mayormente, en muchos otros casos dos pisos, y rara vez más de dos pisos. Sin embargo esto es algo más complejo, ya que en algunos casos en que sus viviendas tienen un solo piso se trata de un departamento, pero también puede ser el piso de una casa, y en otros casos puede que sean dos pisos compartidos, o que uno de esos dos pisos sea de un tamaño y el otro de otro, dentro de una irregular forma de la infraestructura de la vivienda³⁰. Esto ocurre normalmente en casas antiguas y de propiedad dividida: así por ejemplo, hace unos años en la calle Murillo se podía ver un letrero que decía “se vende media casa”.

Las que ocupan posiciones de clase media alta, presentan la mayor diversidad con respecto al número de pisos de sus hogares en relación con las otras clases: las casas que ocupan sus familias son de dos pisos y en algunos casos hasta de tres o más (lo cual es poco común), pero la gran mayoría de ellas vive en casas de un solo piso, pero sobre todo en departamentos, como si los grandes edificios de las zonas residenciales en las que suelen habitar estuvieran reservados para las miembros de esta clase en particular.

La vivienda de las mujeres que son de clase alta es mayormente de 2 pisos o más, aunque en algunos casos puede ser de un solo piso, especialmente si es un departamento, y más aun si la vivienda todavía no es propia o es de una persona que vive ahí individualmente. Si bien no se conoce el tipo de arquitectura que tienen estas casas (ya que esto no se preguntaba y no se visitaba a las personas en sus casas sino solamente en el trabajo), es un capital económico que llega a funcionar como capital simbólico, ya que aspectos de la casa, como el tamaño, la forma de estructurar los pisos, y la ubicación, son maneras en que se muestra una capacidad económica que muy pocos tienen.

Así, al tomar en cuenta el número de pisos como una manera en que las de una clase adoptan un estilo en la “arquitectura” diferente del de las otras, parece ser algo que indica que solamente las que son de clase alta que tienen una casa propia de más de un piso comparten esa homogeneidad, en comparación con el resto, que puede vivir en departamentos o en pequeñas casas de un solo piso.

³⁰ Esto difícilmente es algo que ocurre comúnmente, pero se lo puede ver en algunas casas de Miraflores y de San Pedro.

3.2. Los Baños

El número de baños dentro del hogar es un indicador importante ya que contribuye a definir las características de la vivienda. Además es un aspecto básico de las condiciones de existencia que diferencia claramente a las clases, ya que por más que fuese tomado en cuenta por sí mismo sin tomar en cuenta a los otros factores, indicaría evidentes distinciones.

En las casas que habitan familias de clase alta el número de baños típicamente es de tres, rara vez de dos, y casi nunca hay un solo baño -de hecho hasta ahora se ha encontrado un solo caso, que es de una joven recién independizada, que vive sola en una casa alquilada, por lo que tener un solo baño es comprensible para su situación.

Concebido el baño como recinto íntimo para la limpieza y purificación mundana del cuerpo -en algunos casos también para su relajación-, así como un lugar en el que se inicia el arreglo de la fachada personal (especialmente en las mañanas para quienes van a trabajar), el elevado número de baños en los hogares de clase alta se explica por la finalidad de trazar una división, no solamente entre aquello usable por los miembros de la familia y lo usable para las visitas (que tienen asignado un baño en particular), sino también para la intimidad individual de los miembros de la familia, separando a los padres de los hijos o a las mujeres de varones, y muchas veces también se reserva un baño para la/s empleada/s: el número de baños y las características de éstos (como tener calefón y/o yacusi) es parte indisoluble de las condiciones de existencia y del estilo de vida, que a las que tienen condiciones de existencia tan privilegiada les permite tener una mayor privacidad y comodidad, al mismo tiempo que adquirir hábitos con respecto a estos usos. También en general se tiene en la vivienda por lo menos un cuarto con baño “en suite”, exclusivo para quien duerme en el lugar, ya que para entrar a ese baño hay que atravesar el cuarto.

Sin embargo es también el número de baños uno de los indicadores que acerca a la clase media alta a la más alta, ya que como se dijo antes es condición de existencia a la vez que parte del estilo de vida. Las encuestadas de clase media alta, y una gran mayoría de personas conocidas por el investigador de esta misma clase, tienen como mínimo dos baños en su casa. Uno es especialmente para miembros de la familia, y el otro es para la familia pero también es el de las visitas. Normalmente hay un tercer baño que ocupa un lugar intermedio, que puede llegar a ser casi exclusivo para las visitas (aunque hay casos en que el tercer baño es el de la empleada), pero no hay una mayor cantidad de baños, en parte también porque la infraestructura de la casa o el departamento no lo permite. La función de los baños es muy parecida a la de la clase dominante, aunque el disfrute de quienes son de clase media alta mayormente se reduce a una comodidad por cantidad, a diferencia de la clase alta para la que la relajación y el placer se extiende a la posibilidad de darse baños especiales en el yacusi, que incluye masajes, etc. Los baños, no menor a dos en la gran mayoría de los hogares de las familias de clase media alta, tienen también como función la comodidad y la privacidad entre sus miembros, como con las visitas.

El número de baños que suelen tener en su vivienda las miembros de la clase media baja es de dos, y en muchos casos solamente uno. Es de notar que dos de las encuestadas, una que tiene una casa de cinco pisos y la otra de seis, tienen solamente dos baños en su vivienda. Sin embargo esto no es algo concluyente, ya que es posible que pueda haber aquí una confusión en el llenado de la encuesta: se pregunta por el número de pisos (no si la vivienda es departamento o casa), por lo que puede ser que estas personas vivan en departamentos, y como muchos departamentos no tienen más de un piso se haya entendido que se preguntaba por el número de pisos de todo el edificio, y no solamente del propio hogar. Sin embargo, una gran parte de las encuestadas tienen un baño, en algunos casos dos, y rara vez más de dos. Lo que se puede deducir de esto es que mientras más abajo en el espacio social, parece preponderar una manera funcional de ver las cosas, más cercana a lo que Bourdieu llama *gustos de necesidad*, aunque el baño es una necesidad propiamente, que puede ser ideada con gusto y con fines de placer. La distancia con respecto a la necesidad, propio de quienes ocupan las posiciones de clase más alta, parece ser al mismo tiempo una “cercanía” con el tiempo libre, que es tiempo para gastar, tanto para adornar como para comprar adornos, que hacen a lo que Bourdieu llama *gustos de libertad*.

Las que ocupan posiciones sociales bajas, más allá de que sus viviendas sean propias o alquiladas, tienen un solo baño para todos los que viven bajo el mismo techo, lo cual corresponde con que casi todas tengan una vivienda que tiene un solo piso. Condición que con o sin comodidad debe ser adaptada a las actividades del día de los diferentes miembros de la familia, implica que su uso puede ser más restringido, más funcional, y que las personas tengan menos privacidad, ya que tiene que ser compartido por todos por igual, incluyendo a los visitantes que puedan aparecer en una u otra ocasión. Un solo baño para toda la vivienda puede implicar que hayan incomodidades, especialmente si se trata de un baño compartido por más de una unidad doméstica, y que se trate de un lugar que se encuentre lejos de brindar placer, comodidad, e intimidad individual, no entendido como tal por quien ha incorporado el hábito de la clase y lo usa como si nada.

3.3. Los electrodomésticos

Dentro de casa, la posesión o no de electrodomésticos funciona también como indicador del capital económico, a la vez que muestra en parte el estilo de vida de las familias: más allá de ser común en miembros de todas las clases sociales la tenencia mínimamente de un televisor -lo cual quiere decir que si algún día fue un factor de distinción ya no lo es más, a no ser que se pueda obtener la información de las características de los televisores- los otros artefactos como el microondas o la lavadora de ropa -probablemente accesibles incluso a algunas miembros de la clase baja-, son indispensables para la comodidad de miembros de la clase alta -es obvio tenerlos ya que ni si quiera son caros-, y junto con el servicio de empleada doméstica son condicionantes de la cantidad de tiempo libre, en

contraposición de aquellas que son miembros de la clase baja, la media baja e incluso algunas de la media alta, que tienen como segundo trabajo las labores de casa después de haber ido a su trabajo, cuando no son amas de casa a tiempo completo.

El uso de electrodomésticos también es común en las familias de clase media alta, pero no suelen contar con todos aquellos que se mencionaban en la encuesta (y eso que no se preguntó si tenían algunos otros como el calefón o el equipo de sonido), a diferencia de las familias de clase alta que muy rara vez no los tienen todos, incluyendo la televisión por cable y la conexión de internet. En varios casos las que ocupan las posiciones medias-altas también tienen empleadas, pero no es algo que se da de manera general, y en todo caso, si tienen suerte, cuentan con la ayuda de su esposo y sus hijas para cumplir con los quehaceres domésticos. En fin, el consumo de electrodomésticos es algo restringido, que muestra un capital económico limitado que reduce las posibilidades de tener un estilo de vida enteramente confortable, como es el de la clase alta. Sin embargo, ya que esas familias suelen tener hijos que estudian, es común que tengan computadora, conexión de internet, y por otra parte el servicio de cable.

En la clase media baja, lo que más se ha encontrado que tienen además de la televisión es la computadora, aunque en bastante menor medida, y también varias cuentan con el servicio de televisión por cable. Sin embargo sí es notorio que ninguna de las encuestadas haya respondido que sí tiene todos los electrodomésticos en su hogar y los diferentes tipos de servicio que se citan en la encuesta, y entre estos servicios una gran mayoría no cuenta con una empleada doméstica. Tampoco su posición les suele permitir contar con los servicios de una empleada, y les ocurre algo parecido que a las de clase media alta -que les falte alguien en casa que se dedique a las labores domésticas- a no ser que tengan hijas que no estudien, lo cual supone más posibilidades (más manos) para atender el propio hogar sin tener que gastar, así como al negocio en caso de que tengan uno.

Si bien como ya se dijo los electrodomésticos no son imprescindibles para reproducir la existencia de los seres humanos, son artefactos que facilitan y aligeran la vida diaria, y que también permiten tener mayor tiempo libre para disponerlo en otras actividades (por más que una de ellas sea el mero descanso). Pero cuando no se los tiene ocurre lo contrario: si se quiere recalentar una comida, lavar ropa, conseguir información, o tener mayor entretenimiento, se tiene que hacer más esfuerzo, se tiene que ocupar más tiempo, se tienen que hacer mayores sacrificios y posiblemente, en algunos casos, hasta resignarse y posponer el entretenimiento. Quienes ocupan posiciones de clase baja, y no tienen la posibilidad de escoger entre comprar un electrodoméstico o no porque tienen un limitado volumen de capital económico, tienen un estilo de vida así restringido, cuyo impedimento se da muchas veces por el propio trabajo doméstico, que si bien puede apenas ser acompañado con algún programa televisivo, muchas veces es “suplido” por una radio.

3.4. El auto

Casi como requisito indispensable de los miembros de la clase alta, está el tener auto de uso particular, a diferencia de los conductores de transporte público, o los que trasladan mercadería, para quienes el auto es sobre todo una herramienta de trabajo. La marca y el modelo del auto aumentan o disminuyen el prestigio de quienes son sus dueños, en virtud de una “cultura general automovilística” dentro de la clase, que atribuye a los autos un valor simbólico: posesión de dinero efectivizada en la compra de un auto de reconocida marca, convertida así en capital simbólico, accesible solamente a quienes tienen un voluminoso capital económico.

Con respecto al auto, es algo que en varios casos se tiene entre los miembros de la clase media alta, no es algo generalizado, pero sí se aspira siempre a tener uno. En este sentido, lo más importante con la tenencia del auto es la funcionalidad, ya que no se suelen tener autos muy caros, y si bien no son algo que se ostenta -que es lo que les gusta a las y los miembros de la clase alta-, ya que tampoco tienen vehículos de marcas ostentables, es algo que no deja de ser símbolo de comodidad económica.

Son pocos los casos dentro de la clase media baja que tienen auto que sea de uso particular. Si bien no se preguntó si en su familia tenían un vehículo que fuera usado para trabajar como movilidad pública o privada, es posible que así sea y que quien lo maneje sea el esposo, ya que es poco común que las mujeres trabajen en el transporte (aunque efectivamente hay algunas que sí lo hacen, y es más notorio en los años posterior al trabajo de campo). Tener auto de uso particular llega a ser símbolo de distinción en esta clase, no solamente como símbolo de prestigio ante las otras clases, sino especialmente en contraste con aquellas familias dentro de la misma clase, que tienen el auto como herramienta de trabajo, que se encontrarían en las posiciones más bajas de su clase y también en la clase baja.

De todas las encuestadas que resultaron ser de clase baja, ninguna dice tener auto de uso particular, por lo que realmente parece ser uno de los más poderosos indicadores tanto de la clase como del estilo de vida.

Si bien la mayoría de las jóvenes no tiene auto de uso particular propio, sin importar la clase de la que formen parte, y la mayoría suele utilizar micros, minibuses, trufis o incluso radiotaxis, con el pasar de los años tener la posibilidad de comprarse un auto para transportarse y entretenerse (ir de paseo en un auto compartido con quienes el dueño así lo quiera) termina siendo un factor de los más enclasantes.

3.5. De vacaciones³¹

Las actividades durante vacaciones son también diferenciadoras de clase, y en algunos casos hasta definitivamente enclasantes. La mayoría de las encuestadas, pertenecientes a las diferentes clases sociales, respondieron en la entrevista que viajan durante vacaciones, especialmente al interior, tanto a ciudades como a pueblos, con lo que quedan exentas, por lo menos por un tiempo, del trabajo doméstico. Muy pocas son las que toman algún tipo de curso o van al gimnasio.

Las mujeres de clase alta también viajan a ciudades del interior en su mayoría, con la variante de que en algunas ocasiones viajan a lugares del exterior relativamente cercanos, especialmente a Argentina y a Chile. Ocasionalmente viajan también a lugares más lejanos, dentro de los cuales Europa vendría a ser lo más caro, ya que solamente en pasajes de avión se tiene que gastar un mínimo cercano a los mil quinientos dólares (por persona). Esto al mismo tiempo es algo que las distingue de quienes son de clase media alta, que no se pueden dar el lujo de viajar a lugares tan lejanos, si no es gastando una parte de sus ahorros conseguidos en años de trabajo, mientras que las que tienen una posición de clase alta pueden hacer este gasto con soltura, sin que llegue a ser algo que se suele hacer siempre que tienen vacaciones.

Una gran mayoría de las de clase media alta se dedica a viajar cuando tiene vacaciones, y los destinos más comunes son las ciudades del interior, aunque también hay algunas que viajan a lugares relativamente cercanos del exterior, que son fronterizos, y a los cuales se puede llegar por tierra sin mayor dificultad que pasarse algunas decenas de horas en buses. Muy pocas son las que viajan a países más lejanos. Es de notar también, que en esta clase se hallan la mayoría de las que hacen algún tipo de curso, aunque de todas maneras son muy pocas.

La mayoría de las que son de clase media baja tienen vacaciones, y una parte considerable de ellas se dedica a viajar. La mayoría de las que viajan se dirige a ciudades del interior, mientras que el resto se va a pueblos o lugares rurales, y muy rara vez al exterior del país.

Quienes ocupan posiciones de clase baja, dicen, por lo menos la mayoría de ellas, que no tienen vacaciones, y cuando sí las tienen algunas de ellas las dedican a viajar al interior, tanto a ciudades como a pueblos y lugares rurales, mientras que otras se quedan en casa simplemente a descansar o a dedicarse a su hogar de una manera que no pueden hacer cuando están trabajando. También es sabido que quienes han vivido en el campo y tienen familiares ahí, suelen visitar su comunidad o pueblo del que han llegado a la ciudad, aunque muchas veces no son solamente las vacaciones las que motivan esas visitas, sino los requerimientos de mano de obra para la agricultura en los lugares que tienen que ir, o las fiestas en que se recuerda el aniversario de la comunidad o acontecimientos parecidos, que congregan cierta cantidad de visitantes, dentro de

³¹ Esta pregunta no figura en la encuesta porque se hizo como entrevista.

los cuales muchos de ellos son parientes de quienes todavía habitan ahí. Estas actividades también se extienden a las/os miembros de clase media baja, e incluso a algunos casos de clase media alta.

3.6. El colegio y lo que viene después

El siguiente cuadro es bastante ilustrativo. En él se muestra el porcentaje de cada clase con respecto a si asistieron a un colegio fiscal o a uno particular:

Cuadro No 4

Clases/Colegios	Fiscal	Particular
Alta	0%	100%
Media Alta	20%	80%
Media Baja	50%	50%
Baja	100%	0%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas

La manera en que las clases sociales participan en el sistema educativo está condicionada por el volumen del capital económico. En la sociedad paceña -y posiblemente en la sociedad boliviana en general-, lo preferible y deseable es educarse en una institución privada: siendo secundaria la calidad de la educación que promueven las instituciones educativas formales, los establecimientos encargados de llevarlas a cabo, los colegios en particular, funcionan como instituciones reproductoras de clase, ya que la convivencia prolongada de los estudiantes dentro de los establecimientos educativos forja relaciones duraderas. Por otra parte, para pagar la pensión en un establecimiento educativo privado, especialmente en las universidades de mayor reconocimiento, se necesita un cierto volumen de capital económico que es bastante alto.

El colegio es un factor importante, casi determinante, que divide en dos al espacio social: las personas que estudiaron o estudian en un colegio particular se ubican en general en la clase media alta o en la alta, mientras que las que estudiaron en un colegio fiscal se ubican en la clase media baja pero sobre todo en la clase baja. El colegio es indicador del capital económico, ya que mensualmente se tiene que pagar una pensión en los colegios particulares (a parte de los gastos en útiles³²), es además un lugar en el que se forma una parte del capital social, debido a la interacción regular con otras personas que se educan en el mismo colegio y que dura en muchos casos hasta 12 años. Sin embargo, nada demuestra que un colegio particular de una educación mejor que la de un colegio fiscal: en este aspecto la diferencia se basa en la creencia

³² Al mismo tiempo que estar en un colegio fiscal parece ser considerado por la gente en general y por el Estado como síntoma de pobreza, lo cual parece evidenciarse en el hecho de que los alumnos de colegios fiscales (o las unidades domésticas que tienen a sus niños en éstos) sean los destinatarios de bonos en dinero (por lo menos por ahora en dinero) por parte del Estado.

colectiva, no necesariamente falsa, de que en un colegio particular la enseñanza es mejor que en un colegio fiscal³³.

Todos los miembros de la clase alta han estudiado en un colegio particular, y posteriormente en una universidad privada –aunque también es igual o más prestigioso estudiar en una universidad del extranjero (en la cual también tienen que pagar). Con respecto a las titulaciones, quienes forman parte de esta clase aspiran como mínimo a ser licenciadas (es algo bastante generalizado y que incluye también a la mayoría de los hombres). Sin embargo llegar a la licenciatura es algo para lo que se puede tomar un tiempo, ya que si bien es algo que ayuda a conseguir trabajo, en nuestra sociedad el acceso al empleo solo depende en parte del grado educativo y es algo que puede depender más de la efectivización del capital social, como se mencionó anteriormente. Asimismo los padres de las/os pertenecientes a esta clase son profesionales, la mayoría de ellas/os mínimamente con el título de licenciatura.

La participación en el sistema educativo permite a la clase media alta distinguirse -en cierta medida- de la clase media baja, y tener más características en común con la clase alta que las demás clases. Si bien en la ciudad de La Paz hay una jerarquización de instituciones educativas privadas cuyo principal indicador es la pensión que se paga, estudiar en universidades privadas y colegios particulares, aunque no sean muy prestigiosos, es algo que se hace para reproducir mínimamente la condición de clase, asegurando cierto capital social y con la potencialidad de incorporar a éste “contactos” de la clase alta. Esto es algo que se puede evidenciar con mayor claridad en la Universidad Católica, en la que sus estudiantes son en su mayoría de clase media alta, pero también hay bastantes miembros de la clase alta. La posibilidad de juntarse con miembros de una misma clase o de clase superior, les permite generar las condiciones de posibilidad para reproducirse y mantener su posición en el espacio social.

Como ya se mencionó, estudiar en un colegio particular es algo que separa a la clase media alta de la clase baja, no porque aumente el capital cultural, sino porque en virtud de cierto capital económico acerca a las miembros de la clase media alta a las de clase alta, aunque esto sea algo que para quienes ocupan las posiciones más bajas de la clase media alta pueda interrumpirse en el paso a la universidad, ya que se necesita un capital económico bastante más voluminoso para entrar a una universidad privada que para entrar a un colegio particular, lo cual es algo a lo que puede acceder la mayoría de la clase media alta, con excepción de quienes ocupan las posiciones más bajas en ésta. En la clase media

³³ Parece haber la creencia generalizada de que todo lo que es privado en general es mejor que todo lo público, lo cual en algunos aspectos es cierto y evidente, como en el caso de la infraestructura, el orden, la comodidad y la limpieza. Un ejemplo no relacionado con lo educativo donde parece haber una clara diferencia (dentro de los aspectos mencionados) es entre los hospitales del Estado y las clínicas privadas. Por otra parte el que los colegios fiscales sean estereotipados por su menor calidad puede deberse a que los maestros que ahí enseñan están sindicalizados, y muchas veces al año paran, hacen huelgas, etc., por lo que los alumnos pierden días de clases, a pesar de que éstos se dice son recuperados posteriormente.

alta hay también una apertura hacia las universidades públicas, que les puede restar posibilidades de incrementar su capital social, y de desviar su trayectoria individual hacia abajo en el espacio social, a no ser que empleen otras estrategias de enclasmiento.

Con respecto a las titulaciones, la licenciatura es algo a lo que aspiran los miembros de la clase media alta en general, y algo que comúnmente logran. Sin embargo, en esta clase ya empiezan a aparecer las titulaciones a nivel de egresados y técnicos, lo cual es algo que ocurre poco en la clase alta. Al mismo tiempo hay secretarías que si bien han estudiado en la universidad, no llegan a tener un título de egreso (sin que necesariamente se resignen a no obtenerlo, así como el título de licenciatura, ya que después de un tiempo pueden retomar sus estudios), pero llegan a formar parte de esta clase en virtud de su capital social, ya que tienen un origen de clase medianamente alto, y el respaldo de haberse casado con alguien que tiene un capital económico relativamente solvente³⁴. Es de notar, que las madres de los miembros de esta clase en muchos casos han dejado completamente los estudios luego de haber salido bachilleres (hay muy pocas tituladas), y los empleos que han conseguido -si es que no se han quedado de amas de casa- han sido los que ahora se consideran de clase media baja.

Los miembros de la clase media baja intentan mantenerse en la lucha, algunas habiendo entrado a estudiar a instituciones privadas, en especial los colegios, que les ha dado la posibilidad de un desplazamiento vertical en el espacio social, en una apuesta por lo cultural, pero cuyas consecuencias más importantes son sociales. Sin embargo, provienen de estas clases quienes tienen dificultad por seguir una carrera universitaria, pero tienen accesibles aquellas carreras y títulos de técnicos medios y superiores.

Quiénes son parte de la clase baja, reproducen su clase ya que no han apostado a otro capital que no sea el capital económico, que es el que les permite la reproducción de su existencia, no habiendo podido preocuparse, o tal vez habiendo dejando de lado, una "carrera cultural" que a la vez asegura una "carrera social", que es lo que la participación en instituciones educativas particulares permite.

³⁴ Esto parece ocurrir también con las amas de casa tanto de esta clase como las de la clase alta.

Capítulo IV

Distinción entre fachadas

La imagen que presentan las personas en determinada ocasión no es la expresión equivalente con respecto a la posición de clase que ocupan, asimismo tampoco las grandes estructuras sociales abstractas llegan a explicar que una mujer se arregle de determinada manera de acuerdo a la relación condiciones de existencia-consumo-estilo de vida. Es solamente en las situaciones sociales concretas cuando el aspecto que las personas presentan llega a cobrar todo su sentido social. Así, enfocando esta parte de la investigación desde la teoría de Goffman, aquí se comienzan a tomar en cuenta las relaciones cara a cara, las situaciones, y cómo las definiciones que de éstas hacen las agentes influyen en la credibilidad de sus actuaciones, que tienen a la fachada personal como soporte de su representación.

Sin embargo, aquí no se estudia un orden de interacción en cuanto tal, ni las actuaciones de quienes forman parte del objeto de estudio. La idea de que el mundo social es una representación teatral subyace y está presente implícitamente en esta tesis -de hecho está presente a lo largo de toda la investigación-, pero caracterizar las actuaciones de las mujeres paceñas no ha sido una idea que se había propuesto en un principio. Lo que sí han habido -e irreparablemente hay en las investigaciones sociológicas que tratan acerca de personas en concreto- son encuentros entre el investigador y las señoras y jóvenes que han llegado a formar parte del objeto de estudio. Las actuaciones se han dado ahí, como comúnmente ocurre cuando las técnicas para investigar son entrevistas, observaciones y encuestas.

Ya que se quiere saber qué partes de la fachada personal de las agentes sociales son las más definitivas de su género y su pertenencia de clase, se requiere, y es de hecho imprescindible, tomar en cuenta de donde viene la mirada que registra y clasifica: por más fieles que sean las anotaciones de campo de lo observado, la objetivación del sujeto objetivante se hace necesaria para encontrar todo el sentido social de las categorizaciones. La mirada, en esta investigación, es la del propio investigador, que es quien actúa, y el que se ha presentado cara a cara con quienes llegaron a formar parte del objeto de estudio.

Aquí es donde se requiere explicitar lo que comúnmente se reconoce discursivamente, pero al final de cuentas se lo da por sentado y se lo deja oculto: que cuando un observador clasifica-categoriza a otros agentes sociales, que son personas de la sociedad misma en que uno vive, lo hace desde su status, desde su distancia respecto a la necesidad, desde su nivel educativo y su capacidad de sociabilidad, desde su plata, desde sus maneras, desde la posición de clase a la que cree pertenecer, y además -también hay que decirlo- de acuerdo a la rutina que a uno le toca representar, que en esta investigación era la de un joven estudiante de la UMSA que hacía su tesis y recogía información.

Si bien esta tarea de explicitar parece obvia, no por eso no es confusa y compleja, ya que es tan necesario como inevitable un esfuerzo del investigador por desentrañar sus prejuicios personales, los cuales llegan a entretenerse con categorías sociológicas aprehendidas, y cuando uno cree haber dado en el clavo al pensar que la enfermera que acaba de encuestar es seguramente de clase media baja y la gerente de empresa privada de clase alta, todo en base a la imagen y desde una percepción sensorial a partir de la cual se puede clasificar-categorizar, resulta que no es así, o no es tan así en todo caso, y que seguro al final de cuentas uno mira este tipo de cosas desde su propia posición, que no es solo una posición de clase o una posición personal, sino es también una posición con respecto a la disciplina, que involucra teorías y experiencias de conocimiento, que fácilmente pueden entrar en conflicto con el ser social que uno es cuando no hace sociología, o con el que uno era cuando todavía no había entrado a formar parte activa del campo sociológico.

Lo que se va a hacer en este capítulo es explicar cómo la fachada de una señora o de una joven que vive en la ciudad de La Paz puede ser cotejada con su posición de clase, que puede corresponder coherentemente o no con esa posición, de acuerdo a la impresión visual que de las agentes ha tenido el investigador, así como del consumo de cosméticos que ellas mismas han declarado -es decir, llenado en la encuesta-, y la ocasión social en la que se las ha encontrado, que es aquella en que ellas dicen realizan su actividad principal.

1. De Bourdieu a Goffman, de Goffman a Bourdieu

Sin haber pretendido adoptar una posición ecléctica, por el modo en que se ha ido dando la investigación se ha tenido que recurrir a conceptos de diferentes cuerpos teóricos para explicar de manera satisfactoria los hallazgos empíricos. Así, a partir de los conceptos y categorías teóricas propuestas por Bourdieu, no se ha llegado a tener respuestas plenamente satisfactorias a las preguntas de investigación planteadas. Lo mismo ocurría tomando en cuenta solamente la teoría de Goffman. Por otra parte la objetivación participante añadía al intento de una explicación meramente "bourdiana" ciertos matices que suelen escaparse a los análisis macroestructurales, pero aun así no era suficiente, ya que los "requisitos" que el uso de la objetivación participante implica no bastan para justificar que el investigador atribuya cierta pertenencia de clase a una u otra agente social.

Aquello que la situación impone, en muchos casos, o por lo menos en esta investigación, es insoslayable para un estudio de estilos de vida y apariencias de clase, y son los conceptos de Goffman los que fueron dando nuevas pautas para hacer interpretaciones más precisas y para que las explicaciones finales sean más cabales.

En *La Distinción*, el gusto es el principio enclasante a partir del cual los miembros de una determinada clase social mediante sus prácticas estructuran diferencias que los distinguen de las otras clases, en un plano expresivo y visible, en el que las formas de las prácticas cobran un sentido pleno. Condicionados por sus propias condiciones de existencia, los miembros de una clase orientan sus consumos desde su *habitus* y conforman un estilo de vida de acuerdo con las elecciones que quieren (pueden) hacer en los diferentes ámbitos existentes, ya sea con respecto a los muebles dentro de casa, la comida, el vestido, etc. Así, diferentes universos de gustos pueden corresponder a clases respectivas de una manera general³⁵, dándose así modos de adquisición:

El efecto del modo de adquisición nunca es tan señalado como en las elecciones más corrientes de la existencia cotidiana, como el mobiliario, el vestido o la cocina, que son particularmente reveladoras de las disposiciones profundas y antiguas, porque, al estar situadas fuera del campo de intervención de la institución escolar, deben afrontarse, si así puede decirse, por el gusto desnudo, al margen de toda prescripción o proscripción expresa, como no sean las que proporcionan unas instancias de legitimación poco legítimas como las revistas femeninas o los semanarios dedicados al hogar. (Bourdieu 1998: 76).

De acuerdo a aquello que se consume Bourdieu dice que

es muy raro que de alguna manera pueda deducirse de la cosa en sí misma el uso social que de ella se hace: si se exceptúan aquellos productos especialmente fabricados con vistas a un determinado uso (como el pan llamado de régimen) o estrechamente ligados a una clase, sea por tradición (como el té), sea por el precio (como el caviar), la mayor parte de los productos sólo reciben su valor social en el uso social que de los mismos se hace;... (Ibíd.: 19).

Al referirse específicamente a los consumos alimenticios, lo que el autor dice es que si bien pueden haber productos que son consumidos por una clase social en específico, y que hay otros que son preferidos más por una o unas clases que por otras, hay alimentos que son consumidos por todas las clases sociales, y que el valor social pleno de los alimentos que distingue a unos de otros, de acuerdo a las

³⁵ No está demás recordar que en gran parte el estudio de Bourdieu está basado en información estadística sobre características y preferencias en el consumo de la sociedad francesa.

clases que los consumen, consiste en las maneras: tanto en la manera de cocinar, como en los tipos de platos que se escogen para hacer a partir de unos mismos materiales o ingredientes, como la manera de comerlos (la vajilla de la cual se dispone), son usos sociales que distinguen.

Con respecto a la fachada personal, existen consumos de cosméticos y de servicios de peluquería a partir de los cuales se la conforma. Consumo visible, en este caso el consumo social es el estilo en el cual se usan los diferentes cosméticos y el modo en que el cabello es cortado y arreglado: los productos para embellecer tanto como los/as peluqueros/as y estilistas a las que se asiste, pueden ser los/as mismos/as, pero la forma de aplicar un delineador de ojos y el tipo de corte que se pide dependen del gusto de la cliente, que al dar forma a un producto o a un servicio emplea un uso social del mismo.

Bourdieu dice que hay tres estructuras de consumos en la clase dominante que se distribuyen principalmente en las correspondientes categorías de alimentación, cultura, y gastos de presentación de sí mismo y de representación. Los gastos de representación comprenden los vestidos, cuidados de belleza, artículos de tocador, personal de servicio y otros similares (Ibíd.: 182), que son de los que trata la presente investigación. Al decir que estas estructuras de consumos son de la clase dominante parece ser que no es algo excluyente de las otras clases, pero en todo caso son tres estructuras de gastos que siempre van a tener quienes sean de la clase dominante y que pueden tener miembros de otras clases, aunque seguramente más condicionados por la necesidad.

La capacidad de gastar que tienen quienes son de una clase no implica que vayan a gastar en lo mismo, como si un parecido volumen de capital económico definiera cuánto se gasta y qué productos se compran. A partir del *habitus* y su efectivización en determinado campo se puede comprender las elecciones de un agente o de un conjunto de agentes de la misma clase, que se ajusta a las circunstancias en las que compiten por una determinada posición en un microcosmos, que es el de un campo específico:

... la incapacidad para “gastar más” o para gastar de otra manera, es decir, para acceder al sistema de necesidades implicado en un nivel superior de recursos, es la mejor prueba de la imposibilidad de reducir la propensión a consumir a las capacidades de apropiación, o de reducir el *habitus* a las condiciones económicas puntualmente definidas... En realidad, *la eficacia propia del habitus* se ve bien cuando ingresos iguales se encuentran asociados con consumos muy diferentes, que sólo pueden entenderse si se supone la intervención de principios de selección diferentes. (Ibíd.: 382-3).

De acuerdo a los tipos de gusto se da un juego entre lo dominante y lo dominado:

la disposición estética se define también, objetiva y subjetivamente, en relación con otras disposiciones: la distancia objetiva con respecto a la necesidad y a los que se encuentran envueltos en ella se acompaña de un

distanciamiento intencionado que duplica la libertad por medio de la exhibición. A medida que aumenta la distancia objetiva con respecto a la necesidad, el estilo de vida se convierte cada vez más en el producto de lo que Weber denomina una 'estilización de la vida', sistemático partido que orienta y organiza las prácticas más diversas,... Como afirmación de un poder sobre la necesidad dominada, contiene siempre la reivindicación de una superioridad legítima sobre los que, al no saber afirmar el desprecio de las contingencias en el lujo gratuito y el despilfarro ostentoso, continúan dominados por los intereses y las urgencias ordinarias: los gustos de libertad no pueden afirmarse como tales más que en relación con los gustos de necesidad, introducidos por ello en el orden de la estética, luego constituidos como vulgares. (Ibíd.: 53).

Si bien de acuerdo a las clases sociales para Bourdieu hay unos respectivos universos de gustos, en tanto que la clase dominante detenta lo legítimo, hay dos tipos de gustos que contrastan que tienen como principio disposiciones estéticas: por una parte están precisamente los gustos de lujo o gustos de libertad, propio de quienes tienen la posibilidad, la capacidad y la soltura para escoger de acuerdo a su gusto, sin preocuparse de si les va a alcanzar el dinero para obtener aquello que eligen, o si les va a faltar después de que elijan, pero que no dejan de establecer o confirmar aquello que es legítimo; y los gustos de necesidad, que no se refieren tanto a un gusto que escoge lo que le gusta, -ya que generalmente no se tiene la opción de escoger- sino de que se le halla el gusto a lo que se ha tenido que "escoger" porque no queda otra, " *el gusto* de aquéllo a lo que de todas formas están condenados." (Ibíd.: 177).

El gusto está intrínsecamente ligado al habitus: "Es el *habitus* el que hace que se tenga lo que gusta porque gusta lo que se tiene, esto es, las propiedades que de hecho resultan atribuidas en las distribuciones y que de derecho resultan asignadas en los enclasmientos." (Ibíd.: 174). Aquello que hace que una o unas agentes estén más "cerca" de un tipo de gusto que del otro es lo que Bourdieu llama *distancia con respecto a la necesidad*.

Entre los miembros de una misma clase hay lo que Bourdieu llama *afinidad de estilo*, que se da gracias a las disposiciones a las que predispone el *habitus*, el cual, como se dijo anteriormente, siendo producto de unas determinadas condiciones de existencia, es similar a otros que están condicionados por parecidos capitales globales tanto en su volumen como en su composición. Si bien el *habitus* no es una matriz uniforme en todos los agentes que funciona automáticamente, contiene determinadas condiciones de posibilidad que no son posibles en otros *habitus* correspondientes a otras clases y a otras trayectorias de clase:

Las prácticas de un mismo agente y, más ampliamente, las prácticas de todos los agentes de una misma clase, deben la *afinidad de estilo* que hace de cada una de ellas una metáfora de cualquiera de las demás, al hecho de que son producto de unas transferencias de un campo a otro de los mismos

esquemas de acción: paradigma familiar de este operador analógico que es el *habitus*, la disposición que denominamos 'escritura', es decir, una manera singular de trazar unos caracteres, produce siempre la misma escritura, es decir, unos trazos gráficos que, a pesar de diferencias de tamaño, de materia y de color vinculadas con el soporte -hoja de papel o pizarra- o con el instrumento -estilográfica o tiza- presentan una semejanza inmediatamente perceptible, al modo de los rasgos estilísticos o de manera por los que se reconoce a un pintor o a un escritor de forma tan infalible como a un hombre por su modo de andar. (Ibíd.: 172).

Para Bourdieu, no solo los consumos y la manera de arreglar el cuerpo son parte del estilo de vida de una clase. Se refiere también a un nivel más específico en el que se "maneja" el cuerpo, en el que éste expresa su condición de clase, y en el que el *habitus* se pronuncia físicamente. A esto llama *hexis* corporal.

Dimensión fundamental del sentido de la orientación social, la *hexis* corporal es una manera práctica de experimentar y de expresar la opinión que se tiene, como suele decirse, de su propio *valor social*: la relación que se tiene con el mundo social y el lugar que uno se atribuye en él nunca se declara de mejor manera que por medio del espacio y el tiempo que se siente con derecho a tomarle a los otros, y, con mayor precisión, mediante el lugar que se ocupa *con el cuerpo en el espacio físico*, con un porte y unos gestos seguros o reservados, amplios o exigüos (acertadamente se dice de alguien que se hace el importante cuando trata de ocupar mucho sitio) y *con su palabra en el tiempo*, por la parte del tiempo de interacción que se apropia y por la manera, segura o agresiva, desenvuelta o inconsciente, de apropiárselo." (484).

Los escritos y la teoría de Erving Goffman están plenamente dedicados a lo que él mismo llama *orden de la interacción* -aquel plano que muchos estudiosos de la vida social llaman "microsocial"- un orden en el que las personas se encuentran en situaciones específicas e interaccionan cara a cara. Él define este tipo de interacción como la "influencia recíproca de un individuo sobre las acciones del otro cuando se encuentran ambos en presencia física inmediata." (Goffman 2001: 27). En estos estudios, el tipo de personas que forman parte de lo que se investiga no se definen por el lugar que ocupan en la sociedad, en la estructura de clases o algún tipo de ordenamiento "macrosocial", a pesar que Goffman no niega que las personas sí tienen un status, sus respectivos roles y las consiguientes propiedades que estos conceptos implican, sino que se definen por la situación que los participantes mismos contribuyen a definir en ocasiones puntuales, de acuerdo a la definición de la situación que proyectan en un determinado lugar y en un determinado período de tiempo:

En conjunto, los participantes contribuyen a una sola definición total de la situación, que implica no tanto un acuerdo real sobre lo que existe sino más bien un acuerdo real sobre cuáles serán las demandas temporariamente

aceptadas (las demandas de quiénes, y concernientes a qué problemas). También existirá un verdadero acuerdo en lo referente a la conveniencia de evitar un conflicto manifiesto de definiciones de la situación. Me referiré a este nivel de acuerdo como a un “consenso de trabajo”. Se debe entender que el consenso de trabajo establecido en una escena de interacción será de contenido muy diferente del consenso de trabajo establecido en un tipo de escena diferente. (Ibíd.: 21-2).

En *La presentación de la persona en la vida cotidiana* Goffman construye un cuerpo teórico haciendo una analogía con lo que es una obra teatral: las interacciones cara a cara son puestas en escena en la que “las personas corrientes sustentan en la vida cotidiana sus situaciones sociales reales.” (Ibíd.: 271). En un texto que titula *El olvido de la situación*, Goffman define lo que para él es una situación social:

Yo definiría una situación social como un medio constituido por mutuas posibilidades de dominio, en el cual un individuo se encontrará por doquier asequible a las percepciones directas de todos los que están ‘presentes’, y que le son similarmente asequibles. Según esta definición, hay situación social tan pronto como dos o varios individuos se encuentran en mutua presencia directa y sigue habiéndola hasta que se vaya la penúltima persona. (Goffman 1991: :132).

Bourdieu critica el concepto de situación, aunque no hace una referencia específica a Goffman sino a los interaccionistas en general. Él dice que

La noción de *situación* que se encuentra en el centro del error interaccionista permite reducir al orden puntual, local, lábil (como los encuentros por azar entre desconocidos) y a menudo *artificial* (como en los experimentos de psicología social) que se realiza en las interacciones, la estructura objetiva y durable de las relaciones entre las posiciones oficialmente constituidas y garantizadas que organiza toda interacción *real*: los individuos en interacción introducen *todas su propiedades* en las interacciones más circunstanciales y la posición relativa en la estructura social (o en un campo especializado) rige la posición en la interacción. (Ibíd.: 241 N. 20).

Lo que Goffman dice por su parte es que si bien la actividad interaccional depende de factores externos a ésta, no implica que dependa de estructuras sociales³⁶. Por otra parte este autor no niega -como de alguna manera se ha mostrado- que en las interacciones los actantes presentan propiedades estructurales, pero afirma que “Los atributos estructurales, utilizados abierta o encubiertamente, no se

³⁶ Lo que Goffman plantea es que hay un *acoplamiento laxo* entre el orden de la interacción y el estructural que permite proceder de manera constructiva: parte de la base de que las categorías resultantes en una interacción no coincidirán del todo con divisiones estructurales (Goffman 1991: 193-4).

mezclan del todo con los personales tales como el estado de salud o la fuerza física, ni con propiedades que adquieren toda su existencia en situaciones sociales: el aspecto, la personalidad, etc.” (Goffman 1991: 186).

Si bien esta investigación no se ocupa de las interacciones cara a cara como objeto específico, se examina las características y propiedades que han ido presentando las actantes al presentarse ante el investigador, y sus condicionamientos estructurales al presentar determinado tipo de apariencia.

Lo que plantea Goffman es que las personas actúan, con lo cual no quiere decir que las personas fingen (eso más bien sería una sobreactuación), sino que en sus actividades cotidianas, que son presenciadas y recíprocamente influidas por otras personas, las personas se expresan de acuerdo a la situación en la que se encuentran, tanto gestual como verbalmente, de tal manera que sostienen coherentemente aquello que comunican, lo cual no deja de estar sujeto a interrupciones que puedan surgir en el momento. Este autor define una actuación como “la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes.”, y agrega que “Si tomamos un determinado participante y su actuación como punto básico de referencia, podemos referirnos a aquellos que contribuyen con otras actuaciones como la audiencia, los observadores o los coparticipantes.” (Goffman 2001: 27). En cada situación en la que participa un/a actante éste realiza un “papel” o una “rutina” que Goffman la define como “La pauta de acción preestablecida que se desarrolla durante una actuación y que puede ser presentada o actuada en otras ocasiones.” (Ibíd.). En la presente investigación las participantes han sido las señoras y jóvenes de vestido que viven en la ciudad de La Paz, y la audiencia, o sea el observador, ha sido el investigador. La rutina de cada una de ellas ha sido la correspondiente a su actividad principal, o sea las señoras actuaban de secretarias, farmacéuticas, policías, doctoras, gerentes, vendedoras, etc.

En tanto que la fachada social tiene un carácter abstracto y general, puede corresponder con distintos tipos de *rutina* (tal como Goffman la define), por más especializada que una rutina llegue a ser, y es algo reconocible a los ojos de los observadores. Las normas abstractas significan algo diferente en actuaciones ocupacionales diferentes. Esto es algo para lo que los observadores están orientados, y movilizan su experiencia pasada y su pensamiento estereotípico para adecuarse a una gran variedad de situaciones en las que encuentran fachadas con las cuales están familiarizados, ya que se estimula en los observadores la costumbre de acentuar similitudes abstractas. (Ibíd.: 37-8). A partir de esto hay una institucionalización de la fachada:

Además del hecho de que diferentes rutinas pueden emplear la misma fachada, hay que señalar que una fachada social determinada tiende a institucionalizarse en función de las expectativas estereotipadas abstractas a las cuales da origen, y tiende a adoptar una significación y estabilidad al margen de las tareas específicas que en ese momento resultan ser

realizadas en su nombre. La fachada se convierte en una 'representación colectiva' y en una realidad empírica por derecho propio. (Ibíd.: 39).

Así por ejemplo, para las mujeres que trabajan en oficinas se ha institucionalizado el uso del pantalón de tela simple o la falda, combinadas con una blusa: cuando uno va a una oficina, más allá de las tareas a las que se dedica la institución a la que pertenece, se espera que las mujeres sentadas detrás de los escritorios estén vestidas de esa manera. Las tareas que llevan a cabo tienen poco que ver con que esa sea la vestimenta adecuada con la cual se asiste al trabajo, pero es simplemente la que deben llevar, la que implícitamente se les exige, y con las que se espera encontrarlas. Lo mismo ocurre con las farmacéuticas, de quienes se espera que lleven un mandil cuando atienden al público. Por otra parte, en ambos ejemplos es notable que ninguna de las vestimentas mencionadas corresponde exclusivamente con una misma rutina, ya que blusas y faldas o pantalones pueden usarlos secretarías o visitadoras médicas, y los mandiles también suelen ser usados por médicos o colegiales. Asimismo se pueden dar ejemplos de lo contrario: es evidente que no se ha institucionalizado que las vendedoras de tucumanas usen blusa y falda, ni tampoco que las altas ejecutivas usen mandil, pese a que las tareas que realizan no les impediría llevar las mencionadas prendas. El concepto de institucionalización de la fachada significa que para realizar un papel se tiene un atuendo socialmente prescrito, que no siempre es exclusivo de ese papel.

Otros conceptos que se utilizan en la presente investigación provienen de *Estigma*, obra que básicamente trata de las interacciones entre los estigmatizados (ya sea por abominaciones del cuerpo o defectos de carácter, aunque también existen estigmas de tipo tribal como la religión o la raza) y los *normales*, quienes en vez de apartarse negativamente de una situación en que se encuentran los estigmatizados permanecen con ellos durante una interacción. Lo que Goffman describe son las diferentes formas en que los estigmatizados manejan la información social de acuerdo a las situaciones sociales de las que les toca participar.

En esta investigación no se tratan los manejos de estigmas, ya que no forman parte del objeto personas estigmatizadas tal como las define Goffman, aunque no dejan de presentarse algunos atributos específicos del cuerpo que se relacionan de manera coherente con estereotipos. Así, es fácil asociar una dentadura incompleta, especialmente cuando no se tiene los dientes frontales, con un nivel social bajo, así como un cabello rubio (naturalmente rubio) con un nivel social alto. Sin embargo, lo que importa, de acuerdo con lo que este autor plantea, es que cuando una persona se encuentra en presencia de otra la categoriza de alguna manera. Lo que dice Goffman al respecto es que

La sociedad establece los medios para categorizar a las personas y el complemento de atributos que se perciben como corrientes y naturales en los miembros de cada una de esas categorías. El medio social establece las categorías de personas que en él se pueden encontrar. El intercambio

social rutinario en medios preestablecidos nos permite tratar con “otros” previstos sin necesidad de dedicarles una atención o reflexión especial. Por consiguiente, es probable que al encontrarnos con un extraño las primeras apariencias nos permitan preveer en qué categoría se halla y cuáles son su atributos, es decir, su “identidad social” -para utilizar un término más apropiado que el de “status social”, ya que en él se incluyen atributos personales, como la “honestidad”, y atributos estructurales, como la “ocupación”. (Goffman 2003: 11-2).

..., a las demandas que formulamos se las podría denominar con mayor propiedad demandas enunciadas “en esencia”, y el carácter que atribuimos al individuo debería considerarse como una imputación hecha con una mirada retrospectiva en potencia -una caracterización “en esencia”, una *identidad social virtual*-. La categoría y los atributos que, de hecho, según puede demostrarse, le pertenecen, se denominarán su *identidad social real*.” (Ibíd.: 12).

Según los términos de Goffman, lo que en esta investigación se ha tratado de identificar de acuerdo a las características de la fachada social sería la *identidad de status virtual*, o sea cuál es la posición social que aparenta tener una mujer pacheña de acuerdo a los arreglos personales que presenta cuando va a trabajar. Al mismo tiempo se las ha encuestado para saber cuál sería su *identidad de status objetiva*, de acuerdo a sus condiciones sociales de existencia. La *identidad de status objetiva* en cada uno de los casos podía coincidir o no con la categorización inicial que el investigador hacía de ellas, ya que estaban asequibles a las percepciones directas y se les atribuía una *identidad de status virtual*. Sin ser algo que se daba en el momento mismo de la interacción, sino posteriormente, al cotejar la *identidad de status virtual* con la respectiva *identidad de status objetiva*, se estableció el tipo de correspondencia entre una y otra, en tanto que en ello consistía la principal demanda hecha por el investigador. En la presente tesis, sin embargo, se ha preferido dar el nombre de *posición de clase aparente* a lo que Goffman llama *identidad de status virtual*, mientras que al concepto de *identidad de status objetiva* se lo ha cambiado por el de *posición de clase objetiva*, que es más preciso. A pesar de esto, se sigue una lógica muy parecida a la de Goffman.

Entonces la fachada que las señoras y jóvenes presentaban en el momento de la interacción con el investigador correspondía con su *posición de clase aparente* ya que eran categorizadas de acuerdo a la presunta clase social a la que pertenecían en el encuentro mismo, sin tener ninguna información adicional que la que se presentaba en la situación social dada. Después de cotejar el tipo de fachada que presentaban, que incluye todas sus características en detalle, con la información que presentaban en la encuesta se podía establecer su *posición de clase objetiva* (análogo a lo que Goffman llama *identidad social real*).

Si bien una gran parte de las características y propiedades de la fachada social en todos su aspectos son descriptibles, hay otros que son más abstractos pero que

también presentan las personas en las interacciones cara a cara. Si bien Goffman cubre muchas posibilidades en cuanto análisis del manejo de la información social y las interrupciones en las actuaciones cara a cara, hay un concepto que no menciona, aunque sí lo cubre al analizar actuaciones en detalle, pero que Bourdieu lo menciona con claridad. Este concepto es el de *soltura*, y tiene un carácter bastante abstracto, tomando en cuenta también que el sociólogo francés no se dedicaba a estudiar actuaciones cara a cara, aunque evidentemente en *La distinción* hay algo de trabajo de etnografía. Él define la *soltura* de la siguiente manera:

..., la *soltura*, esa especie de indiferencia ante la mirada objetivante de los otros cuyos poderes neutraliza, supone la *seguridad* que da la certeza de poder objetivar esa objetivación, de poder apropiarse de esa apropiación, de encontrarse en condiciones de imponer las normas de la percepción de su cuerpo, en resumen, de disponer de todos los poderes que le son esencialmente irreductibles, incluso cuando radican en el cuerpo y le prestan en apariencia sus armas específicas, como la prestancia o el encanto. (Bourdieu 1998: 205).

Si se sabe, como lo demuestra la psicología social, que uno se acepta tanto mejor (es la misma definición de la *soltura*) cuanto menos se ocupa de sí, más dado se es a desviar la atención de sí mismo, más capaz se es de escapar a la fascinación por un cuerpo propio poseído gracias a la mirada de los otros. (Ibíd.: 211).

La *soltura* es propia de los *habitus* que, de manera parecida a los gustos de libertad propiciados por una distancia con respecto a la necesidad, sin tener que preocuparse por aquello que para otros puede ser una necesidad o un apremio, simplemente se impone con su existencia misma, ya que es lo que debe ser; es de “aquellos que sólo tienen que ser lo que son para ser lo que hay que ser.” (253).

..., se puede oponer a un *ethos* burgués de la “*soltura*” –relación segura con el mundo y con el yo, vividos así como *necesarios*, esto es, como realizada coincidencia del ser y del deber-ser, que funda y autoriza todas las formas íntimas o manifiestas de la *certitudo sui*, desenvoltura, gracia, facilidad, elegancia, libertad, en una palabra, “naturalidad”- un *ethos* pequeño-burgués de la restricción por pretensión, voluntarismo rigorista de llamados pero todavía no elegidos que fundan, en la permanente invocación del deber, su pretensión de ser un día el deber-ser realizado. (343).

Este concepto es uno de los más abstractos que presenta Bourdieu y que se utilizan en esta investigación, ya que si bien se podría decir con relativa facilidad que determinada persona tiene *soltura*, por su gracia, elegancia o naturalidad, son cualidades difíciles de especificar por más perceptibles que sean.

2. El contexto urbano de las fachadas

Es posible afirmar que cada habitante de la ciudad tiene una idea de los tipos de lugares (término que se utiliza en un sentido geográfico amplio) que en ella se pueden encontrar, y a partir de la cual guía las actividades de su vida (siempre y cuando salga de su casa). Habrá lugares que conozca y otros que no, pero de acuerdo a las actividades que se proponga y las acciones que quiera realizar, tendrá cierta información -amplia y precisa o poca y errada- de cada lugar, que dentro de lo posible le sea útil para los fines que se propone. Sin embargo, más allá de las finalidades prácticas que cada habitante pueda tener en su paso por uno u otro lugar, es muy probable que tenga una valoración social de éstos antes de acudir a ellos de acuerdo a la información que posee, ya sea por experiencia propia o por haberla obtenido de alguna otra manera (que podría ser lo que alguien le contó que hay en ese lugar, o lo que ha visto en la tele, por dar unos ejemplos), que le indica cual es el valor social de los espacios que va a visitar, y con qué *clase* de personas se puede encontrar.

En la ciudad de La Paz se da efectivamente esa valoración social a las diferentes zonas, barrios, calles y avenidas. Las personas hacen clasificaciones de los lugares que no son exactas en términos de demarcación territorial, pero sí parecen ser compartidas ampliamente en términos de valoración social.

Las fachadas personales de las agentes sociales, más allá del género, etnia o clase a la que puedan pertenecer, no son algo que uno encuentra aisladamente de contextos urbanos (en este caso), u ocasiones sociales, sino mas bien uno espera encontrar determinado tipo de personas, de más o menos cierto status, en determinados lugares de la ciudad, así como también hay ciertos lugares en los que uno no espera encontrar cierto tipo de personas. No es que un lugar socialmente valorado y jerarquizado donde habita o trabaja una persona de determinada posición de clase, nos indique la posición aproximada que esa persona ocupa en el espacio social, sino que de cada lugar del que se tiene una mínima referencia se tiene al mismo tiempo una expectativa social que objetivamente puede corresponder o no con los tipos de personas que ahí se van a encontrar. Lo que en esta investigación se hace es contrastar las expectativas del investigador en tanto que actor social con respecto a los lugares, para luego cotejarlos con las fachadas personales y las posiciones de clase³⁷.

En este sentido es posible hacer una referencia general de la valoración social que el investigador tiene de los lugares que conoce de la ciudad de La Paz,

³⁷ Las características sociales de los lugares también tienen que ver con la hora a la que se acude a ellos, ya que se puede hacer un uso diferente del espacio dependiendo de si es de día o de noche por ejemplo. Lo cierto es que a las señoras se les ha visitado en horarios de trabajo, y a las estudiantes en las horas en que van a pasar clases, por lo que el momento del día para todas es aquel en que realizan su actividad principal, que para la gran mayoría es en las mañanas y/o en las tardes.

partiendo de su *habitus* de clase y de su *sentido práctico* actualizado en el momento de hacer el trabajo de campo. Hay que mencionar también que en la asignación de valores sociales que pueda hacer cualquier agente social, influyen experiencias individuales, como el lugar o lugares donde se ha vivido, estudiado o trabajado, o ha tenido que ir de visita. Eso afecta lo que se conoce y la manera de conocer, y no es una consecuencia directa de las condiciones de existencia.

Si bien no se conoce con detalle cuál es exactamente la composición de clases de cada zona (o sea qué clase o clases sociales habitan cada zona específica), no solo tomando en cuenta la posición socioeconómica de las familias y personas que habitan el lugar sino también de las que por una u otra razón asisten ahí, los lugares cobran un valor y un sentido social reconocibles por los agentes sociales, que pueden ser unos muy precisos y otros no tanto, pero que en todo caso sí son eficientes, ya que la valorización social de los lugares es, al parecer del investigador, ampliamente compartida.

Hay que mencionar que el valor y el sentido social de los lugares se pueden deber a diferentes factores, como la arquitectura de las casas o los edificios, si éstos o éstas están pintadas/os o no, la limpieza de las calles, si éstas se encuentran adornadas por jardineras, cómo se acomodan los comerciantes, o por qué no, tratándose de la ciudad de La Paz, si hace más calor o no -ya que valga la pena mencionar que en la zona sur hace entre 1 y 2 grados más de calor que en el centro, la zona norte y el resto- como si el “éxito” social atrajera mejor clima. Estos factores no han sido investigados, pero ya que las agentes sociales no están para nada fuera de contextos y lugares específicos, referirse y aclarar que los lugares visitados tienen valores sociales, que envuelven encuentros y situaciones de los que las fachadas personales no pueden ser aisladas por mera abstracción, es algo que confiere una mejor y más adecuada comprensión.

Ya en los propios lugares, calles, avenidas, etc. específicos, hay una diferenciación social en la manera en que se utilizan los espacios: en la ciudad de La Paz es común y permitido el comercio informal, en el que uno no espera ver a una miembro de la clase alta sentada en la esquina de una acera con un puesto de DVDs, expuesta todo el día al aire libre esperando a que lleguen clientes y le compren su mercancía. Del mismo modo, cuando uno entra a una oficina sabe que la persona que está detrás del mostrador (o escritorio) de recepción no es precisamente la persona de mayor jerarquía en esa institución. En las empresas e instituciones -que el investigador ha tenido que visitar al hacer el trabajo de campo, y que son lugares que seguramente una gran parte de la sociedad visita alguna vez en su vida- la utilización del espacio está también orientada a mostrar las diferencias de jerarquía entre los distintos puestos que ocupan las/os trabajadoras. Las formas de organización de los puestos de trabajo y del espacio que ocupan las empresas e instituciones en determinadas infraestructuras, se inscriben también en los *hábitus* y predisponen al visitante -a quien investigaba en este caso- a encontrar a personas de diferente posición jerárquica repartida de manera coherente, de acuerdo con la importancia de los cargos que se ocupan. Así, en algunos casos el visitante tiene que sentarse a esperar a que las personas

que ocupan cargos importantes se desocupen para poder entrar a su oficina, mientras que las de menor jerarquía tienen que atender de inmediato a quien se presente. Esto de alguna manera es lo que Goffman llama coherencia entre medio y apariencia.

En resumen, antes de asignar a una persona una presunta pertenencia de clase por las características de su fachada personal, las/os agentes sociales se predisponen a encontrar cierto tipo de personas en determinados lugares, por la definición de la situación previa a su visita, pero sobre todo por un efecto del *habitus* que le indica el valor social relativo de los lugares a los que va a asistir - más allá de que esa valoración corresponda o no con su valor sociológicamente atribuido- y del tipo de personas con el que seguramente ahí se va a encontrar. Es por esto que además de mencionar la fachada aparente de cada informante, se mencionará también la valoración social del lugar en que se encontraba cada una de ellas de parte del sujeto objetivante.

3. La construcción de la fachada ideal

Antes de presentar los casos estudiados, es preciso mencionar la conclusión principal a la que se ha llegado en esta investigación: las principales partes de la fachada personal que son definitivas para atribuirle a una mujer paceña su presunta pertenencia de clase, son la manera de llevar el cabello, el estilo de su maquillaje, y también su *hexis* corporal y la soltura o no en su presencia, y de manera secundaria el resto de su fachada que está compuesta principalmente por la vestimenta que lleva, que es básicamente la que corresponde con la fachada institucionalizada propia de las empresas o instituciones en las cuales tienen su trabajo, concerniente a una jerarquía estructurada de ocupaciones. Sin ser esta una explicación que se pueda generalizar de manera válida en todo contexto, es aquello que se da de manera general.

Si bien se va a poder ver que hay una distinción entre los estilos de las fachadas que corresponde a las posiciones de clase, también se observará que solamente hay una concordancia relativa entre las condiciones sociales de existencia y esta particular parte del estilo de vida, de tal manera que no se establece una relación causal ni mucho menos, sino solamente un acoplamiento mediado por instituciones formales y concretas.

A partir de la información empírica que se ha obtenido, se puede establecer las características generales y algo abstractas de lo que se puede llamar *tipo ideal* (abstracto) de una fachada femenina en la ciudad de La Paz, que se podría decir es la fachada legítima en el período de estudio. Sin embargo, esto no quiere decir que esta fachada ideal sea la mejor o más deseable estéticamente hablando, sino que se trata de aquella a la que de manera general están más cercanas las mujeres de clase alta, que sirve de principio abstracto y de parámetro para comparar a los distintos tipos de fachada encontrados.

La fachada ideal tiene tal condición y se basa en el resaltamiento de las características de la fachada de quienes tienen una posición de clase alta, en tanto que imponen lo legítimo como expresión: ilusión bien fundada alrededor de la cual las diferentes agentes sociales componen sus fachadas personales, y cuyo acercamiento o alejamiento con respecto a ésta les otorga una posición de clase aparente, la cual es atribuida por parte de los demás agentes (por el investigador en este caso) y que también puede ser reconocida y calificada (clasificada) por quienes las puedan observar³⁸.

Este tipo ideal de la fachada legítima corresponde a lo que está de moda, en un sentido muy amplio del término, en el período de estudio. Con la palabra *moda* no se quiere decir lo que Barthes (1967/2003) entiende por ella, o sea el *fashion* en una temporada que los grandes diseñadores imponían con sus diseños (y seguramente aún imponen) en París. Con la palabra moda en este caso se hace referencia a los cosméticos, cortes de cabello, tintes, etc., y a la vestimenta que llevan las mujeres paceñas en general en el período de estudio, que es el período en el cual se ha hecho el trabajo de campo, elementos con los cuales conforman determinados estilos. Esta moda incluye los estilos de ropa, peinado, etc., que podían ser observados regularmente durante la época, que no implican una identificación evidente con los atuendos característicos de otros tiempos, como por ejemplo de los años '70, y además incluyen lo que estaba de Moda de momento³⁹, como por ejemplo teñirse el cabello con colores rojos o dorados. También cubre lo que pasa sin comentar, o sea lo que es aceptable aunque no sea la "última moda".

A pesar que lo que podría parecer más adecuado es caracterizar una Moda, y a partir de ésta diferenciar a quienes la imponen, que teóricamente son las miembros de la clase alta, y consiguientemente las que la siguen gradualmente en el tiempo, o sea el resto de las mujeres de la sociedad que la van imitando, no era lo más conveniente para esta tesis, ya que se trata de una investigación de tipo sincrónico, mientras que lo concerniente a la Moda se acomodaría mejor a un estudio diacrónico. Tampoco se ha tomado en cuenta ese tipo de explicación, ya que por una parte las preguntas de investigación no se orientan a la aplicación o desarrollo de lo que podría ser una sociología de la Moda, y por otra parte está el cuestionable hecho de que en La Paz la Moda sea algo que de verdad se impone: el testimonio de un estilista cuando se le preguntaba acerca de las "pintas" de Moda en la ciudad de La Paz, era que ésta era algo que *llevaba* la gente de la zona sur (o sea de clase alta), ya que viajaban al extranjero, especialmente a Argentina, y de ahí traían la Moda (operación que consiste especialmente en que se compren prendas de vestir de ahí, que posiblemente estén de moda ahí, y que las traigan aquí). Tal vez la moda se la impone desde otros países y en algunos

³⁸ Es importante aclarar que el tipo ideal que se presentará no fue hecho previamente a la observación, mas al contrario, fue construido a partir de las observaciones que se fueron haciendo en el trabajo de campo, y es el recurso metodológico pertinente para el caso para desarrollar la mejor explicación posible.

³⁹ Lo que estaba de moda en aquel momento se escribirá con mayúscula, así: Moda.

sectores de ciertas sociedades se la siga. Lo cierto es que la imposición de una moda dentro de una sociedad no es lo mismo que simplemente haya una clase social que la lleve.

Por lo menos Simmel (2002) y Bourdieu (1998), coinciden en que con el paso del tiempo la clase alta o dominante va dejando algo que está de Moda, y las clases inferiores la van adoptando gradualmente, como en un intento a destiempo de autolegitimarse con ese tipo de expresión. En la sociedad paceña es posible que eso pase en algunos casos -no se han encontrado estudios de este tipo en la revisión bibliográfica, salvo tal vez el de Barragán, que no profundiza con respecto a la moda en cuanto tal- pero de hecho es algo difícil de encontrar, o que en todo caso se da de manera muy lenta, lo cual es algo que comparten muchos de los informantes clave. En la ciudad de La Paz, pueden llegar frecuentemente o no las modas, pero rara vez alguna de éstas es seguida por la sociedad en general, o por lo menos por la juventud en general, como por ejemplo ocurrió con los jeans despintados hace 5 años aproximadamente, que los llegaron a usar a todo nivel social. Al parecer, lo que suele ocurrir en esta sociedad es que la Moda con la ropa y los cortes de cabello no es algo muy dinámico, y en muchas ocasiones pierde su carácter pasajero -como precisamente ocurre con los jeans despintados, que actualmente uno puede seguir encontrándolos en gran cantidad en el mercado- que es uno de los factores definitorios de la Moda.

La fachada ideal es de una mujer adulta, con un empleo asalariado, que puede tener entre 25 y 55 años más o menos. No tiene un uniforme prescrito por la institución a la que va a trabajar, sino que tiene bastante libertad para elegir la ropa que va a usar. En el cuerpo puede llevar una camisa, una blusa o una solera de cualquier color, por lo general no muy llamativo. Encima puede tener puesto un saco sastre que quede muy cabal, con el talle un poco ajustado -si el cuerpo lo permite-, con las mangas no muy anchas, que llegue hasta la cintura y tal vez un poco más abajo, de cualquier color que no sea ni muy cálido, intenso o brillante, posiblemente con algún tipo de rayado que ayude a combinar la blusa, o también puede llevar una chompa o saco de lana fina y delgada, por lo menos algo ceñida, que le llegue a la altura mencionada. Si se usa pantalón, éste es de tela simple, que puede ser el de un traje tipo sastre o no, que quede cabal, y por lo menos un poco ceñido a la cadera y los muslos, de corte recto pero sin quedar holgado, con un pliegue a lo largo de la pierna, y el botapié recto. En caso de que el saco haga juego con una falda, ésta debe ser lisa, tal vez con un tableado simple, estar ceñida a las piernas y llegar hasta las rodillas, por dentro con medias panty de un color no muy diferente al de la piel o que combine con el resto del atuendo. Si no se lleva un saco de traje sastre la falda también puede ser larga y abierta, inclusive llegando hasta los tobillos, pero en ningún caso minifalda. Los zapatos de cuero delgado, de taco alto, abiertos o cerrados y que terminen en punta, de un color que combine con el traje y la blusa. El cabello de un color parecido al natural, o que por lo menos no luzca artificial, que puede ser teñido con highlights, rayitos y/o reflejos, de tal manera que lo artificial no deje de pasar por natural, y cuando lo artificial sea notorio, combinando armoniosamente con el color de cabello predominante, seguramente con algunas partes de tonos intermedios, siempre con

el cuidado que se requiere con el tiempo, que consiste en teñir permanentemente las raíces. El largo no debe llegar mucho más abajo de los hombros, y va disminuyendo con el aumento de la edad. Cuando es largo el corte es de un estilo relativamente disparejo, pero dejando formas simétricas, en algunos casos grafilado, que se lo puede llevar suelto, peinado y algo voluminoso, o también puede estar sujetado de una manera improvisada y algo desordenado. Los cabellos cortos bastante parejos, peinados con varias ondulaciones y bastante volumen. El maquillaje de carácter sobrio y discreto: el rostro sin base ni polvo pero con un tono uniforme que puede dar la crema; sin sombras, que en el caso de usarse tienen que ser de colores parecidos al de su piel, cubriendo el párpado solamente, y las cejas bien definidas y simétricas por efecto de la depilación. Los ojos delineados con líneas no muy anchas ni muy largas, de color negro, por fuera o por dentro, arriba y/o abajo, aunque también es posible prescindir del delineado. Las pestañas revueltas con cierto volumen dado por el rimel negro, de tal manera que los ojos queden descubiertos. Los labios pueden quedar sin pintar, pero siempre que se los pinte con colores suaves. Las uñas pueden ser cortas, medianas o largas, pero siempre bien recortadas y limpias, sin pintarse o pintadas de colores casi transparentes (tal vez simplemente una especie de brillo), muy suaves, o con diseño de líneas blancas en alguna parte de la uña. Los aretes discretos, pegados a la oreja, pequeños y de material brillante, dorados o plateados. Si lleva un collar, relativamente delgado, sin que quede muy ajustado o suelto, de color dorado o plateado brillante. (Ver Ilustración No 1).

Si bien los parámetros comparativos que se plantean con este tipo ideal son bastante amplios, es de notar que no son contradictorios, aunque se presenta una flexibilidad del modelo que está condicionado por la edad en algunos casos, ya que una adulta de 30 años o una señora de 50 pueden presentar distintas fachadas, seguramente condicionadas por su edad, pero que queden igualmente cercanas a la fachada ideal. En otros casos esta flexibilidad se da en cuanto al largo (como de las uñas), o la baja intensidad de los componentes del maquillaje que es posible que llegue a cero.

Ilustración No 1: Ejemplo de tipo ideal



A continuación entonces, quedará expuesta la distinción entre lo que se puede llamar “fachadas de clase”, relacionada con el consumo de cosméticos de cada caso considerado, aunque solo será después, cuando se tomen en cuenta las exigencias institucionales y el contraste entre gustos de libertad y gustos de necesidad, cuando se llegue a la explicación última de la diferencia.

4. Gastos de representación en cosméticos

Antes de pasar a las descripciones de los diferentes tipos de fachada y relacionarlas con las clases sociales, se va a mostrar la diferenciación entre las clases con respecto a los gastos de representación que hacen comprando cosméticos.

Para esto lo que se ha hecho ha sido recoger la información acerca de los precios de cada uno de los cosméticos de acuerdo a las marcas y los distintos lugares de compra posibles por una parte (del año 2007), y por otra cada encuestada que ha indicado qué cosméticos son los que consume, de qué marca, dónde los compra y la frecuencia con que lo hace. Hay que mencionar que en ningún caso se ha preguntado acerca del nivel de ingreso, ya sea individual, familiar o el de la unidad doméstica, y tampoco se ha preguntado cuánto gastaban

comprando cosméticos, o sea cuanto más o menos les salía sumando el precio de cada producto que compran, o más o menos cuanto gastaban en el rubro por ejemplo mensualmente, por lo que de ninguna manera se ha tratado de establecer cuánto gastaba cada una en cosméticos en relación a la plata que aproximadamente podían tener como ingreso en cierto lapso de tiempo, como lo había hecho Palacios (2002).

Lo que se ha hecho sin embargo no ha coincidido con lo que en un principio se quería. El llenado de las encuestas, ya sea por una u otra razón no ha sido el óptimo. Aquello que con más precisión se ha indicado ha sido qué cosméticos consumen, la marca y el lugar de compra. El acordarse la frecuencia con que compran cada cosmético ha sido dificultoso para las encuestadas, y la información que han dado (cuando lo hacían, porque muchas simplemente dejaban en blanco el espacio) en la mayoría de los casos ha sido demasiado vaga e imprecisa ya que respondían que aproximadamente en tal intervalo de tiempo los gastaban para volverlos a comprar. Lo que se ha tomado en cuenta, entonces, ha sido el consumo de cosméticos como si se los comprara todos de una sola vez -algo que seguramente ocurre en muy rara ocasión ya que no todo se compra de un solo lugar, ni todos los cosméticos se acaban al mismo tiempo-, en todos los casos por igual.

Hay que aclarar que dado que no habían grandes diferencias entre los precios de igual marca pero de diferente lugar de compra, se ha utilizado un solo precio dejando de tomar en cuenta los lugares de compra. Tampoco se ha tomado en cuenta el tamaño de los envases de los productos, sino se ha asumido un envase “estándar”, tomando un solo precio por cada producto de acuerdo a la marca.

Lo que se presenta en el Cuadro No 5 es el número de consumidoras por clase de cada cosmético⁴⁰. Lo que se puede ver es la generalidad de consumo de cada cosmético por cada clase, y cuales son los cosméticos que no son tan preferidos por las informantes. Lo primero que hay que decir es que el consumo de jabón, dentífrico y shampoo y en menor medida el desodorante, es algo generalizado en la sociedad paceña, y es realmente raro que alguien no consuma alguno de estos cosméticos que parecen ser parte de lo que se llama “productos de primera necesidad”.

Así, las diferencias en el consumo del conjunto de cosméticos básico (ver Capítulo II) entre las clases no están relacionadas con el número de encuestadas que dicen sí consumirlos, ya que casi todas lo hacen con excepción de alguien que dice no comprar shampoo, sino las diferencias se encuentran entre las

⁴⁰ Notesé que el número total de encuestadas es de 102, mientras que el número total de informantes (las que conforman el objeto de estudio) es de 133. Esto se debe a que si bien todas fueron encuestadas, hubo un total de 31 que no llenaron satisfactoriamente la parte dedicada al consumo de cosmético. Ver el Anexo 1.

marcas preferidas por las consumidoras: las marcas más caras son las escogidas por quienes son de clase alta.

Conclusiones

La construcción de una fachada ideal ha servido como punto de referencia a partir del cual los distintos tipos de fachada, que de manera general corresponden a determinadas clases, pueden ser catalogados de acuerdo a ciertas características regulares encontradas durante la investigación. Por tanto, cada tipo de fachada tiene particularidades que la definen.

Lo que se quería responder tomaba en cuenta la posición de clase aparente, que era inferida a partir de las características de la fachada personal y el medio en que se encontraba a las señoras y jóvenes que formaron parte del objeto de estudio, para luego establecer el tipo de relación que había con la posición de clase objetiva. Para esto ha sido de utilidad el concepto de institucionalización de la fachada.

Si bien hay una tendencia general a que cada tipo de fachada corresponda con una clase social, esta relación no es directa, ya que la institucionalización de la fachada se encuentra entre la clase y el estilo, y por más que sea algo abstracto funciona como un eje que condiciona la composición de la fachada de cada agente social.

La institucionalización de la fachada se da de diferente manera para las mujeres paceñas, ya que para unas los parámetros para conformar su atuendo son bastante específicos, mientras que para otras son muy amplios. La ropa es aquella parte de la fachada que suele quedar institucionalizada, mientras que la forma de llevar el cabello y de arreglar el rostro no son algo prescrito sino más bien de elección libre, y es en ese pequeño espacio físico que sirve de soporte para la identificación de las actantes como personas, en que las mujeres muestran el tipo de gusto que las distingue de otras por la forma de arreglarlo. Así, revelan una posición de clase aparente que la mayoría de las veces se solapa de manera bastante cabal con la posición de clase objetiva.

Tomando en cuenta esto, se puede decir que las partes de la fachada personal más definitivas para la pertenencia de clase de las mujeres de vestido son el cabello y el rostro, arreglados de manera distintiva según la forma de

consumir los cosméticos. Son variadas las formas de arreglar estas partes de la fachada personal, sin embargo, de acuerdo a las características regulares encontradas, se han establecido cuatro tipos de fachadas en las que el cabello y el rostro son arreglados con determinadas particularidades, condicionadas en diferente grado por los tipos de cosméticos que se compra y por la institucionalización de la fachada:

- Las fachadas con soltura corresponden generalmente a quienes son de clase alta. Son compuestas con bastante libertad, ya que suelen corresponder a mujeres que tienen ocupaciones en las que la prescripción es poco rígida, por lo cual también tienen permitida bastante creatividad. Con respecto al rostro, es arreglado de manera discreta: los ojos son delineados de manera sutil, las pestañas alargadas con rimel, y cuando las sombras adornan los párpados suelen ser muy disimuladas. La forma de pintar los labios suele ser poco perceptible en relación al color natural. El cabello en las mujeres adultas y jóvenes presenta preferentemente un corte grafilado y acomodado de manera sencilla, mientras que en las mayores lo adecuado es un corte sobrio y parejo, peinado con cierto volumen. Los colores que suelen escogerse para el teñido son parecidos al natural, de tal manera que no presentan contrastes sino gradaciones sutiles.

- Las fachadas legitimadas corresponden generalmente a quienes son de clase media alta. La institucionalización de la fachada las condiciona en gran medida, por lo que suelen estar en concordancia con lo ya legitimado. El rostro es arreglado de manera relativamente notoria, pero no del todo llamativa: el delineado de los ojos es fino, el uso del rimel bastante común, aunque las sombras suelen ser de colores que resaltan; los labios se pintan de colores oscuros o parecidos al natural. El cabello en las mujeres adultas y jóvenes es de corte grafilado o relativamente parejo, peinado con bastante cuidado o acomodado de manera fija pero no totalmente definida, mientras que en las mujeres de mayor edad el cabello es corto, peinado con varias ondulaciones y algo de volumen. Los colores en que se tiñe el cabello son variados sin llegar a contrastes que denoten extravagancia, aunque las raíces son descuidadas a veces, dejando ver algunas canas.

- Las fachadas pretenciosas corresponden generalmente a quienes son de clase media baja. La institucionalización de la fachada en muchos casos es prescrita explícitamente, que es cuando se tiene que llevar obligatoriamente un uniforme, o prescrita de manera similar a las de clase media alta. El rostro es arreglado de manera poco sobria y con colores muy vivos: el delineado de los ojos se hace con líneas que tienden a ser más anchas, se usan sombras de color muy distinto al de la piel, que pueden ser hasta de dos colores distintos al mismo tiempo, y los labios son pintados con colores claros o oscuros, muchas veces también marcadamente delineados en su contorno. El cabello suele ser de corte parejo, relativamente lacio y largo, sujetado de una manera fija; cuando es corto, más común en señoras de elevada edad, es semejante a un estilo masculino, o con permanente, es decir, uniformemente enrulado. El cabello cuando es teñido es con colores que en muchos casos contrastan con el natural, y pueden combinar

colores muy disonantes, a la vez que el teñido de las raíces suele ser descuidado con el tiempo dejando ver muchas canas en las adultas y las mayores.

- Las fachadas de mercado libre corresponden generalmente a quienes son de clase baja. La institucionalización de la fachada es poco rígida, por lo que se escoge ropa que pueda ser cómoda y abrigada para realizar la actividad que corresponda, y no tienen ningún problema en usar buzo y kids (que parece ser el tipo de vestimenta más cómodo). El rostro mayormente no es pintado de ninguna manera, ni en los ojos ni en los labios, aunque cuando se da el caso se escogen estilos de colores llamativos. Cuando las pestañas están revueltas no parece deberse al uso de rimel. El cabello la mayoría de las veces es largo, sin importar la edad, es parejo, y suele presentarse recogido, generalmente hecho una trenza o un moño, y a veces una cola o una media cola; cuando es corto suelen peinarlo con líneas bien definidas. No se lo suele teñir, salvo algunas jóvenes, que lo terminan descuidando dejando ver con el tiempo grandes contrastes entre sus raíces y los colores con los que se tiñeron.

Han habido casos en los que la clase aparente no coincidía con la clase objetiva. Lo que esto quiere decir es que el ejercicio teórico ha dado resultado: se han encontrado distintos tipos de fachada, identificables y categorizables con respecto a cada clase, y los casos en que determinada fachada no correspondía con una posición de clase objetiva específica, pueden explicarse como formas de enclasmamiento o desclasamiento que parten de la estructura interna de cada agente social, que se pueden adaptar coherentemente o no a sus condiciones sociales de existencia, dependiendo de la ilusión que tengan con respecto a los arreglos personales.

Para llegar a esa conclusión principal, se ha partido de la idea de que las clases sociales son construcciones, y se ha caracterizado las condiciones de existencia y los estilos de vida de cada una de ellas, de acuerdo a los diferentes componentes de cada una de las diferentes especies de capital. La base estructural del objeto de estudio, que ha servido como referente inicial para esa construcción de esas clases, ha sido un conjunto de agregados ocupacionales jerarquizados.

Algunos factores tradicionalmente no tomados en cuenta por los estudios de clases o estratificación en La Paz, como el valor tributario de las diferentes zonas de la ciudad, los baños y electrodomésticos dentro del hogar, como el papel de las instituciones educativas en la conformación del capital social, fueron factores operacionales que combinados con las diferentes categorías ocupacionales dieron cuenta de las diferencias estructurales en el espacio social paceño. En la mayoría de los estudios nacionales que tratan acerca de clases o estratos sociales, relegan a un segundo plano los mencionados factores y así simplifican las diferencias existentes argumentando que la raza es el principio fundamental de diferenciación.

La distinción entre las mujeres de vestido correspondientes a las clases sociales de la ciudad de La Paz, tiene una particular relación con los gastos de representación en cosméticos. Se comprobó que las mujeres de posiciones de clase alta son las que más compran cosméticos de las marcas más caras y prestigiosas, y por tanto las que más gastan en promedio, mientras que las que son de clase baja son las que menos cosméticos compran, ya que muchas de ellas simplemente no se maquillan.

También se pudo evidenciar que si bien las de clase media alta compran más cosméticos que las de clase media baja, con respecto a casi todos los cosméticos, las compradoras que son de clase media baja gastan en promedio casi lo mismo que las de clase media alta. Esto quiere decir que compran cosméticos de marcas más caras y distintivas, lo cual tiene su correlación con los diferentes tipos de fachada: las mujeres de vestido de clase media baja pretenden hacer del consumo llamativo de los cosméticos una práctica enclasante y que se acerque a la fachada ideal, aunque lo evidente es que no logran otra cosa que no sea distinguirse notoriamente de las de clase baja, mientras que las de clase media alta, que no buscan ostentar, gastan menos y prefieren componer fachadas ya legitimadas.

También se ha podido dar cuenta que en nuestra sociedad se promueven imágenes de género a través de los cosméticos, sobre todo mediante publicidades y catálogos que muestran de manera intencional que la imagen femenina es más ritualizada que la masculina, para lo cual hay una amplia gama de cosméticos que sirven para limpiar y embellecer el cuerpo, algunos de ellos exclusivos para mujeres, aunque nadie les dice explícitamente a los hombres que no los usen.

Los catálogos de las diferentes empresas dedicadas a cosméticos muestran a través de la composición de producidas imágenes una serie de atributos femeninos, tales como la delicadeza, la belleza seductora, la naturalidad o la frescura, por mencionar algunos, que son hiperritualizados mediante modelos mujeres, y asociados al consumo de cosméticos. Si bien hay algunos productos de belleza exclusivos para hombres son solo unos cuantos en relación a los que son para las mujeres. También hay otros cosméticos que están dirigidos a toda la familia, connotados mediante imágenes, que dejan al género en segundo plano.

Lo que se ha investigado no correspondía únicamente al ámbito estructural o al orden de la interacción, sino a ambos al mismo tiempo, por lo que se ha intentado solapar información perteneciente a los dos planos. Esto requería que el investigador no solo reconozca discursivamente su influencia subjetiva en la investigación, sino que establezca sus condicionantes sociales específicas de cara a la investigación, a partir de las cuales objetivaba y observaba el objeto de estudio propuesto: la objetivación participante ha sido el recurso investigativo apropiado para analizar la información obtenida en las situaciones sociales cara a cara, en las que el investigador se encontraba con las señoras y jóvenes que

formaban parte del objeto de estudio, así como para analizar la información referente a las condiciones sociales de existencia y los estilos de vida.

La información empírica sugiere romper con la *doxa*: hay muchos factores ilustrativos para explicar la estructuración de diferencias sociales que poco tienen que ver con la raza. Los estudios que embanderan a la raza como principal factor determinante de las diferencias sociales requieren trabajo empírico para sustentar sus postulados. En esta tesis las distinciones de clase han podido ser evidenciadas, y la relación con las características corporales de las informantes no indica que las clases coincidan con razas claramente observables y diferenciables. Mas bien, lo que se ha observado es que se puede encontrar agentes sociales con pieles de diferente color en cada una de las clases sociales.

En la ciudad de La Paz las diferenciaciones sociales no se dan por esencia. Al contrario, son construidas mediante las prácticas de las y los agentes sociales que participan de manera diferenciada en el mercado y de las instituciones educativas. El cuerpo en sí mismo tampoco se distingue de otros por esencia, sino es algo que se moldea, se arregla y se muestra de diferente manera dependiendo de cuál sea el escenario.

Anexo 2: Asignación de puntajes para las distintas respuestas de la encuesta de acuerdo a los tipos de capital

Capital Económico

Ocupaciones

Empresaria	8 p (puntos)
Gerente/Alta ejecutiva/Directora	8 p
Ejecutiva profesional del sector privado	6 p
Funcionaria profesional del sector público de alto rango	6 p
Profesional independiente/Abogada/Consultora/Doctora	6 p
Empleada de rango intermedio del sector privado	6 p
Pequeña empresaria (de 5 a 20 trabajadores)/ Comerciante de electrodomésticos	6 p
Oficial de la Policía	6 p
Catedrática	6 p
Funcionaria pública de rango intermedio	4 p
Empleada no profesional de rango intermedio/Secretaria	4 p
Recepcionista/Cajera/Enfermera/Farmacéuta/Atención al cliente	4 p
Profesora escolar/Profesora no universitaria	4 p
Pequeña Comerciante (con puesto)/ Microempresaria (menos de 5 trabajadores)	4 p
Suboficial de la Policía	4 p
Obrera especializada/Modista/Peinadora	4 p
Vendedora comisionista	4 p
Artesana	2 p
Subalterna de la Policía	2 p
Empleada poco especializada/Mesera/Mensajera/Vigilante	2 p
Obrera poco especializada o de limpieza	2 p
Servicio doméstico (Ama de casa +2)	2 p
Vendedora ambulante	2 p
Obrera eventual	2 p

Actividades durante vacaciones

Viaja a un país lejano u otro continente	6 p
Viaja al extranjero, lugar relativamente cercano	4 p
Viaja al interior del país	2 p
Va al gimnasio o toma algún tipo de curso	2 p
Ninguna actividad en especial, descansar	1 p
No tiene vacaciones	0 p

Vivienda

Propia 3 p

Anticrético 2 p
 Alquilada 1 p
 Prestada 0 p (+1 p por capital social)

Barrio/Zona en la que se ubica la vivienda:

Zona tributaria	Puntaje
Casco Urbano Central El Rosario Av. Arce Av. 6 de Agosto	8 p
San Pedro Gran Poder San Jorge 14 de Septiembre Miraflores Obrajes Urbanización Las Retamas Valle de Aranjuez Los Sauces Calacoto	7 p
Sopocachi Santa Bárbara Calle Antonio Díaz Villamil (Obrajes) Los Jardineros Club Alemán	7 p
Alto San Pedro Bajo Següencoma San Alberto Irpavi Bajo San Miguel Los Pinos Achumani	6 p
El Tejar Los Leones Taza Reubicados, Urbilla Las Flores La Barqueta Las Flores Pamirpampa Jardín	6 p
Chalapampa Barrio Alto Obrajes Bolonía Auquisamaña Serranías de Calacoto Cota-Cota	5 p
Villa Victoria	5 p

Zona Norte Los Andes Villa Copacabana Alto Següencoma Amor de Dios Chasquipampa Alto Achumani Los Rosales ...acollo	
Tacagua La Merced Villa Fátima Tembladerani Obiseo Bosque Hinchupalla Sopocachi bajo bajo Aranjuez Vecinos de Aranjuez Urbanización Nazareno Las Nieves Urbanización Los Claveles Las Kantutas Brito	4 p
Bellavista Huanu Huanuni Ventilla Irpavi II Urbanización el Versel Peña Azul Alto Irpavi Violetas Meseta Este de Achumani Lomas del Sur Leonardo Poma Francia Cóndores Lakota	4 p
Plan Autopista Alto Plan Autopista 16 de Mayo Germán Busch Taraquí Viscachani Vino Tinto Pura Pura Kalameyo Sector Fabril Villa el Carmen 16 de Julio El Rosario La Merced Confesionistas Ferroviario	3 p

<p>Santa Rosa Grande Villa Lazareto Villa Pabón El Dorado Rosario Llojeta Bajo Islas Verdes Mallasa Mallasilla 20 de Marzo Las Rosas (Wilacota) Casegural Kokeni Ovejuyo El Periodista Los Olivos San Juan Huatapata La Glorieta Los Almendros Pedregal S. Bolívar Villa San Antonio Sector Llanos Luquichapi</p>	
<p>Achachicala Kamarpata Munaypata La Portada Mariscal Santa Cruz Koakoa Chualuma Bartolina Sisa La Lengüeta Hoyada 23 de Marzo Barrio Lindo 6 de Abril Chamoco Chico Villa Nuevo Potosí V. Ernesto Tórrrez Las Lomas Lubetajni Llojeta el Vergel Ciudadela Stronguista Pagasa Viscachani Valle Hermoso Pampajasi Escóbar Uría San José Mariscal Santa Cruz Forno</p>	3 p

Covico San Juan Cupini Valle de las Flores	
Villa Litoral Villa Armonía Mejillones San Isidro Bajo San Isidro IV Centenario Santísima Trinidad Alto la Merced Condorini 3 de Mayo Señor de Exaltación Hogares Fátima Quishuarani Rosasani Marcelo Quiroga Santa Cruz Santiago de Lacaya Santa Rosa 5 Dedos Cupilupaca 27 de Mayo Said Rincón la Portada Sector Triangular Antofagasta ... sicancha Gráficos Huanaku Entel Villa Salomé	2 p
Farq. Murillo Alto Tacagua Bajo Tejada San Juan de Cotahuma Tupac Amaru Kenanipata Huari Kunca Alto Pasankeri Valle de las Flores San Pedro San Lorenzo San Sebastián San Martín San Francisco Trinidad Plan 2 Ferroviarios Alto Ciudadela San Antonio	2 p

Jardín Panticirca San José	
Cosmos Utama Jurenko Huayllani Humapalca	1 p
Chuquiaguillo Ballivián	1 p
Unión Alianza (cerca Bosquecillo)	0 p

Vivienda

Número de pisos

3 o más pisos	2 p (+2 p en caso de que la casa sea propia)
2 pisos	1 p (+1 p en caso de que la casa sea propia)
1 piso	0 p

Número de baños*

4 baños o más	4 p
2-3 baños	3 p
1 baño	1 p
Baño compartido/Sin baño	0

Colegio

Particular	3 p
Fiscal	1 p
No entró al colegio	0 p

Universidad o instituto en el que ha estudiado y Nombre de la Universidad

Universidad Privada Boliviana	4 p
Nuestra Señora de La Paz	4 p
Universidad Católica Boliviana	4 p
EMI	4 p
Univalle	4 p
Universidad del extranjero	4 p
San Francisco de Asís	3 p
Santo Tomás de Aquino	3 p
Loyola	3 p
Universidad Real	3 p
Alguna otra	3 p
Instituto/Escuela (que no ofrece el grado de licenciatura)	1 p
Universidad del Estado/Normal	1 p
No entró a universidad o instituto	0 p

* En la encuesta también respondían cuantas personas vivían dentro de su casa. En el caso de que sean muchas personas y haya un solo baño se baja un punto, así como habiendo pocas personas que viven en una casa y muchos baños el puntaje también puede subir en uno.

Dentro de casa

Tiene:

Microondas		1 p
Lavadora de ropa		1 p
Televisión		1 p
Televisión por cable		1 p
Computadora		1 p
Servicio de Internet		1 p
Auto de uso particular		1 p
Marca del auto ⁴¹		x p (máximo 2 p, mínimo 0 p)
Modelo del auto	2000-2007	2 p
	1990-1999	1 p
-1989	0 p
Servicio doméstico de empleada		1 p

Puntaje mínimo alcanzable: 2
Puntaje máximo alcanzable: 53

Capital Cultural

Universidad o instituto en el que ha estudiado y Nombre de la Universidad⁴²

Universidad del Estado	3 p
Universidad Católica Boliviana	3 p
EMI	3 p
Universidad del extranjero	3 p
Universidad Privada Boliviana	2 p
Nuestra Señora de La Paz	2 p
Univalle	2 p
San Francisco de Asís	2 p
Santo Tomás de Aquino	2 p
Loyola	2 p
Universidad Real	2 p
Alguna otra	2 p
Normal	1 p
Instituto/Escuela (que no ofrece el grado de licenciatura)	1 p
Ninguno	0 p

Grado educativo y titulaciones

Doctorado	10 p
Maestría	9 p

⁴¹ A las marcas mas conocidas y prestigiosas se les asignará 2 p, a las no tan prestigiosas 1 p, y a las comunes y/o poco prestigiosas 0 p.

⁴² El puntaje se asigna de acuerdo al reconocimiento que el Sistema Universitario en Bolivia les otorga a las Instituciones de Educación Superior y a las titulaciones de acuerdo a lo establecido por el Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana, entidad reconocida por la Constitución Política del Estado en actual vigencia.

Licenciatura	8 p
Técnico superior/Salido del magisterio/Egresado	6 p
Técnico medio	5 p
Estudiante de universidad/instituto incompleto	3 p
Bachillerato	2 p
Estudiante de colegio no acabado	1 p
Ninguno	0 p

Puntaje mínimo alcanzable: 0
Puntaje máximo alcanzable: 13

Capital Social

Origen de clase

Promedio entre el trabajo actual de la madre o el último que haya tenido y el trabajo actual del padre o el último que haya tenido

[Se seguirá la lógica de las ocupaciones principales en la parte del capital económico]

Promedio del grado educativo de la madre y del grado educativo del padre

[Se seguirá la lógica del grado educativo en la parte del capital cultural]

[Los promedios finales sumados serán el puntaje otorgado al origen de clase]

Colegio

Particular	2 p
Fiscal	1 p
Colegio fuera de la ciudad/No entró al colegio	0 p

[Supone la idea de que después de la familia el colegio es una institución en la que se forman redes duraderas de relaciones, debido al prolongado tiempo de interrelación –en algunos casos de hasta 12 años consecutivos- entre quienes se educan en estas instituciones. En tanto que el acceso al colegio privado es permitido gracias a la posesión de un volumen mínimo de capital económico, y efectuado como gasto común de un conjunto de familias, es estructurante de diferencias de clase. La diferencia entre entrar a un colegio particular o entrar a un colegio fiscal no solo es la posibilidad de hacer ese “gasto”, sino también la predisposición para efectuarlo, y lo posterior al “gasto” es la interrelación prolongada entre personas que forman parte de una misma institución, espacio en el cual se forman redes duraderas de relaciones].

Nota.- Se podría haber atribuido una mayor diferenciación entre los puntajes en este aspecto para la conformación del capital social, sin embargo no se cuenta con una jerarquización de los colegios en la ciudad en función a las pensiones específicas que cada uno de éstos cobra, que hubieran indicado una mayor diferenciación, como es el caso de los institutos educativos posteriores al colegio.

Instituto educativo posterior al colegio

Universidad Privada Boliviana	4 p
-------------------------------	-----

Universidad Católica Boliviana	4 p
EMI	4 p
Nuestra Señora de La Paz	4 p
Univalle	4 p
Otra privada	2 p
UMSA	1 p
Instituto técnico/Normal	1 p
Universidad del interior	0 p
Universidad del extranjero	0 p
Ninguno	0 p

[De una manera parecida a la del colegio, se supone que estas instituciones son espacios en los que se forman redes duraderas de relaciones, condicionadas, en mayor medida que en el colegio, por el volumen del capital económico. El acceso a una universidad privada está condicionado por la posesión de un volumen mínimo de capital económico bastante mayor que el requerido para entrar a un colegio privado; de esta manera el “gasto”, como la predisposición para éste, hace que se estructuren diferencias sociales posibilitadas por el prolongado interrelacionamiento entre los estudiantes de éstas instituciones, que generan las condiciones para que se conformen redes duraderas de relaciones, no solo de amistad, sino también de lo que se puede llamar un “compañerismo profesional”, no obstante la potencial competencia que pueda haber entre esos compañeros a lo largo de sus carreras profesionales.]

Actividad principal de la pareja actual o de la última que haya tenido

[Esto es solamente para aquellas que son casadas. Si su esposo tiene una ocupación de la misma clase social que ella no se le aumentarán ni quitarán puntos, si su esposo tiene una ocupación de una clase social más alta o más baja se le sumarán o restarán los puntos respectivamente. Por ejemplo si una periodista se casa con un ejecutivo profesional del sector privado no se le sumará puntos por el capital social, pero si se ha casado con un empresario se le sumarán dos puntos, si se ha casado con un profesor se le quitarán dos puntos, y si se ha casado con un vendedor ambulante se le quitará cuatro puntos. El *plus* máximo será de +6 y el descuento máximo de -6.]

Puntaje mínimo alcanzable: -4
Puntaje máximo alcanzable: 24

[Para los estudiantes y las personas que no estén independizadas en general, por mas que tengan un trabajo, no se tomará en cuenta su ocupación principal como ingreso económico, sino tendrá más peso el origen de clase, en el que el promedio de la ocupación principal de los padres se multiplicará por dos]

Puntaje mínimo alcanzable de todos los capitales en conjunto: -2
Puntaje máximo alcanzable de todos los capitales en conjunto: 90

El Capital Total máximo alcanzable está compuesto de la siguiente manera:

El puntaje máximo alcanzable de Capital Económico	=	53 (59%)
El puntaje máximo alcanzable de Capital Cultural	=	13 (14%)
El puntaje máximo alcanzable de Capital Social	=	24 (27%)

Clasificación de clases según intervalos de puntaje

Clase alta	61-90
Clase media-alta	46-60
Clase media-baja	31-45
Clase baja	-2-30

Preguntas de la encuesta que no se toman en cuenta para la posición de clase

De los datos generales:

- Sexo
- Año de nacimiento
- Estado civil
- Número de hijas/os

De vivienda:

- Número de personas que viven en la casa
- Número de cuartos

De estudios:

- Nombre del colegio
- Barrio/zona en la que se encuentra el colegio
- Carrera estudiada

De gustos:

- Tipo de música
- Consumo de servicios de peluquería
- Nombre y ubicación de la peluquería
- Uso de perfume o colonia
- Marca del perfume o colonia
- Ocasiones de uso del perfume o la colonia
- Si el perfume es comprado o regalado
- Lugar de compra del perfume o quien le regaló
- Si alguna vez le habían regalado un perfume que no le gustó y por qué no le gustó
- Toda la parte de arreglos personales, las listas de servicios de peluquería y cosméticos.

Anexo 3: LISTA DE CASOS

No	Ocupación	Clase objetiva	Clase aparente
1	Catedrática de UCB y consultora en turismo	Alta	Alta
2	Directora académica de instituto privado de enseñanza de inglés	Alta	Alta
3	Ingeniera de empresa de cosméticos	Alta	Media alta
4	Dueña y jefe de notaría jurídica	Alta	Alta
5	Ejecutiva de agencia de publicidad	Alta	Alta
6	Dueña de heladería	Alta	Alta
7	Economista-analista en Ministerio	Alta	Media baja
8	Abogada de empresa de telecomunicaciones	Alta	Alta
9	Abogada de empresa de telecomunicaciones (2)	Alta	Alta
10	Dueña de farmacia	Alta	Media alta
11	Dueña de librería	Alta	Alta
12	Ingeniera en fábrica de textiles	Alta	Media alta
13	Señora dueña de tienda de ropa exclusiva para mujeres en galería comercial	Alta	Alta
14	Administradora de joyería	Alta	Alta
15	Asistente operativo de banco privado	Media alta	Media alta
16	Médico de policlínico	Media alta	Media baja
17	Auditora de Ministerio	Media alta	Media baja
18	Asistente de informaciones de banco privado	Media alta	Media baja
19	Abogada de juzgado	Media alta	Media alta
20	Médico de policlínico (2)	Media alta	Media alta
21	Recepcionista y asistente dental	Media alta	Media baja
22	Policía de alto rango sin uniforme	Media alta	Media alta
23	Médico familiar de centro médico privado	Media alta	Media baja
24	Catedrática UMSA	Media alta	Media baja
25	Gerente de cámara	Media alta	Media alta
26	Atención al cliente en florería	Media alta	Media baja
27	Supervisora en Ministerio	Media alta	Media baja
28	Gerente de empresa productora de medicamentos	Media alta	Media alta
29	Directora de colegio fiscal	Media alta	Media baja
30	Profesora de colegio fiscal	Media alta	Media baja
31	Atención al cliente empresa de telecomunicaciones	Media alta	Media alta
32	Pasante de juzgado	Media alta	Media baja
33	Administradora de tienda de ropa interior	Media alta	Media alta
34	Periodista de periódico	Media alta	Media alta
35	Dueña de juguetería	Media alta	Media baja
36	Profesora de dibujo de colegio particular	Media alta	Media alta

37	Secretaria de empresa privada	Media alta	Media alta
38	Secretaria de instituto privado de enseñanza de inglés	Media alta	Media baja
39	Dueña de farmacia (2)	Media alta	Media alta
40	Promotora de cursos de inglés	Media alta	Media baja
41	Enfermera de policlínico	Media alta	Media baja
42	Cajera de banco privado	Media alta	Media alta
43	Periodista de periódico (2)	Media alta	Media alta
44	Directora de empresa productora de medicamentos	Media alta	Media alta
45	Profesora de instituto privado de enseñanza de francés	Media alta	Media alta
46	Directora de ventas empresa de cosméticos	Media alta	Alta
47	Diseñadora de agencia de publicidad	Media alta	Media alta
48	Dentista de centro médico privado	Media alta	Media alta
49	Jefe de unidad de Ministerio	Media alta	Alta
50	Ejecutiva de cuentas agencia publicidad	Media alta	Alta
51	Catedrática UCB	Media alta	Media alta
52	Policía de alto rango sin uniforme (2)	Media alta	Media alta
53	Gerente de empresa de cosméticos	Media alta	Alta
54	Profesora de instituto privado de enseñanza de inglés	Media alta	Media baja
55	Catedrática UCB	Media alta	Media alta
56	Obrera de fábrica de textiles	Media baja	Baja
57	Vendedora de artesanías	Media baja	Media baja
58	Atención al cliente en tienda de camisas de galería comercial	Media baja	Media baja
59	Cajera de restaurante	Media baja	Media baja
60	Dueña de peluquería y peinadora	Media baja	Media baja
61	Profesora de colegio particular	Media baja	Media alta
62	Cobrador de imprenta	Media baja	Media baja
63	Dueña de tienda de electrodomésticos	Media baja	Media baja
64	Bibliotecaria UMSA	Media baja	Media baja
65	Auxiliar de juzgado	Media baja	Media baja
66	Policía oficinista con uniforme	Media baja	Media baja
67	Atención al cliente en tienda de DVDs	Media baja	Media baja
68	Artesana y comerciante	Media baja	Media baja
69	Servicio al cliente en banco privado	Media baja	Media alta
70	Policía oficinista con uniforme (2)	Media baja	Media baja
71	Profesora de colegio fiscal sin uniforme	Media baja	Media baja
72	Recepcionista agencia publicidad	Media baja	Media baja
73	Secretaria de institución pública	Media baja	Media baja
74	Sastre	Media baja	Alta
75	Profesora de colegio particular	Media baja	Media baja
76	Peinadora	Media baja	Media baja
77	Profesora de básico de colegio particular	Media baja	Media alta

78	Cajera de librería	Media baja	Media baja
79	Policía de atención al cliente con uniforme	Media baja	Media baja
80	Empleada de juzgado	Media baja	Media baja
81	Atención al cliente en farmacia	Media baja	Media baja
82	Atención al cliente en tienda de camisas de galería comercial (2)	Media baja	Media baja
83	Secretaria de institución pública (2)	Media baja	Media alta
84	Asistente dental	Media baja	Media baja
85	Profesora de colegio fiscal con uniforme	Media baja	Media baja
86	Secretaria suplente de instituto privado de enseñanza de inglés	Media baja	Media alta
87	Fotocopiadora universidad privada	Baja	Media baja
88	Obrera fábrica de textiles (2)	Baja	Baja
89	Trabajadora de limpieza en centro médico privado	Baja	Baja
90	Fotocopiadora universidad pública	Baja	Baja
91	Vendedora de pañuelos	Baja	Baja
92	Sastre (2)	Baja	Baja
93	Fotocopiadora en universidad pública	Baja	Baja
94	Policía-guardia de banco privado	Baja	Media baja
95	Mesera restaurante	Baja	Media baja
96	Vendedora de gafas con puesto	Baja	Baja
97	Vendedora de tucumanas con carro	Baja	Baja
98	Atención al cliente en farmacia (2)	Baja	Media baja
99	Ayudante de peinadora	Baja	Media baja
100	Profesora con uniforme de colegio fiscal (3)	Baja	Baja
101	Vendedora de celulares en anaquel	Baja	Media baja
102	Policía oficinista con uniforme (3)	Baja	Media baja
103	Atención al cliente en tienda de zapatos de galería comercial	Baja	Media baja
104	Asistente administrativo de colegio fiscal	Baja	Baja
105	Dueña de panadería	Baja	Media alta
106	Atención al cliente en tintorería	Baja	Media baja
107	Auditora en oficinas de universidad pública	Baja	Media baja
108	Comerciante en kiosco de calle	Baja	Baja
109	Policía-barita con uniforme	Baja	Baja
110	Estudiante de ingeniería industrial UCB	Alta	Media alta
111	Estudiante de comunicación social UCB	Alta	Media alta
112	Estudiante de comercio internacional Univalle	Alta	Media alta
113	Estudiante de psicología UCB	Alta	Media alta
114	Estudiante de derecho UCB	Alta	Alta
115	Estudiante de medicina Nuestra Señora de La Paz	Alta	Media baja
116	Estudiante de economía UCB	Alta	Alta
117	Estudiante de administración de empresas UCB	Media alta	Media baja

118	Estudiante de ingeniería industrial UCB	Media alta	Alta
119	Estudiante de sociología UMSA	Media alta	Media baja
120	Estudiante de medicina Nuestra Señora de La Paz (2)	Media alta	Media baja
121	Estudiante de sociología UMSA (2)	Media alta	Alta
122	Estudiante de derecho UMSA	Media alta	Media baja
123	Estudiante de ingeniería comercial UCB	Media alta	Media baja
124	Estudiante de psicología UCB (2)	Media alta	Alta
125	Estudiante de comercio internacional Univalle (2)	Media alta	Media alta
126	Estudiante de derecho UCB (2)	Media alta	Media baja
127	Estudiante de administración de empresas UMSA	Media baja	Media baja
128	Estudiante de administración de empresas UMSA (2)	Media baja	Media baja
129	Estudiante de lingüística UMSA	Media baja	Media baja
130	Estudiante de lingüística UMSA (2)	Baja	Baja
131	Estudiante de trabajo social UMSA y fotocopidora	Baja	Baja
132	Estudiante de trabajo social UMSA	Baja	Baja
133	Estudiante de trabajo social UMSA	Baja	Baja

Bibliografía

- BARRAGÁN, Rossana, et. al.
2001 *Formulación de proyectos de investigación*. Bolivia: PIEB.
- 1992 “Entre polleras, lliqllas y ñañaacas. Los mestizos y la emergencia de la Tercera República” en *Etnicidad, economía y simbolismo en Los Andes*. II Congreso Internacional de Etnohistoria. Coroico: Hisbol.
- BARRIENTOS Alejandro, BENAVIDES Maya, SERRANO Mariana
2006 *La noche es joven: territorios juveniles en el centro paceño*. La Paz: PIEB.
- BARTHES, Roland
2003 *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós.
- BOURDIEU, Pierre
2006 *Autoanálisis de un sociólogo*. Barcelona: Anagrama.
- 2004 “Objetivación participante” en *La voz de la cuneta No 4*. La Paz: Colectivo Editorial Pirata.
- 1998 *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- 1991 *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- BOURDIEU, Pierre y PASSERON, Jean-Claude
1996 *La reproducción: Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. México D.F.: Fontamara.
- BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude y PASSERON, Jean-Claude
1987 *El oficio del sociólogo*. México: Siglo XXI.
- BUTLER, Judith
1996 “Variaciones sobre sexo y género: Beauvoir, Wittig, Foucault” en M. Lamas (comp.) *El Género: La Construcción Cultural de la Diferencia Sexual*. México, D.F.: Miguel Ángel Porrúa.
- CANAVESI, M. Lissette
1987 *El traje de la chola paceña*. La Paz: Los Amigos del Libro.
- CROMPTON, Rosemary
1997 *Clase y estratificación. Una introducción a los debates actuales*. Madrid: Tecnos.

- ESTENSSORO, Paula
2003 "Polleras y mercados. Los cuerpos en desplazamiento de las cholas recoveras" en *El cuerpo en los imaginarios (Memoria)*. La Paz: Artes Gráficas Sagitario.
- FLORES, Jesús
2004 *Travestismo y Género: Prestigio Desacreditable del Transformismo en el Ambiente Gay de La Paz*, Tesis para optar al grado de licenciatura en la Carrera de Sociología. La Paz: UMSA.
- FLORES, Víctor
s.f. *Bolivia: Sociedad fracturada*. La Paz: El Impresor.
- GARCÍA, Álvaro
2000 "Espacio social y estructuras simbólicas. Clase, dominación simbólica y etnicidad en la obra de Pierre Bourdieu" en *Bourdieu leído desde el sur*. La Paz: Plural.
- GAVARRÓN, Lola
2003 *La mística de la moda*. Valencia: Engloba.
- GOFFMAN, Erving
2003 *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.
2001 *La Presentación de la Persona en La Vida Cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu.
1991 *Los momentos y sus hombres: Textos seleccionados y presentados por Yves Winkin*. Barcelona: Paidós.
- GOSE, Peter
2001 *Aguas mortíferas y cerros hambrientos: Rito agrario y formación de clases en un pueblo andino*. La Paz: Mama Huaco.
- JURADO, Erick
2000 *Prácticas de distinción entre jóvenes en una secundaria privada de la ciudad de La Paz*, Tesis para optar al grado de licenciatura en la Carrera de Sociología. La Paz: UMSA.
- LE BRETON, David
2002 *La sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Nueva Visión.
2002a *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva visión.
- LÓPEZ Alex, JEMIO Ronal, CHUQUIMIA Edwin
2003 *Jailones. En torno a la identidad cultural de los jóvenes de la élite paceña*. La Paz: PIEB.

- MOORE, Henrietta
1999 *Antropología y feminismo*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- PALACIOS, María Josefina
2002 *Comportamientos femeninos en la clase media*. Tesis para optar al grado de licenciatura en la Carrera de Sociología. La Paz: UMSA.
- PATZI, Félix
2006 *Etnofagia estatal: Modernas formas de Violencia Simbólica (Análisis de la Reforma Educativa en Bolivia)*. La Paz: Ministerio de Educación y culturas de Bolivia.
- PEREDO, Elizabeth
1993 *Recoveras de Los Andes. La identidad de la chola del mercado: una aproximación psicosocial*. La Paz: Fundación Solón.
- PERETZ, Henri
2000 *Los métodos en sociología: La observación*. Quito: Abya-Yala.
- QUISBERT, Máximo
2008 *Racismo y élites criollas en Bolivia*. La Paz: Willka.
- RIVERA, Silvia
2001 *Bircholas. Trabajo de mujeres: explotación capitalista y opresión colonial entre las migrantes aymaras de La Paz y El Alto*. La Paz: Mama Huaco.
- SANDBORG, Kirsten
1993 "Malay dress symbolism" en Vigdis Broch-Due, Ingrid Rudie y Tone Bleie (comps.), *Carved flesh cast selves*. United States: Berg.
- SAUMA, Lucía
1995 "Violencia y mujer de clase media" en *Memoria del taller: Reflexiones en torno a "Mujeres de clase media"*. La Paz: ILDIS-TAHIPAMU.
- SIMMEL, Georg
2002 "Filosofía de la moda" en *Sobre la individualidad y las formas sociales. Escritos escogidos*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- SCOTT, Alison
1994 *Divisions and solidarities. Gender, class and employment in Latin America*. London: Routledge.
- SPEEDING, Alison

- 2005 *Metodologías cualitativas de recolección y análisis de datos.*
(Fotocopia).
- 1999 *Una introducción a la obra de Pierre Bourdieu.* La Paz: IDIS/UMSA,
Cuadernos de investigación 4.
- 1998 “Transición étnica en la provincia Inquisivi” en *Temas Sociales 20.* La
Paz: IDIS/UMSA.
- 1995 “Mujeres de clase media en Bolivia” en *Memoria del taller:
Reflexiones en torno a “Mujeres de clase media”.* La Paz:
ILDIS-TAHIPAMU.