

# RES

Revista Española de Sociología  
*Spanish Journal of Sociology*



**Volumen 29**  
Número 3 (Supl. 1)  
**Noviembre 2020**



Revista Española de Sociología  
*Spanish Journal of Sociology*

# RES

Volumen 29 (3, supl. 1), Noviembre 2020

**Correspondencia / Send Correspondence to:**

Federación Española de Sociología  
Montalbán, 8  
28014 Madrid  
Email: [res@fes-sociologia.com](mailto:res@fes-sociologia.com)

**Indexación / Abstracting and indexing services:**

Claritative Analytics/Emerging Sources Citation Index (ESCI); Scopus-SJR; IN-RECS; Sociological Abstracts; EBSCO; Dialnet; ISOC-CSIC; International Bibliography of the Social Sciences; Fuente Académica Premier; Social Services Abstracts; Worldwide Political Science Abstracts; LATINDEX (Catálogo); CIRC (GRUPO B); CARHUS2014 (C); RESH; ARCE-FECYT; Dardo.  
© Federación Española de Sociología, 2020.

Las opiniones vertidas en los artículos y otros trabajos publicados en la RES son de exclusiva responsabilidad de sus autores, así como la credibilidad y autenticidad de sus trabajos. Se ruega a los autores que especifiquen los posibles conflictos de intereses y adopten un comportamiento ético en su proceder. La RES declina cualquier responsabilidad sobre posibles conflictos derivados de la autoría de los trabajos que se publican en la misma. Los autores pueden encontrar información detallada sobre las normas de publicación en las páginas finales de cada número y accediendo a la página web de la revista.

*The statements and opinions expressed in the articles published by the Revista Española de Sociología are the sole responsibility of the author(s), as are their credibility and authenticity. Authors are requested to inform us of any possible conflicts of interest and to adopt ethical behaviour. RES accepts no liability for possible conflicts or problems resulting from articles published in the journal. Authors can find detailed information about our publication guidelines in the final pages of this issue and on the journal's webpage.*

Sitio web: <https://recyt.fecyt.es/index.php/res>

ISSN: 1578-2824

Depósito legal: M. 39.063-2001

**Diagramación y diseño / Layout and desing**  
[Journals & Authors](#)



This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

# Revista Española de Sociología *Spanish Journal of Sociology*

# RES

**Volumen 29 (3, supl. 1), Noviembre 2020**

La *Revista Española de Sociología (RES) / Spanish Journal of Sociology* es la revista oficial de la Federación Española de Sociología (FES). Es una publicación de la principal asociación científica de los profesionales de la sociología de España, independiente de los poderes públicos y al servicio de la comunidad sociológica.

La RES es una revista arbitrada que utiliza el sistema de revisión externa por expertos (*peer review*). La RES publica trabajos científicos originales e inéditos de carácter empírico o teórico y notas sobre investigaciones sociológicas o áreas afines. También publica secciones de debates, estados de la cuestión, secciones monográficas y contenidos de especial interés para la comunidad sociológica.

La revista se edita en formato impreso y electrónico. Desde 2016 publica tres números regulares al año y está abierta a la publicación de números especiales.

La RES aspira a alcanzar la mayor calidad posible en los trabajos que publique, aplicando para ello los procedimientos de evaluación universalista y anónima habituales en revistas científicas.

*The Revista Española de Sociología (RES) / Spanish Journal of Sociology is the official journal of the Spanish Federation of Sociology*

*(Federación Española de Sociología, FES). It is a publication written by the most important association of scholars and professionals in the sociological field. Independent from the public powers and it is aimed to serve the goals of the Spanish sociological community.*

*The RES is a peer review journal, it publishes original research work on the theory, practice and methods of sociology along with research notes about sociological issues as well as other related fields. The RES also has a section about controversies, state of the art articles together with monographic issues and other contents of special interest for the sociological community.*

*The journal is available both in printed and an electronic formats, available at the web page <http://www.fes-web.org/res/>. Since 2016 it has published three issues per year and proposals for special issues are welcome.*

*Peer review is undertaken with a particular emphasis given to exceptional quality and current relevance.*

## **Director / Editor-in-Chief:**

Manuel Fernández Esquinas (CSIC) Presidente de la Federación Española de Sociología

## **Consejo Editorial / Editors:**

Carlos Jesús Fernández Rodríguez (Universidad Autónoma de Madrid)

Josep Lobera Serrano (Universidad Autónoma de Madrid)

Matilde Massó Lago (Universidade da Coruña)

Julián Cárdenas (Universidad de Valencia)

Celia Díaz Catalán (Universidad Complutense de Madrid)

Nazaret Abalde Bastero (Universidade da Corua)

## **Consejo de Redacción / Editorial Board:**

Cristóbal Torres Albero (Universidad Autónoma de Madrid)

Constanza Tobío Soler (Universidad Carlos III de Madrid)

Emilio Lamo de Espinosa (Universidad Complutense de Madrid)

José Luis García (Universidad de Lisboa)

Julio Carabaña Morales (Universidad Complutense de Madrid)

Luis Garrido Medina (UNED)

Aaron Cicourel (University of California, Berkeley)  
Agnes van Zanten (CNRS, Paris)  
Alejandro Portes (Princeton University)  
Fabrizio Bernardi (European University Institute, Florencia)  
Michel Wieviorka (Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris)  
Thierry Desrues (CSIC-IESA)  
María Dolores Martín-Lagos (Universidad de Granada)  
Miguel Requena y Díez de Revenga (UNED)  
Remo Fernández Carro (Universidad de Castilla-La Mancha)  
Joan Miquel Verd (Universidad Autónoma de Barcelona)  
Laura Oso Casas (Universidade da Coruña)  
Amparo Serrano Pascual (Universidad Complutense de Madrid)  
Jordi Garreta Bochaca (Universidad de Lleida)  
Benjamín Tejerina Montaña (Universidad del País Vasco)  
Luis Enrique Alonso Benito (Universidad Autónoma de Madrid)  
Verónica de Miguel Luken (Universidad de Málaga)  
Ana Arriba González de Durana (Universidad de Alcalá de Henares)  
Antón Álvarez Sousa (Universidade da Coruña)  
Celso Sánchez Capdequí (Universidad Pública de Navarra)  
María del Mar Griera (Universitat Autònoma de Barcelona)  
Almudena Moreno Mínguez (Universidad de Valladolid)  
Dulce Manzano Espinosa (Universidad Complutense de Madrid)  
Ana María López Sala (CSIC-CCHS)  
Cecilia Díaz Méndez (Universidad de Oviedo)  
Joaquim Rius Ulldemolins (Universidad de Valencia)  
Dafne Muntanyola Saura (Universitat Autònoma de Barcelona)  
Jesús Rivera Navarro (Universidad de Salamanca)  
Cristian Oltra Algado (CIEMAT)  
Miguel Martínez Lucio (Universidad de Manchester)  
Gabriel Abend (Universidad de Lucerna)  
Olga Salido Cortés (Universidad Complutense de Madrid)  
Miranda Lubbers (Universitat Autònoma de Barcelona)

**Consejo Asesor / Advisory Board:**

Teresa González de la Fe (Universidad de La Laguna)  
Capitolina Díaz Martínez (Universidad de Valencia)  
Luciano Luigi Pellicani (Università Internazionale degli Studi Sociali, Roma)  
Helena Béjar Merino (Universidad Complutense de Madrid)  
Miguel Beltrán Villalba (Universidad Autónoma de Madrid)  
Teresa Montagut Antoli (Universidad de Barcelona)  
Antonio Ariño Villarroya (Universidad de Valencia)  
Alexandro Bonano (Texas State University, USA)  
Sergio Scheneider (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil)  
Cornelia Flora (Iowa State University, USA)  
Mike Rigby (London South Bank University)  
Raúl Ruiz (Universidad de Alicante, Asociación Valenciana de Sociología)  
Ángel Alonso Domínguez (Universidad de Oviedo, Asociación Asturiana de Sociología)  
Antonio Trinidad Requena (Universidad de Granada, Asociación Andaluza de Sociología)  
Fidel Molina (Universidad de Lleida, Asociación Catalana de Sociología)  
Lola Frutos Balibrea (Universidad de Murcia, Asociación Murciana de Sociología y Ciencia Política)  
Teodoro Hernández de Frutos (Universidad Pública de Navarra, Asociación Navarra de Sociología)  
José Antonio Díaz Martínez (Universidad Complutense de Madrid, Asociación Madrileña de Sociología)  
Jaime Minguijón Pablo (Universidad de Zaragoza, Asociación Aragonesa de Sociología)  
Marcelo Sánchez-Oro Sánchez (Universidad de Extremadura, Asociación de Ciencias Sociales de Extremadura)  
Octavio Uña Juárez (Universidad Rey Juan Carlos, Asociación Castellano-Manchega de Sociología)  
Imanol Zubero Beaskoetxea (Universidad del País Vasco, Asociación Vasca de Sociología y Ciencia Política)  
Félix Requena Santos (Universidad de Málaga, Presidente del CIS)  
Xavier Bonal Sarró (Universidad de Barcelona, Asociación de Sociología de la Educación)  
Rodolfo Gutiérrez Palacios (Universidad de Oviedo, Vicepresidente de la FES)  
Lucila Finkel Morgenstern (Universidad Complutense de Madrid, Vicepresidenta de la FES)  
Marius Domínguez i Amorós (Universidad de Barcelona, Vicepresidente de la FES)  
Marian Ispizua Uribarri (Universidad del País Vasco, Vicepresidenta de la FES)  
José Antonio Gómez Yáñez (Consultor, Universidad Carlos III, Secretario Ejecutivo de la FES)  
Roberto Barbeito Iglesias (Universidad Rey Juan Carlos, Vocal de la FES)  
Clara Guilló Girard (Consultora, Vocal de la FES)

---

## Sumario / Contents

RES 29 (3, supl. 1), Noviembre 2020

---

### **In memoriam José Castillo Castillo**

Gaspar Brändle ..... 1-4

### **Artículos / Articles:**

#### **Innovación: una perspectiva sociológica**

*Innovation: A sociological perspective*

Manuel Fernández-Esquinas ..... 5-37

#### **Jóvenes boomerang en Andalucía; quiénes son y por qué regresan**

*Boomerang youth in Andalusia; who are they and why are they coming back*

Marta Donat López y María Dolores Martín-Lagos López ..... 39-56

#### **Corruption Perceptions, Political Distrust, and the Weakening of Political Islam in Iraq**

*Percepciones de la corrupción, desconfianza política, y el debilitamiento del Islam político en Irak*

Mahmoudreza Rahbarqazi y Raza Mahmoodoghli ..... 57-74

#### **¿Qué hace falta para superar el clientelismo político? La crisis del clientelismo en Galicia (España)**

*What is Missing to Overcome Political Clientelism? The Clientelism crisis in Galicia (Spain)*

José Manuel Pantín Morado ..... 75-96

#### **¿Por qué se han organizado las camareras de piso? Algunas claves e interpretaciones desde la revitalización sindical**

*Why have floor housekeepers been organized? Some keys and interpretations from the trade union revitalization*

David Moral-Martín ..... 97-115

#### **Los pobres y el manejo del dinero disponible: algunas enseñanzas de las encuestas financieras de las familias**

*The poor and the money put aside: what can we learn from household wealth surveys?*

Maxime Haubert ..... 117-135

#### **Jóvenes comunicadores y sexualización infantil. Diferencias de género ante la sexualización de las niñas en las revistas de moda**

*Young communicators and childhood sexualization. Gender differences in girls' sexualization in fashion magazines*

María José Narros González, Carmen Llovet Rodríguez y  
Mónica Díaz-Bustamante Ventisca ..... 137-154

<b>Desafiando las reglas: articulaciones políticas del activismo menstrual</b> <i>Defying the curse: political articulations of menstrual activism</i>	
Emma Gómez Nicolau y Elisabet Marco Arocas .....	155-170
<b>¿Nuevas o viejas masculinidades? El rol masculino dominante entre los adolescentes españoles</b> <i>New or old masculinities? The dominant male role of Spanish adolescents</i>	
Mayra Martínez Avidad y Alba Pérez López .....	171-189

### Sección monográfica / *Monographic section:*

<b>Presentación de la sección monográfica “Consumo y modernización en la semiperiferia europea”</b>	
Carlos Jesús Fernández Rodríguez .....	193-196
<b>La vía semiperiférica hacia la sociedad de consumo: una interpretación sobre el modelo español</b> <i>The semi-peripheral road to consumer society: an interpretation of the Spanish model</i>	
Luis Enrique Alonso y Carlos Jesús Fernández Rodríguez.....	197-214
<b>El auge del gusto conservador convencional: clase, consumo y política en Turquía</b> <i>The rise of the conservative middlebrow taste: Class, consumption and politics in Turkey</i>	
Aksu Akçaoğlu, Irmak Karademir Hazir .....	215-229
<b>“La vida se ha vuelto más feliz, camaradas”: la construcción de la cultura del consumo soviética</b> <i>Life Has Become More Joyous, Comrades: the construction of the Soviet consumer culture</i>	
Jukka Gronow y Sergey Zhuravlev .....	231-244

### Reseñas de libros e informes / *Books and Reports Reviews:*

<b>Análisis sociológico del discurso: enfoques, métodos y procedimientos.</b> Benno Herzog y Jorge Ruiz (eds.). Valencia: Universitat de Valencia, 2019	
Araceli Serrano Pascual y Ángel Zurdo Alaguero .....	247-251
<b>Internet como modo de administración de encuestas.</b> Vidal Díaz de Rada Igúzquiza, Juan Antonio Domínguez Álvarez y Sara Pasadas del Amo. Madrid: CIS Cuadernos metodológicos nº 59, 2019	
Valentín C. Martínez Martín .....	253-255
<b>Refugees, Migration and Global Governance. Negotiating the Global Compacts.</b> Elisabeth G. Ferris y Katharina M. Donato. London: Routledge, 2020	
Lorenzo Cachón Rodríguez .....	257-260



---

## **Artículos / *Articles***

---



*In memoriam / In memoriam*

## **In memoriam José Castillo Castillo**

**Gaspar Brändle**   
Universidad de Murcia, España  
[gbrandle@um.es](mailto:gbrandle@um.es)

En el mes de noviembre de 2019 nos dejó el profesor Castillo, maestro de varias generaciones de sociólogos y sociólogas en su medio siglo de dedicación a la profesión. Sirvan estos breves apuntes como homenaje y recordatorio a su admirable trayectoria académica y su respetada figura personal.

José Castillo Castillo nació en Granada en el año 1931, ciudad donde estudió la licenciatura de derecho, para posteriormente, y tras la influencia decisiva de Luis Sánchez Agesta, interesarse por la Sociología y recorrer el mismo camino que antes habían transitado otros ilustres académicos de esa generación hacia Estados Unidos. En 1956 consiguió una beca del *Institute of International Education* para matricularse en *The Catholic University of America* (Washington, D. C.), donde inició su formación sociológica. Difícilmente podría imaginar entonces que esa sería la disciplina a la que le dedicaría el resto de su vida. Al terminar su beca de un curso en Estados Unidos se instaló en Madrid, donde se concentraba la escasa atención a la Sociología en nuestro país. En ese impulso inicial de su carrera fue importante la figura de Enrique Gómez Arboleya -que había conseguido en el año 1954 la primera cátedra de Sociología totalmente independiente de la Filosofía Social, de la Ética y del Derecho Político-, quien le ayudó para la consecución de su primer puesto como profesor adjunto interino en la Facultad de Ciencias Políticas, Económicas y Comerciales.

Pero como él mismo confesaba cuando recordaba aquellos comienzos profesionales, el futuro de la nueva Sociología española se presentaba incierto, los trabajos propiamente sociológicos eran una rareza e incluso -reflexionaba Castillo entonces- se miraba a la Sociología con una mezcla de desconcierto, cautela y cierto recelo. De manera que, tras casarse con Eulalia Escudero -quien le acompañó durante toda su vida-, volvió a Granada para trabajar en los negocios de su padre. Pero aquella interrupción profesional duró solo seis meses, el tiempo suficiente para retomar con energía la vocación académica que ya nunca abandonaría. En 1961 consiguió una nueva beca para estudiar Sociología en Estados Unidos, esta vez en la *Columbia University* de Nueva York, donde pudo recibir clases de Merton o Lazarsfeld y obtener el título de *Master of Arts in Sociology*. En esa segunda estancia le fueron muy valiosas las orientaciones académicas y el apoyo personal que le prestó Juan J. Linz. La formación sociológica que recibió en Estados Unidos le permitió ir asentando los solventes fundamentos teóricos que le caracterizaban, pero sobre todo tuvo una fuerte influencia metodológica en su desarrollo académico.

Con el regreso a Madrid accedió a diferentes empleos de perfil sociológico, a veces en situación de pluriempleo y no siempre exentos de cierta precariedad, pasando por diversos organismos como el Gabinete de Estudios Sociales del Ministerio de Trabajo, la Escuela de Productividad Industrial o la Comisión Nacional de Productividad del Ministerio de Industria, colaborando también en aquellos años con la Fundación FOESSA, el Instituto Social León XIII o el Instituto Balmes de Sociología. La estabilidad laboral como sociólogo habría de esperar hasta el año 1971, cuando ganó la cátedra de Sociología, metodología y sistemática en la Universidad de Santiago. Un lustro después se incorporó a la Universidad Complutense de Madrid.

En esa institución disfrutó de lo mejores años de plenitud intelectual, docente e investigadora, asumiendo también distintos cargos de relevancia en la gestión universitaria. Por ello, y aunque a lo largo de su carrera recibió diversas distinciones y su trabajo fue elogiado en distintos foros académicos, uno de los actos que más ilusión le hizo fue el homenaje que se le brindó en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, la que fue su casa durante más de un cuarto de siglo, con motivo de su jubilación. Acto que tuvo su continuidad con el libro homenaje publicado por el Centro de Investigaciones Sociológicas, *Reflexiones sociológicas* (CIS, 2004), que recoge trabajos firmados por más de cincuenta colaboradores que contribuyeron a este magnífico tratado de Sociología que supera las mil páginas. Una demostración del afecto y la admiración que despertó el profesor Castillo entre sus colegas de profesión.

La Sociología fue para él un oficio apasionante, disfrutaba del descubrimiento de lo desconocido aplicando la razón sociológica y el rigor científico. Quizá por ello siempre se mantuvo crítico con aquellas concepciones que para él constituían perversiones de la disciplina, al prevalecer los intereses doctrinarios sobre la neutralidad axiológica que él trataba de aplicar. Se desenvolvía con soltura en el campo de la investigación de corte cuantitativo, lo que le permitió responsabilizarse de varios cursos de métodos y técnicas de investigación y poner en práctica la Sociología empírica en un buen número de investigaciones sobre muy variadas temáticas sociales. Una de las primeras fue la que realizó sobre el consumo de bienes cuando todavía trabajaba en la Escuela de Organización Industrial a principios de los sesenta, un campo de estudio poco desarrollado dadas las estrecheces que todavía acuciaban a la mayoría de los españoles en aquellos años, pero que fue decisiva para que Castillo abriera la senda de la Sociología del consumo en España con varios trabajos posteriores.

El estudio del consumo fue precisamente lo que me vinculó a él en el último periodo de su vida académica, yo comenzaba mis estudios de doctorado, mientras que él iniciaba su etapa de emérito tras la jubilación. Cuando le planteé el proyecto de tesis podía haber renunciado amablemente a dirigirlo y seguir con las limitadas obligaciones que le permitía su condición, pero probablemente encontró en esa tarea un estímulo con el que cerrar el círculo que inició con los que fueron sus maestros. De aquella época recuerdo las minuciosas revisiones que hacía a los sucesivos borradores que le iba entregando -él mismo se ocupaba de leerme sus anotaciones al margen-, y la amplia biblioteca que conservaba en su despacho -un espacio de considerable tamaño en la primera planta de la Facultad-, alguno de cuyos valiosos fondos recibí como obsequio cuando entre los dos vaciamos el despacho que ocupó durante tantos años. Tras cerrar aquella puerta por última vez, me confesó que tenía la firme intención de no leer más libros de Sociología, empeño del que desistió seguramente muy pronto. En las ocasiones en las que nos encontramos en los años posteriores mantuvo siempre su avezada mirada sociológica, ejercitándola con la naturalidad de quien lo ha hecho durante toda una vida.

Esa particular manera de observar la realidad quedó reflejada en su valiosa obra, de la que se podrían destacar muchas contribuciones a temas centrales de la Sociología, como el trabajo, las migraciones, el consumo o, en fin, el estudio de los más insospechados aspectos de la vida cotidiana, campo en el que era maestro. Buena parte de ellas bien merecerían una revisión por su vigencia y fino análisis social. Sobresalen, a mi juicio y por distintos motivos: *¿Es España sociedad de consumo de masas?* (1966); *Las clases medias ¿mito o realidad?* (1971); *La función social del castigo: el caso de la prohibición legal de la droga* (1986); *Sociedad de consumo a la española* (1987); *El creciente cometido instrumental del trabajo* (1988); *La democracia industrial: paradojas del poder en las organizaciones formales* (1989); *Teorías sociológicas de las migraciones humanas: diversidad e integración* (1992); *Funciones sociales del consumo: un caso extremo* (1994); *El cuerpo recreado: la construcción social de los atributos corporales* (1997); *Consumo de naturaleza* (2001) o *Instantáneas sociológicas* (2002).

También han sido muy utilizadas por varias generaciones de sociólogos/as sus aproximaciones históricas y teóricas a la disciplina y a varias de sus figuras como, por ejemplo: *Sociología e historia* (1970); *Apuntes para una historia de la Sociología española* (1988); *El estilo de Simmel* (1998); *A través del espejo: el mundo fantástico de Thorstein Veblen* (1999) y *Ortega y Gasset y sus discípulos* (2001).

José Castillo era un intelectual en estricto sentido, con vastos conocimientos sobre arte, literatura e historia, que no le iban a la zaga a su extraordinario bagaje sociológico. Quien haya leído alguna de sus obras o asistiera a una de sus conferencias, habrá podido apreciar un estilo muy personal, con un refinado gusto por el lenguaje y las palabras, para construir textos y discursos de intensa carga sociológica, pero también de exquisita prosa literaria. En otros lugares se ha destacado su fina ironía, un recurso que manejaba con elegancia en el ámbito cotidiano y también, cuestión aún más difícil, en el académico.

Animo al lector de estas líneas a que visite, o revise, la obra de José Castillo -una parte de ella es fácilmente accesible a través de Internet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=21490> será el mejor homenaje que se le pueda hacer, pero sin duda también un ejercicio placentero y provechoso por la claridad con la que abordaba los temas y la pulcra redacción, que dota de un valor añadido, casi seña de identidad, a sus escritos. Las siguientes líneas, extraídas de su trabajo sobre un objeto de estudio tan peculiar como las reliquias de santo, dan buena cuenta de ello.

A la fría mirada del no creyente, las reliquias de santos no presentan el menor encanto. Lo que se comprende: ni la osamenta, ni la piel, ni las vísceras, ni ninguna otra porción del cuerpo humano, ya cadáver, poseen cualidad alguna que las haga apetecibles; mientras que todas ellas poseen sobradamente las que las hacen aborrecibles. Tampoco los despojos corporales constituyen un bien escaso, deseable por su propia rareza: en múltiples ocasiones representa un problema el deshacerse de ellos. No obstante, desde tiempos remotos, para muchas gentes, ciertos restos humanos han constituido objeto digno no sólo de pública veneración, sino de regalo, trueque, robo, compra y venta, como correspondería a una mercadería apreciada (Castillo, 1994: 66).

Gracias por su excelso legado, querido profesor Castillo.



Artículos / Articles

# Innovación: una perspectiva sociológica

## *Innovation: A sociological perspective*

Manuel Fernández-Esquinas 

Instituto de Estudios Sociales Avanzados, CSIC, España

[mfernandez@iesa.csic.es](mailto:mfernandez@iesa.csic.es)

Recibido / Received: 23/01/2020

Aceptado / Accepted: 01/04/2020



### RESUMEN

Este artículo ofrece un marco de análisis de la perspectiva sociológica sobre la innovación. Presenta una serie de herramientas que son útiles para estudiar la relación de la innovación con dimensiones sociales fundamentales. Realiza una contribución al campo interdisciplinar de los estudios sociales sobre la innovación a través de una serie de conceptos y mecanismos explicativos expuestos de manera sistemática. El artículo discute algunas limitaciones en la investigación especializada para tratar fenómenos de naturaleza social y específica el significado de la innovación desde los principios del canon sociológico. Aborda las relaciones de la innovación con algunos aspectos de la cultura (normas, valores, repertorios cognitivos e instituciones) y de la estructura social (clases sociales, ocupaciones, redes y organizaciones).

**Palabras clave:** Innovación; sociología; cultura; instituciones; estructura social; organizaciones.

### ABSTRACT

This article offers an account of the sociological perspective on innovation. It outlines a set of useful tools for studying the relationship between innovation and major social dimensions. It is intended as a contribution to the interdisciplinary field of innovation studies by means of a series of concepts and explanatory mechanisms presented in a systematic way. Firstly, some limitations of the current innovation literature when studying social phenomena are discussed. Second, an explanation of the meaning of innovation from the assumptions of the sociological perspective is proposed. Third, the article analyses the relationships between innovation and the main dimensions of culture (values, norms, cognitive repertoires and institutions) and social structure (social class, occupational structure, social networks and organizations).

**Keywords:** innovation; sociology; culture; institutions; social structure; organizations.

\*Sugerencia de cita / Suggested citation: Fernández-Esquinas, M. (2020). Innovación: una perspectiva sociológica. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 5-37. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.55>

## INTRODUCCIÓN

La innovación es uno de los rasgos fundamentales de las sociedades contemporáneas debido a varias razones. La incorporación de conocimiento de todo tipo a aspectos prácticos de la producción y el consumo es uno de los principales motores del cambio económico. La innovación está también estrechamente relacionada con la producción de bienes públicos e interviene en ámbitos fundamentales de la vida social, como la salud, el trabajo, la educación, la seguridad y la calidad de vida en general. Y además, está enraizada en los valores y en la forma de pensar de amplios sectores de la población. La innovación media en las relaciones sociales, en la forma de vida y es una parte constituyente de la cultura del mundo contemporáneo. Si hubiese que elegir una etiqueta de síntesis para caracterizar a las sociedades actuales, el término “sociedades de la innovación” sería una opción bastante razonable.

Esta importancia creciente de la innovación se refleja en los esfuerzos de las ciencias sociales por entender qué es, cómo se produce, qué condiciones la favorecen y cómo nos afecta. En consecuencia, desde hace unos años la investigación especializada en la innovación está en constante expansión. El estudio de las relaciones entre innovación, economía y sociedad se ha convertido en una empresa colectiva organizada en grandes campos de investigación de carácter multidisciplinar. Resulta difícil identificar dónde comienza el aporte de una disciplina y dónde termina el de otra (Fagerberg, et al., 2009). Los sociólogos en particular se han ocupado tradicionalmente del papel de la innovación como fuerza fundamental del cambio social<sup>1</sup>. En distintas épocas han realizado contribuciones importantes para entender las transformaciones procedentes de la ciencia, la tecnología y el conocimiento (Ogburn, [1964] 1971; Merton, [1968] 1996; Mulkay, 1972; Collins, 1983), la difusión de las innovaciones (Rogers, 1983; Coleman, et al., 1966) y su incorporación a la vida social (Castells, 1996; Williams y Edge, 1996). Sin embargo, en los últimos años la contribución de la sociología ha sido esporádica y poco sistemática. Los sociólogos participan poco en los estudios multidisciplinarios especializados en la innovación, al tiempo que han concentrado sus esfuerzos en los aspectos sociales de la ciencia y la tecnología. La sociología de la innovación como especialidad distintiva es poco visible en la actual producción científica y en los programas académicos (Fernández-Esquinas, 2012), con algunas notables excepciones, como el papel de las redes sociales en la innovación (Powell y Grodal, 2005) y algunas facetas de la construcción social de la tecnociencia (Latour, 2007; Callon, et al., 2007) y de su gobernanza (Gläser y Laudel, 2016).

Paradójicamente, durante la misma época se han multiplicado las investigaciones sobre el carácter social de las innovaciones desde otras disciplinas. Y progresivamente se ha descubierto que la innovación se encuentra en múltiples lugares más allá de la tecnología y de la empresa, y que tanto sus causas como sus efectos están interrelacionados con características de la sociedad. Esta amalgama multidisciplinar en principio no tendría por qué suponer ningún inconveniente para el actual estado del conocimiento si los estudios especializados ofreciesen herramientas para resolver algunos problemas importantes. Por ejemplo, identificar las facetas sociales que facilitan el desarrollo de innovaciones de varios tipos, o los impactos de la innovación en la vida social. Sin embargo, aún existen numerosas lagunas a la hora de entender la relación entre los fenómenos sociales y la innovación. Algunas de las dificultades se encuentran en la dispersión conceptual, en la escasa acumulación de las investigaciones realizadas en las distintas tradiciones y en los sesgos derivados de la separación de campos de investigación. Ello provoca barreras para la circulación de ideas y la fertilización cruzada. El abandono relativo de estos asuntos por parte de la sociología posiblemente es parte del problema.

<sup>1</sup> Una revisión de las aportaciones de los sociólogos clásicos a la innovación económica se encuentra en Ramella (2016)



El objetivo de este artículo es ofrecer una gama de herramientas habituales en la sociología que son útiles para investigar la vertiente social de la innovación. La contribución consiste en exponer conceptos y mecanismos explicativos relacionados con la cultura y la estructura social de manera integrada. Este ejercicio pretende ser útil para enriquecer el esfuerzo multidisciplinar debido a que existen muy pocos trabajos sobre la especificidad del enfoque sociológico. En la reciente literatura especializada no existe ningún tratamiento sistemático sobre la sociología de la innovación. Este artículo ayuda a tender vínculos con otros campos a la hora de estudiar la relación entre innovación y sociedad.

El artículo se compone de las siguientes secciones. Tras esta introducción, en la segunda sección se especifica la definición de innovación utilizada como referencia. En la tercera sección se discuten algunas limitaciones de los estudios sobre innovación para tratar fenómenos de naturaleza social. En la cuarta sección se presenta un esbozo del significado de la innovación desde los presupuestos del canon sociológico, concretado en algunas asunciones sobre la acción social, sobre sus consecuencias no previstas y sobre el papel del conocimiento en la innovación. En la quinta sección se abordan los planos de la realidad social que son útiles para observar mecanismos explicativos de la innovación.

## DEFINIENDO LA INNOVACIÓN

### Los elementos esenciales de la innovación

Definir la innovación se ha convertido en una tarea compleja. Existen numerosas definiciones que son más o menos apropiadas de acuerdo con el contexto en que se usan (Echeverría, 2017). Las definiciones más restrictivas privilegian las tecnologías y los desarrollos de productos y procesos que se introducen en el mercado. Esta visión actualmente se considera muy limitada. En el otro extremo, la expansión del interés por la innovación ha dado lugar a definiciones que cubren una diversidad de fenómenos. En este trabajo no es posible resolver la multiplicidad de sentidos y usos de un concepto que se aplica en una multitud de situaciones. Nuestro propósito es partir de una definición práctica que ayude a la investigación. Se concibe a la innovación como algo presente en muy diversos ámbitos sociales más allá del mundo de la empresa y de otras organizaciones, pero al mismo tiempo se evita abarcar un conjunto de realidades sociales tan amplio que haga la investigación escasamente viable. Para ello es útil combinar las dos tradiciones de las ciencias sociales de donde proceden las definiciones más usadas: las llamadas “evolucionista” (o schumpeteriana) y “difusionista”.

La obra de Joseph Schumpeter es el origen de la tradición más influyente en la manera de entender la innovación económica. Es la adoptada por la economía evolucionista, basada en la asunción de que el cambio tecnológico y la innovación tienen un origen endógeno y son las fuentes esenciales del crecimiento (Nelson y Winter, 1982). La definición al uso procedente de esta corriente considera la innovación como una recombinación de conocimientos preexistentes en algo que resulta novedoso y que tiene consecuencias prácticas (Schumpeter, 1947). Esta idea es la base de la conceptualización más conocida en los últimos años, sobre todo gracias a los ejercicios para elaborar estadísticas oficiales plasmados en el llamado Manual de Oslo (OCDE, 2005; 2018), que a su vez han tenido una notable repercusión en las políticas públicas. Esta definición de innovación se basa en algunas ideas clave: primero, la distinción entre invención (o descubrimiento) sin resultado práctico e innovación. Segundo, la clasificación de los tipos de innovación en producto, proceso, organizativa y distribucional. Y tercero, el interés en los impactos que genera, lo que lleva asociada la distinción entre innovaciones revolucionarias, radicales y marginales

(Godin, 2010). Esta noción de innovación es la más habitual en el ámbito socioeconómico. Se la asocia especialmente a la producción en empresas y otras organizaciones y se centra principalmente en artefactos, servicios y formas organizativas y de gestión.

La otra corriente en la manera de entender la innovación es la perspectiva difusionista, representada por la obra de Everett Rogers (Rogers, 1983). La innovación se define como una idea, práctica u objeto que es percibido como nuevo, y que es útil para un individuo u otra unidad de adopción. La principal idea por tanto es que la adopción es el principal mecanismo de difusión. La innovación no depende sólo de las características de los resultados, sino sobre todo de los destinatarios, de que sea adoptada por actores específicos. Esta perspectiva es menos objetivista. La naturaleza atribuida a la innovación está más abierta a un rango amplio de fenómenos, más allá de las tecnologías, los productos materiales, los servicios y la organización. También se aplica a innovaciones de tipo simbólico, a las ideas, las políticas y los arreglos sociales. La perspectiva de la difusión implica tener en consideración el punto de vista de los actores sociales y las condiciones que afectan al uso de tecnologías, productos o modos de hacer cosas. A partir de esta noción, en los últimos años han surgido varias maneras de entender la innovación que prestan atención a una variedad de fenómenos, como la difusión de la innovación en políticas, instituciones y productos culturales.

Las definiciones actuales de la innovación tienden a reunir elementos de ambas tradiciones. Un ejemplo sintético, a partir de los enfoques adoptados en los organismos internacionales, es el siguiente: “la innovación es un cambio novedoso basado en el conocimiento, que es adoptado por usuarios, y que es susceptible de generar valor en un contexto concreto” (Reillon, 2016). Esta definición puede subsumir las más restringidas y da pie a conceptualizar la innovación en torno a una serie de atributos esenciales. En resumen, una innovación incluye al menos los siguientes elementos:

- 1) La novedad que resulta del conocimiento humano y que incorpora un elemento de cambio en una situación dada.
- 2) La adopción, debido a que la innovación implica el uso y aceptación por algunos usuarios y, por tanto, se distingue de la mera invención que se mantiene en el terreno de las ideas.
- 3) El resultado práctico, a saber, la generación de un valor, económico o social, en la forma de mejores productos, servicios o formas de hacer cosas.

## **La innovación como proceso y la importancia de los modelos**

Además de un resultado, la innovación es también un proceso en la medida en que ocurre en una secuencia de eventos interrelacionados donde pueden intervenir diversos actores, limitados o ayudados por las condiciones del contexto. Por todo ello, para estudiar la innovación es conveniente tener en cuenta las dinámicas de cambio a la hora de generar un nuevo resultado y ponerlo en práctica. El proceso de innovación es representado frecuentemente a través secuencias o fases entre los extremos de la invención y la adopción (Godin, 2017). Existen varias formas de describir las secuencias que ponen el énfasis en fases específicas, actores que intervienen en ellas y tipos de innovaciones. De nuevo, es útil acudir a las dos principales tradiciones a la hora de conceptualizar los elementos fundamentales del proceso.

Una secuencia del proceso tiene que ver con “el descubrimiento, la invención y la aplicación” de la innovación. Se refiere a los aspectos de creación de conocimiento más relacionados con la ciencia y la tecnología resultado de las actividades I+D. Focaliza en los principales actores del sistema de innovación que intervienen en estas fases, como la

comunidad científica, las universidades, los centros de investigación, las organizaciones de interfaz, los gobiernos y las empresas. También presta atención a las condiciones estructurales de los sistemas de innovación y a las condiciones sociales y económicas que les rodean (Kline y Rosemberg, 1986). Lo específico es que focaliza en los aspectos más relacionados con el conocimiento y su implementación en entidades organizadas para la producción de bienes y servicios, aunque progresivamente se ha ido prestando cada vez más atención a otros procesos creativos en el ámbito de los servicios y la cultura (Pratt, 2017).

Una segunda secuencia del proceso tiene que ver con “la distribución, la adopción y la difusión” de la innovación. Se refiere más a los aspectos de transmisión, diseminación y asimilación por parte de usuarios concretos, y se corresponde con la definición de la innovación que pone el énfasis en la adopción. Focaliza en los actores que facilitan que los resultados sean conocidos, aceptados y legitimados, tales como el sistema educativo, las organizaciones de la sociedad civil y los colectivos que median en el uso de innovaciones (productores, usuarios, consumidores, medios de comunicación, etc.) (Rogers, 1983; Greenhalgh, et al., 2005). El principal actor desde esta visión del proceso es el usuario debido a que es el eslabón determinante, ya sea como usuario intermedio o como consumidor (Von Hippel, 2015). Presta también atención a las facetas de naturaleza cognitiva y simbólica de las innovaciones que afectan a la aceptación y al uso de innovaciones (Vellera, et al., 2017).

Los procesos de innovación son representados frecuentemente por modelos secuenciales que se centran en algunos elementos de estos dos itinerarios. Los modelos tienen mucha importancia en la conceptualización de la innovación. Son simplificaciones de la realidad que implican obviar algunos de sus rasgos y estilizar otros. Son necesarios en la medida en que permiten focalizar en partes de un fenómeno extraordinariamente complejo.<sup>2</sup> Sin embargo, en general son simples para ser utilizados como guía en la investigación. No suelen estar diseñados para extraer consecuencias de la estructura de relaciones en alguna secuencia del proceso<sup>3</sup>.

Por ello, los modelos secuenciales como los indicados han coexistido en los últimos años con otros nuevos llamados “modelos sistémicos”. Asumen que no es conveniente separar drásticamente los dos tipos de secuencia indicados, y que ambos procesos están estrechamente interrelacionados y son bastante independientes uno de otro (Lundvall, 1992). Esta nueva generación de modelos trata de elaborar representaciones de aquellos elementos del entorno que influyen en la generación y adopción de innovaciones. Su principal característica es el reconocimiento de la complejidad. Ello se debe a que los procesos sociales sobre la innovación no siguen pautas muy consistentes y los pronósticos son difíciles de realizar. Tampoco es fácil ilustrar los vínculos micro y macro entre actores participantes y aspectos estructurales. La innovación no es sólo la conversión de una idea en un producto, servicio o forma social, sino el resultado de diversos factores que intervienen desde la generación a la adopción. Las virtudes y limitaciones de los modelos sistémicos dependen por tanto de cómo conceptualizan los factores sociales y los mecanismos que supuestamente intervienen en el proceso de innovación. Como se verá más adelante, en su mayor parte se han limitado a una serie de políticas y organizaciones especializadas en el conocimiento.

A pesar de su escasa capacidad explicativa, los modelos utilizados para describir los procesos de innovación proporcionan algunos elementos útiles para definir la innovación como fenómeno social distintivo con otros tres rasgos que, junto a los anteriores, completan la definición. A saber:

2 Un análisis crítico de los modelos utilizados en los estudios sobre la innovación puede verse en Godin (2017).

3 Los modelos complejos habituales en otros ámbitos de las ciencias sociales, como los basados en agentes, son aplicados a situaciones muy concretas en los procesos de innovación, sobre todo a la difusión. Ver Kiesling, et al., (2012)

- 4) La innovación es un proceso de acción social. Se debe a la existencia de actos intencionales para crear algo nuevo aceptado por terceros, ya sea en forma de productos o artefactos tangibles, procedimientos, ideas o formas de hacer las cosas. Ello es compatible con que existan efectos no previstos o innovaciones espontáneas resultado de la casualidad, como se verá más adelante.
- 5) La innovación es un proceso relacional donde se combinan comportamientos de agentes individuales y colectivos que intervienen en la creación, uso y difusión de productos materiales y simbólicos.
- 6) La innovación es contingente. Tiene un valor distinto dependiendo del contexto y de los actores implicados debido a que es producida y adoptada por usuarios con diferentes características.

## LA ELUSIVA RELACIÓN ENTRE INNOVACIÓN Y SOCIEDAD: UNA CRÍTICA DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN

### La naturaleza expansiva de los estudios sobre la innovación

La investigación social sobre la innovación desde hace algunos años está experimentado tendencias de cambio en el rango y en la escala de los temas que estudia. El primer cambio es de carácter horizontal. Se refiere a la variedad de fenómenos sociales relacionados con la innovación que suscitan interés. Durante mucho tiempo el mayor interés estuvo en las conexiones entre ciencia, innovación tecnológica y desarrollo económico. El foco se ponía sobre todo en empresas y organizaciones relacionadas con la I+D, en sectores de tecnologías medias o altas y en las políticas que les afectan. En contraste, en los últimos años los temas de investigación se han expandido a lo que Ben Martin denomina “la cara oculta de la innovación” (Martin, 2016). Se presta más atención a formas de conocimiento diversas mezcladas con I+D y a innovaciones no tecnológicas en una variedad de sectores, empresas y organizaciones. Adquieren más importancia factores que no son fácilmente visibles, como las capacidades, el aprendizaje, las maneras informales de organización y la cultura.

El segundo cambio ha sido en escala y se refiere a la amplitud de las realidades sociales que tienen que ver con la innovación. Si antes se prestaba mayor atención a fenómenos a nivel micro y meso, como son las tecnologías y los establecimientos donde se producen y utilizan, el interés se ha extendido progresivamente a realidades macro tales como sectores de actividad, entornos geográficos, conglomerados socio-técnicos y, más aún, a sociedades en su conjunto. Los principales protagonistas en este cambio han sido los enfoques de los sistemas de innovación. Las versiones referidas a los sistemas nacionales centraban la atención en un conjunto variado de actores (formado por empresas, laboratorios, universidades, gobiernos, etc.), en los vínculos entre ellos (Lundwall, 1992; 2016) y en las instituciones, demostrando cómo estas configuraciones determinan la capacidad de innovación de países y regiones (Edquist, 1997). Otras versiones referidas a los sistemas sectoriales (Malerba, 2004) y regionales (Cooke, et al., 1997; Tödtling, et al., 2011) han mostrado las influencias de la composición de los sectores productivos (Asheim, et al., 2011), las características geográficas de aglomeración y cercanía (Boshma, 2005) y la gobernanza (Borrás y Edler, 2014).

Más recientemente, la perspectiva de los sistemas socio-técnicos trata de mostrar cómo las innovaciones técnicas o económicas no ocurren de manera aislada, sino que son altamente dependientes de combinaciones complejas de elementos en los que los procesos de innovación están enraizados. No sólo asumen que los artefactos técnicos y sus

aplicaciones están influenciadas por factores sociales o económicos de mayor nivel, sino que están íntimamente ensamblados con elementos técnicos y no técnicos de la economía y la sociedad (Geels, 2004). En la misma línea, la nueva ola de estudios sobre la innovación está más preocupada por observar cómo la innovación está relacionada con factores sociales tales como las formas de vida, el consumo, el trabajo y la participación social, entre otros, y también está más alineada con la responsabilidad social de la innovación respecto a retos sociales a gran escala, como los problemas medioambientales y la desigualdad (Schot y Steinmueller, 2018).

En resumen, se puede decir que la relación entre innovación y sociedad es un binomio que atrae mucho interés. Sin embargo, esta transformación en objetivos sustantivos no se ha acompañado de una evolución acorde en conceptos y metodologías. Ello se debe a la peculiar configuración de las comunidades científicas en los campos de especialización interdisciplinar que se dedican a estos asuntos y a algunas de las asunciones de fondo desde las que se ha observado la innovación. Las principales lagunas tienen que ver con la división disciplinaria, con el sesgo normativo y con la dispersión conceptual.

### Algunos problemas en el estado de la investigación

Una primera laguna se encuentra en la colaboración entre disciplinas. Los estudios especializados se caracterizan por la presencia de grandes “campos de investigación”. Es decir, áreas de estudio de carácter multidisciplinar, resultado de la confluencia de distintas corrientes en torno a temas de investigación comunes. Se les reconoce por el predominio de paradigmas, referencias intelectuales compartidas, problemas de investigación preferentes y algunas instituciones comunes, como asociaciones y conferencias (Whitley, 2000)<sup>4</sup>.

El más influyente es el de los llamados Estudios sobre la Innovación, conocidos en inglés como *Science Policy and Innovation Studies*, o de manera resumida como *Innovation Studies* (IS).<sup>5</sup> El foco ha estado en las conexiones entre tecnología, capacidades productivas y desarrollo económico. Sus principales influencias provienen de los trabajos ya citados de Joseph Schumpeter. Desde los años 1980 han crecido como resultado de la convergencia de varias tradiciones de las ciencias sociales interesadas por la ciencia, la I+D y la innovación de manera orientada a informar las políticas públicas (Martin, 2012; Martin, et al., 2012). La producción científica de referencia de este campo muestra que el núcleo central de conocimiento está formado por tres corrientes: la economía evolucionista, la teoría de los recursos de la empresa y el enfoque de los sistemas de innovación. También tienen importancia algunas corrientes del desarrollo regional y de la teoría de las organizaciones (Rossetto, et al., 2018; Fagerberg, et al., 2013; 2005).

La composición disciplinaria corresponde mayoritariamente a economistas de la corriente evolucionista. Debido a que la innovación es un fenómeno difícilmente reducible al modelo de comportamiento utilitarista racional en condiciones de equilibrio de mercado, la corriente principal de la economía no está muy presente en este campo. La economía evolucionista parte de una concepción dinámica que otorga importancia a las fuerzas endógenas que facilitan el aprendizaje y la adquisición de capacidades, sobre todo a través de la creación de organizaciones, y que funcionan como motor de transformación creativa (Romer, 1986). Este enfoque heterodoxo ha facilitado el intercambio con otras disciplinas,

4 Otros campos de carácter multidisciplinar que se ocupan de la innovación son los estudios cuantitativos basados en la información sobre ciencia, tecnología e innovación, los estudios sobre organizaciones y los estudios sobre emprendimiento, a los que aquí se hace referencia por razones de espacio.

5 Este trabajo se encuadra en el campo de los IS debido a que es el mayoritario en el estudio de la innovación, mientras que el campo STS se centra sobre todo en ciencia y la tecnología, aunque es necesario reconocer que existe una variedad interna dentro de cada uno.

sobre todo geógrafos de la economía y profesionales del *management*. Existe una menor presencia de antropólogos, sociólogos y psicólogos sociales, lo que resulta también en menos estudios sobre la cultura y la estructura social a partir de teorías y conceptos empleados habitualmente por estas disciplinas.<sup>6</sup>

Esta peculiar composición disciplinaria da lugar a algunos sesgos tanto en la elección de los temas como en cuestiones normativas. Los temas centrales de los IS han sido los determinantes de la innovación en la empresa, las dinámicas de las organizaciones especializadas en la producción, distribución y aplicación de conocimiento, y la composición de los sistemas de innovación formados por conjuntos de organizaciones y las instituciones que les afectan (Morlacchi y Martin, 2009). Comparativamente existen pocas publicaciones sobre las consecuencias no previstas o indeseadas de la innovación (Sveiby, 2016). En muchos trabajos subyace un sesgo positivo en el tratamiento de la innovación, lo que en ocasiones contribuye a reforzar un “discurso pro-innovación” (Godin y Vinck, 2016). Es decir, considerar a la innovación como una actividad dotada de legitimidad que debe perseguirse en el ámbito público y en el privado debido que se asume que tendrá consecuencias eminentemente beneficiosas en términos colectivos<sup>7</sup>.

Este sesgo está siendo corregido por un grupo emergente de estudios críticos que presta mayor atención a asuntos como la resistencia a la innovación y los impactos medioambientales y sociales negativos (Godin y Vinck, 2016). Sin embargo, las agendas de investigación no van en el mismo ritmo a la hora de dilucidar la relación entre innovación y problemas sociales. Cozzens y colaboradores han llamado la atención sobre la escasa visibilidad de las desigualdades provenientes de los procesos de innovación en zonas del mundo con distintos niveles de desarrollo y también dentro de los países desarrollados (Cozzens y Takhur, 2014; Cozzens y Kaplinsky 2010). En lo referido a los antecedentes de la innovación, algunos fenómenos sociales tampoco son frecuentes en la agenda de investigación. Por ejemplo, el poder como dimensión constitutiva de la realidad social es virtualmente inexistente en los marcos de análisis sobre los sistemas de innovación. Otro concepto poco presente es el de clase social<sup>8</sup>. En lo referido al tratamiento de las instituciones, suelen considerarse como “las reglas formales o informales del juego” que constriñen o facilitan la acción de los agentes individuales y colectivos (Nelson, 2008). Las instituciones entendidas de esta manera mezclan aspectos de la realidad muy diferentes. Es difícil delimitar el papel de las leyes, las regulaciones y las políticas, frente a realidades culturales como los valores, las normas informales, los repertorios cognitivos y las rutinas, tanto dentro como fuera de las organizaciones del sistema (Edquist, 2005). Ello se debe en gran medida a que las especialidades que han suministrado las bases de conocimiento no están equipadas con conceptos específicos para capturar algunos fenómenos de naturaleza social.

Por otra parte, los IS se han diferenciado progresivamente de los Estudios sobre Ciencia y Tecnología o *Science and Technology Studies* (STS), el otro gran campo interdisciplinar de referencia. Aunque sus orígenes son comunes con el anterior, las bases cognitivas

6 Fagerberg y Verspagen (2009) señalan en un estudio por encuesta que la composición disciplinaria corresponde a 58% de economistas, 9% de ingenieros, 8% de geógrafos, 6% de profesionales del *management*, 5% de sociólogos y un 14% restante de politólogos, psicólogos y otras disciplinas. Las obras más citadas provienen de la economía evolucionista y de los enfoques de los sistemas de innovación. Sin embargo, entre los trabajos más citados se encuentran algunos de sociólogos que se ocupan de la difusión, sobre todo los de Everett Rogers y James Coleman (Fagerberg et al., 2013).

7 Este discurso está especialmente presente en las políticas públicas y en la gestión de la innovación. Tiende a ver la innovación como un proceso racional, en el que los inputs y los resultados pueden diseñarse mediante la planificación de algunos elementos, generalmente recursos humanos, inversión y regulaciones especializadas que resultarían en unas “condiciones marco” favorecedoras (Godin, 2010)

8 Sí existe una incipiente literatura en el análisis de procesos de desigualdad relacionados con el género. Por ejemplo, Alsos, et al, (2016)



se han ido conformando en torno a algunos principios distintivos: la construcción social del conocimiento y la tecnología, la emergencia de la tecnociencia como resultado de la interrelación de ciencia, tecnología y cultura, y la capacidad performativa de la tecnociencia en el surgimiento de nuevas formas sociales (Williams y Edge, 1996; Jasanoff, et al., 1995; Martin, et al., 2012). En lo referido a la composición disciplinaria, participan principalmente historiadores de la ciencia, filósofos, sociólogos, antropólogos y una variedad de investigadores de disciplinas científico-técnicas interesados por los procesos culturales de la ciencia y la tecnología. Los sociólogos se han decantado en mucha mayor medida por este campo al tiempo que han abandonado el primero<sup>9</sup>. Otras ramas de la sociología donde la innovación ocupa un papel importante, como la sociología económica o la del trabajo, se han mantenido como especialidades distintivas con escasas conexiones con los dos campos citados.

Los rasgos identitarios de los STS también afectan a la agenda para investigar ciertos fenómenos sociales relacionados con la innovación. En primer lugar, existe un sesgo en temas y herramientas explicativas para entender los procesos de innovación de diversa naturaleza más allá de las tecnociencias. Predomina una interpretación crítica y reflexiva que da mayor importancia al impacto de la ciencia en el poder, las identidades y las nuevas formas de vida social. Sin embargo, para observar estos problemas se privilegian las tecnologías de base científica más disruptivas. Se presta menos importancia a las innovaciones de carácter económico, organizativo o comercial que aparecen interrelacionadas con las anteriores. Y, sobre todo, apenas se ocupan de la innovación más allá de la I+D en comparación con el campo de los IS. En segundo lugar, debido a que una preocupación habitual de esta corriente es cómo el conocimiento se construye, cuando estudian la innovación prestan más atención a aspectos micro y a metodologías interpretativas. Se preocupan de cómo los actores sociales entienden y moldean la tecnología en lugares concretos, como laboratorios, más que por las condiciones en las organizaciones y en los sistemas de innovación.

## La emergencia de los estudios sobre innovación social

Conviene tratar de manera diferenciada el conjunto de trabajos conocidos como “innovación social”. Es una corriente emergente en los últimos años, que engloba versiones muy distintas entre sí, y que este trabajo sólo trata brevemente debido a los problemas que plantean algunas de sus versiones desde un punto de vista sociológico. Entre las múltiples definiciones de la innovación social, es útil partir de las que se encuentran en dos extremos.

Por una parte, las versiones más restringidas de la innovación social se suelen encuadrar en la mencionada tradición de los IS. Las innovaciones sociales serían nuevas soluciones (productos, servicios, modelos, procesos, etc.) que simultáneamente ayudan a satisfacer una necesidad social más efectivamente que las soluciones existentes. Mejorarían las capacidades sociales y facilitarían un mejor uso social de los recursos<sup>10</sup>. Las innovaciones sociales son, en suma, las beneficiosas para la sociedad. La diferencia de estos estudios se encuentra, por tanto, en la orientación normativa y en la preocupación por los impactos sociales. Centran sus preocupaciones en observar cómo la utilización de conocimientos puede mejorar las condiciones de vida, la pobreza, la cultura, la polución y otras muchas facetas (Mulgan, 2007). Esta sensibilidad vendría a corregir los sesgos pro-innovación de la mayoría de los estudios de décadas anteriores, lo que también

<sup>9</sup> De los 20 trabajos más citados en los manuales de referencia en este campo, dos tercios corresponden a la sociología del conocimiento científico (Martin, et al., 2012). Los sociólogos más citados son Latour, Woolgar y Knorr-Cetina.

<sup>10</sup> Esta es la definición sintética aportada por el proyecto TEPISIE. Para éste y otros proyectos de la Unión Europea sobre innovación social ver <https://www.siceurope.eu/about-sic/what-socil-innovation/what-social-innovation>

implica prestar atención a una variedad de procesos más allá del ámbito de la economía y la administración con metodologías alternativas. Desde este punto de vista se pueden encontrar numerosas versiones de la innovación social referidas a gestión social de organizaciones, responsabilidad social corporativa, cuestiones ambientales, integración social y un largo etcétera (Edwards-Schachter y Wallace, 2017).

Por otra parte, existen otras versiones amplias que incluyen cosas muy variadas en la noción de innovación social. Por ejemplo, las modalidades más comprehensivas conciben la innovación social como un proceso de “empoderamiento” y movilización social que apunta a una transformación del funcionamiento de un sistema social en términos de relaciones entre grupos de interés y distribución de recursos materiales e inmateriales (Moulaert, 2016). La variedad de definiciones y aproximaciones teóricas que se encuentran en esta versión amplia aún tienen escasa consistencia como campo de investigación estructurado y han estado bastante influenciadas por las demandas de la Unión Europea para orientar políticas públicas (European Commission, 2013). De momento se trata de un conjunto de aportaciones que tienen poco que ver entre sí (Van der Have y Rubalcaba, 2016). En algunos casos reflejan una nueva manera de nombrar programas de investigación que existen desde hace años. Desde este punto de vista, es habitual encontrar numerosos títulos sobre innovación política, institucional, urbana, regional o ambiental que únicamente coinciden en que se refieren a nuevas formas de hacer las cosas que supuestamente tienen algún beneficio (Pol y Ville, 2009).

De momento las corrientes amplias de la innovación social no aportan mucho en claridad conceptual y herramientas analíticas. Se pueden resaltar dos problemas al respecto. El primero es la mezcla conceptual que proviene de considerar como innovaciones fenómenos sociales en varios niveles, desde arreglos organizativos en comunidades pequeñas hasta grandes movimientos sociales y revoluciones. Llevado al extremo, el objetivo de estudio de la innovación social sería todo cambio social de tipo positivo. El segundo es la estrategia adoptada para explicar las causas y las consecuencias de la innovación. Al incluir diversos fenómenos sociales dentro del término innovación social, nos encontramos con el problema de decidir qué elementos la explican. Esto dificulta distinguir entre realidades sociales que están mezcladas con las innovaciones, y que dependiendo de lo que se entienda por innovación, en algunos casos pueden funcionar como antecedentes y en otros como consecuencias. Aquí no se aborda específicamente el problema de la innovación social, aunque se ofrecen algunos elementos analíticos que ayudan a establecer las relaciones entre innovación y otros fenómenos sociales.

En conclusión, desde el surgimiento de los campos IS y STS en década de 1980 la colaboración entre los profesionales ubicados en uno y otro ha sido escasa<sup>11</sup>. La emergencia de la innovación social no ha contribuido a una mayor integración. Un efecto de la división es la dispersión de los conceptos utilizados habitualmente en el estudio de la innovación. Es frecuente el olvido selectivo de conceptos que están bien desarrollados por algunas disciplinas desde hace décadas, lo que hace difícil la comunicación y la acumulación de evidencias. Se necesita de una mayor integración de enfoques y conceptos para observar las dinámicas sociales de la innovación. En los siguientes apartados se especifican algunas contribuciones procedentes de la sociología que pueden ayudar a este esfuerzo multidisciplinar.

<sup>11</sup> Una razón importante para la separación se debe a las diferencias epistemológicas en la concepción de la ciencia y la tecnología. El campo STS se desarrolla a partir de la década de 1970 en torno al enfoque constructivista compartido por la sociología del conocimiento científico y otras disciplinas humanísticas (Collins, 1983). Además, estas diferencias se extienden a la concepción de fondo de las ciencias sociales (ver Edge, 1995). Se suele achacar un sesgo “positivista” a muchos de los trabajos que se ocupan de la innovación desde el otro campo. En los STS apenas se citan autores encuadrados en los IS, aunque al contrario, algunas obras de referencia de los STS aparecen citadas en mayor medida por los IS (Fagerberg, et.al, 2013).



## EL SIGNIFICADO SOCIOLOGICO DE LA INNOVACIÓN

Los campos de investigación citados aún no han logrado un grado de integración disciplinar que permita adoptar un punto de vista unificado sobre el comportamiento relacionado con la innovación. Toman prestados modelos de otras disciplinas o hacen re combinaciones *ad hoc* adaptadas a la situación. Ello se debe a que las ciencias sociales aún no disponen de suficiente cohesión cognitiva para analizar cómo las personas actúan en sociedad. Se ven obligadas a utilizar modelos de comportamiento que son compatibles con concepciones de fondo de la conducta. Estas concepciones consisten en meta-asunciones previas a la observación. Se puede decir que son “lentes cognitivas” que están antes de las teorías (Portes, [2010] 2013). Tienen un alto grado de generalidad, se pueden aplicar a numerosas situaciones y no se formulan a modo de hipótesis que puedan refutarse. Unos no son mejores ni peores que otros. Su valor radica en que hacen hincapié en ciertas características de los hechos y del comportamiento que permiten estudiarlos más en detalle. Ejemplos de estas asunciones son el modelo de conducta racional del utilitarismo económico citado antes y los enfoques psicológicos centrados en los rasgos individuales y las emociones.

La utilización de distintas lentes cognitivas provoca que aún tenga sentido hablar de aproximaciones disciplinarias en el estudio de la innovación. Existe una economía o una psicología de la innovación en tanto que emplean principios metateóricos específicos que son útiles para algunos de sus propósitos<sup>12</sup>. Desde este punto de vista, también existe un enfoque sociológico específico sobre la innovación. Se basa en una serie de elementos que son ampliamente compartidos por la sociología (un *canon* sociológico, si se quiere) más allá de la diversidad de paradigmas y teorías para interpretar el mundo social. Son asunciones de la disciplina que funcionan como bases cognitivas para responder a algunos problemas, al menos hasta que sean superadas por otras que resulten más efectivas. Los principales elementos del *canon* se refieren a la manera de conceptualizar la acción social, a las consecuencias de dicha acción y al conjunto de factores a los que se presta atención para explicarlas. Además, en el caso de la innovación un principio importante es la manera de entender el conocimiento.

### La innovación como acción social

La primera asunción es la interpretación de la innovación como un tipo de acción social. La posición clásica del concepto de acción social se encuentra en las conocidas ideas de Max Weber, para quien la acción es la conducta que posee un significado subjetivamente intencional (Weber, [1922] 1986). Esta concepción implica que los actores tienen propósitos o intenciones a la hora de elegir una acción, junto a la capacidad de usar algún criterio para decidir el curso emprendido. De los tipos de acción propuestos por Weber, comparten la intencionalidad la de tipo “instrumental con respecto a fines”, y la de tipo “axiológico con respecto a valores”, frente a las acciones tradicionales y afectivas, guiadas principalmente por los hábitos y las emociones. Mientras que la acción racional está basada en la valoración de la estructura de medios y fines dirigida a la consecución de objetivos, la valorativa no está sometida al cálculo de costes y beneficios, sino que se dirige a la búsqueda de un bien trascendental sustentado en una base de valores preexistente.

Un siglo después de las aportaciones de Max Weber aún está por realizarse una síntesis teórica que aúne satisfactoriamente ambos principios. Sigue siendo muy difícil responder a la pregunta sobre cuál será la acción que adoptarán las personas ante una situación

<sup>12</sup> Otras disciplinas de las ciencias sociales se caracterizan en primer lugar por los objetos de estudio, para los que disponen de conceptos especializados, teorías y un cuerpo de conocimiento distintivo en torno a ellos (Abbott, 2001).

(Linares, 2018). Este problema también existe en el tratamiento de la innovación como acción social. Ahora bien, lo importante para este trabajo es reconocer que el concepto de acción social es una herramienta útil para el estudio de la innovación. Asume que los actores son racionales, en el sentido de que buscan metas utilizando medios expresamente seleccionados, pero que no están socialmente atomizados, sino que existen relaciones en cada una de las etapas del proceso en el que intervengan. Los desarrollos modernos de la teoría de la acción reconocen que la conducta debe explicarse de acuerdo con la intención del actor, el significado atribuido y las condiciones objetivas en la que se produce. Ello implica tener en cuenta la combinación de los deseos, las creencias y la estructura de oportunidades (Shilling, 1997; Coleman, 1994).

Este principio tiene varias implicaciones para el estudio de la innovación. La primera es la trazabilidad de la acción humana. Es difícil considerar como innovaciones cosas que no vayan asociadas a cierto tipo de acciones, independientemente de que sean o no previstas, como ser verá más adelante. Estas acciones pueden orientarse a la búsqueda de rentabilidad, asociada a los beneficios económicos y las transacciones mercantiles, pero también pueden estar regidas por la introyección de valores y por cualquier tipo de consideraciones morales. Por tanto, la innovación abarca el espectro de acciones tratadas por la teoría social, como la acción normativa, la acción comunicativa y los varios tipos de acción colectiva (Hellstrom, 2004).

La segunda implicación es que la búsqueda de novedades útiles interactúa con otras metas de carácter individual que dependen de la opinión e intereses de otros. Los efectos de las innovaciones se distribuyen desigualmente. Las innovaciones exitosas pueden dar lugar a acumulación de riqueza, influencias e intereses en oposición. Es importante tener en cuenta los factores que constriñen o favorecen las acciones de grupos de personas. Por ello, el estudio sociológico de la innovación implica tener en cuenta la dimensión del poder, es decir, la capacidad de llevar a cabo a propia voluntad, aún contra la resistencia de los demás<sup>13</sup>. Asumir un punto de vista conflictual a partir de las diferencias sociales que dan lugar a distintos grados de poder es parte constitutiva de la visión sociológica de la innovación. Ello obliga a tener en cuenta el acceso a recursos que lo facilitan o lo restringen.

Una tercera implicación es que en cualquier tipo de acción los individuos se encuentran inmersos (o incrustados) en conjuntos de relaciones formadas por vínculos entre las personas (Granovetter, 1985). Los vínculos sociales están organizados en forma de redes que tienen efectos sobre el comportamiento. Para el estudio de la innovación este principio es importante debido a que a través de los vínculos pueden circular recursos materiales, creencias, influencias o expectativas que facilitan o dificultan la innovación (Powell y Oberg, 2017). En particular, los individuos tienen expectativas sobre el comportamiento de otros y creencias sobre qué expectativas tienen otros sobre su comportamiento. También tienen posibilidades de influir sobre otros a través de aprobación o desaprobación social. Ello provoca que el comportamiento esté limitado por las expectativas de reciprocidad, y que los actores limiten sus acciones ante creencias o ante las amenazas negativas.

### ***Algunos límites del concepto de innovación como acción social***

Entender a la innovación desde el punto de vista de la acción social nos lleva a una pregunta importante, habida cuenta de la diversidad de acciones: ¿podemos considerar cualquier acción basada en el conocimiento como innovación? El sentido común nos dice que

<sup>13</sup> Se parte de la definición clásica de Max Weber, en la que el poder es algo diferente a la influencia, que es la capacidad de incitar modelos de acción en otros. Una comparación de las concepciones del poder en torno a las organizaciones, realizada a modo de entrevista a cuatro sociólogos contemporáneos, puede verse en Courpasson y Golsorkhi (2011).

no. Entonces, ¿cuáles son los límites? En los IS este asunto se resuelve tácitamente cuando se restringe a la tecnología, a la producción de bienes y servicios y a las organizaciones. Como se ha visto, el problema surge cuando nos trasladamos al mundo de la innovación social. Para evitar el riesgo de terminar en un programa de investigación inabarcable es conveniente limitar los fenómenos a los que nos referimos. La solución no es fácil debido a que los estudios sociales de la innovación aún no han resuelto el problema conceptual de su objeto de estudio. La expansión del rango y la escala de los fenómenos de interés se ha producido sin tener muy en cuenta a otras corrientes que sí se han ocupado de estos asuntos desde hace décadas.

Por ejemplo, en la teoría sociológica encontramos distinciones analíticas útiles. Un buen punto de partida es la conocida clasificación de los tipos de la acción social empleada por [Robert Merton \[1968\] \(1996\)](#) para establecer las condiciones de la anomia de acuerdo con la legitimidad de los fines considerados deseables y los medios aceptados para perseguirlos. Las personas pueden aceptar o rechazar metas sociales que son culturalmente deseables. Y también pueden aceptar o rechazar medios considerados aceptables para conseguirlos. La combinación de ambas dimensiones da lugar a la célebre tipología que refleja las cinco adaptaciones a este dilema: los “conformistas” son la categoría más habitual en cualquier sociedad. Son los que se ajustan a los medios y a las metas del orden social. Los “innovadores” son los que aceptan metas socialmente aprobadas, pero no necesariamente los medios, sino que utilizan medios nuevos y poco convencionales para obtenerlos. Ambos difieren de los “rebeldes”, que rechazan tanto los fines culturalmente establecidos como los medios y tratan de crear un orden social alternativo, y de los “ritualistas”, que siguen las prácticas socialmente aprobadas, con escasas preocupaciones sobre la consecución de fines.

A pesar de su simplicidad y de las críticas surgidas posteriormente en torno a la construcción de lo que se considera aceptable o legítimo ([Deephouse y Suchman, 2008](#)), esta tipología básica ayuda a acotar las innovaciones en comportamientos que emplean recombinaciones alternativas de nuevos medios para obtener objetivos que no están prohibidos por la ley o por normas culturales profundas. Ello no significa adoptar una visión funcional. La acción innovadora puede generar cambios sociales disruptivos que están sujetos a conflictos sociales por el control de poder o de recursos económicos dentro de límites legítimos. Esta distinción recomienda por tanto excluir del estudio de la innovación a las conductas ilegales o divergentes de las que se ocupan otras corrientes de las ciencias sociales (el crimen, las guerras, las revoluciones violentas, etc.), aunque algunas de ellas puedan resultar en innovaciones.<sup>14</sup> Por otra parte, tiene la virtud de que no sólo es aplicable a la innovación tecnológica. No todas las innovaciones están basadas en artefactos de tipo físico, como la maquinaria, los instrumentos o el software. Existen innovaciones de tipo social referidas a fenómenos simbólicos, formas de organizar y hacer las cosas y reorganizaciones de roles y relaciones sociales, tanto de tipo formal como informal.

Sin embargo, la vertiente social de la innovación nos enfrenta a la cuestión de la escala de los fenómenos sociales que se quieren considerar. Los cambios basados en el conocimiento pueden extenderse a una inmensa gama de realidades de todo tipo, como los movimientos sociales, las políticas, las manifestaciones culturales y otros muchos procesos de reestructuración y cambio social a gran escala que se desarrollan en los cauces aceptados de conflictividad social. Abarcar realidades complejas de este tipo con la limitada gama conceptual disponible de momento en los estudios específicos sobre innovación social es una empresa poco realista. En las ciencias sociales existen disciplinas

<sup>14</sup> Esto mantendría a la sociología de la innovación en las áreas estructuradas de la vida social de acuerdo con valores, normas y principios que rigen en su organización. Algo parecido a lo que ocurre con la sociología económica y con la sociología de la ciencia.

y especialidades que se ocupan de muchos de estos fenómenos con sus correspondientes teorías, conceptos y evidencias empíricas. Algunos de ellos se pueden tratar como formas de innovación. Pero estudiarlos sin tener en cuenta el conocimiento acumulado conduce a un olvido selectivo exagerado. Una mayor colaboración puede ser un terreno fructífero para fertilizaciones cruzadas que resulten en enfoques de alcance medio, aunque una integración de disciplinas que abarque las múltiples innovaciones sociales parece poco viable.

La respuesta respecto a cómo acotar el campo es una opción práctica más que teórica. De momento parece más factible limitar el estudio sociológico de la innovación al ámbito de las innovaciones materiales y simbólicas concretas, así como al mundo de las organizaciones y a las redes e instituciones sociales que proveen de bienes y servicios, tanto las que son diseñadas como las que son producto de relaciones sociales más primordiales<sup>15</sup>. La decisión de adentrarse en otros terrenos dependerá de las capacidades de la investigación para abordar adecuadamente innovaciones de fenómenos macro sociales en el mundo político, económico, legal y social en general a partir de la colaboración interdisciplinar evitando comenzar desde cero.

## Las consecuencias no intencionadas de la innovación

La segunda asunción de la perspectiva sociológica de la innovación es el escepticismo respecto a dos asuntos: la visión lineal que conecta las innovaciones con las metas deseadas y las bondades atribuidas a la innovación, incluyendo la visión funcional que pretende explicarla través de sus consecuencias benéficas. Al contrario, las interacciones y las estructuras sociales pueden dar lugar a algo bastante diferente de lo que se había anticipado y a efectos que escapan a las capacidades de intervención de los actores que las originaron. Esto ocurre precisamente porque las acciones están socialmente incrustadas. Cuando las acciones aparecen entrelazadas, constituyendo un sistema, las consecuencias de cada acción individual se ramifican y encadenan sobre las demás acciones, sumándose o restándose entre sí. De este modo, toda acción produce consecuencias múltiples no intencionadas. Serán más numerosas cuanto mayor sea la vinculación de la acción en un sistema. Es decir, cuanto más social sea un agregado de individuos.

Este principio es de gran importancia debido a que la innovación, al abarcar múltiples tipos de acción y procesos sociales, está sujeta a prácticamente todas las variantes que provocan las diferencias entre los fines perseguidos por los actores y las metas alcanzadas. Entre ellas se encuentran varios tipos documentados por la investigación <sup>16</sup> que son especialmente útiles para el análisis de la innovación.

Un primer tipo consiste en acciones que tienen consecuencias de las que los actores no son conscientes (o bien que son irrelevantes para los actores) cuyos efectos responden a una lógica de acumulación. Un ejemplo con trascendencia a nivel macro social se encuentra en las desigualdades económicas provocadas por algunas innovaciones. Son evidentes los nuevos procesos de redistribución de la riqueza y acumulación de capital debidos al gran éxito económico de innovaciones tecnológicas u organizativas. En los últimos años se han agravado los procesos de polarización entre países en distintas posiciones respecto las tecnologías emergentes (Cozzens y Takhur, 2014) y los procesos de acumulación y diferenciación social dentro de regiones y países (Breau, et al., 2014), lo que a la larga puede provocar un freno a la inversión productiva y al consumo.

<sup>15</sup> Un ejemplo es la cooperación comunal que provee de bienes públicos estudiada por Ostrom (2005), a lo que se puede considerar como un caso de innovación social de tipo informal.

<sup>16</sup> La investigación sobre consecuencias no intencionadas ha documentado varios mecanismos que entran en juego a la hora de diferenciar entre acciones y resultados. Ver Boudon [1977] (1980). Una comparación de las distintas tipologías se encuentra en Cristiano (2011).

Un segundo tipo de efectos tiene que ver con el surgimiento de condiciones en el curso de una actividad que puede dar lugar a estados finales que son cualitativamente diferentes, si no opuestos, a los que se esperaban. Ello ocurre cuando los actores desplazan las metas durante la realización de una actividad. Un ejemplo relacionado con el anterior se encuentra en las grandes corporaciones tecnológicas. Si bien algunas empresas favorecían la producción de innovaciones radicales de bienes o servicios con alta aceptación social, el crecimiento ha desembocado en concentraciones de capital que dan lugar a un cambio en la lógica de la acción. Las grandes corporaciones tecnológicas comienzan a actuar de manera monopolista para salvaguardar su posición dominante, lo que puede convertirse en barreras al surgimiento de nuevos actores y al desarrollo de nuevas tecnologías más eficientes (Muzzucato, 2013).

Un tercer tipo de efectos se encuentra en las lógicas de agregación e interdependencia que lleva a los actores a comportarse de una manera que da lugar a cambios cualitativos respecto a las condiciones iniciales. El ejemplo típico se encuentra en los problemas de carácter medioambiental resultado de las innovaciones. En los últimos años los nuevos procesos de fabricación y distribución en red han permitido el acceso generalizado a una gran cantidad de productos que incorporan tecnología y diseño (prendas de vestir, electrónica personal y doméstica, decoración, utensilios de aseo personal, etc.), que gracias a su bajo precio pueden producirse de manera masiva dirigida a la rotación continua, y que dan trabajo a una parte importante de la población (Koops, et al., 2016). Aunque puedan preverse los resultados de generación de residuos y consumo de recursos naturales, la estructura de intereses de los actores participantes impide una coordinación de acciones que la revierta y mitigue los efectos (Sveiby, 2016). El estudio de este tipo de consecuencias no intencionadas que surgen en sistemas de innovación complejos, difíciles de observar y prever a simple vista, junto a las condiciones institucionales que puedan mitigarlas, son uno de los retos de la investigación social sobre la innovación.

## Conocimiento e innovación

La tercera asunción de la perspectiva sociológica es la manera de aproximarse al conocimiento. El conocimiento es un ingrediente fundamental en la definición moderna de innovación. Es una capacidad humana distintiva que constituye el recurso crítico. Ahora bien, uno de los problemas fundamentales es la extrema complejidad para abordar la relación entre los distintos tipos de conocimiento, su aplicación y adopción, y sus consecuencias en la práctica: ¿a qué conocimiento debemos prestar más atención? ¿A la ciencia y a sus desarrollos tecnológicos? ¿También a otros tipos de conocimientos tácitos enraizados en el mundo social? ¿Cómo abordar la relación entre estos tipos de conocimiento? Muchos análisis han venido señalando que la innovación también se nutre del conocimiento social y del artístico/cultural (Pratt, 2017).<sup>17</sup> Esto resulta especialmente relevante para entender la innovación que no se nutre de la I+D o de la innovación en ámbitos como los servicios. Para este propósito es útil considerar al conocimiento como “capacidad de acción” (Adolf y Stehr, 2014) como una parte de la condición humana asociada a la cognición que sirve para orientar la práctica en cualquier situación. El conocimiento no sólo es un producto acumulado o un factor de producción, sino que es algo enraizado en la acción. Desde este punto de vista, la transformación de conocimiento en valor a la que se refieren las nociones habituales de la innovación es aplicable a los distintos tipos de conocimiento que pueden incorporarse a dispositivos científicos y tecnológicos, producción de bienes y servicios, arreglos organizativos y productos culturales.

<sup>17</sup> De hecho, la nueva versión del Manual de Oslo (OCDE, 2018) otorga una importancia superior que en el pasado a la innovación no tecnológica, cuyas fuentes también se encuentran en la combinación del conocimiento científico con otra serie de conocimientos, habilidades, recursos y capacidades cognitivas.

Este punto de vista tiene importantes implicaciones a la hora de conceptualizar la innovación y sus relaciones con los tipos de conocimiento predominantes. En primer lugar, la innovación se basa en las habilidades humanas basadas en la cognición en aquellas combinaciones disponibles en cada contexto social, que adopta formas distintas en cada tipo de sociedad a lo largo de la historia. Dada la importancia de la ciencia y la tecnología en las sociedades contemporáneas, la innovación tecnológica es esencial en los procesos de innovación actuales, aunque, al mismo tiempo, tanto la creación de conocimiento como su aplicación y difusión están sujetos a una combinación de elementos cognitivos, habilidades sociales y prácticas acumuladas que interaccionan con la ciencia y la tecnología. En segundo lugar, la implementación de la capacidad de actuar depende de marcos preexistentes de acción social. La puesta en práctica del conocimiento requiere la capacidad de controlar las circunstancias de la acción. Adicionalmente a los factores de tipo cognitivo, existen otros de tipo legal, técnico y económico, junto a organizaciones y arreglos sociales, que condicionan la innovación. Por ello, la capacidad de innovación depende de las áreas de acción organizadas donde se agrupan combinaciones de conocimiento con otros recursos. Y en tercer lugar, las capacidades de actuar están estratificadas y no aparecen equitativamente distribuidas en la sociedad. Para movilizar la acción no cuenta sólo el *stock* disponible de conocimiento y otras habilidades, sino el acceso al conocimiento y la gestión de cantidades adicionales de conocimiento útiles para hacer cosas. Por ello, los mecanismos de distribución de capacidades son un asunto fundamental que determina la conversión de conocimiento en acción práctica.

Esta concepción amplia ayuda a entender el conocimiento como categoría que activa la capacidad de acción y que es contingente en cada contexto. Cuando se trata de estudiar la situación de países y regiones, es importante prestar atención a la combinación de factores que afectan a la generación y la utilización de diversos tipos de conocimiento para obtener resultados prácticos. Por ejemplo, es posible diferenciar entre tipos de sociedad de acuerdo con el papel que el conocimiento tiene como base de la economía y de la organización social. A la hora de trasladar el conocimiento a la acción, existen cambios cualitativos cuando esta capacidad natural está enraizada en ciertos nichos institucionales. Un primer nivel de cambio cualitativo surge cuando se implantan formas sociales organizadas para producir bienes y servicios acordes con la “economía del conocimiento” (Powell y Snellman, 2004). Se caracterizan por sistemas productivos con una importante presencia de empresas intensivas en I+D en estrecha relación con organizaciones de la ciencia y la tecnología y políticas públicas, si bien la I+D aparece mezclada con conocimientos de distinta índole procedentes de experiencias enraizadas en la cultura y formas de hacer aprendidas en la práctica. Un segundo nivel de cambio cualitativo surge cuando la capacidad de acción se sustenta en procesos de aprendizaje y creatividad que están enraizados en la cultura, lo que permite una recombinación de conocimientos de una manera constante con carácter reflexivo. Desde este punto de vista, las sociedades más innovadoras serían las que normalizan el cambio continuo como algo asimilado y que se da por sentado como valor cultural (Lamo de Espinosa, 1996). Este modelo de organización social, que permite recombinar de manera continua ciencia y tecnología, producción material y producción simbólica (incluyendo ciencia social y los diversos tipos de arte y manifestaciones culturales), es lo que estaría más cercano a la llamada “sociedad del conocimiento” (Stehr, 1994).

## CULTURA, ESTRUCTURA SOCIAL E INNOVACIÓN

Una vez esbozadas las asunciones básicas de la perspectiva sociológica para analizar la innovación, el siguiente paso consiste en un conjunto de argumentos algo más concretos que son útiles para explicar cómo algunas facetas de la realidad social moldean la

innovación, y para indagar las consecuencias, tanto intencionadas como no, de las acciones relacionadas con ella.

Para ello se parte de una división ya clásica en sociología que distingue entre dos grandes planos de la realidad social: la cultura y la estructura social. La estructura social se refiere al conjunto organizado de relaciones sociales en el que miembros de la sociedad están implicados. Está compuesta de personas que ocupan posiciones, que a su vez son desiguales y están dispuestas de manera jerárquica en forma de clase sociales, redes, jerarquías de estatus y puestos en organizaciones concretas (Merton, 1968; Porpora, 1987; Crothers, 2013). Se define en contraste a la cultura, que se refiere a los aspectos simbólicos de la realidad compartidos por las personas, que abarcan el lenguaje, los valores, los marcos cognitivos, los roles y las instituciones. Esta distinción ha sido utilizada más recientemente por Alejandro Portes para desarrollar un esquema de análisis que facilita su aplicación al mundo de las organizaciones y las instituciones (Portes, 2006; [2010] 2013; Portes y Smith 2012). Una de sus virtudes es que muestra cómo todos estos aspectos no aparecen de manera informe, sino que están interrelacionados entre sí y pueden determinarse vínculos causales entre ellos. Algunos tienen un carácter profundo, están ocultos tras la vida social diaria y cambian muy lentamente, como el lenguaje y los valores, mientras que otros son fáciles de percibir en la superficie del día a día y mutan rápidamente, como algunos tipos de roles y rutinas. En el mundo social este complejo entramado aparece de manera más visible en forma de organizaciones e instituciones (Portes y Smith, 2012).

El división conceptual es útil para para deslindar algunos aspectos de la realidad social relacionados con la innovación y poder estudiar más en detalle procesos específicos. En las siguientes secciones se parte de los principales planos del ámbito de la cultura (valores, normas, repertorios cognitivos y educación) y de la estructura social (clases, ocupaciones y redes sociales) que se pueden distinguir para observar empíricamente sus relaciones con la innovación. Se han seleccionado situaciones y procesos donde tienen un especial papel cada uno de ellos.

Se trata de una mera distinción analítica debido a que todos estos aspectos aparecen unidos y tienen una correspondencia con grupos de personas reales, aunque hay buenas razones para emplearla en el estudio de la innovación. Los procesos de innovación se observan frecuentemente en empresas, en organizaciones especializadas y en las redes que se forman en torno a ellas. Sin embargo, dentro de estas organizaciones y alrededor de ellas existe una realidad social compleja formada por aspectos culturales y vínculos sociales que afectan a sus objetivos y regulaciones formales. Este esquema permite utilizar conceptos mucho más concretos que ayudan a observar las conexiones entre ellas y que son útiles para explicar algunas causas y efectos de la innovación. A continuación, se tratan por separado las influencias que provienen de la cultura y de la estructura social acudiendo a algunos estudios empíricos<sup>18</sup>. Más adelante se abordan al nivel de las organizaciones y de las instituciones.

## Cultura

### Valores y normas

Partir de la base de valores y normas que predominan en una sociedad facilita centrarse en algunos mecanismos explicativos<sup>19</sup>. Los valores y actitudes focalizan en

<sup>18</sup> La división refleja problemas de investigación típicos en las conexiones entre innovación y sociedad que se pueden rastrear en la literatura, aunque normalmente aparecen separados.

<sup>19</sup> Aquí adoptamos la noción más restrictiva de la cultura habitual en la sociología y en estudios sobre organizaciones que se centra



ideales que sirven como guías orientativas de la conducta señalando lo que es deseable y no deseable (Hitlin y Piliavin, 2004).<sup>20</sup> Muchas acciones encaminadas a producir innovaciones no responden a fines concretos prefijados, para los que se sigue un curso de acción instrumental, sino a orientaciones de la acción guiadas por asunciones que se justifican y legitiman por valores compartidos. Pueden funcionar como un recurso para la innovación, o al contrario, pueden condicionarla cuando las valoraciones son negativas. En los procesos de innovación existen valores y agendas contrapuestas que responden a objetivos e idearios distintos. Si los valores mayoritarios son contrarios al comportamiento innovador en algunos campos de actividad, las posibilidades de innovar pueden inhibirse (Švarc y Lažnjak, 2017).

Por otra parte, las normas son reglas derivadas de valores específicos. Se refieren a conductas concretas aplicables a una situación sobre la que existen expectativas que tienen un carácter obligatorio. Aunque empíricamente son difíciles de distinguir de los valores, sus efectos pueden tener un orden de influencias distinto y analíticamente conviene verlas de manera separada. La estructura normativa funciona también como mecanismo explicativo de la innovación. La innovación se desarrolla de acuerdo con una serie de normas y reglas de juego referidas a las novedades que se consideran aceptables y a los comportamientos para implantarlas que también se consideran aceptables. Toda acción innovadora se realiza de acuerdo con un sistema de normas que legitiman el cambio. Establecen los límites cuando se crea o se adopta algo nuevo. Un ejemplo actual se encuentra en el campo de la biomedicina, donde las posibilidades técnicas de las innovaciones biotecnológicas están limitadas por normas éticas (Kowal y Petersen, 2015).

La innovación ocurre en un equilibrio entre la orientación al cambio y la estabilidad de las estructuras políticas y económicas mediada por los valores y las normas que permiten la producción y la vida social en común. En las economías de mercado basadas en la libertad de competencia, los valores predominantes suelen considerar a la innovación como fuente legítima de cambio social. Algunos estudios empíricos muestran cómo valores y actitudes personales que favorecen la apertura al cambio, la tolerancia al riesgo, las novedades y la aceptación de conocimientos diversos tienen efectos positivos en algunos tipos de innovación (Shane, 1993). Existe menos evidencia sobre la acción de las normas, como por ejemplo las sanciones positivas de conductas como las anteriores, frente a las innovaciones de origen ilegal, las imposiciones por la fuerza y los cambios disruptivos (Scott, 1995). Una hipótesis de trabajo interesante señala que las estructuras culturales favorables a la innovación se basan en valores que promueven el cambio basado en la generación y aplicación de nuevo conocimiento en el trabajo, en la educación, en las artes y en otros ámbitos de la vida social organizada, aunque las evidencias son aún limitadas y se reducen a innovaciones de tipo tecnológico y a creaciones culturales (Didero, et al., 2008).

Finalmente, el efecto de las normas no siempre es unidireccional. No toda innovación se realiza de acuerdo a un sistema de normas que legitiman el cambio, sino que en ocasiones la innovación acontece desde la transgresión a la norma. En cualquier caso, es necesario atender a la forma en la que la cultura (los valores o las normas) tienen influencia en la innovación en sus dos direcciones. Esto es, la innovación también genera cambios de valores y de normas. No solo debemos abordarla como un resultado en la generación de valor, sino como la acción social, económica y política que puede modificar la cultura.

---

en aspectos simbólicos concretos que pueden ser aislados para observar su ocurrencia. Para la noción antropológica más amplia de la cultura de la innovación ver O'Brian y Shennan (2019).

<sup>20</sup> Las actitudes y opiniones tienen carácter valorativo, aunque son más concretas: son evaluaciones favorables o desfavorables de objetos concretos en correspondencia con algún tipo de valor



## ***Creatividad y repertorios cognitivos***

Un ámbito más concreto de carácter simbólico es el de las capacidades cognitivas y creativas de las personas. Los marcos mentales y los repertorios cognitivos asociados ayudan a explicar procesos directamente relacionadas con la innovación. Los psicólogos sociales han proporcionado evidencias que ayudan a conectar las características individuales y grupales con los contextos sociales que favorecen la innovación a través del estudio de la creatividad. Un principio de la psicología social de la creatividad es que los individuos creativos, incluso cuando trabajan solos, se encuentran siempre en una relación de influencia con otros (Hennessey y Amabile, 2010). Los niveles de creatividad dependen no sólo de la existencia de individuos con ciertas características, sino también del contexto social y organizativo que les permite adquirirlas a través de motivaciones e incentivos. Los trabajos pioneros de Amabile hacen referencia a la “intersección creativa” de una serie de factores que favorecen la creatividad. Los sujetos deben poseer: 1) habilidades y conocimiento especializado, 2) habilidades para gestionar situaciones complejas problemas, 3) motivaciones específicas respecto a las tareas o actividades que las promueven (Amabile, 2012). Entre ellas, las motivaciones tienen especial importancia para la innovación debido a que determinan el interés de las personas en las acciones a las que se dedican y el grado en que se involucran en ellas. El entorno que lo favorece debe ser capaz de crear un compromiso con sus miembros, ofreciendo tareas que les interesen (la llamada “motivación intrínseca”), y recompensas y controles que estén alineados con las anteriores (la “motivación extrínseca”). Se asume que la combinación de las dos tiene una influencia positiva en la creatividad (Amabile y Pillemer, 2012).

Más recientemente, las aproximaciones socioculturales a la creatividad (Csikszentmihalyi, 2014; Sawyer, 2012) se centran en cómo los comportamientos creativos se refuerzan en varios contextos de interacción. Sugieren que el entorno cultural está conectado con la innovación en la medida en que las fases del proceso (concretadas en actividades dirigidas a crear productos, servicios o ideas nuevas) requieren un grado de reconocimiento social en cada uno de los lugares en los que tienen lugar. Las ideas no sólo deben ser originales, sino apropiadas y reconocidas como válidas en una comunidad de práctica. Y ello tiene importancia en diversos entornos, desde la familia y la escuela, hasta las profesiones y los lugares de trabajo.

Entre ellos, el sistema educativo adquiere un papel importante en la conexión entre creatividad e innovación debido a las cualidades que aporta a las personas, incluyendo habilidades cognitivas, disciplina, entrenamiento y disposición al aprendizaje que son utilizadas para la acción cualquier área de actividad. Un concepto que resume cómo estos elementos simbólicos funcionan como recursos que proveen beneficios es el “capital cultural”, que abarca las credenciales educativas, las competencias culturales y los repertorios de habilidades (Bourdieu, 1986). Al nivel de individuos, la educación es la base para el futuro desarrollo de competencias y habilidades. Funciona también como un indicador de futuras capacidades, lo que facilita el acceso y al mundo del trabajo y a contactos sociales. A nivel agregado, los titulados que proporciona el sistema educativo a través de la formación profesional son considerados como el recurso primario para la innovación en la medida en que las sociedades del conocimiento descansan en fuerza de trabajo cualificada y flexible en una gran cantidad de sectores (Toner y Woolley, 2016). La educación superior es lo que proporciona al sistema de innovación titulados que actúan como “aceleradores” (Lundvall, 2008) que llevan los conocimientos a los lugares de trabajo.

Sin embargo, el capital humano contenido en las personas no es suficiente para promover que la creatividad y las ideas se desarrollen. La capacidad de acción requiere complementarlo con posiciones que reúnan las condiciones adecuadas para producir

desde bienes y servicios, hasta nuevas políticas públicas o arreglos sociales. Un campo especialmente fructífero para los estudios de la innovación es la conexión entre la afluencia de factores que favorecen la creatividad con las áreas de actividad organizadas basadas en el conocimiento (sectores industriales, creativos y artísticos, junto a educación, I+D y otras políticas públicas) en países o regiones. El problema en la investigación empírica suele ser estar en las posibilidades de establecer puentes entre el nivel societal como agregado de individuos y el conjunto de organizaciones concretas que son importantes para el sistema de innovación.

### **Roles**

La capacidad explicativa de valores, normas y repertorios cognitivos en el estudio de la innovación resulta más evidente cuando se asocian a los lugares donde las personas viven y trabajan. Las aportaciones de la psicología social y de la sociología pueden proporcionar una fertilización cruzada a través de algunos conceptos específicos que ayudan conectar valores, normas y habilidades con situaciones específicas. Para este propósito el concepto de rol es útil en la medida en que ayuda a condensar paquetes ordenados de motivaciones y expectativas con posiciones sociales. Del mismo modo que los repertorios cognitivos se refieren a individuos concretos, los roles hacen referencia a situaciones concretas donde participan individuos. Los roles son pautas de comportamiento características que aparecen asociadas a una posición social. Funcionan gracias a que algunas partes de ese comportamiento son consideradas como una expectativa por parte de los participantes, y a que los que ocupan estas posiciones se adhieren a esas expectativas. La mayoría de los roles dejan margen de actuación a los ocupantes. Lo relevante es que son un mecanismo que ayuda a conectar el mundo de la cultura con relaciones sociales y actividades (Biddle, 1986).

Aquí queremos resaltar la vertiente cognitiva de los roles debido a su utilidad para conectarla con la innovación como capacidad de acción en lugares concretos. Muchas posiciones están estrechamente relacionadas con los repertorios de conocimientos y habilidades incorporados en los individuos (Dedehayir, et al., 2018). Ello se debe a que son “coherentes” con las expectativas asociadas a ellas, sobre todo los puestos de trabajo, que se ocupan de acuerdo con formación y habilidades. En los sistemas de innovación la distribución de competencias y habilidades comienza a ser efectiva como recurso para la acción cuando se concentran en torno a algunas actividades. Las formas más importantes de creatividad están asociadas al trabajo cooperativo de individuos que comparten conocimiento y convenciones y que poseen habilidades complementarias. Por ello, para muchas empresas la adquisición de competencias requiere de un proceso de inmersión y formación en un modelo de negocio, dirigido a crear equipos y pautas de trabajo que no son fácilmente reproducibles bajo circunstancias distintas (Gambardella y Mcgahan, 2010).

El dominio de estas habilidades requiere no sólo de educación formal, sino de los valores y expectativas adecuados. Aquí es donde adquiere importancia la conexión con los roles como vertiente simbólica de las posiciones en el mundo de las organizaciones. Los conjuntos de conductas asignadas y asumidas por los participantes influye en la consecución de competencias cognitivas y sociales para desempeñar las tareas que a la postre se convierten en innovaciones. Adoptar el desempeño de un trabajo como algo positivo es un prerrequisito del esfuerzo cognitivo que se requiere para el aprendizaje. También se requieren valores compartidos y confianza en el conjunto de participantes para transmitir saberes y aprender a trabajar en equipo. Este aprendizaje es más efectivo cuando existe la adaptación a papeles específicos que permitan la socialización y el intercambio. La disposición de un conjunto de posiciones cristalizadas en torno a valores, normas y habilidades compartidas basadas en el conocimiento, junto a un sistema de formación y circulación de trabajadores, determina las competencias en algunas áreas geográficas,

como se observa por ejemplo en los distritos industriales (Beccattini, 1990). En la siguiente sección se trata la correspondencia de estas dinámicas culturales con algunos planos de la estructura social.

## **Estructura social**

### ***Poder, clases sociales y estructura de ocupaciones***

El segundo grupo de procesos con efectos en la innovación tiene que ver con elementos de la estructura social que moldean la capacidad de acción. La estructura social está compuesta de relaciones sociales ordenadas de manera jerárquica (Crothers, 2013). Un componente esencial en la estructura social es la distribución del poder. Este término, a pesar de que pasa desapercibido en la mayor parte de la literatura sobre innovación, tiene gran importancia si consideramos a la innovación como un tipo de acción social. La capacidad de llevar a la práctica nuevas formas de hacer las cosas para obtener fines legitimados, incluso contra la resistencia de los otros, puede tener consecuencias en la creación y adopción de innovaciones de todo tipo. El término tiene un alto grado de abstracción debido a que existen muy diversas maneras de imposición de la acción. Adquiere mayor utilidad explicativa cuando se le asocia a los modos de diferenciación social más importantes a la hora de categorizar a las personas de acuerdo con lo que pueden o no pueden hacer, o con su capacidad para llevar a cabo sus propósitos.

Un nivel de agregación más concreto se encuentra en las clases sociales, o grupos de personas que se definen por controlar recursos que les confieren capacidad de acción. En las sociedades actuales los grados de igualdad y desigualdad material vienen definidos por el acceso a recursos variados de tipo material, relacional o simbólico (Hout, et al., 1993; Bernardi, et al., 2007). Focalizar en las formas de igualdad y desigualdad social ayuda a buscar mecanismos explicativos que afectan a la innovación a través de la distribución de recursos económicos y el acceso a información y conocimientos. Aunque la innovación es contingente y ocurre en cualquier entorno social, las comparaciones entre países y regiones sugieren que la mayor frecuencia de innovaciones puede estar relacionada con las formas en que se distribuyen los recursos económicos (Iammarino, et al., 2019; Lee y Rodríguez-Pose, 2016; Wetmore, 2007). Una estructura social con amplias clases medias puede distribuir recursos para la acción más allá de la satisfacción de necesidades básicas, lo que puede facilitar la creatividad y la producción de innovaciones, frente a una sociedad con extrema polarización social. La estructura de clases también puede afectar a la capacidad de consumo, algo que influye en la innovación por la vía de la adopción y la difusión (Dholakia, 2012).

Sin embargo, la clase no solo se define por el control de recursos económicos, sino también por otros recursos de carácter informacional y relacional (Castells, 1996). Los mecanismos de desigualdad social están basados en elementos intangibles asociados a la cualificación en el trabajo y a la educación. Frente a las características más duras de la desigualdad social referidas al control de recursos físicos, financieros y la propiedad de medios de producción, en las sociedades pluralistas el bienestar social tiene que ver con la capacidad de acción relacionada con la innovación en sus diversas variantes. Las personas que tienen posibilidades de recombinar recursos a su alcance (educación, habilidades, experiencia, junto a relaciones sociales y valores culturales adecuados) para crear cosas nuevas, tienen más posibilidades de encontrar trabajo bien remunerado, organizar mejor sus medios de vida para crear una empresa, o bien emigrar a lugares donde encuentran más oportunidades. Por ello, los procesos de cierre o movilidad social que afectan al acceso al conocimiento y a redes de información también son importantes. Las sociedades más abiertas, con una mayor distribución de la riqueza y con posibilidad de movilidad social basada en la educación y el trabajo, pueden resultar entornos más favorables a

los procesos de innovación. Al contrario, el cierre social en el acceso a recursos puede funcionar como barrera, especialmente cuando se trata de recursos para incrementar la capacidad de acción como la educación o el acceso a trabajos cualificados<sup>21</sup>.

Un segundo nivel de agregación se encuentra en la estructura de ocupaciones. Aunque la correspondencia entre clases sociales y ocupaciones es coyuntural, la estructura de ocupaciones en muchas sociedades afecta a las clases en la medida en que el trabajo es un medio socialmente legitimado para el reparto de la riqueza y otros recursos considerados importantes (Boltanski y Chiapello, 2002). Focalizar en las ocupaciones ayuda a buscar otros mecanismos explicativos concretos que afectan a la innovación. Además de la distribución de renta, actúan en un sistema de innovación a través de dos conjuntos de fuerzas: el contenido de los trabajos y la organización del trabajo.

En primer lugar, el contenido cualitativo de los trabajos disponibles moldea las capacidades de los sistemas de innovación a través de las condiciones de trabajo (Allvin, 2004). La abundancia de puestos de trabajo más complejos, para los que se requiere de mayor formación, con mayor capacidad de maniobra, dotados de mayores recursos y con posibilidades de desarrollo profesional, daría lugar a condiciones estructurales que mejorarían las capacidades de innovación. En general los sectores que ofrecen mejores condiciones de trabajo son también aquellos con mayor productividad y más posibilidades de generar valor añadido gracias a que son más intensivos en conocimiento (Cozzens, et al., 2002).

En segundo lugar, la manera de dotar de contenido a los trabajos provee de otros mecanismos explicativos importantes debido a que afecta tanto a condiciones de trabajo como a productividad. Lester y Piore describen que el proceso crucial se encuentra en la “integración” de capacidades que se produce en torno a la organización del trabajo. Esta integración se basa no sólo en el diseño racional de los lugares de trabajo, sino en la combinación de varias capacidades: capacidad para integrar a través de fronteras intelectuales, organizativas y culturales, capacidad para experimentar, y capacidad para adquirir hábitos de pensamiento que permitan otorgar sentido en situaciones de ambigüedad y moverse hacia adelante ante la incertidumbre (Lester y Piore, 2009). Las condiciones estructurales que permiten que los trabajadores puedan desarrollar estas capacidades son la otra cara de la moneda de los procesos culturales y cognitivos que favorecen la creatividad a través de la generación de valores y expectativas favorables.

### **Redes sociales y capital social**

Otro ámbito de la realidad de naturaleza estructural son las relaciones sociales que cristalizan en redes. Los vínculos de las personas en las redes sociales adquieren unas propiedades que pueden influenciar las acciones. En las redes sociales se encuentran algunos mecanismos explicativos de la innovación debido a la importancia que las redes tienen en el acceso a conocimiento, junto a otros recursos como ideas, contactos útiles e influencias. La relación entre redes sociales e innovación es uno de los procesos más documentados por la investigación, especialmente en sectores profesionales y entornos geográficos de alta tecnología (Coleman, et al., 1966; Powell y Grodal, 2005). En estos sectores es difícil que los mismos actores dispongan de todos los conocimientos necesarios para competir. La combinación de expertos y organizaciones varias a través de una red de relaciones e intercambios puede mejorar las capacidades (Ferrari y Granovetter, 2017). Este vínculo es lo que permite relacionar la estructura de redes sociales con la capacidad de innovar tanto de sociedades como de personas.

<sup>21</sup> Estas hipótesis tienen ya un largo recorrido en la sociología del desarrollo (Viterna y Robertson, 2015), aunque están escasamente testadas en los estudios sociales sobre la innovación.

El capital social es una consecuencia de la estructura de relaciones sociales. Consiste en la capacidad de acceder a recursos gracias a la pertenencia a redes o estructuras sociales más amplias (Portes, 1998). El término trata de capturar el valor instrumental que tienen los contactos debido a que las personas u organizaciones con las que alguien se relaciona pueden facilitar el acceso a conocimientos, trabajos u otras relaciones beneficiosas. Más aún, las estructuras de relaciones pueden ser un medio de socialización en formas de pensar y adquisición de saberes y hábitos. Esto también puede tener efectos sobre la innovación. La explicación funciona a nivel individual y colectivo. A nivel colectivo la tesis principal es que algunas configuraciones de las redes sociales facilitan o bloquean la transmisión de información y conocimientos útiles (Camps y Marques, 2014). Los entornos más innovadores se caracterizan por una estructura de relaciones sociales que favorece las posibilidades de los actores para explotar las potencialidades que se les presentan. A nivel individual, la cantidad o ausencia relativa de vínculos puede funcionar como ventaja competitiva para algunos individuos. Ello explica que en redes sociales donde existe un déficit de relaciones entre colectivos (los llamados “huecos estructurales”), algunos individuos ubicados en lugares estratégicos puedan encontrar oportunidades (Burt, 1992) para actuar como innovadores. Por ejemplo, emprendedores que pueden aprovechar fallas en el comercio entre dos grupos sociales que se encuentran separados, o investigadores que producen ideas novedosas a partir de la combinación de ideas que proceden de grupos de expertos de distintas especialidades.

Por otra parte, la disposición de capital social también puede funcionar en contra de las capacidades de innovación. Pueden existir vínculos que inhiban la circulación de conocimientos. Del mismo modo, el capital individual no tiene por qué traducirse en un bien colectivo. Por ejemplo, la existencia de emprendedores favorecida por las redes sociales puede ser tanto un motor de crecimiento como un mecanismo de acumulación de riqueza y exclusión social. Los efectos de las redes y el capital social son por tanto un asunto de investigación que debe tener en cuenta las condiciones concretas.

## INSTITUCIONES, ORGANIZACIONES E INNOVACIÓN

Instituciones y organizaciones son otros dos aspectos de la realidad desde los que se puede observar la innovación. Se ha preferido exponerlos al final y de manera conjunta debido a que incorporan el complejo de realidades al que hacen referencia los anteriores apartados. Organizaciones e instituciones son la parte más visible de la estructura social y cultural. Las organizaciones formales son conjuntos de posiciones ordenadas de acuerdo con criterios de coordinación. Dentro de ellas existen puestos dotados de recursos económicos y grados de autoridad que enmarcan las posibilidades de acción. Por otra parte, las organizaciones disponen de elementos institucionales. Las instituciones son la faceta simbólica de las organizaciones. Son modelos que gobiernan las relaciones estructuradas entre ocupantes de roles o posiciones en las organizaciones. Además de sus objetivos expresos y regulaciones formales, están compuestas de valores, normas y convenciones concretadas en conjuntos de roles (Portes y Smith, 2012).

Muchos procesos de innovación se llevan a cabo frecuentemente en el interfaz formado por organizaciones e instituciones. Aunque hablar de organizaciones e instituciones es una división analítica y en la realidad aparecen mezcladas, la distinción permite prestar atención a algunos mecanismos explicativos que pasan desapercibidos si no se tienen en cuenta sus conexiones con los otros aspectos de la cultura y la estructura social. Antes se indicaba que el enfoque de los sistemas de innovación muestra cómo la capacidad de países y regiones está relacionada con las organizaciones especializadas y las instituciones que les afectan. Aunque se reconoce que las organizaciones están enraizadas en un sistema socioeconómico más amplio, y que las influencias políticas y culturales ayudan

a determinar la escala, dirección y éxito relativo de todas las actividades de innovación (Freeman, 2002), un problema de fondo es la dificultad para observar de manera integrada las fuerzas sociales que intervienen, en particular los factores institucionales. Por ello, un complemento útil para los enfoques de los sistemas de innovación es acudir a la gama de conceptos sobre la cultura y la estructura social tratados por la sociología y otras disciplinas afines. En este apartado se han seleccionado dos procesos a nivel macro que señalan las interrelaciones entre organizaciones del sistema de innovación y el entorno social en dos sentidos: la influencia de aspectos sociales en este conjunto de organizaciones y el impacto que la composición del sistema de innovación tiene en la sociedad.

Un conjunto de vectores va “desde fuera hacia dentro” de las organizaciones: algunos fenómenos sociales del entorno moldean las organizaciones y su relación con la innovación. Las organizaciones y sus aspectos institucionales no están aisladas, sino que existen múltiples vínculos con el exterior. La distribución de valores, normas, actitudes, cualificaciones y vínculos sociales de dependencia y reciprocidad en una población influencia las dinámicas de las organizaciones del sistema. No sólo lo hacen estableciendo las reglas del juego que deben tener en cuenta los actores colectivos, sino también desde dentro. Las creencias, las ideologías, las convenciones y los compromisos sociales, así como las capacidades ligadas a las cualificaciones y habilidades, son importados en los núcleos de las organizaciones, moldeando sus culturas productivas y su capacidad de actuación. Además, la capacidad de diseño para moldear el comportamiento de empleados y directivos también es limitada. Tienen importancia los valores y los vínculos que ya portan sus ocupantes. Y también tienen importancia los que emergen dentro de las organizaciones debido a que los procesos de relación social, incluyendo los diseñados, acaban generando dinámicas que pueden afectar a los resultados. Por ello, un terreno fructífero para la investigación es determinar la conjunción de fuerzas sociales que afectan a los objetivos formales de las organizaciones.

Un segundo conjunto de vectores va “desde dentro hacia fuera”. Es decir, la manera en que algunos rasgos de las organizaciones afectan a la capacidad de innovación de países o regiones. Una faceta importante es el grado de influencia que el sistema de innovación tiene en un país o región, lo que tiene que ver con la manera en la que se ha producido la “corporatización” de la sociedad (.). Es decir, con la articulación de actividades e intereses de la vida económica, política y social en torno a organizaciones especializadas en el conocimiento. Las empresas y otras organizaciones públicas y del tercer sector son una parte de la sociedad que media en las posibilidades de acción individual y colectiva. La influencia de un sistema de innovación en el entorno no sólo depende de sus capacidades internas y de la relación entre organizaciones y políticas. También depende del papel relativo que juega en los sectores productivos y en otros ámbitos de la sociedad civil. El impacto que un sistema de innovación tiene en el desarrollo social y económico está determinado por el grado en que afecta a sectores amplios de su población y por la distribución de sus resultados.

La capacidad de innovación está mediada por las posibilidades de trabajo y de acceso a recursos de todo tipo que algunas organizaciones proporcionan a las personas que trabajan en ellas. Además de salarios, proporcionan condiciones de trabajo, capacidad de aprendizaje y relaciones sociales de todo tipo. Las personas que viven en espacios sociales “no corporatizados” (trabajadores autónomos, trabajadores precarios que entran y salen frecuentemente del mercado de trabajo, parados y excluidos en general), tienen muchas menos posibilidades de innovar si se les priva de la capacidad de acción colectiva coordinada de las organizaciones del mundo moderno. Un sistema en el que una parte importante de la población está desempleada, o que está excluida de ocupaciones que proporcionan estos recursos, dispondría de menores posibilidades de acción susceptible de convertirse en innovaciones. Ello es coherente con la evidencia



que muestra que los países y regiones más innovadores disponen de un amplio tejido de empresas medianas con capacidades, además de grandes corporaciones, emprendedores que actúan por oportunidad frente a los que lo hacen por necesidad, y administraciones públicas intensivas en conocimiento que también son emprendedoras (Allen, 2013; Mazzucato, 2013). Es importante tener en cuenta cómo este conjunto de organizaciones e instituciones retroalimentan el sistema de innovación a través de la redistribución de sus resultados (Whitley, 2002): capital económico que pueda reinvertirse, productos y servicios innovadores al alcance de amplios sectores de la población, y bienes públicos en forma de capital humano y algunos tipos de capital social.

Finalmente, es conveniente mencionar la importancia de las políticas públicas. En este trabajo no es posible atender a la diversidad de investigación sobre políticas de innovación. Es necesario al menos señalar que la acción de los estados en los distintos niveles de gobierno, y la interacción de los estados con grupos de interés organizados, es una parte integrante de las condiciones para la innovación de países y regiones. Si bien la mayor parte de los estudios sobre políticas de innovación se habían restringido a los diseños organizativos e institucionales (Fagerberg, et al, 2013; Morlacchi y Martin, 2009), las corrientes más recientes, llamadas en ocasiones “políticas de innovación holísticas” (Borrás y Edquist, 2019), tienden a reconocer el papel de elementos sociales como los mencionados en este trabajo. En particular, cómo los factores estructurales y culturales moldean y condicionan los diseños y acaban convirtiendo sus resultados en algo distinto a lo esperado, de lo que se deriva la necesidad de adaptar las intervenciones a las condiciones sociales de cada entorno.

## CONCLUSIONES

En este artículo se ha expuesto cómo la perspectiva sociológica puede contribuir al esfuerzo multidisciplinar del estudio de la innovación. Consiste en una lente cognitiva para estudiar las relaciones entre innovación y sociedad a partir de algunos principios: entender la innovación como una acción social, prestar atención a las consecuencias no intencionadas y considerar los varios tipos de conocimiento como un recurso para la acción. Esta perspectiva da lugar a varias implicaciones respecto la forma de concebir la innovación. Es recomendable partir de una definición amplia de innovación que abarque conocimientos científicos y tecnológicos, formas de organización, conocimientos tácitos y habilidades enraizadas en cada contexto social. Además, es recomendable no atribuir de antemano consecuencias beneficiosas o negativas. Las acciones innovadoras generan efectos de todo tipo. Como resultado de sus efectos, las sociedades innovadoras pueden ser más o menos desiguales, inclusivas o desarrolladas.

Un segundo grupo de implicaciones tiene que ver con la manera concreta de investigar sus causas y sus efectos. Primero, la innovación está interrelacionada con las distintas capas de la cultura. La distribución de valores y normas puede influir en el desarrollo de comportamientos innovadores y en la adopción de innovaciones. También puede influir la distribución de repertorios de habilidades y su conexión con posiciones concretas en el mundo del trabajo y de otras áreas de la vida social. Segundo, la innovación está condicionada por la estructura social. Está mediada por el control de recursos que confieren capacidad de acción. Por ello, se debe estudiar teniendo en cuenta la distribución de recursos importantes que determinan la igualdad y la desigualdad social: la riqueza económica, pero también recursos relacionados con el acceso a conocimiento y a redes que facilitan la capacidad de acción. Además, la capacidad de innovación es en sí misma un factor de diferenciación social debido a que influye en el acceso a todo tipo de recursos

materiales y sociales. Tercero, la innovación se lleva a cabo frecuentemente en el interfaz entre organizaciones e instituciones, pero también ocurre fuera de ellas. Los rasgos de la cultura y la estructura social permean constantemente los procesos de innovación que ocurren en empresas y administraciones. Este conjunto de mecanismos, actuando de maneja solapada, condiciona el impacto de los sistemas de innovación.

Finalmente, es necesario reconocer las limitaciones de este trabajo. Se concibe como una caja de herramientas de tipo conceptual y metodológico que merecen la pena porque resultan adecuadas para observar hechos que de otra manera serían difíciles de analizar o pasarían desapercibidos. Desde este punto de vista, la pretensión de mayor validez de una disciplina sobre otra es irrelevante. La perspectiva sociológica tal y como aquí se ha expuesto puede servir para estudiar algunos asuntos que aparecen desconectados en los estudios especializados y otros que simplemente no se tienen en cuenta. También es útil para recordar que algunos aspectos de la innovación social ya han sido tratados por corrientes de investigación que existen desde hace décadas. Sin embargo, este trabajo no explica en detalle otros muchos. En particular, aún existen numerosas dificultades para abordar fenómenos de innovación social sin confundirlos con otros de escala macro social. Un tratamiento sistemático de este asunto excede las posibilidades de un texto como este y aún está por hacer. Es por ello recomendable promover la colaboración disciplinar y evitar el olvido selectivo.

## AGRADECIMIENTOS

Este trabajo se ha realizado en el marco del proyecto “La calidad institucional del sistema de innovación”, financiado por la Agencia Estatal de Investigación (Referencia CS02017-88354-R). El autor agradece los comentarios a los dos evaluadores anónimos de la RES.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbott, A. (2001). *Chaos of disciplines*. Chicago: The University of Chicago Pres.
- Adolf, M. y Stehr, N. (2014). *Knowledge*. Londres: Routledge.
- Allen, M. (2013). Comparative Capitalism and the Institutional Embeddedness of Innovative Capabilities. *Socio-Economic Review*, 11(4), 771-794. <https://doi.org/10.1093/ser/mwt018>
- Allvin, M. (2004). The Individualisation of Labour. En C. Garsten y K. Jacobsson (Eds.) *Learning to be Employable. New Agendas on Work, Responsibility and Learning in a Globalizing World*. Houndsmills: Palgrave Macmillan.
- Alsos, G. A., Hytti, U. y Ljunggren, E. (Eds) (2016). *Research handbook on Gender and Innovation*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Amabile, T. M. (2012). *Componential Theory of Creativity*. Harvard Business School Working Paper, No. 12-096, April 2012.
- Amabile, T. M. y Pillemer, J. (2012). Perspectives on the Social Psychology of Creativity. *Journal of Creative Behavior*, 46(1), 3-15. <https://doi.org/10.1002/jocb.001>
- Asheim, B.T., Lawton Smith, H. y Oughton, C. (2011). Regional Innovation Systems: theory, empirics and policy. *Regional Studies*, 45(7), 875-891. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.596701>



- Becattini, G. (1990). The Marshallian industrial district as a socioeconomic notion. In F. Pyke, G. Becattini, W. Sengerberger, (Eds.) *Industrial Districts and Inter-firm Cooperation in Italy*. Geneva: International Institute of Labour Studies.
- Bernardi, F., González, J. J. y Requena, M. (2007). The Sociology of Social Structure. En C. Bryant and D. Peck (Eds.). *21st Century Sociology: A Reference Handbook*. London: Sage.
- Biddle, B. J. (1986). Recent Developments in Role Theory. *Annual Review of Sociology*, 12(1), 67-92. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.12.080186.000435>
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Borrás, S. y Edquist, C. (2019). *Holistic innovation policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Borrás, S. y Edler, J. (Eds.) (2014). *The Governance of Socio-Technical Systems: Explaining Change*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Boshma, R. A. (2005). Proximity and Innovation: A Critical Assessment. *Regional Studies*, 39(1), 61-74. <https://doi.org/10.1080/0034340052000320887>
- Boudon, R. [1977] (1980). *Efectos perversos y orden social*. México: Premià.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. En Richards J. G. (ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press.
- Breau, S. A., Kogler, D. A. y Bolton, K. C. (2014). On the Relationship between Innovation and Wage Inequality: New Evidence from Canadian. *Cities Economic Geography*, 90(4), 351-373. <https://doi.org/10.1111/ecge.12056>
- Burt, R. S. (1992). *Structural Holes*. Cambridge: Harvard University Press.
- Callon, M., Millo, Y. y Muniesa, F. (2007). *Market Devices (The Sociological Review Monographs)*. London: Blackwell.
- Camps, S. y Marques, P. (2014). Exploring how Social Capital Facilitates Innovation: The Role of Innovation Enablers. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, 325-348. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.10.008>
- Castells, M. (1996). *La sociedad de la información*. Madrid: Alianza Editorial.
- Coleman, J. (1994). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Coleman, J., Katz, E. y Menzel, H. (1966). *Medical Innovation: A Diffusion Study*. New York: Bobs Merrill.
- Collins, H. M. (1983). The Sociology of Scientific Knowledge: Studies of Contemporary Science. *Annual Review of Sociology*, 9, 265-285. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.09.080183.001405>
- Cooke, Ph., Gomez-Uranga, G. y Etxebarria, G. (1997). Regional Innovation Systems: Institutional and Organisational Dimensions. *Research Policy*, 26, 475-491. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(97\)00025-5](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(97)00025-5)
- Courpasson, D. y Golsorkhi, D. (2011). Part II Power: Interviews with Steven Vallas, Neil Fligstein, Steward Clegg and Jean-Claude Thoenig (Special Issue on Power and resistance: variations on "what is going on politically in and around organizations"). *Management*, 14(1), 1-46. <https://doi.org/10.3917/mana.141.0024>
- Cozzens, S., Bobb, E. K. y Bortagaray, I. (2002). Evaluating the Distributional Consequences of Science and Technology Policies and Programs. *Research Evaluation*, 11(2), 101-107. <https://doi.org/10.3152/147154402781776899>
- Cozzens, S. E. y Kaplinsky, R. (2010). Innovation, Poverty, and Inequality: Cause, Consequence, or Co-evolution? En B.-Å. Lundvall, K. Joseph, C. Chaminade, y J. Vang (Eds.). *Handbook*

- on Innovation Systems and Developing Countries: Building Domestic Capabilities in a Global Setting*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Cozzens, S. y Takhur, D. (Eds.) (2014). *Innovation and Inequality: Emerging Technologies in an Unequal World*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Cristiano, J. (2011). Acciones y resultados. Una propuesta de clasificación de las consecuencias no intencionales. *Revista Internacional de Sociología*, 69(2), 353-370. <https://doi.org/10.3989/ris.2009.01.12>
- Crothers, Ch. (2013). *Social Structure*, London: Routledge.
- Csikszentmihalyi, M. (2014). *The Systems Model of Creativity*. Dordrecht: Springer.
- Dedehayir, O., Mäkinen, S. J. y Ortt, R. (2018). Roles During Innovation Ecosystem Genesis: A Literature Review. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 18-29. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.11.028>
- Deephouse, D. y Suchman, M. (2008). Legitimacy in Organizational Institutionalism. En R. Greenwood, Ch. Oliver, R. Suddaby, K. Sahlin-Andersson (Eds.), *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*. London: SAGE.
- Didero, M., Gareis, K., Marques, P. y Ratzke, M. (2008). *Differences in Innovation Culture across Europe*, Discussion Paper. Transform Project. <http://transform-eu.org/publications/documents/Differences%20in%20Innovation%20Culture.pdf>.
- Dholakia, R. R. (2012). *Technology and Consumption: Understanding Consumer Choices and Behaviors*. Dordrecht: Springer.
- Echeverría, J. (2017). *El arte de innovar. Naturalezas, lenguajes, sociedades*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Edge, D. (1995). Reinventing the Wheel. En Jasanoff, S., G. E. Markle, J. C. Petersen y T. Pinch, (Eds.), *Handbook of Science and Technology Studies* 3-23. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Edquist, C. (2005). Systems of Innovation: Perspectives and Challenges. In Fagerberg, J., Mowery, D., and Nelson, R. (Eds.), *Oxford Handbook of Innovation*, 181-208. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Edquist, C. (1997). Systems of Innovation Approaches - their Emergence and Characteristics. En Edquist, C. (ed.) (1997), *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*. London: Pinter/Cassell.
- Edwards-Schachter, M., y Wallace, M.L. (2017). 'Shaken, but not Stirred': Sixty Years of Defining Social Innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 119, 64-79. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.012>.
- European Commission (2013). Social Innovation Research in the European Union. Approaches, findings and future directions. *Policy Review*, Luxembourg: Publications Office of the European Union. [https://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy\\_reviews/social\\_innovation.pdf](https://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy_reviews/social_innovation.pdf)
- Fagerberg, J., Mowery, D. y Nelson, R (Eds.) (2005). *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Fagerberg, J., Martin, B. y Andersen, E. S. (Eds.) (2013). *Innovation Studies: Evolution and Future Challenges*. Oxford: Oxford University Press.
- Fagerberg, J. y Verspagen, B. (2009). Innovation Studies: The Emerging Structure of a New Scientific Field. *Research Policy*, 38(2), 218-233. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.12.006>

- Ferrari, M. y Granovetter, M. (2017). Social Networks and Innovation. En H. Bathelt, P. Cohendet, S. Henn, y L. Simon. (Eds.): *The Elgar companion to innovation and knowledge creation*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Fernández-Esquinas, M. (2012). Hacia un programa de investigación en sociología de la innovación. *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188(753), 5-18.  
<https://doi.org/10.3989/arbor.2012.753n1001>
- Freeman, Ch. (2002). Continental, National and Sub-National Innovation Systems: Complementarities and Economic Growth. *Research Policy*, 31(2), 191-211.  
[https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(01\)00136-6](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(01)00136-6)
- Gambardella, A. y McGahan, A. M. (2010). Business-model innovation: General purpose technologies and their implications for industry structure. *Long Range Planning*, 43(2-3), 262-271. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.009>
- Geels, F.W. (2004). From sectoral systems of innovation to socio-technical systems of insights about dynamics and change from sociology and institutional theory. *Research Policy*, 33(6-7), 897-920. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2004.01.015>
- Giner, S. y Pérez Yruela, M. (1979). *La sociedad corporativa*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gläser, J. y Laudel, G. (2016). Governing Science: How Science Policy Shapes Research Content. *European Journal of Sociology*, 57(1), 117-168. <https://doi.org/10.1017/S0003975616000047>
- Godin, B. (2010). "Innovation Studies": The Invention of a Specialty (Part II), Project on the Intellectual History of Innovation, Working Paper.  
<http://www.csiic.ca/en/the-idea-of-innovation/>
- Godin, B. (2017). *Models of Innovation. The History of an Idea*. Cambridge MA: The MIT Press.
- Godin, B. y Vinck, D. (Eds.) (2016). *Critical Studies of Innovation. Alternative Approaches to the Pro-innovation Bias*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of "Embeddedness". *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- Greenhalgh, T., Robert, G., Macfarlane, F., Bate, P., Kyriakidou, O. y Peacock, R. (2005). Storylines of Research in Diffusion of Innovation: A Meta-Narrative Approach to Systematic Review. *Social Science & Medicine*, 61(2), 417-430.  
<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2004.12.001>
- Hellstrom, T. (2004). Innovation as Social Action. *Organization*, 11(5), 631-649. <https://doi.org/10.1177/1350508404046454>
- Hennessey, B. A. y Amabile, T. M. (2010). Creativity. *Annual Review of Psychology* 61, 569-598.  
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100416>
- Hitlin, S. y Piliavin, J. A. (2004). Values: Reviving a Dormant Concept. *Annual Review of Sociology*, 30, 359-393. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.30.012703.110640>
- Hout, M., Brooks, C. y Manza, J. (1993). The persistence of Classes in Post-industrial Societies. *International Sociology*, 8(3), 259-277. <https://doi.org/10.1177/026858093008003001>
- Iammarino, S., Rodríguez-Pose, A. y Storper, M. (2019). Regional Inequality in Europe: Evidence, Theory and Policy Implications. *Journal of Economic Geography*, 19(2), 273-298.  
<https://doi.org/10.1093/jeg/lby021>
- Jasanoff, S., G. E. Markle, J. C. Petersen y T. Pinch, (Eds.), *Handbook of Science and Technology Studies*, 3-23. Thousand Oaks, CA: SAGE.

- Kiesling, E., Günther, M. y Stummer, C. (2012). Agent-based Simulation of Innovation Diffusion: A Review. *Central European Journal of Operation Research*, (20), 183. <https://doi.org/10.1007/s10100-011-0210-y>
- Kline, S. J. K. y Rosemberg, N. (1986). An Overview of Innovation. En R. Landau, y N. Rosemberg, (Eds.). *The positive sum game*, 275-305. Washington DC: National Academy Press.
- Koops, B. J, Oosterlaken, I., Romijn, H., Swierstra, T. y van den Hoven, J. (Eds) (2016). *Responsible Innovation. Concepts, Approaches, and Applications*. Dordrech: Springer.
- Kowal, E. y Petersen, A. (2015). Sociology of Bio-knowledge at the Limits of Life. *Journal of Sociology*, 51(1), 3-8. <https://doi.org/10.1177/1440783314562312>
- Lamo de Espinosa, E. (1996). *Sociedades de cultura, sociedades de ciencia*. Madrid: Nobel.
- Latour, B. (2007). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. London: Clarendon.
- Lee, N. y Rodríguez-Pose, A. (2016). Innovation and Spatial Inequality in Europe and USA. *Journal of Economic Geography*, 13(1), 11-22. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbs022>
- Lester, R. y Piore, M. (2009). *Innovation: The Missing Dimension*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Linares, F. (2018). *Sociología y teoría social analíticas*. Madrid: Alianza Editorial
- Lundvall, B. A. (Ed.) (1992). *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. London: Pinter.
- Lundvall, B. A. (2008). Higher Education, Innovation, and Economic Development. En J. Y. Lin, B. Pleskovic, (Eds.), *Higher Education and Development, Annual World Bank Conference on Development Economics – Regional*. Washington, DC: The World Bank.
- Malerba, F. (Ed.) (2004). *Sectoral systems of innovation*. New York: Cambridge University
- Martin, B. R. (2012). The Evolution of Science Policy and Innovation Studies. *Research Policy*, 41(7), 1219-1239. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.03.012>
- Martin, B. R. (2016). Twenty Challenges for Innovation Studies. *Science and Public Policy*, 43(3), 432-450. <https://doi.org/10.1093/scipol/scv077>
- Martin, B., Nightingale, P. y Yegros-Yegros, A. (2012). Science and Technology Studies: Exploring the Knowledge Base. *Research Policy*, 41(7), 1182-1204. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.03.010>
- Mazzucato, M. (2013). *The Entrepreneurial State: Debunking Public vs Private Sector Myths*. London: Anthem Press.
- Merton, R. K. [1968] (1996). Social Structure and Anomie. En R. K Merton. *On Social Structure and Science* (edited and with and introduction by Piotr Sztompka). Chicago: The University of Chicago Press.
- Merton, R. K. [1968] (1996). *On Social Structure and Science* (edited and with and introduction by Piotr Sztompka). Chicago: The University of Chicago Press.
- Morlacchi, P. y Martin, B. R. (2009). Emerging Challenges for Science, Technology and Innovation Policy Research: A Reflexive Overview. *Research Policy*, 38(4): 571-582. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.01.021>
- Moulaert, F. (Ed.) (2016). Social Innovation: Institutionally Embedded, territorially (re) produced. En Moulaert, F. (Ed.) *Social Innovation and Territorial Development*, London: Taylor and Francis.

- Mulgan, G. et al. (2007). *Social Innovation: What it is, Why it Matters and How it Can Be Accelerated*, The Young Foundation. <https://www.youngfoundation.org/publications/social-innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated/>
- Mulkay, J. M. (1972). *The Social Process of Innovation: A study in the sociology of science*. London: Macmillan.
- Nelson, R. (2008). What Enables Rapid Economic Progress: What are the Needed Institutions? *Research Policy*, 37(1), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.10.008>
- Nelson, R. y Winter, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- O'Brian, M. y Shennan, S. (2019) (Eds.) *Innovation in Cultural Systems: Contributions from Evolutionary Anthropology*, Cambridge, MA: The MIT Press.
- OCDE (2005; 2018). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Luxembourg: OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264013124-fr>
- Ogburn, W. [1964] (1971). Efectos sociales de los inventos. En W. Ogburn, y M. Nimkoff, *Sociología*. Madrid: Aguilar.
- Ostrom, E. (2005). *Understanding Institutional Diversity*. Princeton, N. J.: Princeton University Press.
- Pol, E. y Ville, S. (2009). Social Innovation: Buzz Word or Enduring Term? *Journal of Socio-Economics*, 38(6), 878-885. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2009.02.011>
- Porpora, D. (1987). *The Concept of Social Structure*. New York: Greenwood Press.
- Portes, A. (1998). Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.1>
- Portes, A. (2006). Institutions and Development: A Conceptual Reanalysis. *Population and Development Review*, 32(2), 233-262. <https://doi.org/10.1111/j.1728-4457.2006.00117.x>
- Portes, A. [2010] (2013). *Sociología económica*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Portes, A. y Smith, L. D. (2012). *Institutions Count: Their Role and Significance in Latin American Development*. Berkeley: University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520954069>
- Powell, W. W. y Snellman, K. (2004). The Knowledge Economy. *Annual Review of Sociology*, 30, 199-220. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100037>
- Powell, W.W. y Grodal, S. (2005). Networks of Innovators. En J. Fagerberg y Mowery, D. . (Eds.), *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: University Press.
- Powell, W.W. y Oberg, A. (2017). Networks and Institutions. En R. Greenwood, Ch. Oliver, T. B. Lawrence, y R. E. Meyer. (Eds.), *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. London: Sage.
- Pratt, A. C. (2017). Innovation and the Cultural Economy, En H. Bathelt, P. Cohendet, S. Henn, S y L. Simon. (Eds.): *The Elgar companion to innovation and knowledge creation*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Ramella, F. (2016). *Sociology of Economic Innovation*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315753522>
- Reillon, V. (2016). *Understanding Innovation, EPRS-European Parliamentary Research Service, Briefing, February 2016*. Brussels: European Union.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd edition). New York: The Free Press.

- Romer, P. M. (1986). Increasing Returns and Long Run Growth. *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002-1037. <https://doi.org/10.1086/261420>
- Rossetto, D. E., Bernardes, R. C., Borini, F. M. y Gattaz, C. C. (2018). Structure and Evolution of Innovation Research in the Last 60 Years: Review and Future Trends in the Field of Business Through the Citations and Co-citations Analysis. *Scientometrics*, 115(3): 1329-1363. <https://doi.org/10.1007/s11192-018-2709-7>
- Sawyer, R. K. (2012). *Explaining Creativity: The Science of Human Innovation*. New York: Oxford University Press.
- Shilling, C. (1997). The Undersocialised Conception of the Embodied Agent in Modern Sociology. *Sociology*, 31(4), 737-754. <https://doi.org/10.1177/0038038597031004006>
- Schot, J. y Steinmueller, W. E. (2018). Three Frames for Innovation Policy: R&D, Systems of Innovation and Transformative Change. *Research Policy*, 47(9) 1554-1567. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.08.011>
- Schumpeter, J. (1947). The Creative Response in Economic History. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149-159. <https://doi.org/10.1017/S0022050700054279>
- Scott, W.R. (1995). *Institutions and organizations*. London: Sage
- Shane, S. (1993). Cultural influences on National Rates of Innovation. *Journal of Business Venturing*, 8(1), 59-73. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90011-5](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90011-5)
- Stehr, N. (1994). *Knowledge Societies*. London: Sage
- Švarc, J. y Lažnjak, J. (2017). *Innovation Culture in Crony Capitalism. Does Hofstede's Model Matter?* Zagreb: Ivo Pilar Institute of Social Sciences.
- Sveiby, K. E. (2016). The unintended consequences of innovation. En D. Godin y D. Vick. (Eds.), *Critical Studies of Innovation. Alternative Approaches to the Pro-innovation Bias*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Tödtling, F., van Reine, P. y Dörhöfer, S. (2011). Open Innovation and Regional Culture. Findings from Different Industrial and Regional Settings. *European Planning Studies*, 19, 1885-1907. <https://doi.org/10.1080/09654313.2011.618688>
- Toner, P. y Woolley, R. (2016). Perspectives and Debates on Vocational Education and Training, Skills and the Prospects for Innovation. *Revista Española de Sociología*, 25(3), 319-342. <https://doi.org/10.22325/fes/res.25.3.2016.319>
- Vellera, C., Vernet, E. y Ogawa, S. (2017). The User Innovation Phenomenon. H. Bathelt, P. Cohendet, S. Henn, L. Simon. (Eds.). *The Elgar companion to innovation and knowledge creation*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Viterna, J. y Robertson, C. (2015). New Directions for the Sociology of Development. *Annual Review of Sociology*, 41(1), 243-269. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071913-043426>
- Weber, M. [1922] (1986). *La acción social: ensayos metodológicos*. Barcelona: Península.
- Wetmore, J. (2007). Introduction to Special Issue on Science, Policy, and Social Inequity. *Science and Public Policy*, 34(2), 83-84. <https://doi.org/10.3152/030234207X196292>
- Williams, R. y Edge, D. (1996). The Social Shaping of Technology. *Research Policy*, 25(6), 865-899. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(96\)00885-2](https://doi.org/10.1016/0048-7333(96)00885-2)
- Whitley, R. (2000). *The Intellectual and Social Organization of the Sciences*. Oxford: Oxford University Press.
- Whitley, R. (2002). Developing Innovative Competences: The role of institutional frameworks. *Industrial and Corporate Change*, 11(3), 497-528. <https://doi.org/10.1093/icc/11.3.497>



Van der Have, R. P. y Rubalcaba, L. (2016). Social Innovation Research: An Emerging Area of Innovation Studies? *Research Policy*, 45(9), 1923-1935.  
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.06.010>.

Von Hippel, E. (2015). *Free Innovation*. Cambridge: The MIT Press.  
<https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262035217.001.0001>

## NOTA BIOGRÁFICA

**Manuel Fernández Esquinas** es científico titular del CSIC. Ha trabajado como sociólogo aplicado y consultor de políticas de innovación para varios gobiernos y organismos internacionales. Investiga sobre la organización de los sistemas de I+D y las estructuras sociales de la innovación. Ha publicado numerosos artículos en revistas como *Higher Education, Science and Public Policy* y *Technological Forecasting and Social Change*, entre otras, y en editoriales como *Routledge, Edward Elgar* y *CIS*. En la actualidad es presidente de la Federación Española de Sociología y coordinador de la red de investigación "Southern European Societies" de la European Sociological Association






Artículos / Articles

# Jóvenes boomerang en Andalucía; quiénes son y por qué regresan

## *Boomerang youth in Andalusia; who are they and why are they coming back*

**Marta Donat López**   
 Instituto de Salud Carlos III, España  
[ma.donat@isciii.es](mailto:ma.donat@isciii.es)

**María Dolores Martín-Lagos López**   
 Universidad de Granada, España  
[mlagos@ugr.es](mailto:mlagos@ugr.es)

Recibido / Received: 26/05/2019  
 Aceptado / Accepted: 14/01/2020



### RESUMEN

Ciertos jóvenes regresan al hogar familiar una vez emancipados, fenómeno conocido como *boomerang*. El fenómeno boomerang hace referencia al retorno al hogar familiar de los jóvenes tras haber vivido un periodo de emancipación. En este artículo se pretenden analizar los factores que influyen en la decisión de retornar, los modos en que se produce y los perfiles en el caso de jóvenes andaluces que vuelven al hogar familiar. Se ha analizado una encuesta de la juventud andaluza (2017) elaborada para el Diseño del III Plan Integral de Juventud de Andalucía. Los resultados muestran que determinadas variables y situaciones vividas aumentan la probabilidad de retornar -ser mujer, la intención de seguir estudiando, haber sido víctima de violencia o consumir ciertas sustancias estupefacientes de forma habitual-, mientras que otras la disminuyen -el aumento de edad, el mayor nivel de estudios, tener un contrato fijo, tener pareja estable o tener descendencia-. Las causas principales de retorno son las económicas, por razón de estudios y tras una disolución de pareja.

**Palabras clave:** Jóvenes; retorno; boomerang; emancipación familiar; Andalucía.

### ABSTRACT

Some young people return to the family home once they are independent, a phenomenon known as boomerang. The boomerang phenomenon refers to the return of youth to the family home after a period of independence. This article aims to analyse the factors that influence the decision to return, the ways in which this occurs and the profiles of young Andalusians who return to the family home. A survey of Andalusian youth (2017) prepared for the design of the 3rd Comprehensive Youth Plan of Andalusia has been analysed. The results show that certain variables and situations experienced increase the probability of return –being a woman, the intention to continue studying, having been a victim of violence or consuming certain drugs on a regular basis– while others decrease it –increasing age, higher level of studies, having a permanent contract, having a stable partner or having a descent–. The main causes of return are economic, due to studies and after a partner’s dissolution.

**Keywords:** Youth; return; boomerang; family independence; Andalusia.

\*Autor para correspondencia / Corresponding author: Marta Donat López. [ma.donat@isciii.es](mailto:ma.donat@isciii.es)

Sugerencia de cita / Suggested citation: Donat López, M., Martín-Lagos López, M. D. (2020). Jóvenes boomerang en Andalucía; quiénes son y por qué regresan. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 39-56. <http://doi.org/10.22325/fes/res.2020.56>

## INTRODUCCIÓN

La transición de la juventud a la edad adulta se caracteriza, sobre todo, por la formación de un hogar propio. En los últimos años, sobretodo en el sur de Europa, los jóvenes han visto postergada su independencia residencial. Ese retraso se evidencia también en eventos relacionados con la emancipación, tales como tener un/a hijo/a, encontrar un primer trabajo o un trabajo estable, etc. Una serie de circunstancias vinculadas a la complejidad del mercado laboral y a la situación económica, además de la prolongación de la etapa formativa, han derivado en ese retraso en el calendario de salida del hogar de sus progenitores (Berngruber, 2013; Mitchell, 2004; South y Lei, 2015). Esta situación resulta de especial interés en España, país caracterizado por unos fuertes lazos familiares y por un sistema de Bienestar que proporciona escasas ayudas económicas dirigidas a los jóvenes (Reher, 1998 y Walther, 2006). Además, el mercado laboral español tiene una de las tasas de paro juvenil más alta de Europa, solo por detrás de Grecia (Eurostat, 2017).

Sin embargo, la juventud no solo tiene dificultades para abandonar el hogar de sus progenitores, sino también para mantenerse fuera de ellos. Cuestiones asociadas con la precariedad laboral; salarios insuficientes, contratos inestables y el problema de la sobrecualificación, entre otras cuestiones, impide en muchas ocasiones que los jóvenes se mantengan independientes económica y residencialmente de sus familias. Por ello, una de las alternativas más comunes y/o habituales ante estas dificultades es la de regresar a su hogar de origen. Si bien es cierto que algunos de los jóvenes que revierten su proceso de transición lo hacen por circunstancias que no plantean una necesidad (dificultades económicas, por ejemplo), en su mayoría lo hacen por no gozar de otra alternativa o recurso.

Concretamente, Andalucía destaca por ser una de las comunidades autónomas donde más se posterga la salida del hogar por parte de los jóvenes; a fecha de 2017, tiene la cuarta tasa de emancipación más baja en España (Consejo de la Juventud de España, 2017) debido a su frágil posicionamiento en el mercado de trabajo. Además, destaca por ser una comunidad que está por debajo de la media española en lo que respecta al nivel formativo y, respecto a la ocupación, constituye la segunda tasa de empleo más reducida de España en este colectivo de edad (Consejo de la Juventud de España, 2017). Estos factores repercuten también a la hora de mantener la independencia residencial y/o económica con respecto a los progenitores, por lo que se considera muy pertinente estudiar el fenómeno del retorno en dicha Comunidad.

Con respecto a todo ello, a partir de una explotación de datos procedentes de una encuesta llevada a cabo para la elaboración del Diseño del III Plan Integral de Juventud de Andalucía (2017), en esta investigación se pretende; por un lado, conocer los factores demográficos y socioeconómicos que influyen en el fenómeno del retorno y el tipo de relación de los mismos con él, así como también analizar los perfiles de los jóvenes retornados en función de las razones que han llevado a regresar al hogar familiar.

La principal aportación de este estudio radica en la realización de un análisis cuantitativo en la comunidad autónoma de Andalucía. Existen datos al respecto en una serie de países; sin embargo, en España no existen bases de datos que contengan dicha información de forma explícita. En segundo lugar, cabe mencionar que se ha llevado a cabo un análisis de una serie de datos todavía no explotados, bastante actuales (tercer trimestre de 2017), pertenecientes a la comunidad autónoma andaluza, provenientes de la elaboración del diseño del III Plan Integral de Juventud de Andalucía. Por último, cabe destacar que en esta investigación se ha insistido en visibilizar qué factores condicionan en mayor o en menor medida el retorno de los jóvenes al hogar de sus progenitores, para en un futuro estudiar las relaciones de convivencia posteriores.

Por otra parte, las limitaciones del mismo radican en el hecho de que se dispone de pocos casos, aunque suficientes, para llevar a cabo los análisis planteados. Se cuenta con 1.981 jóvenes de entre 14 y 35 años pertenecientes a cada una de las provincias andaluzas; no obstante, en esta investigación interesan aquellos de edad igual o superior a 18 años, ya que es a partir de esta edad cuando se produce, por lo general, el retorno. Los casos en edades anteriores son anecdóticos. Así, la muestra se reduce a 1.027 casos, de los cuales 178 han regresado al hogar de sus progenitores en algún momento antes de realizar la encuesta.

Una vez expuestos los objetivos de esta investigación y una introducción al estado de la cuestión, se desarrolla un marco teórico en el que se contextualiza el fenómeno del retorno a nivel internacional y nacional, así como también las variables socioeconómicas y contextuales que influyen a los jóvenes en la decisión de regresar al hogar familiar. Posteriormente, se enuncian las hipótesis, así como también la metodología utilizada. Finalmente, se exponen los resultados más significativos en función de los objetivos e hipótesis del estudio, para posteriormente extraer conclusiones y recomendaciones para futuras líneas de investigación.

## MARCO TEÓRICO

### El retorno al hogar familiar; los jóvenes boomerang

Las estrategias y recursos para lidiar con el cambio del panorama económico y las cambiantes expectativas con respecto a la edad adulta pueden estar llevando a un patrón de jóvenes que no abandonan el hogar familiar, o bien regresan al mismo una vez se han emancipado (Snyder, 2014).

Así, con respecto a aquellos jóvenes que sí lo abandonan, la emancipación es un fenómeno que no siempre se produce de forma definitiva, sino que puede ser un proceso reversible (Huinink y Konietzka, 2000) es decir, pueden salir y regresar una o más veces del hogar de sus progenitores antes de que la independencia residencial se convierta en un suceso permanente y completo (Berngruber, 2015).

El regreso al hogar con los progenitores tras la emancipación no es un hecho nuevo, puesto que este fenómeno ya fue estudiado por algunos investigadores en el norte de América, tales como Clemens y Axelson (1985), Hartung y Sweeney (1991), Gee, Mitchell y Wister (1995) y Goldscheider y Goldscheider (1994), aunque en los últimos años está en plena emergencia por el progresivo aumento de la probabilidad de retorno de los jóvenes debido a la crisis económica, entre otros factores, como evidencian Beaupré et al. (2008), Berngruber (2013), Otters y Hollander (2015), Sassler et al. (2008), South y Lei (2015) y Stone et al. (2014), entre otros. Estos autores estudiaron el fenómeno ya no solo en norte América, sino también en Inglaterra y Alemania.

Diversas investigaciones en ciencias sociales han etiquetado este fenómeno como *boomerang* por la forma y trayectoria que toma este acontecimiento: así como se marcha, se regresa tras vivir un tiempo fuera (Berngruber, 2013; Gentile, 2010; Goldfarb, 2014; Kaplan, 2009; Mitchell, 2004; Mitchell y Gee, 1996; Veevers y Mitchell, 1998; Otters y Hollander, 2015; Sandberg-Thoma et al., 2015; Snyder, 2014; South y Lei, 2015; Stone et al., 2014; Veevers y Mitchell, 1998). Otros, como Paseluikho (2000), le atañen la terminología de *reagrupamiento*. Otras investigaciones recientes han afirmado que la disminución de los ingresos y las menores tasas de empleo entre los jóvenes han dado lugar a un fracaso en el lanzamiento y a su consecuente permanencia o vuelta al hogar familiar, utilizando el concepto *failure to launch* para designarlo (Mykyta, 2012; Bell et al., 2007). Resulta interesante también la aportación de Walther (2006), que usaron metafóricamente el término *transiciones yo-yo*

para referirse al periodo de tiempo entre la juventud y la edad adulta, caracterizado por ser largo y plagado de irregularidades. Por su parte, [Huinink y Konietzka \(2000\)](#) afirman que no sólo la edad afecta a la tasa de abandono del hogar de los progenitores, sino también a otros acontecimientos del curso de la vida, a los estatus y a la duración de los estatus. En este contexto, los autores hablan de relojes múltiples ([Huinink y Konietzka, 2000:7](#)).

Desde la perspectiva del ciclo vital, se reconoce la posibilidad de reversión de transición que supone esa vuelta al hogar de origen ([Shanahan, 2000](#)). Así, el punto en el que se encuentra un individuo en su ciclo vital es muy importante; no obstante, hay una multiplicidad de factores que influyen y determinan estos acontecimientos. Además, las causas que impulsan a los jóvenes a salir fuera de su hogar familiar no suelen ser las mismas que las que los impulsan hacia atrás ([South y Lei, 2015](#)). Estos factores y acontecimientos como el retraso de la emancipación y el aumento de jóvenes boomerang conllevan un cambio en el ciclo vital familiar ([Hartung y Sweeney, 1991](#)).

### **Factores que influyen en la decisión de retorno**

En el caso español, el aumento progresivo tanto de la edad en la que se emancipan los jóvenes como del número de jóvenes que tras emanciparse regresan a su hogar se debe, entre otras causas, a las continuas dificultades del acceso al mercado inmobiliario, propiciadas por la subida en los precios de compraventa y de alquileres de la vivienda y, sobre todo, al mal posicionamiento de los jóvenes frente al mercado laboral, que impide alcanzar una emancipación económica tal y como para poder acceder a una vivienda de forma autónoma ([Consejo de la Juventud de España, 2015](#)).

Otros factores macro como puede ser el tipo de Estado de Bienestar también influyen en la probabilidad de regreso de los jóvenes; cuando los regímenes se caracterizan por una fuerte orientación familiar en el intercambio de apoyo, aumenta la probabilidad de regresar a la coresidencia. Lo contrario ocurre en regímenes más orientados al Estado de bienestar, donde existe apoyo alternativo junto con expectativas culturales más fuertes a cerca de cursos de vida autónomos más individualistas ([Arundel y Lennartz, 2017](#)). Concretamente, estos mismos autores observaron que las propensiones de retorno más altas se dieron entre los contextos familiares del sur de Europa, mientras que las probabilidades más bajas fueron evidentes en contextos de apoyo estatal más fuerte.

Respecto a los factores individuales que influyen en la probabilidad del retorno al hogar de los progenitores, son muchos los señalados por investigaciones anteriores. En primer lugar, respecto a la edad, [Beaupré et al. \(2008\)](#), [Berngruber \(2015\)](#) y [Goldscheider y Goldscheider \(1999\)](#) indican que, a mayor edad, menor es el riesgo de retorno al hogar de los progenitores.

El sexo no se muestra como factor influyente en el retorno ([South y Lei, 2015](#)), aunque algunos investigadores como [Mitchell et al. \(2000\)](#) observan ciertas diferencias; por su parte, señalan que el varón tiene mayor probabilidad de regresar al hogar familiar. Sin embargo, sí lo es en lo que respecta al retorno tras la disolución de una pareja. Otros como [Ongaro et al. \(2009\)](#), [Sullivan \(1986\)](#) y [Sandberg-Thoma et al. \(2015\)](#) indican que los varones, una vez emancipados, tienen una mayor probabilidad de regresar al hogar de sus progenitores con respecto a las mujeres, sobre todo en los casos en los que dichos jóvenes tienen hijos. Por otra parte, otros como [Blaauboer y Mulder \(2010\)](#) inciden en que, tras la disolución de la pareja, es muy probable que las madres jóvenes vuelvan a vivir con sus progenitores para recibir ayuda con la crianza de los hijos.

El nivel formativo también aparece como variable significativa en la literatura del retorno al hogar familiar. [Beaupré et al. \(2008\)](#), [Berngruber \(2015\)](#), [Stone et al. \(2014\)](#) y [South y Lei \(2015\)](#) indican que emanciparse por razones formativas aumenta la probabilidad de retorno. [Newman \(2013\)](#) señala que los jóvenes con un grado formativo alto tienen mayor probabilidad

de regresar al hogar de sus progenitores. Por su parte, [Sassler et al. \(2008\)](#) inciden en que la necesidad de continuar con la formación promueve a los jóvenes a regresar al hogar familiar.

Profundizando en la situación laboral, el hecho de tener un empleo regular o permanente disminuye la probabilidad de retorno ([Berngruber, 2015](#); [Sassler et al., 2008](#) y [Goldscheider y Goldscheider, 1999](#)). Por su parte, estos autores observan que el retorno al hogar familiar por parte de aquellos jóvenes que marcharon por causas laborales (para aceptar un empleo, por ejemplo), no ha contribuido de forma significativa al aumento general del regreso al hogar de origen. Con respecto a los recursos económicos disponibles, a mayor capacidad de ser financieramente independiente, menor es el riesgo de regreso ([Sassler et al., 2008](#)).

Tener o no pareja también es señalado como factor influyente en el hecho de regresar al hogar de los progenitores. [Berngruber \(2015\)](#) indica que el hecho de convivir con una pareja y de haber formado un matrimonio hace menos probable el regreso al hogar de los progenitores. [Goldscheider y Goldscheider \(1999\)](#) y [South y Lei \(2015\)](#) señalan que las rupturas entre parejas o matrimonios en los jóvenes aumentan la probabilidad de retorno al hogar de sus progenitores.

Las relaciones del hogar, concretamente entre padres e hijos, influyen en la decisión de regreso. Según [Berngruber \(2015\)](#), el hecho de que ambas partes tengan buena relación o bien ésta se caracterice por ser conflictiva, es un factor determinante en el hecho de regresar. Por otra parte, [South y Lei \(2015\)](#) advierten que los jóvenes que informan estar emocionalmente cerca de sus madres tienen más probabilidades de regresar al hogar de sus progenitores.

Muchos investigadores señalan, por otra parte, que la etnia u origen de los jóvenes influye en la probabilidad de que un joven regrese a su hogar de origen ([Mitchell, 2004](#); [Beaupré et al., 2008](#); [Berngruber, 2015](#); [Britton, 2013](#); [Gee et al., 1995](#); [Mitchell et al., 2000](#) y [Sandberg-Thoma et al., 2015](#)).

La clase social aparece también como variable influyente en el retorno al hogar de los progenitores, como señalan [Aassve et al. \(2002\)](#), [Furlong y Cartmel \(1997\)](#) y [Iacovou \(2010\)](#).

Atendiendo a otras circunstancias, [South y Lei \(2015\)](#) señalan que el hecho de ser víctima de violencia física y/o sexual aumenta la probabilidad de que los jóvenes regresen a su hogar de origen. Por otra parte, [Sandberg-Thoma et al. \(2015\)](#) señalan que es más probable que los jóvenes regresen al hogar de sus progenitores si consumen drogas y alcohol de forma habitual.

Finalmente, respecto a la salud de los progenitores, [South y Lei \(2015\)](#) indican que es más probable que retornen los jóvenes cuando uno de los padres tiene mala salud.

Con respecto a los factores que se señalan como no influyentes al hecho de que los jóvenes retornados, [South y Lei \(2015\)](#) indican que el hecho de haber tenido algún/a hijo/a no influye en la probabilidad de retorno. No obstante, [Stone et al. \(2014\)](#) indican que las madres cuyas relaciones se disolvieron recientemente regresan al hogar de sus progenitores en mayor medida, aunque lo atribuyen en cierta medida a las políticas de vivienda de Gran Bretaña. Por otra parte, [South y Lei \(2015\)](#) también señalan que la ayuda económica de los progenitores no tiene ningún efecto en la probabilidad de regreso.

## HIPÓTESIS, VARIABLES Y METODOLOGÍA

Las hipótesis del estudio se han diseñado a partir de algunas de las variables que influyen en la decisión de retorno al hogar familiar que se han expuesto en el repaso bibliográfico anterior. Además, mencionar que, a pesar de que España y concretamente Andalucía son

contextos distintos a los estudiados en las referencias (otro papel del Estado de Bienestar, más desempleo, etc.), es la única información con la que se cuenta al respecto. Las hipótesis son, pues, las siguientes:

- H1. A mayor edad de los jóvenes, menor es la probabilidad de retorno al hogar de sus progenitores.
- H2. El sexo de los jóvenes no influye en el hecho de tomar la decisión de regresar al hogar familiar.
- H3. El nivel de estudios finalizado por los jóvenes influye en la decisión de retorno; concretamente, los que disponen de un nivel de estudios más alto tienen una mayor probabilidad de regresar al hogar familiar.
- H3.1. Por otra parte, la intención de seguir estudiando por parte de los jóvenes que en algún momento han dejado de hacerlo, se relaciona con una mayor probabilidad de retorno.
- H4. Tener un contrato fijo implica una menor probabilidad de que los jóvenes regresen al hogar de sus progenitores.
- H5. Tener pareja estable disminuye la posibilidad de que un joven regrese al hogar familiar tras haberse emancipado.
- H6. Los jóvenes emancipados con descendencia tienen menos probabilidad de retornar al hogar familiar.
- H7. Haber sido víctima de algún tipo de violencia en alguna ocasión (de género, bullying, cyberbullying, sexting o grooming) aumenta la probabilidad de que un joven emancipado regrese al hogar de sus progenitores.
- H8. Los jóvenes que tienen dependencia a ciertas sustancias (consumo habitual de alcohol, cannabis u otras sustancias estupefacientes) tienen más riesgo de regresar al hogar de sus progenitores.
- H9. Dependiendo de las razones o motivaciones por las que los jóvenes retornados dicen haber regresado a su hogar familiar, se pueden visibilizar una serie de perfiles.

Así, esta investigación analiza el fenómeno de los jóvenes boomerang en Andalucía, partiendo, en primer lugar, de los condicionantes socioeconómicos que afectan a la decisión de regresar al hogar familiar tras haberse independizado residencialmente. En segundo lugar, se pretende conocer qué características de los jóvenes se adhieren a un tipo de retorno u otro, dependiendo de la causa principal señalada por la que se ha regresado a dicho hogar. Para conseguir los objetivos propuestos se ha utilizado una metodología cuantitativa. En cuanto a la técnica de producción de datos, se ha realizado una explotación de datos procedentes de la encuesta llevada a cabo para la elaboración del Diseño del III Plan Integral de Juventud de Andalucía (2017).

Esta encuesta utiliza un muestreo polietápico estratificado. La muestra representativa asciende a 1.981 jóvenes de 14 a 35 años con reparto proporcional a la población de cada provincia (siguiendo criterios de dispersión geográfica), distribuidos por toda la comunidad autónoma andaluza, y seleccionados siguiendo cuotas de edad, sexo y tamaño de municipio. Para un nivel de confianza del 95,5% (2 sigmas), en el caso más desfavorable ( $p = q = 0.50$ ) y en el supuesto de muestreo aleatorio simple, el error es del  $\pm 1,8\%$  para el conjunto de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Respecto a la muestra seleccionada para la investigación, se han seleccionado 1.710 sujetos de entre 18 y 35 años. Se considera abordar el análisis hasta la edad de 35 años como



suficiente para contemplar el retraso de la marcha del hogar familiar. Se ha seleccionado ese amplio intervalo de edad tras una revisión exploratoria sobre la edad de emancipación de los jóvenes, en la que se ha comprobado que ésta se sitúa más el último intervalo de edad que en el de 18 a 24 años.

El uso del análisis descriptivo ha permitido observar las frecuencias de las diversas variables de interés en esta investigación. Por otro lado, para obtener los resultados se ha llevado a cabo un modelo de retorno mediante una regresión logística binaria. De esta forma se observa la probabilidad que tienen los jóvenes en función de una serie de características sociodemográficas (variables independientes) de haber regresado al hogar de sus progenitores, habiéndose emancipado en una o más ocasiones (variable dependiente). A partir de dicho análisis se controlan cada una de las variables independientes, absteniéndolas de ser influenciadas por posibles alteraciones que puedan provocar las demás variables en las mismas, obteniendo los resultados provenientes de los efectos marginales. En segundo lugar, se ha realizado un análisis de correspondencias múltiples con el fin de concretar una serie de perfiles en relación a los jóvenes retornados con la razón explícita señalada de haber regresado con sus progenitores. Para ello se han utilizado dos dimensiones.

### **Variable dependiente y variables independientes**

A partir de la pregunta de la encuesta “¿En alguna ocasión te has emancipado?”, dirigida a todos aquellos jóvenes que conviven con sus progenitores para averiguar si en algún momento previo se han lanzado a la formación de un hogar propio, se pretende conocer qué jóvenes han llevado a cabo el movimiento de retorno en una o más ocasiones.

Sin embargo, para llevar a cabo este análisis, no nos interesa comparar a estos jóvenes con aquellos que viven con sus progenitores; lo que se pretende conocer es qué factores influyen en que un joven emancipado regrese con su familia. Por ello, se ha creado una nueva variable dicotómica que tiene en cuenta a aquellos jóvenes que son independientes residencialmente y, por otro lado, aquellos que, tras haberse independizado, han retornado. De esta forma, contamos con un total de 1.027 jóvenes en una de las dos categorías; 178 son jóvenes boomerang, mientras que el resto siguen emancipados<sup>1</sup>. Así, la variable dependiente adquiere dos valores: “1” para aquellos jóvenes que han retornado en una o más ocasiones, y “2” para los que se han emancipado en algún momento anterior a la encuesta y que siguen conviviendo independientes de sus familiares, en lo que respecta a la residencia.

Con respecto a las variables independientes utilizadas para el análisis, se han seleccionado de acorde con la revisión bibliográfica llevada a cabo, con el fin de cumplir con los objetivos de investigación y, de acorde con las hipótesis planteadas descritas anteriormente. Cada una de ellas hacen referencia a una serie de características que atañen a los jóvenes encuestados, lo que permitirá conocer cuáles de ellas repercuten en el fenómeno del retorno y en qué dirección. Así, las variables utilizadas como independientes son las siguientes:

El *sexo*, cuyas categorías son: “varón” y “mujer”.

La *edad*, escogiendo tres intervalos que oscilan entre 18 y 35 años. El “primer tramo de edad” agrupa las edades de 18 a 24 años, el “segundo tramo de edad” hace referencia a las edades comprendidas entre 25 y 29 años y, finalmente, el “tercer tramo de edad” se ocupa de las edades que van desde los 30 años a los 35.

El *nivel de estudios*, introduciendo cada una de las categorías como variable dummy para su posterior análisis de regresión, las cuales son:

<sup>1</sup> Se considera a un joven como no independizado residencialmente a aquel/la que vive con sus progenitores o con uno de ellos, así como también con otros familiares o parientes. Por otra parte, se considera como no independizado residencialmente a aquel/la que vive solo/a con hijo/a/s, con su pareja (con o sin hijo/a/s) o con otra/s persona/s no emparentada/s.

- 1) “Estudios primarios”, que contempla a todos aquellos jóvenes que han finalizado su etapa formativa antes de terminar la Educación Secundaria Obligatoria; es decir, que se encuentren en una de estas tres categorías: no saber leer ni escribir, estudios primarios o sin finalizar la Educación Secundaria Obligatoria.
- 2) “Estudios secundarios”, incorporando aquellas categorías que corresponden a la finalización de los siguientes estudios: Educación Secundaria Obligatoria, Bachiller y Grado Medio (Formación Profesional).
- 3) “Estudios superiores”, los cuales contienen a aquellos jóvenes que tienen como mínimo uno de los siguientes formativos: Grado Superior (Formación Profesional), Diplomatura, Licenciatura o Grado, Máster y Doctorado.

En el caso de los jóvenes que no están estudiando, se incorpora la *intención de seguir estudiando* como variable a analizar. Esta se divide en las categorías “tener intención de seguir estudiando” o “no tener intención de seguir estudiando”.

El *tipo de contrato*, cuyas categorías se desdoblan en “contrato fijo”, que incorpora las categorías de ser fijo indefinido y fijo discontinuo; “contrato eventual” y “sin contrato”, que además de tener en cuenta a aquellos jóvenes que están trabajando sin contrato, contemplan a aquellos que lo hacen en calidad de prácticas formativas.

Respecto al hecho de *tener pareja estable* como variable a analizar, se incorpora por medio de las categorías “tener pareja estable” o “no tener pareja estable”.

Se integra la variable relativa a *tener hijos* a través de las categorías “tener hijos” o “no tener hijos”.

Atendiendo a comportamientos que impliquen violencia, se han recodificado una serie de variables para crear una variable dicotómica que tenga en cuenta, por un lado, a aquellos jóvenes que se han visto involucrados, en al menos una ocasión, en alguna situación que implique violencia con respecto a la violencia en general, el bullying, el ciberbullying, el sexting y el grooming (valor “1”) y, por otro lado, a aquellos que nunca se han visto afectados por ello (valor “0”).

Finalmente, se han recodificado una serie de variables para crear una variable dicotómica en relación al consumo habitual de una serie de sustancias: cannabis, alcohol y sustancias estupefacientes varias. Por una parte, adquieren el valor “1” aquellas categorías que indican un consumo a diario, casi a diario o los fines de semana, de las sustancias señaladas. Por otra parte, adquieren el valor “0” las categorías que señalan un consumo menor, realizado de forma ocasional o nunca.

En la [Tabla 1](#) se observa en primer lugar que, así como la cantidad de jóvenes emancipados aumenta conforme lo hace la edad, en el caso de los jóvenes retornados, el mayor porcentaje hace referencia a aquellos que forman parte del segundo intervalo de edad (25-29 años). Con respecto al sexo, a priori no se observan diferencias significativas; es mayor en ambos casos el porcentaje de mujeres debido a que son más numerosas en términos absolutos.

El nivel de estudios no muestra diferencias significativas; sin embargo, la intención de seguir estudiando se da en mayor medida en jóvenes que han regresado al hogar de sus progenitores que en aquellos que continúan emancipados. ¿Dicha intención de proseguir con los estudios será causa o consecuencia del retorno?

El hecho de tener un contrato eventual o bien trabajar sin estar contratado, tal y como se observa en los porcentajes de la [Tabla 1](#), se aproximan más a los jóvenes retornados que a los emancipados.



Con respecto al hecho de tener pareja estable, el porcentaje entre los jóvenes que tienen o no en el caso de los retornados es muy similar, mientras que en el caso de los jóvenes que continúan emancipados, son muchos más los que tienen pareja. De ello se podría deducir que sigue siendo la pareja el motivo principal por el que los jóvenes se emancipan en el Sur de Europa.

Si observamos los jóvenes que tienen o no descendencia, se observa que es mayor el porcentaje de jóvenes con hijos que están emancipados de los que no lo están. Sin embargo, parece una cifra considerable la de jóvenes con hijos que han regresado al hogar familiar.

Finalmente, se observa que a nivel porcentual son más los jóvenes retornados, con respecto a los emancipados, los que han vivido en alguna ocasión una situación considerada como violenta, así como también los que consumen alcohol, cannabis y/u otras sustancias estupefacientes.

**Tabla 1.** Características sociodemográficas de los jóvenes encuestados que se han emancipado en una o más ocasiones, según si han regresado en alguna ocasión o no al hogar de sus progenitores

		Jóvenes retornados	Jóvenes emancipados
<b>Total de la muestra</b>		<b>178 (17.33%)</b>	<b>849 (82.67%)</b>
Intervalo de edad	18-24 años	43 (24.85%)	141 (17.24%)
	25-29 años	78 (45.09%)	289 (35.33%)
	30-35 años	52 (30.06%)	388 (47.43%)
Sexo	Varón	76 (42.70%)	394 (46.40%)
	Mujer	102 (57.30%)	455 (56.60%)
Nivel de estudios	Estudios primarios	46 (26.74%)	104 (12.66%)
	Estudios secundarios	61 (35.46%)	348 (42.33%)
	Estudios superiores	65 (37.80%)	370 (45.01%)
Intención de seguir estudiando	Sí	40 (31.50%)	74 (10.71%)
	No	87 (68.50%)	617 (89.29%)
Tipo de contrato	Fijo	53 (34.41%)	401 (56.80%)
	Eventual	78 (50.65%)	262 (37.11%)
	Sin contrato	23 (14.94%)	43 (6.09%)
Tener pareja estable	Sí	81 (45.50%)	602 (70.91%)
	No	97 (54.50%)	247 (29.09%)
Tener hijo/a/s	Sí	41 (23.03%)	358 (42.17%)
	No	137 (76.97%)	491 (57.83%)
Implicación en actos violentos	Sí	49 (27.53%)	151 (17.78%)
	No	129 (72.47%)	698 (82.22%)
Consumo habitual de alcohol, cannabis o sustancias estupefacientes	Sí	78 (45.35%)	216 (25.50%)
	No	94 (54.65%)	631 (74.50%)

*Fuente:* elaboración propia a partir de los datos del Diseño del III Plan Integral de Juventud de Andalucía (2018).

## RESULTADOS

En esta sección, en primer lugar, se exponen los resultados obtenidos mediante una regresión logística binomial (Tabla 2). Con ello se pretende conocer la probabilidad de que ocurra el fenómeno señalado por la variable dependiente (regresar al hogar de los progenitores una vez emancipados) frente a la probabilidad de que no ocurra, dependiendo de una serie de variables independientes. Se observa que la bondad de ajuste es apta para obtener conclusiones, ya que el test Chi-cuadrado, que testea si los modelos son globalmente significativos, arroja un p-valor de 0,000. En segundo lugar, se aportan los resultados derivados de los efectos marginales, lo que permite conocer en qué dirección se establece cada una de las relaciones entre la variable dependiente y las independientes y, de esta forma, concretar el análisis. Por último, se expone un mapa derivado de un análisis de correspondencias múltiples (Figura 1), lo que permite agrupar una serie de características de los jóvenes (categorías de las variables independientes: edad, nivel educativo, tipo de contrato, etc.), incluyendo como variable principal la razón por la que se ha retornado, con el fin de establecer una serie de perfiles concretos relativos a los jóvenes estudiados.

En primer lugar, con respecto al tramo de edad analizado, se ha tomado como categoría de referencia el tercero (31-35 años). Se observa en la Tabla 2 que esta variable no es significativa para el primer intervalo de edad (18-24 años), mientras que sí lo es en el segundo (25-29 años). A partir de los datos obtenidos, se puede afirmar que, a mayor edad, menor es la probabilidad de regresar al hogar familiar, tal y como indican investigadores como [Beaupré et al. \(2008\)](#), [Bergruber \(2015\)](#) y [Goldscheider y Goldscheider \(1999\)](#), por lo que se acepta la hipótesis H1. Por su parte, los efectos marginales indican que tener entre 18 y 24 años implica un 2,5% menos de probabilidad de que un joven retorne, mientras que es un 3,7% menos en el caso de los jóvenes de 25 a 29 años.

En segundo lugar, al tratar el sexo se ha escogido la categoría “mujer” como referencia. Tal y como se observa en la Tabla 2, la variable sexo tiene una relación significativa con la variable dependiente. Concretamente, los varones tienen un 5,9% menos de probabilidad de convertirse en jóvenes retornados tras haberse emancipado. Así, la hipótesis H2., que indicaba inexistentes diferencias al respecto en función del sexo, es rechazada. Así como señalaron Mitchell et al. (2000), ser varón implica una mayor probabilidad de regresar al hogar familiar. Sería interesante conocer si esto ocurre de la misma forma en el caso de los jóvenes retornados debido a una disolución de pareja, puesto que [Blaauboer y Mulder \(2010\)](#) indican ser la mujer la que regresa en mayor medida a los hogares de sus progenitores. A pesar de que no contamos con muchos casos, se observa que son 25 las jóvenes retornadas tras una disolución de pareja, mientras que son 14 los varones. Por tanto, no se puede confirmar nada, pero sí cabe pensar que tal tendencia podría darse en mayor o menor medida.

Con respecto al nivel de estudios, tomando como referencia la categoría “estudios superiores”, se observa que la etiqueta “estudios primarios” sí tiene una relación estadísticamente significativa con el hecho de retornar; no ocurre lo mismo con los estudios secundarios, donde el nivel de significación no prueba dicha relación. A grandes rasgos, se advierte que, a mayor nivel de estudios, menor es la probabilidad de regresar al hogar familiar, por lo que ocurre lo contrario señalado en la hipótesis H3.; se rechaza la hipótesis. No ocurre lo señalado por [Newman \(2013\)](#); si bien es cierto que, teniendo en cuenta los estudios superiores (tomando como referencia, de esta forma, los estudios primarios como último nivel formativo completado), puede que sí se produzca el hecho de que, a mayor nivel de estudios, menor sea la probabilidad de retornar. Específicamente, haber finalizado la etapa formativa en un nivel de estudios primarios implica un 14,7% más de probabilidad de retorno, mientras que haber finalizado los estudios secundarios y no haber proseguido con la etapa formativa supone un 3% más de probabilidad en dicho regreso.

Por su parte, que un joven que, una vez finalizada su etapa formativa (sea cual sea el nivel), tenga intención de proseguir con sus estudios, entre los jóvenes que son independientes residencialmente, tienen un 9,9% más de probabilidades de regresar al hogar de sus progenitores. De esta forma, se acepta la hipótesis H3.1., la cual indicaba dicha relación, tal y como señalaron en su momento [Sassler et al. \(2008\)](#).

Con respecto al tipo de contrato de los jóvenes, tomando como referencia la categoría de “contrato eventual o temporal”, aquellos que disponen de un contrato fijo tienen un 8,2% menos de probabilidades de acabar siendo retornados. Por tanto, se acepta la hipótesis H4. Por otra parte, aquellos que trabajan sin contrato, todo y que no existe una relación significativa entre esta categoría y la variable dependiente, implican un 1% más de probabilidad de regresar. Así, una mayor estabilidad laboral y, en consecuencia, económica, lejos de favorecer el retorno de los jóvenes al hogar familiar, reduce dicha posibilidad, tal y como señalan [Berngruber \(2015\)](#), [Sassler et al. \(2008\)](#) y [Goldscheider y Goldscheider \(1999\)](#).

**Tabla 2.** Modelo de regresión logística binaria; jóvenes retornados andaluces de 18 a 35 años

	Jóvenes retornados de 18 a 35 años		
	P >  z	Coef.	Probabilidades efectos marginales
<b>Tramo de edad</b>			
18-24 años	0.685	0.1509512	-2.5%
25-29 años	0.055	0.5278861*	-3.7%*
30-35 años	-	-	-
<b>Sexo</b>			
Varón	0.007	-0.7266311***	-5,9%***
Mujer	-	-	-
<b>Nivel de estudios</b>			
Estudios primarios	0.000	1.272344***	14.7%***
Estudios secundarios	0.223	0.3607378	3.0%
Estudios superiores	-	-	-
<b>Intención seguir estudiando</b>	0.004	0.9255632***	9.9%***
<b>Tipo de contrato</b>			
Contrato fijo	0.011	-1.098938***	-8,2%***
Contrato eventual	-	-	-
Sin contrato	0.780	-0.1152529	1.0%
<b>Tener pareja estable</b>	0.000	-1.43916***	-15.9%***
<b>Tener hijo/a/s</b>	0.000	-1.471954***	-11.4%***
<b>Víctima violencia</b>	0.000	1.116311***	11.9%***
<b>Consumo habitual de alcohol, cannabis o drogas</b>	0.008	0.688509***	6.5%***

N=699

Pseudo R<sup>2</sup>= 0.2610

P-valor: \*\*\* p<0,01 \*\* p<0,05 \* p<0,1

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Diseño del III Plan Integral de Juventud de Andalucía (2018).

Aquellos jóvenes emancipados que tienen una pareja estable, tienen un 15,9% menos de probabilidad de retornar al hogar familiar que aquellos que no la tienen, como bien indica [Berngruber \(2015\)](#); de ahí se observa la gran importancia de la emancipación en España por razones asociadas con la formación de un hogar compartido en pareja. Por otra parte, los jóvenes que tienen hijo/a/s tienen un 11,4% menos de probabilidad de retorno que aquellos que no tienen descendencia, al contrario de lo que indicaban [South y Lei \(2015\)](#). Así, podemos aceptar las hipótesis H5. y H6.

Con respecto a los jóvenes que han sido, al menos en una ocasión, víctimas de situaciones violentas -tal y como violencia de género, bullying, ciberbullying, sexting y grooming-, estos tienen un 11.9% más de probabilidades, con respecto a los que no lo han sufrido, de regresar al hogar de sus progenitores, así como señalaban [South y Lei \(2015\)](#), de forma que la hipótesis H7. se acepta.

Finalmente, un consumo habitual de alcohol, cannabis u otras sustancias estupefacientes -es decir, todas las semanas-, implica que dicho joven tenga un 6,5% más de probabilidades de regresar a su hogar familiar, lo que ya fue advertido por [Sandberg-Thoma et al. \(2015\)](#), por lo que también se acepta la última hipótesis planteada (H8.).

Profundizando en dicho retorno al hogar familiar, nos cuestionamos las razones por las que estos jóvenes han llevado a cabo esta reversión en su transición hacia la adultez, la que pasa, entre otras cuestiones, por la emancipación residencial. Así, se les ha preguntado por la razón principal por la que han regresado, siendo la insuficiencia de recursos económicos (31%) la más señalada. Seguidamente, un 21,5% de los jóvenes indican haberlo realizado para retomar o continuar con los estudios, mientras que un 19,5% menciona el hecho de haber disuelto una relación de pareja como principal motivación. Seguidamente, un 14,5% señalan directamente la falta de empleo y un 5,5% describen el retorno como resultado de una búsqueda de mayor confort y comodidad en el hogar de sus progenitores. Finalmente, solo un 2% apuntan que han regresado para ayudar a sus familias por alguna cuestión en concreto.

A continuación, se observan en la [Figura 1](#) cuatro agrupaciones significativas, atendiendo a la elaboración de perfiles según las características de los jóvenes en cuestión con respecto a la razón principal de retorno. El hecho de que en España sean escasos los datos al respecto y el interés por comprender en mayor medida el fenómeno de los *boomerang kids*, ha llevado a que se profundice en ello, teniendo en cuenta las limitaciones de la base de datos con la que se ha trabajado.

En primer lugar, los jóvenes que han retornado debido a una insuficiencia de recursos, que a su vez se asocian con aquellos que lo han hecho por falta de empleo, son tanto varones como mujeres, aunque quizás los primeros en mayor medida, de entre 25 y 30 años. A su vez, dicho perfil se asocia con el hecho de tener un contrato eventual o temporal, lo que explica que en cierto momento se pueda llevar a cabo el proceso de emancipación, pero no mantenerse independizado.

A continuación, se observa otra agrupación que relaciona a aquellos jóvenes que han regresado al hogar de sus progenitores por razón de estudios con aquellos que tienen estudios superiores como último nivel formativo finalizado. Se puede deducir de ello que ciertos jóvenes, tanto con estudios secundarios como ya con estudios superiores, regresan para continuar con su proceso formativo y, de esta forma, optar en un futuro por un empleo más estable y menos precario. Nos encontramos en esta ocasión con la prolongación del periodo formativo y el consecuente retraso emancipatorio como fenómeno definitivo -culminación de la transición juvenil-.

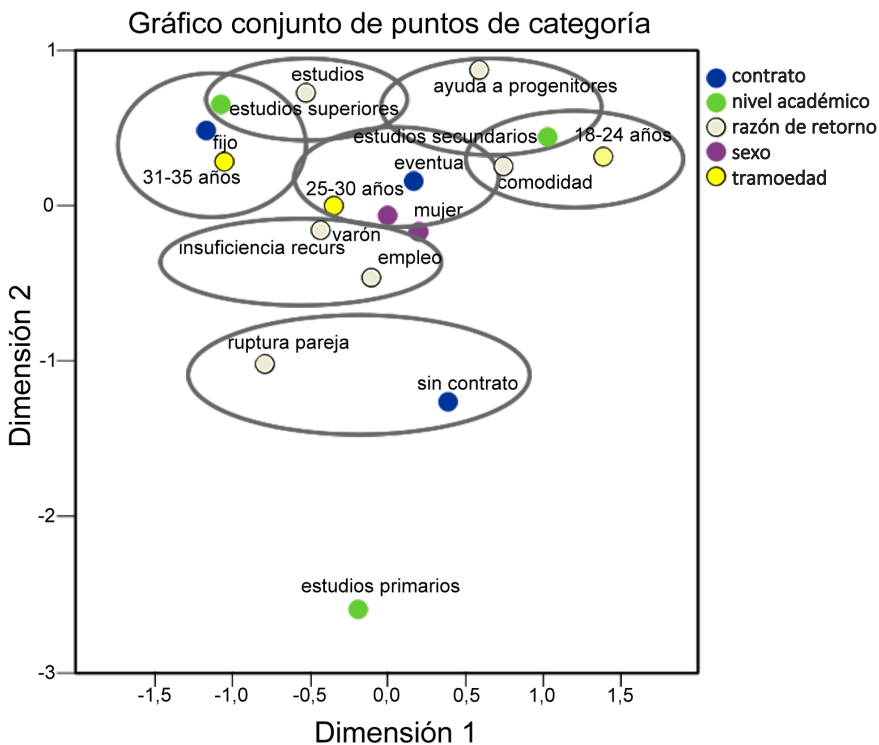
Sin embargo, aparece otro perfil relacionado con aquellos jóvenes con estudios superiores; aquellos que tienen un contrato fijo y edades comprendidas entre 31 y 35 años. Por

tanto, parece que, a tenor de lo anteriormente comentado, dicha prolongación de la etapa formativa culmina, a edades más avanzadas y con un empleo más estable y regular.

Otra agrupación aparente relacionada con aquellos jóvenes que tienen un nivel de estudios secundarios como máximo, se vincula al hecho de regresar al hogar de los progenitores en búsqueda de una mayor comodidad, sobre todo relacionada con aspectos económicos -en el hogar familiar se pueden permitir ciertos gastos propios que, emancipados, no pueden- y aspectos vinculados al día a día en el hogar -encontrarse la comida hecha, no tener que limpiar, etc.-. De la misma forma, dicho perfil se relaciona con aquellos jóvenes de edad más temprana; de entre 18 y 24 años.

Finalmente, una última agrupación vincula a aquellos jóvenes que han regresado al hogar de sus progenitores debido a una ruptura con su pareja con aquellos que trabajan sin contrato. Por tanto, es evidente que la causa indirecta de dicho retorno es económica; con un contrato precario y unas condiciones laborales inciertas y limitadas, una emancipación llevada a cabo con el apoyo de un segundo miembro -la pareja-, resulta imposible de mantener una vez se ha roto dicha relación sin que cambien esas condiciones socioeconómicas.

**Figura 1.** Análisis de correspondencias; agrupaciones y perfiles de jóvenes retornados en función de la razón principal de regreso



*Fuente:* elaboración propia a partir de los datos del Diseño del III Plan Integral de Juventud de Andalucía (2018).

## CONCLUSIONES

El objetivo primordial de esta investigación consiste en conocer los factores que influyen en la probabilidad de que un joven regrese al hogar de sus progenitores, así como también percibir en qué dirección van las relaciones existentes entre variables. Por otro lado, se pretende conocer de qué jóvenes estamos hablando dependiendo de las razones por las que han retornado. Con ello se está tratando un fenómeno muy atractivo en actualidad, investigado en diversos países; sin embargo, en España son pocos los estudios llevados a cabo sobre ello, entre otras cuestiones debido a la inexistencia de datos cuantitativos al respecto. Así, a pesar de que muchas de las relaciones entre variables encontradas son a priori obvias, resulta ser un paso inicial imprescindible para abordar este fenómeno. Otro punto a tener en cuenta radica en el hecho de que se está analizando una base de datos de la juventud andaluza actual (último trimestre de 2017), todavía no explotada y utilizada para llevar a cabo el diseño del III Plan Integral de Juventud de Andalucía.

¿Qué factores influyen en dicha probabilidad de retorno? Se ha comprobado que las variables independientes introducidas en el análisis tienen cierta relación con la variable dependiente. Así, la probabilidad de que un joven regrese al hogar de sus progenitores disminuye conforme avanza la edad. Las mujeres aparecen con cierta mayor propensión a retornar, con respecto a los varones. Con respecto al nivel de estudios, a mayor formación, menor es la probabilidad de retorno, así como la intención de seguir estudiando en el caso de jóvenes emancipados incrementa dicha tendencia al regreso. Por otra parte, la estabilidad en el empleo y la reducción de la precariedad se asocia a una menor probabilidad de retorno, así como también el hecho de tener pareja estable y/o tener descendencia. Finalmente, el hecho de haber sido víctima de algún tipo de violencia aquí contemplado, o bien consumir cannabis, alcohol u otras sustancias estupefacientes de forma habitual, incrementan la propensión de regresar al hogar de los progenitores.

Una vez llevado a cabo dicho análisis, resulta evidente cuestionarse las causas principales de dichos retornos. Las causas económicas -falta de recursos y de empleo- son las más habituales, así como también el retorno por razón de continuar con el proceso de formación. Sin embargo, también resulta considerable el número de jóvenes que han regresado al hogar familiar debido a una ruptura con su pareja, lo que sigue evidenciando la importancia de la emancipación relacionada con la formación de una nueva familia en los países del sur de Europa. Otros porcentajes más reducidos hacen referencia al retorno en búsqueda de una mayor comodidad, así como también como forma de apoyo a los progenitores.

Con respecto a los perfiles contemplados al respecto, se han observado una serie de agrupaciones, entre las que destacan algunas de ellas. En primer lugar, los jóvenes que han retornado debido a una insuficiencia de recursos o por falta de empleo, son tanto varones como mujeres, aunque quizás los primeros en mayor medida, de entre 25 y 30 años. A su vez, dicho perfil se asocia con el hecho de tener un contrato eventual. Otra agrupación relaciona a jóvenes que han regresado por razón de estudios con aquellos que tienen estudios superiores como último nivel formativo finalizado. Sin embargo, aparece otro perfil relacionado con aquellos jóvenes con estudios superiores; aquellos que tienen un contrato fijo y edades comprendidas entre 31 y 35 años. Otra agrupación aparente relacionada con aquellos jóvenes que tienen un nivel de estudios secundarios como máximo, se vincula al hecho de regresar al hogar de los progenitores en búsqueda de una mayor comodidad. De la misma forma, dicho perfil se relaciona con aquellos jóvenes de edad más temprana; de entre 18 y 24 años. Finalmente, una última agrupación vincula a aquellos jóvenes que han regresado al hogar de sus progenitores debido a una ruptura con su pareja con aquellos que trabajan sin contrato.

Puesto que no existen bases de datos nacionales ni autonómicas que contemplen a los jóvenes retornados de forma directa, este estudio pretende contribuir al análisis de esta temática poco abordada en España de forma cuantitativa, lo cual tendría como última instancia una serie de implicaciones sociopolíticas; al conocer qué colectivos de jóvenes emancipados son los más propensos a retornar al hogar de sus progenitores, se puede concretar un plan de actuación al respecto más individualizado y, en consecuencia, aplicado. De la misma forma, con respecto a las razones por las que se regresa, se observa que la falta de recursos económicos y la prolongación del periodo formativo, así como también la disolución de parejas, son factores a tener cuenta para llevar a cabo próximamente medidas de prevención y ayuda a jóvenes emancipados que pasan a una situación de desempleo, o bien a aquellos que no cuentan con ingresos suficientes para hacer frente a los gastos de un hogar propio tras la ruptura con su pareja, entre otras cuestiones.

Así, próximamente sería muy interesante que estos datos existieran a nivel nacional e incluso autonómico y/o provincial, para estudiar este fenómeno mediante una muestra más cuantiosa y, en consecuencia, representativa. De esta forma, se podrían comparar los resultados ya no solo en un ámbito nacional, sino también con otros contextos para comprobar, tal y como señalan algunos autores, que el fenómeno del retorno varía en función del Estado de Bienestar o el tipo de régimen, entre otras cuestiones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aassve, A., Billari, F. C., Mazzucco, S. y Ongaro, F. (2002). "Leaving Home ain't Easy. A comparative Longitudinal Analysis of ECHP Data". *Journal of European Social Policy*, 12(200211), 259–276. <https://doi.org/10.1177/a028430>
- Arundel, R. y Lennartz, C. (2017). "Returning to the Parental Home: Boomerang Moves of Younger Adults and the Welfare Regime Context". *Journal of European Social Policy*, 27(3), 276–294. <https://doi.org/10.1177/0958928716684315>
- Beaupré, P., Turcotte, P. y Milan, A. (2008). Junior Comes Back Home : Trends and Predictors of Returning to the Parental Home. *Canadian Social Trends*, (11), 28–34.
- Bell, L., Burtless, G., Gornick, J. y Smeeding, T. M. (2007). *Failure to launch: Cross-national trends in the transition to economic independence*. LIS Working Paper Series No. 456.
- Bergruber, A. (2013). *Von Nesthockern und Boomerang Kids. Der Auszug aus dem Elternhaus als ein Schritt im Übergang vom Jugendlichen zum Erwachsenen. Der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg* (en línea). <http://opus4.kobv.de/opus4-fau/frontdoor/deliver/index/docId/5081/file/AnneBergruberDissertation.pdf>, último acceso 15 de abril de 2018.
- Bergruber, A. (2015). "Generation boomerang" in Germany? Returning to the Parental Home in Young Adulthood". *Journal of Youth Studies*, 18(10), 1274–1290. <https://doi.org/10.1080/13676261.2015.1039969>
- Blaauboer, M. y Mulder, C. H. (2010). "Gender Differences in the Impact of Family Background on Leaving the Parental Home". *Journal of Housing and the Built Environment*, 25(1), 53–71. <https://doi.org/10.1007/s10901-009-9166-9>
- Britton, M. L. (2013). Race/Ethnicity, Attitudes, and Living With Parents During Young Adulthood. *Journal of Marriage and Family*, 75(4), 995–1013. <https://doi.org/10.1111/jomf.12042>
- Clemens, A. W. y Axelson, L. J. (1985). The Not-So-Empty-Nest: The Return of the Fledgling Adult. *Family Relations*, 34(2), 259. <https://doi.org/10.2307/583900>



- Consejo de la Juventud de España. (2015). *Observatorio de Emancipación nº 9. Primer trimestre de 2015* (en línea). <http://www.cje.org/es/publicaciones/novedades/observatorio-de-emancipacion-n-9-primer-trimestre-2015/>, último acceso 2 de septiembre de 2018.
- Consejo de la Juventud de España (2017). “Observatorio de Emancipación nº 14” (primer semestre de 2017) (en línea). <http://www.cje.org/es/publicaciones/novedades/observatorio-emancipacion-primer-semester-2017/>, último acceso 21 de diciembre de 2019.
- Eurostat (2017). “Unemployment by sex and age; annual average” (en línea). [https://apps-so.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=une\\_rt\\_a&lang=en](https://apps-so.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=une_rt_a&lang=en), último acceso 23 de diciembre de 2019.
- Furlong, A. y Cartmel, F. (1997). *Young People and Social Change*. Open University Press (en línea). <https://eprints.gla.ac.uk/54420/>, último acceso 23 de enero de 2018.
- Gee, E. M., Mitchell, B. A. y Wister, A. V. (1995). Returning to the Parental “nest:” Exploring a Changing Canadian Life Course. *Canadian Studies in Population*, 22(2), 121–144. <https://doi.org/10.25336/P6WK5T>
- Gentile, A. (2010). De vuelta al nido en tiempos de crisis. Los boomerang kids españoles. *Revista de Estudios de Juventud*, (90), 181–203. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3651155>, último acceso 10 de marzo de 2018.
- Goldfarb, S. F. (2014). Who Pays for the “Boomerang Generation”? A Legal Perspective on Financial Support for Young Adults. *Harvard Journal of Law & Gender*, 37, 45–106. <https://doi.org/10.3366/ajicl.2011.0005>
- Goldscheider, F. y Goldscheider, C. (1994). *Leaving and Returning Home in 20th Century America*. Sage Publications.
- Goldscheider, F. y Goldscheider, C. (1999). *The changing transition to adulthood: leaving and returning home*. Sage Publications.
- Hartung, B. y Sweeney, K. (1991). Why adult children return home. *The Social Science Journal*, 28(4), 467–480. [https://doi.org/10.1016/0362-3319\(91\)90024-X](https://doi.org/10.1016/0362-3319(91)90024-X)
- Huinink, J. y Konietzka, D. (2000). *Leaving Parental Home in the Federal Republic of Germany and the GDR*. Paper presented on the Workshop on “Leaving Home-A European Focus”. Max Planck Institute for Demographic Research Rostock.
- Iacovou, M. (2010). Leaving Home: Independence, Togetherness and Income in Europe. *Advances in Life Course Research*, 15(4), 147–160. <https://doi.org/10.1016/j.alcr.2010.10.004>
- Kaplan, G. (2009). *Boomerang Kids: Labor Market Dynamics and Moving Back Home*. Working Paper Series No. 675. <https://doi.org/10.21034/wp.675>
- Mitchell, B. A. (2004). “Home, but not Alone: Socio-cultural and Economic Aspects of Canadian Young Adults Sharing Parental Households. *Atlantis*, 28(2), 115–125.
- Mitchell, B. A. y Gee, E. M. (1996). “Boomerang kids” and midlife parental marital satisfaction. *Family Relations*, 45(4), 442–448. <https://doi.org/10.2307/585174>
- Mitchell, B. A., Wister, A. V. y Gee, E. M. (2000). Culture and co-residence : An exploration of variation in home-returning among canadian young adults. *Canadian Review of Sociology and Anthropology*, 37(2), 197–222. <https://doi.org/10.1111/j.1755-618X.2000.tb01264.x>
- Mykyta, L. y Bureau, C. U. S. (2012). *Economic Downturns and the Failure to Launch: The Living Arrangements of Young Adults in the United States 1995- 2011*. Milan, Italy.



- Newman, K. S. (2013). *The Accordion Family: Boomerang Kids, Anxious Parents, and the Private Toll of Global Competition*. Boston, MA: Bacon Press.
- Ongaro, F., Mazzuco, S. y Meggiolaro, S. (2009). Economic Consequences of Union Dissolution in Italy: Findings from the European Community Household Panel. *Eur J Population*, 25, 45–65. <https://doi.org/10.1007/s10680-008-9157-7>
- Otters, R. V. y Hollander, J. F. (2015). Leaving Home and Boomerang Decisions: A Family Simulation Protocol. *Marriage and Family Review*, 51(1), 39–58. <https://doi.org/10.1080/01494929.2014.963276>
- Paseluikho, M. A. (2000). *Regrouping at the Parental Home: A grounded Theory of Female Adult Children's Experiences of Returning Home to Live*. Tesis Doctoral, The University of British Columbia.
- Reher, D. S. (1998). Family Ties in Western Europe: Persistent Contrasts. *Population and Development Review*, 203–234. <https://doi.org/10.2307/2807972>
- Sandberg-Thoma, S. E., Snyder, A. R. y Jang, B. J. (2015). Exiting and Returning to the Parental Home for Boomerang Kids. *Journal of Marriage and Family*, 77(3), 806–818. <https://doi.org/10.1111/jomf.12183>
- Sassler, S., Ciambrone, D. y Benway, G. (2008). Are they really mama's boys/daddy's Girls? The Negotiation of Adulthood upon Returning to the Parental Home. *Sociological Forum*, 23(4), 670–698. <https://doi.org/10.1111/j.1573-7861.2008.00090.x>
- Shanahan, M. J. (2000). Pathways to Adulthood in Changing Societies: Variability and Mechanisms in Life Course Perspective. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 667–692. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.667>
- Snyder, K. A. (2014). Globalization and the Changing Course of adulthood. *Contemporary Sociology*, 43(2), 183–186. <https://doi.org/10.1177/0094306114522414c>
- South, S. J. y Lei, L. (2015). Failures-to-launch and Boomerang Kids: Contemporary determinants of leaving and returning to the parental home. *Social Forces*, 94(2), 863–890. <https://doi.org/10.1093/sf/sov064>
- Stone, J., Berrington, A. y Falkingham, J. (2014). Gender, Turning Points, and Boomerangs: Returning Home in Young Adulthood in Great Britain". *Demography*, 51(1), 257–276. <https://doi.org/10.1007/s13524-013-0247-8>
- Sullivan, O. (1986). Housing Movements of the Divorced and Separated. *Housing Studies*, 1(1), 35–48. <https://doi.org/10.1080/02673038608720561>
- Veevers, J. E. y Mitchell, B. A. (1998). Intergenerational exchanges and perceptions of support within "boomerang kid" family environments. *International Journal of Aging and Human Development*, 46(2), 91–108. <https://doi.org/10.2190/PVQP-A0JT-27DP-TF5C>
- Walther, A. (2006). Regimes of youth transitions: Choice, flexibility and security in young people's experiences across different European contexts. *Young*, 14(2), 119–139. <https://doi.org/10.1177/1103308806062737>

## NOTA BIOGRÁFICA


**Marta Donat López** es Licenciada en Sociología. Realización del Máster: “Problemas Sociales; Dirección y Gestión de Programas Sociales” en la Universidad de Granada. Actualmente, investigadora predoctoral y técnica de investigación en el Instituto de Salud Carlos III Escuela Nacional de Sanidad, Madrid). Línea de investigación: juventud, emancipación y retorno, precariedad laboral y relaciones familiares. Actualmente, estudio del consumo de alcohol y sus características socioeconómicas.

**María Dolores Martín-Lagos López** es Profesora Contratada Doctora titular de la Universidad de Granada. Ha trabajado en un Proyecto de Delegación del Gobierno para el Plan Nacional de Drogas. Ha sido técnica de investigación en el Centro de Estudios Andaluces y Profesora en la Universidad de Málaga. Su línea de investigación actual es la educación, el consumo, los jóvenes y la emancipación.

Artículos / Articles

# Corruption Perceptions, Political Distrust, and the Weakening of Political Islam in Iraq

## *Percepciones de la corrupción, desconfianza política, y el debilitamiento del Islam político en Irak*

Mahmoudreza Rahbarqazi   
University of Isfahan, Iran  
m.rahbarqazi@ase.ui.ac.ir

Raza Mahmoudoghli   
University of Mohaghegh Ardabili, Iran  
r\_oghli@uma.ac.ir

Received / Recibido: 01/02/2020  
Accepted / Aceptado: 21/05/2020



### ABSTRACT

Employing the SEM technique, the present study aims to examine the effects of corruption perceptions on political distrust and political Islamization in Iraq. The present study used the Arab Barometer Wave V data provided during 2018–2019. By examining data from 2461 Iraqi citizens, the results revealed that corruption perceptions, on the one hand, increase citizens' perceptions of poor government performance and wrong direction of the country, and it reduces the tendency for a democratic political system on the other hand. The results also showed that citizens' perceptions of corruption indirectly, through the above three mediating variables, increase political distrust in society and negatively affect political Islamization. Citizens' corruption perceptions, therefore, appear to be one of the important reasons that challenge the public's confidence in the institutions and the ruling political ideology.

**Keywords:** corruption perceptions, support for democracy, political distrust, political Islam, Iraq.

### RESUMEN

Empleando la técnica SEM, el presente estudio tiene como objetivo examinar los efectos de las percepciones acerca de la corrupción sobre la desconfianza en la política y en el islamismo político en Irak. El presente estudio utilizó los datos de la quinta oleada del Arab Barometer proporcionados durante los años 2018-2019. Examinando los datos proporcionados por 2461 ciudadanos iraquíes, los resultados revelaron que la percepción de corrupción que, por un lado, aumenta la percepción de la ciudadanía de un desempeño deficiente del gobierno y una mala dirección del país y, por otro lado, reduce la tendencia a un sistema político democrático. Los resultados también mostraron que las percepciones de los ciudadanos sobre la corrupción, a través de las tres variables mediadoras mencionadas, indirectamente aumentan la desconfianza política en la sociedad y afectan negativamente a la islamización política. Las percepciones de corrupción de la ciudadanía, por lo tanto, parecen ser una de las razones clave que desafían la confianza del público en las instituciones y en la ideología política del gobierno.

**Palabras clave:** percepción de la corrupción, apoyo a la democracia, desconfianza política, Islam político, Irak.

\*Autor para correspondencia / Corresponding author: Mahmoudreza Rahbarqazi, m.rahbarqazi@ase.ui.ac.ir  
Sugerencia de cita / Suggested citation: Rahbarqazi, M., Mahmoudoghli, R. (2020). Corruption Perceptions, Political Distrust, and the Weakening of Political Islam in Iraq. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 57-74. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.57>

## INTRODUCTION

Corruption is a serious global phenomenon that is widely observed in developed and developing countries. Surveys show that countries with a democratic socio-economic structure and institutional arrangements are likely to experience less corruption and that corruption is predominantly in non-democratic countries and with less controlling institutions (Doorenspleet, 2019). Thus, the problems of corruption in societies, especially developing countries, and its impact on the legitimacy and efficiency of political systems have been the focus of academics and professionals (Barkemeyer et al., 2018; Desta, 2019).

In this regard, some scholars regard corruption as a general disease of the political community that can destroy the social and cultural-political structure of societies (Terziev & Petkov, 2017). Others argue that corruption distorts public policy and leads to uneven allocation of economic resources (Dincer & Gunalp, 2012). According to Transparency International's report, corruption is the abuse of public power for personal gain (Budsaratragoon & Jitmaneeroj, 2020). Corruption refers to "the deliberate neglect or neglect of a recognized duty, or the unjustified exercise of power, with the motive to gain advantage" (Ledeneva, 2009).

Jancsics (2014) examined corruption from three views: the first is the micro view according to which corruption is the result of the rational decisions of individual actors. This view understands corrupt individuals in the organization as rational actors who have perpetrated corruption based on their interests (Ashforth et al., 2008; Kish-Gephart et al., 2010). The second is the macro view which focuses on social norms and structural arrangements that facilitate corruption. According to the macro view, corruption is a phenomenon that is embedded in a larger social structure (Nuijten & Anders, 2007). Based on this approach, people from countries with high levels of corruption tend to be more likely to break the law (Barr & Serra, 2010; Fisman & Miguel, 2008). The third is the relational view that examines social interactions and networks between actors in corruption. According to this view, corruption is the product of the informal exchange network behind the formal organizational structure (Jaskiewicz et al., 2013; Granovetter, 2007).

Although some scholars believe that corruption acts as the "wheel oil" of development in developing countries, it appears that the political and social consequences of corruption - the subject of this study - can be undesirable (Chen et al., 2007). In this regard, many scholars have pointed to the negative effects of the perception of corruption on political phenomena, including political distrust and diminished citizen support for ideology and governing structures (Wang, 2016; Etzioni-Halevy, 2013; Anderson & Tverdova, 2003). But such research has been less common in Middle Eastern societies.

The significance of the Middle East is that a lot of its countries are first and foremost oil-leasing ones, and secondly, such economic structures, together with the absence of civil society institutions, create a more favorable environment for corruption. This seems to have caused most citizens in the Middle East to have a strong political distrust of the rulers and structures in their country and to respond occasionally to violent uprisings. Accordingly, one of the countries where corruption in the Middle East has caused many problems in different fields is Iraq (Abdullah, 2017; Sawaan, 2012). As reports released by the Corruption Perceptions Index (CPI) show, Iraq is ranked 168th in the world in 2018 with corruption perceptions score as 18. Based on existing theories it may probably affect citizens' views of institutions. And political ideologies will have a negative effect. Importantly, Iraq has many similarities in terms of economic, historical, and cultural structures with other countries in the region, making it likely that the findings of this study may be generalizable to other countries in the Middle East.

This article is organized as follows: In the first section, it examines the theoretical approach to the study of political corruption perceptions, trust, and ideology of political Islam. Next, it describes the data and the method used to do the empirical analysis. In the next step, after presenting and interpreting the results of the tested models, it discusses the crucial significance of our findings. Finally, it summarizes the results and provides some questions and suggestions for future research.

## THEORETICAL FRAMEWORK

Experimental studies show that corruption undermines the legitimacy of the political system by directly affecting government efficiency, affecting the quality of government, trust, public support, satisfaction, and ultimately the stability of democracy. Corruption distorts economic decision-making and processes, poses a threat to trust, and endangers the legitimacy of the political system (Gray & Kaufman, 1998; Mauro, 1995; Morris & Klesner, 2010; Rothstein & Eek, 2009). Activists see the corrupt system and abuse of power; this increases the demand for illegal and corrupt practices, so corruption is a threat to trust. Uslaner (2005) showed that corruption leads to government inefficiencies, tax evasion, sluggish economic growth, widespread inequality, and political instability.

Some studies indicate that political confidence is declining in the United States and Western Europe. Similarly, political confidence in emerging democracies has also been declining in recent decades. The decline in political confidence can indicate a decline in the health of the political system so that the decline in the health of the political system as part of the reasons for political cynicism and civil indifference can affect the quality of global democracy (Putnam, 2000). In this regard, many scholars have addressed the causes of political distrust. But one of the theoretical explanations in this regard is the institutional theories that discuss the origin of political trust. Institutional theory, as opposed to other theories, including cultural theories, views political trust as inward as a result of institutional functioning. The institutional approach is based on a rational choice perspective and recognizes that political confidence stems from individuals' wise responses to the performance of political institutions. Proponents of this theory emphasize the importance of government performance and the results of their policymaking. To increase political confidence, governments must be able to provide good and meaningful policymaking to the people (Mishler & Rose, 2001).

In this regard, it seems that corruption in three ways can create political distrust in society. First, current research suggests that government performance can affect political trust. Studies reveal that the political and economic performance of governments is the major factor in increasing or decreasing political confidence. Good government performance leads to higher levels of trust, whereas weak performance leads to lower levels of trust (Coleman, 1990; Hetherington, 1998; Hudson, 2006). It should be noted, of course, that people's assessment of government performance can explain the variance of political trust, but we should not neglect the role of probity as an influential variable on political trust.

Several studies show that corruption within governments, and in particular the political one, can permanently reduce political confidence. The reason is that political corruption undermines the proper functioning of political institutions. Lee (1994) indicates how people's perceptions and thinking can influence their behavior towards politicians and political trust. If people feel that politicians are incompetent and failing to fulfill their responsibilities, a negative attitude towards them will develop. Corruption diminishes confidence in the regime's ability to respond to citizens' concerns (Morris & Klesner, 2010).

Michael Seligson (2006) examined the cost of corruption in four Latin American countries by examining the relationship between corruption and the legitimacy of political systems in these countries and has shown that the spread of corruption reduces the legitimacy of governments and affects the relationship between people and the level of public trust.

Corruption perceptions harm trust in political institutions, while the experience of corruption undermines public confidence in national institutions. Also, corruption perceptions reinforce the lack of trust and lack of trust undermines the government's efforts to mobilize society to fight corruption and discredits the promise of fighting corruption. Therefore, there is a strong interplay between the perception of corruption and trust in political institutions. Anderson and Tverdova (2003) examined the effect of corruption on people's attitudes to the government in 16 democracies and found that people in the countries with higher levels of corruption rated the performance of the political system more negatively.

La Porta and et al. (2000) argued that corruption impedes state action and diminishes citizens' trust in the governments' ability to address their demands. Corruption both distorts the public interest and focuses resources and administrative activities on areas where the peripheral benefits of corruption are greatest. Morris and Kelsner (2010) discovered a strong reciprocal causality between perceptions of corruption and trust in political institutions, using American Barometer Survey Political Trust Data and Perception and Survey of Corruption Experience. They showed that participation in corruption is the only predictor of lower levels of interpersonal trust. In their findings, when interpersonal trust is considered as the dependent variable, none of the independent variables (experience and perception of corruption) predict the interpersonal trust. But there is a negative and negative relationship between corruption perceptions and political trust.

Moreover, the lack of trust in political institutions may contribute to the emergence of populist and/or extremist political forces. If citizens identify democracy with incompetence, injustice, and corruption, they are likely to undermine the value of democracy and may be inclined to adopt alternative forms of undemocratic government approach (Choi, 2014). Alesina and Angeletos (2005) argue that when income inequality and injustice are created by corruption, the poor advocate a redistribution policy that seeks to create inequality and injustice, and that the rich can support it because they can extract more rent from subsidy policies. Clientelist systems spread out corruption in society by expanding illegal political and administrative relations. In these systems, lobbying, bribery, extortion, and embezzlement are increasing in society. Some political groups that have more political influence over the government have more opportunities to earn rents, which undermines democratic values and thus reduces citizens' trust in the ruling political institutions (Nelson, 2012; Posada & Walter, 1996).

In addition to the main political issues, there is also a relationship between trust in political input and economic issues. One of the most well-known arguments is that the reason people are willing to pay taxes is that they trust the government to provide services and public goods. Entrepreneurs' willingness to invest and participate in various types of economic activity depends partly on their trust in the government for executing contracts and punishing offenders (Kuokstis, 2012). Kuokstis (2012) examined the financial performance of Estonia and Lithuania over the years 2007–2008 and found that higher tax collection efficiency in Estonia was created by high public confidence in government performance.

The second way is the effect of citizens' corruption perceptions on their political distrust through the creation of barriers to democratic culture. Corruption can harm democracies by undermining the fragile balance between institutions, laws, and norms that provide the system with trust and legitimacy. Moreno (2002) showed that the permissibility of corruption- known as the tendency to justify acts of corruption in society- is negatively correlated with democratic attitudes and political trust.

Choi (2014) indicated that political corruption and political trust affect each other and they in turn influence citizens' beliefs about democratic values and processes. Drapalova (2019) believed that corruption in five ways can affect democracy. According to him, corruption first infects the democratic electoral system and thus attacks the heart of democracy. Others also argued that corruption in the form of electoral fraud and vote-buying is one of the most widespread forms of political corruption that some corrupt political officials try to remain in power in this way (Ziblatt, 2009). Second, corruption can prevent some people from engaging in political participation by increasing discrimination against minorities, social classes, and women (Goldberg, 2018). Third, corrupt governments, especially in contexts of impunity, disregard civil rights, sometimes even humiliating civil liberties, and thus invade the public sphere and rob citizens of their rights. (Andersen, 2018). Fourth, when citizens are put in a corrupt system, they will feel that they are not treated equally, and by the law. For this reason, they will resort to bribery, corruption, or clientelism to gain political influence or gain their rights (Rose & Peiffer, 2015). This may undermine the spread of corruption and the rule of law in society (Rose-Ackerman & Palifka, 2016).

Finally, Chayes (2015) argues that corruption undermines the ability of governments to maintain security for all citizens. The corrupt political and administrative environment makes it possible for terrorist and religious fundamentalist groups to make the most of this space to achieve their goals. Thus, all of these factors reduce the public's confidence in the democratic system to solve society's problems. In other words, the spread of corruption in society initially makes elected governments unable to fulfill their assigned tasks, and this creates a kind of political culture in people who do not believe in the form of democratic governance and that distrust. Democracy also causes citizens to have little confidence in elected governments and political agents (You, 2005).

The third way that people's perceptions of corruption are influenced by political distrust comes from subjective and psychological factors. Researchers believe that democracy is likely to arise when political authorities can build and maintain public trust at the community level (Goodsell, 2006). Citizens lose confidence in democracy or democratically elected government when the country's political and public authorities are corrupted (Seligson, 2002). Surveys in some countries show that they lose trust in civil and public authorities only in countries where there is a high level of corruption (Anderson & Tverdova, 2003).

Thus, several scholars have examined the political system of countries and concluded that the type of policymaking of countries is one of the important factors that can influence political distrust by spreading or reducing corruption. Corruption, especially political corruption, can cause laws to benefit a certain segment of society, such as elites, politicians, or specific groups, so that others may incur costs. When this happens, ordinary citizens may conclude that the likelihood of problems being solved by the government in society is reduced (Caillier, 2010).

Corruption, therefore, is the cause of collapse because it puts government policies at odds with the interests of the majority and wastes national resources. Corruption also diminishes the effectiveness of governments in directing affairs, thereby exacerbating citizens' frustration with existing political processes and the country's future course. In this way, it weakens national trust in the state apparatus system and confronts it with a crisis of legitimacy and acceptance.

*Hypothesis 1:* Government performance (Ha), Disappointment about the future of the country (Hb), and democratic culture (Hc) mediate the relationship between corruption and political trust.



Corruption perception reduces trust in the government's ability to meet the needs of citizens and decreases public satisfaction with the government (Wang, 2016). World Bank research shows corruption corrupts public trust and social capital as gradual accumulation of seemingly small regulations slowly destroys political legitimacy (World Bank, 1997). When a citizen pays a bribe to get a public service or to avoid punishment for violating the law, there are two types of reactions that may occur depending on how you look at the bribe. Moreover, bribery may be seen as the cost of operating, just like those who want to cross a road or use a resort and willingly pay for services, tolls, and fees. Those who pay these costs may find such payments a legitimate deal and have no negative impact on their assessment of the legitimacy of the political system. Another group receiving such bribes may have a completely different reaction, calling it a lucrative and rent-seeking move. Renting is possible only because the person applying for such rent has both formal and informal government's permission to do so. Therefore, it can be predicted that the experience of these cases of corruption harms one's view of government (Rabiei & Normohammadi, 2016).

Thus, there appear to be two types of views on the political implications of the perception of corruption in society. The first view is a positive and optimistic one. Proponents of this perspective believe that corruption acts as a kind of "grease the wheels" in developing societies and that by removing many bureaucratic obstacles, citizens' support for the political system will increase (Merton & Merton, 1968). This group of scholars argues that corruption acts as a tool to connect different parts of society, which is desperately needed in developing societies (Leys, 1965). Huntington (2006), emphasizing the inefficiency of laws and institutions in developing countries, regarded corruption as a way of overcoming the inefficiency of laws and regulations, and referred to it as a positive thing. Becquart (1989) also argued that corruption in authoritarian countries protects certain areas of freedom on the one hand. Political corruption redistributes public resources in society through parallel tools available to previously disadvantaged social groups.

The other tradition in political science focuses mainly on the darker side of corruption and emphasizes the detrimental effects of corruption on political realms. In this regard, Etzioni-Halev (2013) and Johnston (1979) argue that corruption in the form of increased trust between the client and the customer in the community leads to a loss of confidence in the political system. This results in a decrease in citizens' support for the existing political principles and rules in the country. Other studies suggest that corruption is a major cause of political distrust among citizens, leading to a crisis of legitimacy and a decline in people's support for political systems (Booth & Seligson, 2009; Seligson, 2002).

Investigating eight Latin American countries, Booth and Seligson (2009) indicated that the experience of corruption undermines public confidence in the government, which in turn reduces public support for the political system. Similarly, using East Asia Barometer data, Chang and Chu (2006) found that political corruption harms people's perceptions of existing political rules in the country by destroying political trust and government legitimacy. Corruption diminishes the legitimacy and effectiveness of governments as far as it can put governments and political systems in a serious crisis of legitimacy and acceptance.

Smith (2010) suggested that perceived corruption is a key factor that negatively mediates the relationship between distributive justice norms and beliefs about social legitimacy and ultimately plays an important role in reducing the legitimacy of the social stratification system. Therefore, perceived corruption can have a major impact on the legitimacy and even viability of the existing economic system, stratification, and political systems as systems of justice. Mishler and Rose (2001) argued that when they saw a contradiction between government practice and political ideology, citizens are more influenced by government



performance and their understanding of government performance than by doctrines and ideologies. That exists. The higher the level of perception of corruption and the weaker the government performance seems to be, the more supportive of state ideology supporting political structures will be affected. [Hetherington \(1998\)](#) pointed out that political trust affects people's perceptions of the functioning of political institutions. When political confidence declines, people will have a negative assessment of political institutions as well as legitimate ideologies. According to [Inglehart \(1990\)](#), political distrust causes one to reject the existing political system as strongly as possible, and to support extreme right or left political structures.

Some of the main reasons for the negative impact of the perception of corruption on people's support for the prevailing ideology appear to be: Firstly, political and economic corruption creates cultural corruption so that government officials are not required to respond to their actions. In corrupt systems the laws that are formulated on paper are not guaranteed. So what is at stake is not the law, but the acquaintance with individuals and the bribe, that is, relationships take the place of rules. Therefore, people who do not have access to high levels of government cannot address their demands to the government elite ([Cerutti et al., 2013](#)). Second, in corrupt systems, legislators adopt policies and regulations that are not appropriate for politics and economics. These policies benefit only a few individuals who have close relationships with decision-makers or those who bribe government officials in favor of legislation that discriminates against other citizens ([Uslaner, 2008](#)). Third, corruption reduces the income of the poorest class of society, as it destroys private-sector job opportunities and also promotes inequality in society by limiting public sectors service costs such as access to health care and education ([Justesen & Bjørnskov, 2014](#)). Fourth, to succeed in creating a democratic society, countries need to create and nurture institutions that promote transparent policymaking. In corrupt systems, it is difficult to build healthy institutions with a proper structure. Corrupt government officials responsible for reform do not take measures to deprive them of the benefits of bribery and accountability. Corruption undermines the legitimacy of government positions and undermines the democratic process because people are not encouraged to participate ([Sandholtz & Koetzle, 2000](#)). This causes discontent among the middle class in society. Finally, corruption contributes to political instability as citizens tend to dismiss corrupt leaders and those who do not defend the public interests ([Farzanegan & Witthuhn, 2017](#)). Thus corruption appears to hurt citizens' satisfaction with the ruling political structures and undermine the legitimacy of the political system and ideological structures from the people's perspective ([Anderson & Tverdova, 2003](#)).

The ideology that governs Iraq seems to be political Islamism. Paragraph 1 of Article 2 of the Constitution of the Republic of Iraq (2005) states: "Islam is the official religion of the State". As a result, it is immediately stated in Part A of this Article: "law may be enacted that contradicts the established provisions of Islam". This is probably why Ayatollah Sistani and other religious authorities are easy to comment on and intervene in political matters. Even in many cases the leadership of political parties and groups in Iraq is the responsibility of the ayatollahs and religious clerics ([Sayej, 2018](#)). Therefore, given that most of the political structures in Iraq are owned by Islamist political groups or parties close to this ideology, the second research hypothesis is that:

*Hypothesis 2: Perceptions of corruption indirectly diminish citizens' support for political Islam in Iraq by increasing political distrust.*

## METHOD

### Data and methods

For the present study, the data collected through the Arab Barometer Wave V EN data provided during 2018–2019, conducted in collaboration with the universities of Michigan, Princeton, and other universities and research centers in the MENA region. The Arab Barometer Wave V EN data includes a survey of attitudinal and behavioral attitudes, especially in the political, cultural and social spheres, of citizens of Arab countries in wave V of 12 countries (Algeria, Egypt, Iraq, Jordan, Kuwait, Lebanon, Libya, Morocco, Palestine, Sudan, Tunisia, and Yemen).

Based on the data extracted from the latest Barometer Arab Data Wave, the present study surveyed 26,780 citizens of the 12 Arab countries mentioned above, including 24,600 Iraqi citizens.

In the present study, run in AMOS, SEM was used to analyze data and hypotheses. SEM predicts a set of multiple regression equations by specifying the structural model used in the statistical program in AMOS software and is, therefore, more accurate for testing hypotheses than the linear regression used in SPSS. Also, given that the research hypotheses address the indirect effects of perceptions of corruption on political distrust and support for political Islamism. So the SEM method can test the hypotheses better than other methods. However, before testing the structural model of the research, the research measurement models were examined. In this regard, in some measurement models, items with a factor load below 0.30 were omitted (Kline, 2015).

### Measurement variables and descriptive statistics

Considering the theoretical framework and hypotheses, this paper uses six variables, the characteristics of which are obtained from the items in the Arab Barometer wave V. In this regard, the measured variables are:

1. *Corruption Perceptions*: Corruption perception refers to citizens' feelings about the abuse of the public sector and public institutions by the interests of individuals in society (Olken, 2009). Corruption perceptions were measured by responders' self-evaluations according to a 4-point Likert scale. In this regard, two items were used to measure perceptions of corruption: To what extent do you think that there is corruption within the national state agencies and institutions in your country? (1= To a large extent, 4= Not at all, Mean= 1.32; Corrected Item-Total Correlation= 0.41) [reversed]; (2) How widespread do you think corruption is in your local/municipal government? (1= Hardly anyone is involved, 4= Almost everyone is corrupt, Mean= 2.89; Corrected Item-Total Correlation= 0.41).

2. *Poor government performance*: One of the preconditions for development in any society is the good performance of its government and the efficiency of government institutions. However, sometimes citizens find the quality of service provided by government institutions inappropriate and inadequate. Five items were used to measure government performance in which the individual evaluates the current performance of the government in his country in the following ways: (1) The educational system (1= Completely satisfied, 4= Completely dissatisfied, Mean= 3.14; Corrected Item-Total Correlation= 0.44); (2) The healthcare system (1= Completely satisfied, 4= Completely dissatisfied, Mean= 2.99; Corrected Item-Total Correlation= 0.45); (3) Creating employment opportunities (1= Very good, 4= Very bad, Mean= 3.61; Corrected Item-Total Correlation= 0.35); (4) Narrowing the gap between rich and poor (1= Very good, 4= Very bad, Mean= 3.34; Corrected Item-Total Correlation= 0.34); and (5) Providing security and order (1= Very good, 4= Very bad, Mean= 2.46; Corrected Item-Total Correlation= 0.32).

3. *Wrong direction of the country*: For development, countries adopt different policies, and based on the type of policy, citizens can have positive or negative views on them. Three items were used to assess people's views on the correctness or inaccuracy of country policies. In this regard, the measured items are: (1) In general, do you think that things in Iraq are going in the right or wrong direction? (1= Going in the right direction, 3= Going in the wrong direction, Mean= 1.84; Corrected Item-Total Correlation= 0.27); (2) How would you evaluate the current economic situation in your country? (1= Very good, 4= Very bad, Mean= 3.11; Corrected Item-Total Correlation= 0.31); (3) What do you think will be the economic situation in your country during the next few years (2-3 years) compared to the current situation? (1= Much better, 5= Much worse, Mean= 2.77; Corrected Item-Total Correlation= 0.33).

4. *Support for democracy*: Some researchers believe that the perception of high levels of corruption in society can weaken democracy by undermining people's trust in their political regime, hence reducing people's support for democratic political systems (Seligson, 2006). In this regard, the degree of support for or disapproval of democracy was measured by 4 items on a 4-point Likert scale, including: (1) Under a democratic system, the country's economic performance is weak (1= I strongly agree, 4= I strongly disagree, Mean= 2.42; Corrected Item-Total Correlation= 0.52); (2) Democratic regimes are indecisive and full of problems (1= I strongly agree, 4= I strongly disagree, Mean= 2.42; Corrected Item-Total Correlation= 0.53); (3) Democratic systems are not effective at maintaining order and stability (1= I strongly agree, 4= I strongly disagree, Mean= 2.32; Corrected Item-Total Correlation= 0.55); and (4) Democratic systems may have problems, yet they are better than other systems (1= I strongly agree, 4= I strongly disagree, Mean= 2.01; Corrected Item-Total Correlation= 0.21) [reversed].

5. *Political distrust*: Political distrust refers to a relational attitude that reflects the perception of distrust of a political system as a whole or its components (Bertsou, 2019). In this study, political distrust is the lack of trust in political institutions that was measured via 4 items on a 4-point Likert scale. In this regard, respondents were asked how much they trust the following institutions: Government (Council of Ministers) (1= A great deal of trust, 4= No trust at all, Mean= 3.40; Corrected Item-Total Correlation= 0.63); (2) Courts and legal system (1= A great deal of trust, 4= No trust at all, Mean= 2.88; Corrected Item-Total Correlation= 0.50); (3) The elected council of representatives (the parliament) (1= A great deal of trust, 4= No trust at all, Mean= 3.59; Corrected Item-Total Correlation= 0.57); and (4) Local government (1= A great deal of trust, 4= No trust at all, Mean= 3.19; Corrected Item-Total Correlation= 0.57).

6. *Support for political Islam*: The term refers to a variety of forms of social and political activity claiming that public and political life should be guided by Islamic principles (Akbarzadeh, 2012). Individuals' acceptance or disapproval of political Islam was measured via 4 items on a 4-point Likert scale. In this regard, respondents were asked to what extent they agree or disagree with the following statements: Religious leaders should not interfere in voters' decisions in elections (1= I strongly agree, 4= I strongly disagree, Mean= 1.88; Corrected Item-Total Correlation= 0.22); (2) Your country is better off if religious people hold public positions in the state (1= I strongly agree, 4= I strongly disagree, Mean= 2.89; Corrected Item-Total Correlation= 0.34) [reversed]; (3) Religious practice is a private matter and should be separated from socio-economic life (1= I strongly agree, 4= I strongly disagree, Mean= 1.87; Corrected Item-Total Correlation= 0.28); and (4) Today, religious leaders are as likely to be corrupt as non-religious leaders (1= I strongly agree, 4= I strongly disagree, Mean= 1.97; Corrected Item-Total Correlation= 0.26).

**Table 1.** Means, standard deviations, and correlations between the variables

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Age	1.00									
2. Gender (female)	<b>.07</b>	1.00								
3. Education	<b>-.17</b>	<b>-.12</b>	1.00							
4. Income situation	<b>-.07</b>	<b>-.06</b>	<b>.23</b>	1.00						
5. Corruption Perceptions	-.02	-.04	<b>.10</b>	.03	1.00					
6. Poor government performance	-.03	<b>-.04</b>	<b>.16</b>	<b>.06</b>	<b>.37</b>	1.00				
7. wrong direction of country	<b>0.05</b>	<b>-0.05</b>	<b>0.10</b>	0.02	<b>0.30</b>	<b>.40</b>	1.00			
8. Democracy	-0.00	<b>-0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.05</b>	<b>-0.09</b>	<b>-0.07</b>	<b>-0.06</b>	1.00		
9. Political distrust	0.00	0.01	<b>0.12</b>	<b>0.11</b>	<b>0.40</b>	<b>0.46</b>	<b>0.42</b>	<b>-0.15</b>	1.00	
10. Political Islam	-0.02	<b>0.08</b>	<b>-0.15</b>	-0.00	<b>-0.13</b>	<b>-0.13</b>	<b>-0.09</b>	0.03	<b>-0.08</b>	1.00
Mean	34.8	1.4	3.4	2.5	3.2	3.1	2.5	2.5	3.2	1.9
Standard deviation	13.8	0.5	1.5	0.9	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6

**Notes:** bold numbers indicate a significant relationship between scores ( $p < 0.05$ )

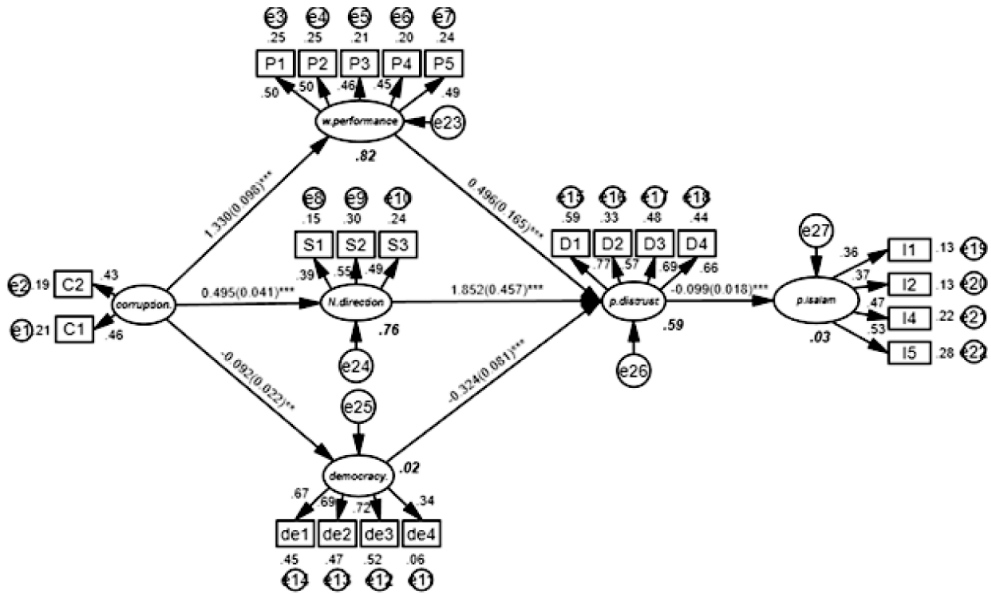
Table 1 provides a breakdown of the preliminary correlations between the study variables. According to the results, except for age and gender, other variables had a significant relationship with political distrust. While democracy has had a negative relationship with political distrust, the relationship between education level, income status, corruption perceptions, poor government performance, and a negative impression of the country's future with positive political distrust was positive. Also shown is the women were more inclined to political Islamism than men. But the relationship between education levels, perceptions of corruption, poor government performance, negative perceptions of the country's future, and political distrust have been negatively correlated with political Islamism.

## RESULTS

Considering research theories, on the one hand, corruption perception is expected to directly affect citizens' assessments of government performance, the direction of the country, and support for democracy, and on the other hand, existing theories show that the perception of corruption can, indirectly, reduce the political trust of citizens and lead them to the ideology of political Islamism. In this regard, the research hypotheses were tested by Amos graphics, the results of which are reported below.

Figure 1 illustrates the empirical model of the research in the form of structural equation modeling. Regarding the goodness of fit and coefficients of the model, it should be noted that the research model fits the model well and the data collected support the theoretical framework of the research: (Model goodness of fit: CMIN / DF = 3.72, RMSEA = 0.033; PCLOSE = 1.00, CFI = 0.938, GFI = 0.972, AGFI = 0.965, TLI = 0.929, IFI = 0.939, PNFI = 0.799). Also in this figure, nonstandard path coefficients and standard error represent the strength of the relationships between the independent and dependent variables in the model. Also, the above diagram shows that all standard factor loadings are above 0.30 and there is no need to delete any of the observable variables (Kline, 2015).

**Figure 1.** Specified SEM shows unstandardized path coefficients with standard errors in parentheses. Note: This theoretical model was also bootstrapped based on the standard errors with 1,000 iterations and with a 95 percent confidence interval



**Table 2.** Direct and indirect standardized effects on dependent variables

	Pe	Ne	De	Di	Is
		Direct		Direct	Direct
				Indirect	Indirect
Co	0.903***	0.870***	-0.136**	0.714***	-0.130***
Pe				0.325***	-0.059***
Ne				0.469***	-0.085***
De				-0.097***	0.018**
Di					-0.182***
R <sup>2</sup>	0.82	0.76	0.02	0.59	0.03

**Notes:** \*p < 0.05 \*\*p < 0.01 \*\*\*p < 0.001. In this study: Co= Corruption Perceptions; Pe= poor government performance; Ne= wrong direction of the country; De= Democracy; Di= political distrust; and Is= Political Islam.

Table 3 examines the direct and indirect effects of the research variables. Results of SEM show that perception of corruption had a positive and significant effect on poor government performance ( $\beta = 0.90, p < 0.01$ ) and negative perception of country path ( $\beta = -0.13, p < 0.01$ ). The effect of public perception of corruption on the tendency for democracy was significant among the citizens ( $\beta = 0.90, p < 0.01$ ) and reduced the democratic tendency among them. Also, the effect of political distrust on support for political Islamism is negative and significant and reduces the tendency for political Islamism in citizens ( $\beta = -0.18, p < 0.01$ ).

As shown in the table above, the indirect effects of the variables were also tested in this study, and the Sobel test was used to determine the significance of the standard coefficients. The standard coefficients of the study indicate that citizens 'general perception

of corruption has a significant indirect effect on political mistrust and increases individuals' political mistrust ( $\beta = 0.71$ , Sobel's  $z = 3.23$ ,  $p < 0.01$ ). On the other hand, the indirect effect of public perceptions of corruption on citizens' support for political Islam is also significant, and the results show that public perception of corruption reduces people's support for political Islam ( $\beta = 0.71$ ,  $p < 0.01$ ). The results also show that the negative perception of the path of the country indirectly and significantly reduces the support of people for political Islamism ( $\beta = 0.08$ , Sobel's  $z = -3.26$ ,  $p < 0.01$ ). Poor performance by the government is another variable that has a significant and negative effect on people's support for political Islamism ( $\beta = 0.05$ , Sobel's  $z = -2.63$ ,  $p < 0.01$ ). Finally, the indirect impact of democracy on support for political Islamism is significant and positive. There seems to be no conflict between political Islamism and democracy in Iraq ( $\beta = 0.02$ , Sobel's  $z = -3.23$ ,  $p < 0.01$ ).

## CONCLUSION

This article empirically assesses the impact of the perception of corruption on the level of political trust and its effects on the political ideology of Islamism in Iraq. In the first section, the reasons for the impact of the perception of corruption on political distrust and the spread of Islamism are outlined. In this regard, research theories in the first part of the study showed that perceptions of corruption may indirectly affect political distrust and political Islamization in societies. In the second part of the research, the hypotheses obtained from the research theories were tested through SEM.

The results showed that on the one hand, citizens' perceptions of corruption increase people's negative appraisal of government performance, the direction of the country, and increased demand democracy in society. Moreover, these three variables influence political distrust. In other words, government performance and direction of the country increase political distrust, but the demand for democracy decreases political distrust in society. This finding is also consistent with many research theories (La Porta et al., 2000; Seligson, 2006; Chayes, 2015; Caillier, 2010), suggesting that citizens' perceptions of corruption can indirectly strengthen political distrust in society.

Another result of this study is the indirect impact of the perception of corruption on the spread of Islamism in society. The results, consistent with Booth and Seligson's (2009) findings, showed that corruption perceptions through increasing political distrust can affect the decline of political legitimacy in society. Although there are various interpretations of the political ideology in Iraq, as noted in the theoretical section, some of the constitutional materials as well as the political and cultural realities in Iraq show that the ideology of political Islamism occupies a high position in the political system in power. For this reason, corruption perceptions indirectly diminish political Islamism by increasing distrust in political institutions. In other words, as Anderson and Tverdova (2003) argued, corruption perceptions can hurt citizens' satisfaction with existing political structures and reduce the legitimacy of the political system and ideological structures from the public's perspective.

It is therefore clear that, given the strong ideology of Shiite and Sunni Islamism in Iraq, such cultural and political structures will be challenged by citizens through the perception of corruption. In other words, as the results show, people's corruption perceptions are skeptical of government capabilities, negative and hopeless about the economic future of the country, and skeptical of democratic political culture, which is one of the essential requirements of political trust in societies. This causes political distrust in society to increase. Increasing political distrust of political institutions in societies where the ideology of political Islamism is heavily influenced by their political and cultural structures makes people's tendency for ideology be questioned and diminished.



The research results are also consistent with the theories of Etzioni-Halev (2013) and Johnston (1979) that the corruption perceptions act as barriers to political development, political trust, and the legitimacy of the political system. While some scholars, such as Huntington (2006) and Becquart (1989), cited corruption as a positive thing because of the inefficiencies of the structures in the political system of developing countries, The findings of this study, consistent with post-1990s theories, show that corruption perceptions, at least sociologically, negatively affect citizens' attitudes toward the cohesive and correlating factors of the political system, Thus, by undermining the legitimacy of institutions and political ideology in society, it provides the stage for bipolar or multipolar gaps in society. The gaps that have been made in recent years in Iraq in recent years have created a wave of political tensions and conflicts at the community level to create a bureaucratic and pragmatic government that can deal with systemic corruption.

This study provides insights into the relationship between government performance and corruption perceptions to explain political distrust and its impact on perceptions of political ideology. Although the current study focuses on Iraqi society, it is possible to conduct replication studies in other countries, especially in the Middle East, to measure the key variables discussed in this study. Since Middle Eastern countries have ideological structures and high levels of corruption compared to democratic countries, the findings of this study may be generalized to these countries as well. Future research should examine whether the weakening of political Islam as a state ideology leads to the rise of democracy in the country. And whether the results of this study can be generalized to other countries in the Middle East that have ideological structures?

As the research findings suggest, it seems that as the statistics of most international organizations, especially Transparency International (TI), show the level of high inefficiency and corruption in the Arab countries of the Middle East. Contrary to the theory of "grease the wheels", the administration of high levels of corruption by citizens in these countries has led them to seek justice, poverty and the lack of economic and political development of their countries in the inadequacy of leaders and institutions. Therefore, their trust in the ruling political institutions should be reduced and they should seek alternatives to the established political regimes. Moreover, since political Islamism has a high influence in the historical, social and political contexts of Middle Eastern societies, religious fundamentalism is presented as a strong alternative to the ruling regimes in the countries of the region. People are increasingly turning to political Islamism. However, to further generalize these results, it is suggested that other researchers study this issue in other countries, including the countries of the Mena region, to test its accuracy in these areas.

## REFERENCES

- Abdullah, S. M. (2017). *Clientelism, Rent-Seeking, and Protection: A Study of Corruption in Iraq after 2003*, Ph.D. Thesis, Newcastle University.
- Akbarzadeh, S. (2012). *Routledge Handbook of Political Islam*. London and New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203154144>
- Alesina, A. & Angeletos, G. M. (2005). Corruption, Inequality, and Fairness. *Journal of Monetary Economics*, 52(7), 1227–1244. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2005.05.003>
- Andersen, M. K. (2018). Why Corruption Matters in Human Rights. *Journal of Human Rights Practice*, 10(1), 179–190. <https://doi.org/10.1093/jhuman/huy004>
- Anderson, C. J. & Tverdova, Y. V. (2003). Corruption, Political Allegiances, and Attitudes Toward Government in Contemporary Democracies. *American Journal of Political Science*, 47(1), 91–109. <https://doi.org/10.1111/1540-5907.00007>



- Arab Barometer. (2019). *Arab-Barometer: Public Opinion Survey Conducted in Algeria, Egypt, Iraq, Jordan, Kuwait, Lebanon, Libya, Morocco, Palestine, Sudan, Tunisia, Yemen, 2018-2019*. Ann Arbor, Mich: Inter-university Consortium for Political and Social Research.
- Ashforth, B. E., Gioia, D. A., Robinson, S. L. & Treviño, L. K. (2008). Re-Viewing Organizational Corruption. *Academy of Management Review*, 33(3), 670–684.  
<https://doi.org/10.5465/amr.2008.32465714>
- Barkemeyer, R., Preuss, L. & Ohana, M. (2018). Developing Country Firms and the Challenge of Corruption. *Academy of Management Proceedings*, 2018(1), 12765.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.025>
- Barr, A. & Serra, D. (2010). Corruption and Culture: An Experimental Analysis. *Journal of Public Economics*, 94(11–12), 862–869. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2010.07.006>
- Becquart, J. (1989). Paradoxes of Political Corruption: A French View, In A.J. Heidenheimer, M. Johnston and V.T. LeVine (Eds.), *Political Corruption*, 191–210. New Brunswick and Oxford: Transaction Publishers.
- Bertsou, E. (2019). Rethinking Political Distrust. *European Political Science Review*, 11(2), 213–230. <https://doi.org/10.1017/S1755773919000080>
- Booth, J. A. & Seligson, M. A. (2009). *The legitimacy puzzle in Latin America: Political support and democracy in eight nations*. New York: Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511818431>
- Budsaratragoon, P. & Jitmaneroj, B. (2020). A Critique of the Corruption Perceptions Index: An Interdisciplinary Approach. *Socio-Economic Planning Sciences*, 70, 100768.  
<https://doi.org/10.1016/j.seps.2019.100768>
- Caillier, J. (2010). Citizen Trust, Political Corruption, and Voting Behavior: Connecting the Dots. *Politics and Policy*, 38(5), 1015–1035. <https://doi.org/10.1111/j.1747-1346.2010.00267.x>
- Cerutti, P. O., Tacconi, L., Lescuyer, G. & Nasi, R. (2013). Cameroon's Hidden Harvest: Commercial Chainsaw Logging, Corruption, and Livelihoods. *Society and Natural Resources*, 26(5), 539–553. <https://doi.org/10.1080/08941920.2012.714846>
- Chang, E. C. & Chu, Y. H. (2006). Corruption and Trust: Exceptionalism in Asian Democracies? *The Journal of Politics*, 68(2), 259–271. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2508.2006.00404.x>
- Chayes, S. (2015). *Thieves of state: Why Corruption Threatens Global Security*. New York: W.W. Norton and Company.
- Chen, Y., Yaşar, M. & Rejesus, R. M. (2007). Factors Influencing the Incidence of Bribery Payouts by Firms: A Cross-Country Analysis. *Journal of Business Ethics*, 77(2), 231–244.  
<https://doi.org/10.1007/s10551-006-9346-4>
- Choi, E. (2014). Political Corruption, Trust, and Citizen Evaluations of Democracy: A Cross-National Analysis. *Asian International Studies Review*, 15(2), 1–23.  
<https://doi.org/10.16934/isr.15.2.201412.1>
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Constitution of the Republic of Iraq. (2005). *Constitution of the Republic of Iraq*. Retrieved 24 December 2019, from <https://www.refworld.org/docid/454f50804.html>
- Desta, Y. (2019). Manifestations and Causes of Civil Service Corruption in the Developing Countries. *Journal of Public Administration and Governance*, 9(3), 23–35.  
<https://doi.org/10.5296/jpag.v9i3.14930>
- Dincer, O. C. & Gunalp, B. (2012). Corruption and Income Inequality in the United States. *Contemporary Economic Policy*, 30(2), 283–292.  
<https://doi.org/10.1111/j.1465-7287.2011.00262.x>

- Doorenspleet, R. (2019). Democracy and Corruption. In *Rethinking the Value of Democracy* (pp. 165–200). Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-91656-9\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-91656-9_5)
- Drapalova, E. (2019). *Corruption and the Crisis of Democracy*. Berlin: Transparency International Anti-Corruption Helpdesk.
- Etzioni-Halevy, E. (2013). *Bureaucracy and Democracy*. Routledge Library Editions: Political Science. <https://doi.org/10.4324/9780203707890>
- Farzanegan, M. R. & Witthuhn, S. (2017). Corruption and Political Stability: Does the Youth Bulge Matter? *European Journal of Political Economy*, 49, 47–70. <https://ssrn.com/abstract=2791977>
- Fisman, R. & Miguel, E. (2008). *Economic Gangsters: Corruption, Violence, and Poverty of Nations*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Goldberg, F. (2018). Corruption and Lobbying: Conceptual Differentiation and Gray Areas. *Crime, Law, and Social Change*, 70(2), 197–215. <https://doi.org/10.1007/s10611-017-9727-x>
- Goodsell, C. T. (2006). A New Vision for Public Administration. *Public Administration Review*, 66(4), 623–635. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00622.x>
- Granovetter, M. (2007). 'The Social Construction of Corruption'. In V. Nee and R. Swedberg (Ed). *On Capitalism* (pp. 152–72), Stanford: Stanford University Press.
- Gray, C. W. & Kaufman, D. (1998). Corruption and Development. *Finance and Development*, 35(1), 7–10.
- Hetherington, M. J. (1998). The Political Relevance of Political Trust. *American Political Science Review*, 92(4), 791–808. <https://doi.org/10.2307/2586304>
- Hudson, J. (2006). Institutional Trust and Subjective Well-Being Across the EU. *Kyklos*, 59(1), 43–62. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.2006.00319.x>
- Huntington, S. P. (2006). *Political Order in Changing Societies*. New Haven: Yale University Press.
- Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691186740>
- Jancsics, D. (2014). Interdisciplinary Perspectives on Corruption. *Sociology Compass*, 8(4), 358–372. <https://doi.org/10.1111/soc4.12146>
- Jaskiewicz, P., Uhlenbruck, K., Balkin, D. B. & Reay, T. (2013). Is Nepotism Good or Bad? Types of Nepotism and Implications for Knowledge Management. *Family Business Review*, 26(2), 121–139. <https://doi.org/10.1177/0894486512470841>
- Johnston, M. (1979). Patrons and Clients, Jobs, and Machines: A Case Study of the Uses of Patronage. *American Political Science Review*, 73(2), 385–398. <https://doi.org/10.2307/1954886>
- Justesen, M. K. & Bjørnskov, C. (2014). Exploiting the Poor: Bureaucratic Corruption and Poverty in Africa. *World Development*, 58, 106–115. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.01.002>
- Kish-Gephart, J. J., Harrison, D. A. & Treviño, L. K. (2010). Bad Apples, Bad Cases, and Bad Barrels: Meta-Analytic Evidence about Sources of Unethical Decisions at Work. *Journal of Applied Psychology*, 95(1), 1–31. <https://doi.org/10.1037/a0017103>
- Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: Guilford publications.

- Kuokstis, V. (2012). Trust and Taxes: Estonian and Lithuanian Fiscal Performance During the Crisis. In *APSA 2012 Annual Meeting Paper*.
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. & Vishny, R. (2000). Investor Protection and Corporate Governance. *Journal of Financial Economics*, 58(1-2), 3–27.  
[https://doi.org/10.1016/S0304-405X\(00\)00065-9](https://doi.org/10.1016/S0304-405X(00)00065-9)
- Ledeneva, A. (2009). Corruption in Postcommunist Societies in Europe: A Re-examination. *Perspectives on European Politics and Society*, 10(1), 69–86.  
<https://doi.org/10.1080/15705850802700017>
- Lee, A. R. (1994). Economics vs. Values in Political Trust in Korea. *Studies in Comparative International Development*, 29(4), 25–40. <https://doi.org/10.1007/BF02802946>
- Leys, C. (1965). What is the Problem about Corruption, *The Journal of Modern African Studies*, 3(2), 215–230. <https://doi.org/10.1017/S0022278X00023636>
- Mauro, P. (1995). Corruption and Growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 110(3), 681–712.  
<https://doi.org/10.2307/2946696>
- Merton, R. K. & Merton, R. C. (1968). *Social theory and Social Structure*. New York: Simon and Schuster.
- Mishler, W. & Rose, R. (2001). What are the Origins of Political Trust? Testing Institutional and Cultural Theories in Post-communist Societies. *Comparative Political Studies*, 34(1), 30–62. <https://doi.org/10.1177%2F0010414001034001002>
- Moreno, A. (2002). Corruption and Democracy: A Cultural Assessment. *Comparative Sociology*, 1(3-4), 495–507. <https://doi.org/10.1163/156913302100418556>
- Morris, S. D. & Klesner, J. L. (2010). Corruption and Trust: Theoretical Considerations and Evidence from Mexico. *Comparative Political Studies*, 43(10), 1258–1285.  
<https://doi.org/10.1177/0010414010369072>
- Nelson, M. A. (2012). Corruption and the Size of Local Governments: Are they Related? *International Center for Public Policy Working Paper Series*, at AYSPS, GSU paper1210, International Center for Public Policy, Andrew Young School of Policy Studies, Georgia State University.
- Nuijten, M. & Anders, G. (2007). *Corruption and the secret of Law: A Legal Anthropological Perspective*. Aldershot: Ashgate Publishing.
- Olken, B. A. (2009). Corruption Perceptions vs. Corruption Reality. *Journal of Public Economics*, 93(7-8), 950–964. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2009.03.001>
- Posada Carbó, E. & Walter, L. (1996). *Political Corruption in Europe and Latin America*. New York: St. Martin's Press.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. In *Culture and Politics* (pp. 223–234). New York: Palgrave Macmillan.  
[https://doi.org/10.1007/978-1-349-62397-6\\_12](https://doi.org/10.1007/978-1-349-62397-6_12)
- Rabiei, H. & Normohammadi, M. (2016). The Explanation of the Relationship between Smuggling and State Efficiency and its Role in Political Legitimacy. *Strategic Research on Social Problems in Iran University of Isfahan*, 5(1), 15–28.  
<https://dx.doi.org/10.22108/ssoss.2016.20947>
- Rose, R. & Peiffer, C. (2015). Choices in Surveys. In: *Paying Bribes for Public Services: A Global Guide to Grass-Roots Corruption*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.  
<https://doi.org/10.1057/9781137509673>

- Rose-Ackerman, S. & Palifka, B. J. (2016). *Corruption and Government: Causes, Consequences, and Reform*. New York: Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781139962933>
- Rothstein, B. & Eek, D. (2009). Political Corruption and Social Trust: An Experimental Approach. *Rationality and Society*, 21(1), 81–112. <https://doi.org/10.1177/1043463108099349>
- Sandholtz, W. & Koetzle, W. (2000). Accounting for Corruption: Economic Structure, Democracy, and Trade. *International Studies Quarterly*, 44(1), 31–50.  
<https://doi.org/10.1111/0020-8833.00147>
- Sawaan, H. K. (2012). The Corruption of Political Elites in Iraq—an Economic Analysis. *Contemporary Arab Affairs*, 5(1), 107–127. <https://doi.org/10.1080/17550912.2012.649586>
- Sayej, C. M. (2018). *Patriotic Ayatollahs: Nationalism in Post-Saddam Iraq*. Ithaca: Cornell University Press. <https://doi.org/10.7591/cornell/9781501715211.001.0001>
- Seligson, M. A. (2002). The Impact of Corruption on Regime Legitimacy: A Comparative Study of Four Latin American Countries. *The Journal of Politics*, 64(2), 408–433.  
<https://doi.org/10.1111/1468-2508.00132>
- Seligson, M. A. (2006). The measurement and Impact of Corruption Victimization: Survey Evidence from Latin America. *World Development*, 34(2), 381–404.  
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2005.03.012>
- Smith, M. L. (2010). Perceived Corruption, Distributive Justice, and the Legitimacy of the System of Social Stratification in the Czech Republic. *Communist and Post-Communist Studies*, 43(4), 439–451. <https://doi.org/10.1016/j.postcomstud.2010.10.005>
- Terziev, V. & Petkov, M. (2017). Corruption and National Security. *SSRN Electronic Journal*.  
<https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3142894>
- Transparency International (2019). *Corruption Perceptions Index 2018: Sources of Information*. Transparency International. Retrieved 29 December 2019 from  
<https://www.transparency.org/cpi2018> on 29 December 2019
- Uslaner, E. M. (2005). Trust and Corruption. *The New Institutional Economics of Corruption*. eds. Johann Graff Lamsdorf, Markus Taube, and Matthias Schramm. New York: Routledge.
- Uslaner, E. M. (2008). *Corruption, Inequality, and the Rule of Law: The Bulging Pocket Makes Easy Life*. New York: Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511510410>
- Wang, C. H. (2016). Government Performance, Corruption, and Political Trust in East Asia. *Social Science Quarterly*, 97(2), 211–231. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12223>
- World Bank. (1997). *World Development Report 1997*, Washington, DC: World Bank Group.
- You, J. S. (2005). *Corruption and Inequality as Correlates of Social Trust: Fairness matters more than similarity*. Working paper 29, Hauser Center for Nonprofit Organizations, Harvard University.
- Ziblatt, D. (2009). Shaping Democratic Practice and the Causes of Electoral Fraud: The Case of Nineteenth-Century Germany. *American Political Science Review*, 103(1), 1–21.  
<https://doi.org/10.1017/S0003055409090042>


## BIOGRAPHICAL NOTES

**Mahmoud Reza Rahbarqazi** is an assistant professor of political science at the University of Isfahan (Iran). He has been doing some research in the field of political science at the university for six years. He holds a PhD in Political Science, the field of Political Sociology. His main research interests are in the political protests in the Middle East and Iran. He has recently published some studies in political science and sociology journals including: "Participation in Political Protest: Tracing Direct and Indirect Effects of News Usage and Social Interaction" (Observatorio, 2019), "Political Attitudes of Arab Citizens in North Africa" (Politologija, 2019), "Social Media, Political Discussion, and Political Protest: A Case Study of the 2018 Political Protests in Iran" (KOME, 2019).

**Reza Mahmoud Oghli** is an assistant professor of political science at Mohaghegh Ardabili University (Iran). He has been researching political science at Mohaghegh Ardabili University for 5 years. He holds a PhD in Political Science, the field of Political Sociology. His main research interests are political participation and political protests, especially the effect of the new media on the political protests of non-democratic societies. He has recently published some pieces of research in political science and sociology journals including: "Religion and political engagement" (Cogent Social Sciences, 2017), "Investigation effects of social networks on political activism in students University of Isfahan" (Quarterly Journal of Socio - Cultural Development Studies, 2016).

Artículos / Articles

# ¿Qué hace falta para superar el clientelismo político? La crisis del clientelismo en Galicia (España) *What is Missing to Overcome Political Clientelism? The Clientelism crisis in Galicia (Spain)*

José Manuel Pantín Morado   
Universidad de Santiago de Compostela, España  
[jose.pantin@usc.es](mailto:jose.pantin@usc.es)

Recibido / Received: 20/06/2019  
Aceptado / Accepted: 25/01/2020



## RESUMEN

Este artículo trata de identificar las condiciones que producen la crisis en los partidos clientelares y explicar los mecanismos causales de su deterioro. El material empírico original está desarrollado en Galicia (España) y consiste en estudios de caso sobre clientelismo político en la arena municipal, en una Diputación provincial, y en un caso de revuelta contra el cacique local. El artículo utiliza el análisis de mecanismos, rastreo de procesos y comparación de pocos casos. Cada uno de los estudios de caso describe un distrito electoral liderado por un patrón que coordina una red clientelar, distribuye favores a sus votantes, tiene grandes influencias en la máquina de partido y gana las elecciones.

**Palabras clave:** clientelismo, acción colectiva, partidos políticos, redes clientelares, Galicia.

## ABSTRACT

This paper tries to identify the conditions that produce the crisis in clientelist parties and explain the causal mechanisms of their deterioration. The original empirical material is developed in Galicia (Spain) and consists of case studies about political clientelism in a municipal arena, in a provincial council, and in a case of revolt against the local cacique. The paper uses an analysis of mechanisms, process tracking and small-N comparison. Each case study describes a electoral district led by a patron who coordinates a clientelist network, distributes favors to its voters, has large influences on the party machine and wins elections.

**Keywords:** clientelism; collective action; political parties; clientelistic networks; Galicia.

## INTRODUCCIÓN

El clientelismo consiste en intercambiar votos a cambio favores personales entre políticos y clientes (Kitschelt y Wilkinson, 2007), la vinculación produce un poder asimétrico porque el político está conectado con muchos clientes y el cliente con pocos políticos. Las redes clientelares acaban produciendo una estructura social jerárquica y una dependencia desigual formada por tres roles de actores: en la base están los clientes-votantes que piden favores sin garantías de recibirlos; conectados con *brokers*-intermediarios del partido clientelar, que actúan como agentes sobre el terreno para distribuir oferta y captar demanda de necesidades. En tercer lugar, los políticos-patronos proveen recursos y reciben apoyo político, en función de las expectativas que transmitan a sus clientes de devolver favor del voto mediante una gestión directa.

Así, el clientelismo puede ser entendido como un mecanismo de rendición de cuentas que prioriza recibir una atención personal, atender a una pequeña demanda o focalizar el gasto entre los votantes. El modelo opuesto es la rendición no particularista, propia de las sociedades pluralistas, abiertas e igualitarias, donde los ciudadanos defienden derechos, políticas públicas y preferencias basadas en una idea de bien colectiva (ideología), y no en una distribución personalista de los recursos a cambio del voto (Stokes et al., 2013). La rendición de cuentas clientelar también se diferencia del voto personal que recibe un líder por su valía, o con la vinculación con la marca y trayectoria de un partido (Kitschelt y Wilkinson, 2007).

La política focalizada y dirigida al individuo es el modelo contrario a la política pública, aquella que no requiere votar a un político concreto para ser recibida. Para facilitar la lectura, nos referiremos al conjunto de modelos alternativos del clientelismo como rendición de cuentas *no particularista* (NP).

Cuando están presentes muchas de las precondiciones que deterioran el clientelismo (desarrollo económico, auge de la clase media, urbanización o controles institucionales), la desactivación no es inmediata (Roniger y Günes-Ayata, 1994). Una explicación plausible es que la lógica clientelar encierra a los votantes en una decisión arraigada: el apoyo público al candidato clientelar abre la posibilidad de recibir recursos del clientelismo sin exclusión de las políticas públicas que puedan promover otros candidatos NP. En cambio, un votante que descuide los vínculos clientelares, no se beneficiará de los favores personales y recibirá igual que los clientes los beneficios de las políticas no dirigidas. Así, el votante depende de una coordinación electoral para extender el voto a las candidaturas NP, de lo contrario, la amistad con el político dispuesto a beneficiar de manera selectiva será la mejor estrategia (Geddes, 1994; Mâiz, 2011). Este dilema impide que las crisis del sistema clientelar lleguen a la vez que las transformaciones sociales y económicas que debilitan a las redes. Bajo este planteamiento, “si todos los individuos que forman parte de un grupo humano actúan de manera racional atendiendo a sus propios intereses, a la larga se puede acabar produciendo un problema colectivo que daña a todos los individuos” (Jiménez, 2014:162).

En suma, la evolución hacia una política NP (acuérdesse, *no particularista*) está supeditada a 1) la asimetría de poder entre actores dentro de una estructura social clientelar, fortalecida en contextos de falta de oportunidades; y a 2) los incentivos inherentes de la distribución de políticas focalizada que no excluye a los clientes de la distribución programática. Para responder a este enfoque, se formula como objeto de investigación a los procesos que desmotivan la estrategia del clientelismo político y lo sustituyen por una rendición de cuentas NP. Es decir, una competición política pluralista entre ofertas ideológicas diferenciadas, en base al programa, a la valía del candidato o la marca/historia del partido.



Con el objetivo de explicar los factores específicos, se analiza la estructura y contexto sociopolítico que deteriora el clientelismo en una serie de casos. Más específicamente, se tratará identificar algunos de los mecanismos necesarios para que la acción colectiva horizontal anti-clientelar puedan triunfar sobre las redes de cooperación vertical patrones-clientes.

El trabajo de campo en España está desarrollado en la Comunidad Autónoma de Galicia, lo cual, dadas las escasas investigaciones publicadas, es una novedad para la literatura. La segunda aportación es explorar el funcionamiento de los mecanismos y procesos que deteriora las redes, que abre marcos de oportunidad política, incentiva el voto NP y la reclamación de bienes colectivos.

El artículo está dividido en varias secciones, después de la introducción se presenta la literatura de referencia; se contextualiza el campo y formulan las hipótesis; seguido de la metodología, el análisis atiende a los mecanismos y procesos que debilitan a las redes clientelares en la muestra de casos –y su evolución histórica, que se contrastan en un modelo comparativo de pocos casos. Finalmente, se termina con unas breves conclusiones.

## El clientelismo en la literatura

El clientelismo político consiste en una relación de intercambio de votos por favores entre dos personas de estatus desigual (Scott, 1972). Patrones, *brokers* y clientes establecen vínculos de amistad instrumental, relaciones interpersonales diádicas (cara a cara), difusas y poco concretas que se producen bajo reglas de lealtad y confianza, donde los intercambios de votos por favores se producen sin garantías de que cada parte cumpla su cometido. La suma de diádas forma redes clientelares de estructura piramidal (Kitschelt y Wilkinson, 2007), con patrones muy conectados con muchos clientes, produce un sistema asimétrico de favores dentro de las instituciones, cuyo objeto consiste en acceder a los recursos (Eisenstadt y Roniger, 1984; Geddes, 1994; Della Porta y Mény, 1995).

La política personalista satisface de forma informal muchas de las funciones del mercado o la burocracia, un modo de ejercicio del poder por parte de un partido político, con líderes que utilizan las instituciones y los recursos públicos en una implementación dirigida y que terceros contraigan deudas con ellos (Graziano, 1984). La estructura social que parte de la diáda impide la agregación de demandas políticas universales y la organización de los intereses colectivos, en cambio, fomenta la competición entre clientes para acercarse al patrón (Gambetta, 1988; Roniger y Günes-Ayata, 1994), un sistema de dominación social semejante a las estructuras de la mafia y la criminalidad organizada (Caciagli, 1996).

El retorno de los favores mediante el voto está bajo la vigilancia de *brokers* (intermediarios entre patrones y clientes) que permiten la monitorización electoral (Kitschelt y Wilkinson, 2007), especialmente en circunscripciones/comunidades pequeñas controladas por los partidos de masas (Medina y Stokes, 2007), que actúan como partidos clientelares para dirigir con precisión los beneficios/sanciones de la política particularista, e incluso, para excluir de las políticas públicas a los ciudadanos no colaboracionistas en los intercambios. La proyección pública de ejemplos de monitorización fortalece la cultura política clientelar, sobervalorando la capacidad real de sanción y conocimiento individual, desincentivando a muchos votantes la acción colectiva y el voto programático anti-clientelar, fomentando el silencio y el guardar las formas (Bourdieu, 2007), que dificulta la competición en campaña contra partidos clientelares.

La institución clientelar o máquina política la define la literatura especializada como los partidos que cuentan con miembros poderosos en las instituciones, y poseen una estructura de implantación territorial para llegar a los votantes y distribuir favores (Merton,

1964; Graziano, 1984; Coleman, 1990; Roniger y Günes-Ayata, 1994). Este sistema constituye la plataforma logística para la rendición de cuentas clientelar, opuesta a la de los partidos programáticos, que ofrecen una ideología, proyecto político en base a políticas públicas.

Los códigos de la cultura clientelar no contemplan la justicia y el mérito para la movilidad social (Chubb, 1982; Gambetta, 1988), no así los contactos. Para que el voto programático produzca recompensas mayores que mantener en el poder a un político “amigo” dispuesto a ayudar personal y exclusivamente a sus votantes, se tienen que presentar distintas coyunturas: desprestigio del patrón, transformaciones socio-culturales, crecimiento económico y alternativas programáticas de prestigio (Eisenstadt y Lemarchand, 1981; Kitschelt, 2007; Stokes et al., 2013).

## Contexto, planteamiento e hipótesis

La movilización electoral con estrategias clientelares en España es baja en comparación con otros países del sur de Europa (Blakeley, 2001; Hopkin, 2001:133, Kopecký y Scherlis, 2008:367), pero tampoco está erradicada entre los grandes partidos, con líderes locales que controlan las redes clientelares (Heywood, 1996). En áreas rurales como el interior de Galicia el *caciquismo* ha sobrevivido hasta la democracia actual (Cinar, 2016:84), desde que la UCD “reclutó a individuos de prestigio y autoridad durante el régimen predemocrático para explotar la capacidad de movilización de sus redes” (Hopkin y Mastropaolo, 2001:162).

El bajo nivel de asociacionismo durante los primeros años de democracia<sup>1</sup> dificultó la solidaridad horizontal y la acción colectiva para que los individuos se defiendan del clientelismo en regiones españolas como Andalucía, Islas Canarias, Galicia y provincias de Castilla (Hopkin y Mastropaolo, 2001). La necesidad de crear partidos fuertes en un sistema de partidos estable monopolizó en los partidos la intermediación entre el sistema político y la sociedad, y entre grupos de interés y las instituciones en una sociedad civil débil después de casi 40 años de dictadura de Franco (Gómez y Verge, 2011:316).

El partido que conserva la base electoral clientelar de mayor magnitud de la Comunidad es el Partido Popular de Galicia (PPdG), donde esta estrategia de rendición de cuentas posee una singular relevancia en el medio rural (Pantín, 2019). Cabe destacar, que en otras Comunidades Autónomas (CC.AA.) españolas el rol lo ocupan otros partidos sin variaciones significativas en su lógica y funcionamiento (Corzo, 2002).

Los ayuntamientos y las diputaciones de las CC.AA. pluriprovinciales representan unos entes estrechamente asociados con el clientelismo, por su elección indirecta y su competencia sobre los municipios de menor población. La base local los partidos está en contacto con los votantes y extiende su influencia por las instituciones, lo cual permite combinar una oferta programática -para determinadas elecciones y electorado-, con una fuerte dependencia hacia sus redes locales para la movilización electoral (Heywood, 1996).

La literatura sobre clientelismo nos ha enseñado que el desarrollo económico, los diseños institucionales eficaces y determinados modelos de democracia debilitan la rendición de cuentas clientelar. Pero la desactivación no es inmediata. Cuando las funciones que le son propias al clientelismo -aproximar al Estado a los ciudadanos y que estos exploten el poder de su voto-, han quedado caducas: ¿Por qué la gente no coopera y sigue buscando el favor individual, si a menudo este es insignificante si lo comparamos con los beneficios de la política pública?

Parece que estamos ante un dilema del votante y un problema de acción colectiva (Máiz, 2011), bloqueado por la baja confianza en la cooperación horizontal (Graziano, 1974; Gambetta, 1988), donde ni políticos ni beneficiarios tienen incentivos o herramientas para cambiar del *status quo* sin que alguna parte salga perjudicada, así “solamente cuando en

<sup>1</sup> Desde 1977 hasta -aproximadamente- 1982.

este tipo de entornos sociales se atraviesan coyunturas críticas que amenazan las vigentes reglas de juego, se abren oportunidades para sortear la trampa política” (Jiménez, 2014: 168).

El artículo plantea como hipótesis que algunos mecanismos pueden favorecer la cooperación horizontal y perjudican a las redes de favores:

H1. El sistema clientelar se debilita con a) el aumento de la ética anti-clientelismo vinculada al desarrollo socioeconómico. Esta precondition ambiental está reforzada por una serie de mecanismos locales, específicos de cada caso, a saber: b) competición en el mismo mercado electoral contra otras opciones clientelares que dividen el voto de las redes; c) concentración electoral y eficacia del voto de las alternativas NP; d) transformaciones demográficas en la circunscripción; e) intereses de grupo generadores de movilización NP; f) costes crecientes de los favores que dificultan su financiación, incentivan el recurso a métodos corruptos e incrementan los riesgos legales g) consolidación de un liderazgo que active el voto anti-clientelar; h) vinculación del clientelismo con un agravio general a la ciudadanía; i) presencia de alternativas NP fuertes que proyecten un modelo diferenciado.

H2. El clientelismo entra en crisis si estos mecanismos se manifiestan y combinan de forma eficaz.

H3. La acción colectiva anti-clientelar necesita de una estructura de oportunidad política que relacione una problemática social con el clientelismo.

## Métodología y fuentes de datos

El trabajo de campo original cubre un período de varios años, desde los inicios del período democrático (1979) hasta el año 2015. La práctica etnográfica sobre el terreno y la observación participante ha permitido diversificar los puntos de vista (Auyero, 1999), compartiendo con actores clave su experiencia en un partido de la oposición, pidiendo un favor, apoyando a un político después de haber recibido un beneficio, escuchando las historias de fuentes locales, el relato de organizaciones excluidas de las bolsas de subvenciones por la afiliación de alguno de sus miembros, o afectados por figurar en las listas de un partido de la oposición.

La investigación asumió el sesgo de selección no aleatoria de los casos, debido a la implantación territorial irregular de las redes, y a la necesidad de buscar casos tan relevantes como ricos en datos. Los estudios de caso se cerraron con la saturación teórica de información, siguiendo los criterios habituales de calidad en una muestra cualitativa, que no persigue una representación estadística sino análoga a unos fenómenos descritos, con especial atención a la riqueza de los datos, los valores extremos de la VI o VD, su relevancia, las diferencias entre variables de los casos y la adecuación para una comparación controlada (Yin, 2003; George y Bennett, 2005).

El trabajo de campo se desarrolló en pequeñas localidades para llegar a informantes clave mediante el método “bola de nieve”. El caso 1 corresponde al presidente de una diputación provincial volcada en el subsidio político de los municipios rurales de su circunscripción; los casos 2 y 3 representan a el patrón clientelar que ocupa el puesto de alcalde en dos pequeñas localidades. El caso 4 describe una revuelta popular contra el cacique local. Los casos 1 y 2 están basados en los materiales inéditos del Equipo de Investigaciones Políticas de la USC, de gran valor para el análisis comparado<sup>2</sup>. El trabajo de campo del caso 3 y 4 datan del 2015 y consistió en entrevistas, vaciado de fuentes secundarias, noticias de prensa, documentación y etnografía política sobre el terreno. Las descripciones anonimizan los sujetos y la localización de los casos con seudónimos para priorizar la información.

2 El material empírico está recogido en mi tesis de doctorado (Pantín, 2017) y su Anexo, disponible online en: <http://eprints.ucm.es/45524/>

La metodología de análisis consiste en el rastreo de procesos para explicar la estructura que vincula *input* y *output* (Hedström y Swedberg, 1998), es decir, cómo se produce el cambio estructural a través de la morfología del proceso de porqué la VI causa la VD (Mahoney, 2003; George y Bennett, 2005). Este tipo de análisis permite profundizar en la secuencia de sucesos causales que originan condiciones de manera no lineal, se observa la interacción de variables en el tiempo, la construcción y deconstrucción de escenarios, y la incidencia de mecanismos sobre las condiciones causales.

El análisis de mecanismos y procesos sirve para la comparación cualitativa, e investigar con los cuatro casos de la muestra los efectos de mecanismos concretos (Gerring, 2007). En el modelo comparativo, la presencia/ausencia de los mecanismos en una tabla booleana explica el resultado. Cuando varios casos similares tienen un resultado distinto (Y), se establecen variables de control  $X_i$  que permanecen constantes y se busca cual es la X en que difieren los casos para detectar la/s variable/s explicativa/s (George y Bennett, 2005; Gerring, 2007).

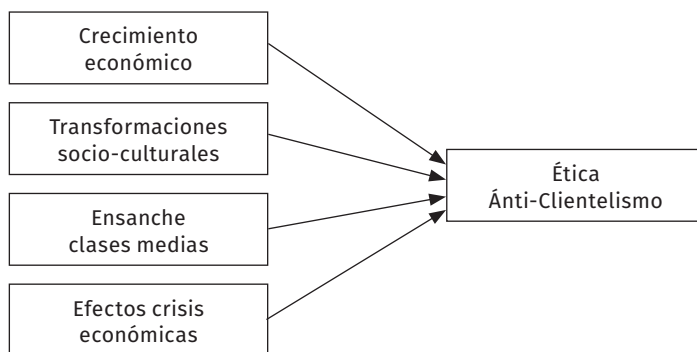
## El análisis de los mecanismos contra-clientelares

A continuación se exponen siete mecanismos contra-clientelares observados, responsables del debilitamiento de los partidos políticos que con más intensidad practican el clientelismo.

### A) Aumento de la cultura ética “anti-clientelismo”

Los mecanismos no siempre actúan de forma lineal, sino concatenada, abriendo escenarios y generando nuevos mecanismos. La percepción peyorativa y la ética pública anti-clientelismo aumenta a causa de una serie de submecanismos, como a) el crecimiento económico; b) las transformaciones socio-culturales; c) el ensanche de las clases medias; y d) los efectos adversos de las crisis económicas (Kitschelt y Wilkinson, 2007; Stokes et al., 2013). Estos son precondiciones ambientales para la desactivación de las redes, que a su vez generan otros mecanismos causales más específicos.

Figura 1. Submecanismos que inciden sobre el mecanismo 1 (ética anti-clientelismo)



Fuente: elaboración propia

La enorme distancia intergeneracional entre unos progenitores vinculados al sector primario, y unos descendientes con formación universitaria, viajes, reclamadores de puestos de trabajo cualificados generados por empresas innovadoras, e influenciados por las nuevas demandas sociales, parecen crear una barrera al acomodo de las prácticas clientelares: “todo esto solo se va a revertir con gente que piense de otra forma” (E1), aclaró

un entrevistado. Los nuevos intereses demandan un sistema más meritocrático, propio de las economías modernas y competitivas, muy distinto a la lógica de favores clientelar. No supone un asunto menor las transformaciones que derivan en una nueva cultura cívica, ligada a los valores de las democracias occidentales: participación, igualdad, derechos, pluralismo o libertad que, una vez más, parecen incompatibles con la dependencia, la arbitrariedad, los favores y la sumisión propia del fenómeno clientelar. Lo que algún entrevistado llama “masa crítica” y “conciencia social”:

“primero tiene que haber las condiciones objetivas, masa crítica en la sociedad para poder vislumbrar una alternativa (...) en nuestro caso concreto, con unas condiciones objetivas, con una situación social... donde el modelo está agotado, hay sensación de que no funciona” (E13).

Así, el desarrollo económico, socio-cultural y el consiguiente ensanche de las clases medias genera ética anti-clientelismo, una precondition para la penalización de aquellos partidos políticos que con más intensidad utilizan la *accountability* clientelar.

Cabe destacar durante el trabajo etnográfico, algunos de los sujetos representativos de los distintos roles sociales parecen compartir una coherencia discursiva entre sus versiones, y se alinean con los valores cívicos propios de las democracias avanzadas, profundizando la distancia entre la ciudadanía y la cultura del intercambio de favores políticos-votantes:

“a partir del 2010-2011 volvió gente preocupada por la actividad social... ¿en el resto de la sociedad? creo que hay un grado de despertar, de que lo colectivo nos toca” (E5).

El razonamiento de los entrevistados está muy ligado al contexto de crisis económica, que ha renovado debates acerca de la calidad de la democracia, los controles políticos y en general, el funcionamiento y las carencias del sistema político-económico. Lo que los entrevistados parecen transmitir es una conciencia crítica como colectivo, que entiende la realidad donde la minoría son los beneficiados y la mayoría los “perdedores”. Los entrevistados creen que están siendo perjudicados por el sistema: “yo no entiendo como nadie entró aquí a matar a todo el mundo”, señala visiblemente cansado un actor político refiriéndose al palacio provincial, donde sólo conseguían un empleo los votantes y miembros del partido de gobierno.

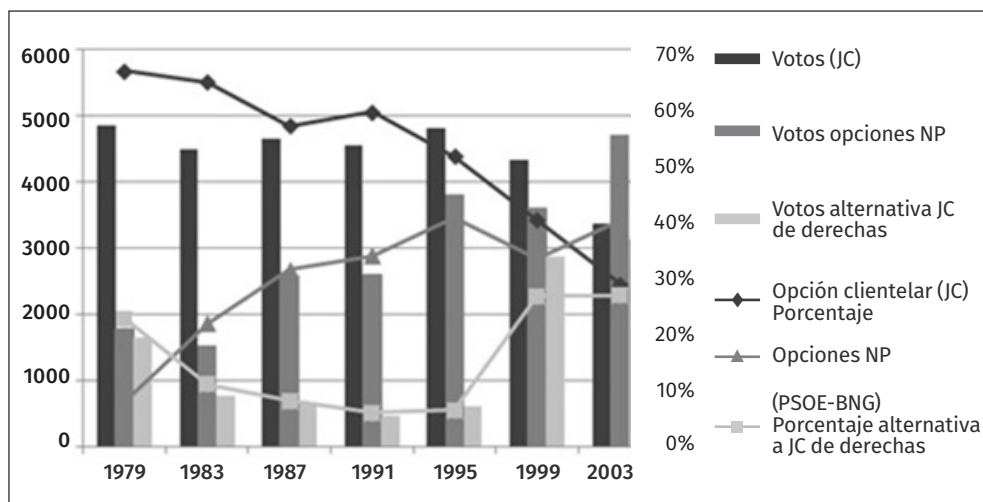
Del análisis de su discurso se desprende un cierto hartazgo, lo que antes era visto como una oportunidad dentro de la normalidad, ahora se percibe como un privilegio y un abuso de poder. Las renovadas percepciones cognitivas después de la Gran Recesión sobre ética pública, justicia e igualdad, resultan incompatibles con las prácticas clientelares, a vista de los entrevistados, injustas.

## **B) Competición en el mismo mercado electoral contra otras opciones clientelares que dividen el voto de las redes**

El escenario político del caso 2 durante las elecciones municipales de 1999 y 2003, presenta un ejemplo claro de competición en el mismo mercado electoral de otras opciones clientelares que disputan el control de la red. El análisis trata el número de votos agrupado en bloques clientelar/NP, como representantes del *cleavage* local.

El gráfico 1 ilustra, por un lado, la opción clientelar liderada por el patrón JC; y por otro, la suma de las opciones *no particularistas*, el BNG que lidera a partir de los años 90 junto a PSOE y EU; y por último, la alternativa de derecha ideológica-*galeguista*.

Figura 2. Evolución de los bloques políticos en el caso 3



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Interior.

Debido al enfrentamiento público del patrón clientelar contra otros miembros de su mismo partido y a la acumulación de sentencias judiciales en su contra, el partido popular decidió prescindir y expulsar de la organización a su notable local, para promocionar a otro candidato bajo el respaldo del presidente de la Xunta de Galicia, Manuel Fraga. El nuevo candidato propició una división de la red clientelar, auspiciados por las subvenciones prometidas siempre que votasen a su *broker*. Este nuevo PP consiguió aunar el antiguo voto de centro-derecha, desapareciendo las inestables listas locales de esta corriente, sufriendo por primera vez el patrón de la villa una significativa bajada del número de votos, y en la representación política porcentual del municipio, que venía debilitándose los últimos años.

Durante la campaña de los populares, el nuevo candidato del PP ofreció 80 subvenciones a diversas parroquias y una parte de la red de agentes fue captada para apoyar al nuevo patrón del PP; sin embargo, JC como independiente vuelve a conseguir los mejores resultados de las elecciones: 7 concejales; seguido de la candidatura clientelar del PP con 5 concejales; y en tercer lugar se sitúa el BNG con 3 representantes.

En las elecciones del año 2003, el patrón no se pudo presentar liderando la lista debido a las inhabilitaciones judiciales,<sup>3</sup> encabezando su hija la formación de independientes formada en 1999 tras su expulsión, que no haría más que profundizar la derrota en porcentaje de representación y en número de votos, que refleja la debilitación progresiva de la red clientelar.

Para medir el apoyo de los clientes, el número de votos puede ser muy útil para analizar el fenómeno, basado en favores individuales. Así, entre los años 1979 y 1995, sin competencia relevante y a la par que aumentaba el censo del caso 2, el número de votos medio a la candidatura clientelar se sitúa en 4667 sufragios, con una desviación estadística estándar de tan solo 152 votos durante cinco convocatorias electorales. Sin embargo, 1) el fortalecimiento de la oposición NP liderada por el BNG a partir de las elecciones de 1995; y 2) la nueva competencia por el favor de las redes contra un patrón más poderoso (Manuel

3 Véase mecanismo F.

Fraga), acabó mermando el número de apoyos (respecto 1995) un 10% en 1999, y un 30% en 2003. Expresados en términos estadísticos, la desviación típica de votos pasa de 152 (época de estabilidad en la red) a 737 votos en el convulso periodo de 1995-2003, como se muestra en la [tabla 2](#).

**Tabla 1.** Bloques con Nº voto, porcentaje, media, desviación estadística y evolución porcentual 1979-2003

Elección	Opción clientela (JC) Porcentaje	Votos (JC)	Opciones NP (PSOE-BNG) Porcentaje	Votos opciones NP	Media No votos JC	Desviación estadística estándar JC	Evolución % voto respecto elección anterior
1979	66,2	4837	7,9	1775			
1983	64,2	4492	21,7	1519			-7
1987	56,4	4643	31,2	2569	4667	152	3
1991	58,9	4555	33,7	2602			-2
1995	51,1	4809	40,2	3788			6
1999	39,9	4319	33,1	3588	3839	737	-10
2003	28,6	3359	39,9	4687			-22

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Interior.

**Tabla 2.** Índices de fraccionalización del sistema de partidos en la provincia del caso 3

	Índice número efectivo de partidos electorales	Índice número efectivo de partidos parlamentarios	Índice número de partidos electorales (Molinar)	Índice número de partidos parlamentarios (Molinar)
1983	3,39	3,05	2,79	2,2
1987	3,86	3,2	2,34	1,83
1991	3,7	3,16	3,29	2,5
1995	2,76	2,27	1,66	1,33
1999	2,71	2,17	1,6	1,26
2003	2,76	2,25	1,66	1,31
2007	2,98	2,62	2,02	1,73
2011	2,84	2,32	1,86	1,41
2015	3,21	2,45	2,23	1,5

Fuente: elaboración propia a partir del análisis con datos del Ministerio de Interior.

### C) Concentración electoral y eficacia del voto programático

El voto clientelar y los patrones clientelares tienden a concentrarse en un partido único por circunscripción, no así el voto y los políticos NP. Por dos motivos: 1) los patrones deben de ser pragmáticos y dejar en un segundo plano diferencias ideológicas para trazar alianzas, porque desde la oposición no se reparten favores; 2) un partido débil puede promover una agenda programática pero nunca podrá seleccionar a sus votantes sin el respaldo de un gran partido máquina que controle los engranajes de la administración.



El caso 1 padeció durante años la debilidad de las heterogéneas coaliciones frente a unas redes volcadas en la lista de su patrón (JB). El caso 2 padeció tentativas similares poco sólidas. En el caso 3 el transfuguismo de los concejales es constante ante los suculentos recursos de la máquina provincial del partido.

Los datos de la provincia que representa el caso 3 muestran que una mayor fraccionalización del sistema de partidos beneficia la eficiencia del voto clientelar. Por ello, cuando el bloque NP disminuye el número de partidos electorales, resulta más plausible que una alternativa NP sustituya al partido clientelar en el gobierno. A continuación, se justifica con datos empíricos el argumento que explica este mecanismo contra-clientelar.

En las elecciones municipales del 2011 el 78% de las alcaldías se mantuvieron en manos del PP (partido con mayor base clientelar en la provincia), con el respaldo del 49,5% de los votos; con la introducción de nuevos partidos en el 2015, el PP mantiene el 68% de las alcaldías con el respaldo de tan solo 43,9% de los apoyos, es decir, una minoría clientelar concentrada consigue la mayoría de los gobiernos municipales. Si el bloque NP no aprovechó en 2015 su superioridad (66,1%) fue en parte por la penalización del sistema electoral con un elevado número de partidos.

La interpretación de los indicadores del sistema de partidos (Ruiz y Otero, 2013) en la provincia, explica por qué la fraccionalización en el año 2015 impidió que los partidos NP se hicieran con más alcaldías locales. Los votos anti-clientelares dispersos se infrarrepresentan en los ayuntamientos, con dos partidos relevantes electoralmente más un tercero que despunta, pero en la práctica institucional, tan solo existe un partido relevante. Veamos los datos. A pesar de la pérdida de votos del PP, la diferencia entre el índice electoral y parlamentario de Molinar es de 0,73 puntos (2,23-1,5), mayor que en elecciones anteriores, cuando PSOE y BNG sumaban todo el voto anti-clientelismo y la distancia entre índices fue de tan solo 0,29 (2,02-1,73) en 2007, y de 0,45 en 2011, trasladando más fielmente el resultado electoral a la distribución de ediles entre las distintas formaciones.

El indicador del número de partidos efectivos, más sensible para reflejar la realidad de los sistemas de partidos proporcionales, vuelve a confirmar el argumento y la dinámica se mantiene: mientras que la diferencia del indicador electoral y parlamentario fue en 2007 de 0,36, la distancia en el año 2015 aumenta a 0,76, suavizando así la pérdida de apoyos de la candidatura clientelar, el mayor beneficiado del incremento del pluralismo en el sistema de partidos.

Con esta interpretación de los datos, parece confirmarse que un sistema de partidos asentado sobre el *cleavage* clientelar, puede representar un mecanismo fortalecedor o debilitador del clientelismo.

## D) Transformaciones demográficas en la circunscripción

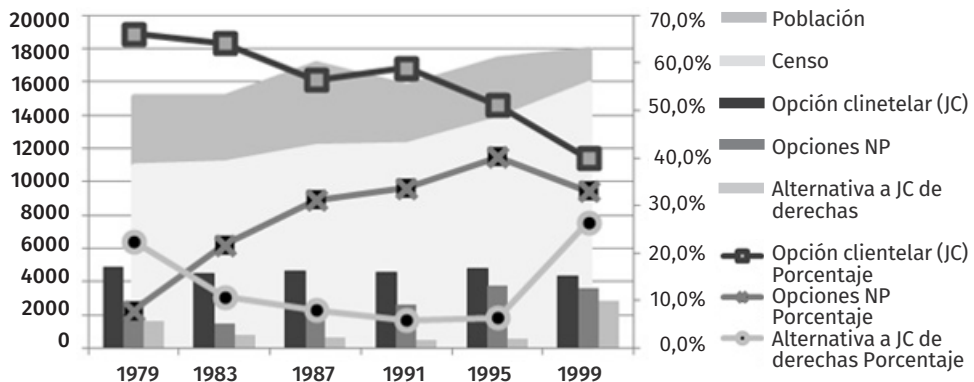
La literatura prevé que el crecimiento de la población y la expansión de la urbanización dificultan la capacidad de observación de los electores (Stokes et al., 2013). Cabe destacar cómo funciona el mecanismo demográfico, cuando a causa de las migraciones y la transformación de los censos de votantes en una circunscripción, se desgasta el capital social de los patrones, debido a que no conocen personalmente a los nuevos residentes ni estos -o sus familiares- están en deuda con él.

Este fenómeno se manifiesta en la localidad del caso 2 a raíz del boom urbanístico favorecido por el alcalde, que tanto le permitió repartir favores a los lugareños propietarios de fincas para su venta, permuta y recalificación. La oferta de vivienda resultó muy atractiva frente a los altos precios de la ciudad, propiciando un crecimiento del número de nuevos residentes en la villa. El número de votos a la candidatura del patrón, ora presentándose

en las listas del PP, ora dentro de un partido hecho para su figura (Independientes<sup>4</sup>), se mantiene constante sin apenas variar la fidelidad de los clientes. Sin embargo, el crecimiento del censo origina que esos votos cada vez tengan un peso relativo menor en el reparto de actas de concejal, disminuyendo progresivamente el porcentaje de sufragios que representa la red clientelar, y acudiendo los nuevos electores a prestar su apoyo a las candidaturas NP; véase la lista de derechas alternativa, o al PP (que combina voto NP y clientelar a partir de las elecciones municipales de 1999).

Como en los puntos anteriores, la complejidad de la vida política local requiere de una interpretación de los datos electorales como bloques de varios partidos que respondan al *cleavage* sociopolítico.

Figura 3. Voto a bloques en el caso 3, población y censo electoral



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con los datos del Ministerio de Interior.

El aumento del número de electores puede explicar parte de la pérdida de capacidad de la red clientelar para mantener los resultados electorales, de hecho, desciende el porcentaje de representación de la candidatura del patrón, pero se mantiene prácticamente constantes el número de votos a su candidatura, siempre fieles y naturales de la villa.

A raíz de los datos, el fenómeno de las migraciones de población y el cambio demográfico posee suficientes atributos propios como para ser considerado un mecanismo social, porque el aumento de los nuevos residentes puede desequilibrar el peso electoral de las redes clientelares autóctonas, al introducirse en el censo votantes sin dependencia del patrón, que por el momento no han recibido favores y no tienen su voto cautivo.

## E) Intereses de grupo como generadores de acción colectiva y movilización programática

La literatura nos dice que el clientelismo anula la acción colectiva y la cooperación ciudadana para defender los intereses comunes, en cambio, fortalece las relaciones verticales e individuales con un poderoso o patrón (Graziano, 1984; Auyero, 1999). En los casos emergen movimientos y organizaciones ciudadanas para defender intereses esquivando la intervención del patrón, las plataformas representan la infraestructura que promueve acciones concretas, facilita la cooperación entre individuos que persiguen el objetivo común, y simbolizan la oposición anti-clientelar. Estas organizaciones generan conciencia compartida y trasladan las reivindicaciones a los partidos políticos en localidades con una red asociativa fuerte.

4 El patrón del caso 2 comenzó y acabó su carrera política en un partido de independientes fundado por él mismo.

En el caso 1, la oposición política a JB organizó actos de protesta contra la urbanización de espacios naturales en la villa, liderados por el PCE local, se celebró una reunión multitudinaria de unas 1.200 personas que dio origen a un escrito donde se solicitaba la dimisión del alcalde por diversas irregularidades urbanísticas, la venta directa de “casas baratas” del Ayuntamiento a determinados vecinos, el desproporcionado incremento de la plantilla del consistorio sin oposición, con lazos familiares o de amistad personal con el alcalde-patrón.

El movimiento ecologista y cultural local en el caso 2 introduce demandas programáticas en una agenda política caracterizada por el favor individual. La agrupación del BNG utiliza este movimiento y explica por primera vez en un programa anti-clientelar, la elaboración de medidas concretas en el ámbito político, social y cultural.

En el caso 3, se han encontrado distintas formas de cooperación horizontal de *outsiders* de la red. El primero y más llamativo fue el de “Asociación de Opositores en Paro”, constituida por estudiantes a las pruebas de acceso al cuerpo de funcionarios de la Diputación que, perplejos, comprobaban como sujetos vinculados al partido de gobierno obtenían las plazas sistemáticamente. A través de esta asociación llevaron una actividad de denuncia pública y judicial exitosa, pues se tuvieron que repetir unas oposiciones, y dotó de motivos a otros aspirantes para colaborar y prescindir de los canales clientelares.

En los últimos años se han constituido otras organizaciones para llevar a cabo actos de protesta, a modo de plataforma para emitir notas de prensa, difundir información y organizar reivindicaciones con el objetivo de influir en la opinión pública y concienciar a la población de los efectos de la política clientelar. Entre ellos, la “Asociación de Víctimas del Caciquismo” y el “Foro Cívico Progresista” son ejemplos claros. Cabe destacar algunas acciones de protesta simbólica protagonizadas por la segunda plataforma. En el año 2014 presentaron ante notario un listado de cuáles serían los aprobados en unas oposiciones. De cinco plazas para funcionario municipal y con una concurrencia de 475 opositores, los miembros de la asociación “acertaron” el nombre propio de cuatro beneficiarios, el quinto también había concurrido en las listas electorales del PP en el año 2007, dejando en evidencia el proceso de selección para unas plazas vitalicias.

El discurso cívico-democrático versiona las prácticas clientelares desde una perspectiva peyorativa, y desgasta el capital simbólico del sistema, es decir, estas asociaciones y asuntos de interés colectivo generaron nuevos paradigmas y luchas políticas, más eficaces cuando se trasladaron a partidos que las instrumentalizaron.

Sin embargo, la incidencia de este mecanismo ha sido limitada debido a la asimétrica interpretación del conflicto. Lo que para algunos representa nula planificación urbana y daños medioambientales, otros votantes entienden flexibilidad para la maximización del interés individual, la selección de trabajadores mediante criterios de afinidad electoral puede ser interpretado como una injusticia o como una oportunidad.

## **F) Costes crecientes de los favores que dificultan su financiación, incentivan la corrupción e incrementan los riesgos legales**

La mejora general de la calidad de vida de los clientes provoca “inflación en los recursos” y aumenta el coste de los favores que demanda la clientela (Caciagli, 1996). Esto 1) lleva al sistema a una situación de colapso; u 2) obliga a los patrones a acudir a fuentes corruptas que los financien (Della Porta y Mény, 1995). Los costes crecientes de los favores son la causa inicial de un tortuoso camino de corrupción que financie a la máquina, y logre introducir recursos en las redes clientelares de intercambio, una *path dependency* en la que los políticos clientelares se ven atrapados: la reclamación de recursos para distribuir

favores de manera ininterrumpida, desemboca en procesos judiciales que desgastan al político-patrón, lo inhabilitan y acaban perdiendo el apoyo de la máquina controladora de las transferencias desde otras instituciones.

Esta *path dependency* clientelismo-corrupción-clientelismo se encuentra claramente en todos los casos analizados, que, para hacer frente a los compromisos contraídos, condujeron al patrón a cometer errores y precipitaciones, patentizándose escandalosas irregularidades recogidas durante el trabajo de campo, que a la postre le ocasionaron problemas judiciales. El caso 1 y 2 desembocó en inhabilitaciones mientras revalidaban mayorías electorales, con acusaciones de prevaricación, malversación de fondos y tráfico de influencias. El frecuente desprestigio obliga a los partidos a expulsar a sus patrones clientelares, decisión que estos interpretan como una "traición" después de los servicios prestados a los partidos.

### **G) Vinculación del clientelismo con un agravio general a la ciudadanía**

El principal requisito de un agravio general a la ciudadanía, es que este sea reconocido por una mayoría social, superando el alcance de los intereses de grupo. La política selectivamente permisiva en materia de ordenación urbana y edificación, no puede ser considerada un agravio general por la asimetría de sus efectos, para muchos votantes el incumplimiento selectivo de la normativa urbanística puede recaer en beneficio propio (recalificación, omisión del pago de Licencias, permisividad para construir alturas, etc.), una conveniencia difícil de calificar como agravio. De igual manera ocurre con la intensiva contratación de personal municipal, seleccionando a candidatos afines, difícilmente puede ser un agravio en comunidades de baja movilidad social, donde siempre puede ser agraciado un conocido o familiar.

Así, el único agravio que provocó una reacción transversal -cuyos efectos no benefician a nadie, fue la contaminación del río en la villa de Alacrán, símbolo de la localidad en el caso 4. A partir de esta reclamación se sumaron otras que identificaban a la gestión clientelar cómo problema y no cómo solución a los problemas.

La revuelta popular del verano de 1989 en el caso 4, tiene fundamentos anteriores que permanecían latentes para una parte de la ciudadanía<sup>5</sup>, pero estalló a raíz de unas truchas muertas en el río que, ante la negativa del alcalde a convocar el pleno que abordase el problema de contaminación del fluvial, un grupo de vecinos movilizados y miembros de asociaciones locales deciden ocupar la casa consistorial y encerrarse hasta que el pleno fuese convocado. Lo que había comenzado como un problema de salud pública y ecologismo, con la intensidad añadida de las asambleas entre vecinos encerrados en el consistorio, dio pie a la deliberación y al planteamiento de nuevas problemáticas en las reuniones: la dejadez de los gobiernos municipales, el caciquismo practicado, la ausencia de actividades culturales, etc., contra lo cual, la asamblea empieza a actuar como un órgano de gobierno público, organizando actos culturales, comidas populares y actuaciones musicales. El entusiasmo alcanzado, llevó a los vecinos a mantener el encierro hasta que el pleno sobre el estado del río no fuese convocado (Gil, 2009).

En las semanas sucesivas, se produjeron una serie de tentativas de ocupación por la fuerza, denuncias y manifestaciones, hasta que finalmente, ante el transversal y hegemónico apoyo vecinal, el alcalde y toda la corporación municipal dimite en bloque.

En medio de una provincia rural, envejecida y caracterizada por las prácticas clientelares, la revuelta popular permitió que emergiera un gobierno municipal que recibió el mandato de llevar a cabo una agenda programática. En palabras de una protagonista de la

<sup>5</sup> Algunos asuntos despertaban un fuerte interés entre ciertos colectivos locales, comprometidos con el medio ambiente y el valor patrimonial del centro histórico, con manifestaciones a razón de varias iniciativas urbanísticas que desvirtuaban el estilo arquitectónico de la villa. También se organizaron concentraciones contra el "caciquismo", demandando más servicios públicos.

revuelta, “el pueblo se echó a la calle harto del abandono, falta de gestión y de las negras perspectivas de futuro”;<sup>6</sup> otros describen la situación vivida como cambiar a un gobierno que “encarna el espíritu del caciquismo” (Gil, 2009). Tal como reflexionó a posteriori el líder de la revuelta y alcalde los primeros años: “nosotros teníamos un proyecto -o la idea- de una villa para vivir”, que mediante decisiones políticas marcó “la diferencia entre la política y la demagogia o entre el individualismo y la ciudadanía” (Barreiro, 2008:165). Del corto alcance de los pequeños favores, se pasó a una acción política con un proyecto municipal definido, una idea para refundar la villa y que no acompañase al resto de la provincia en su destino decadente.

El análisis desde la teoría de la acción colectiva y los movimientos sociales (Tilly, 2004; Della Porta y Diani, 2011; Tarrow, 2012), explica porque el clientelismo desincentiva la protesta y los intereses colectivos: favores individuales, relaciones verticales y escasa abstracción, impiden identificar un agravio compartido.

Los casos analizados recogen las circunstancias que Tarrow (2012) llama los “tres poderes en movimiento”. Sin embargo, en el caso 4 la barrera del sistema clientelar se desborda por la cooperación entre iguales (horizontal) para defender los intereses comunes:

En primer lugar, se formaron 1) asociaciones cívicas y las acciones de protesta, que forjaron unas redes sociales informales, sirvieron como plataforma para la organización de futuros movimientos anti-clientelismo.

2) Se combinaron emociones e identidades colectivas con repertorios culturales que dotaron de significado a las problemáticas que afectan a los vecinos: la contaminación del río, la especulación urbanística y el deterioro del casco urbano. A partir de estas se agregó a la matriz general de la protesta, una serie de significados compartidos mediante la deliberación y el debate en las asambleas populares: la dejadez del alcalde, el caciquismo y un imaginario; es decir, se construyó un esquema interpretativo entre los vecinos participantes que utilizaban para simplificar los acontecimientos, definir nuevos agravios relacionados y contemplarlo bajo el nuevo marco propuesto.

3) El tercer poder que posibilitó el triunfo de la acción colectiva fue aprovechar las oportunidades políticas, especialmente cuando los partidos de la oposición incorporan las demandas y capitalizan el movimiento en la lucha electoral.

En el caso 4 se jugaron distintos factores que facilitaron una conexión narrativa entre el grupo organizado y la comunidad acerca de lo que estaba sucediendo con un alcalde clientelar. Este hilo conductor permitió lo que los especialistas en acción colectiva llaman “alineamientos de marcos” (Della Porta y Diani, 2011:114), paso previo a la “reelaboración simbólica” de nuevos problemas, culpables y soluciones a emprender. La defensa de intereses comunes unió a los vecinos bajo una identidad horizontal frente a la verticalidad de las relaciones clientelares, que incluía un “nosotros” e irremediamente un “otro(s)”, en otras palabras, un culpable del agravio identificado: el cacique-patrón clientelar.

## H) Consolidación de un liderazgo que active el voto NP

El liderazgo de la revuelta popular en el caso 4 desempeña un rol clave sin distorsionar la espontaneidad del movimiento para trasformarlo en acción colectiva anti-clientelar. Los líderes supieron dotar de sentido y enfoque a la acción grupal, “seleccionando temas conocidos con el fin de persuadir a los ciudadanos para que se unan a la causa y añadiendo luego nuevos temas que se sumen a los anteriores y los activen en nuevas direcciones” (Tarrow, 2012:257). El liderazgo no debe entenderse como una “autoría intelectual”, porque

6 Véase el reportaje publicado en La Región el 8 de agosto del 2014 “Los alaricanos recuerdan los 25 años de la revuelta vecinal”.

precisamente, el imaginario colectivo emana de una realidad incontrolable, reconocida en el debate público, pero que necesita una cierta dosis de orquestación, empatía, carisma y capacidad de convencimiento.

En el caso 4 los líderes vecinales canalizaron un sentimiento colectivo para identificar a un causante: la dejadez de un alcalde que hacía gala del prototipo de cacique. Los espacios políticos requieren pacto y conflicto, en este sentido, el caso representa un conflicto político por excelencia, donde se provocó una situación enconada, con manifestaciones que midieron el apoyo general a la causa, y optaron en asamblea ocupar la casa consistorial hasta que el alcalde no convocase el pleno y aprobase medidas concretas para sanear el río, a sabiendas que el regidor no accedería a sus demandas.

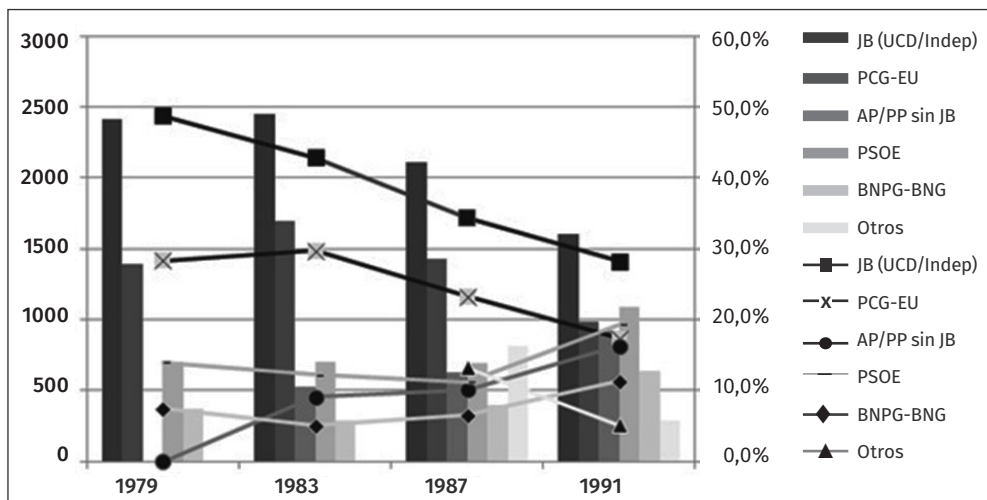
Así, la protesta anti-clientelar pasó a movimiento promovido por los líderes de la red asociativa local, que materializaron sus tácticas políticas en los medios de comunicación, asambleas y tribunales, impulsando la acción colectiva contra el cacique: encierro en el Ayuntamiento y otros repertorios de protesta consiguieron un apoyo transversal hasta ver consumada, en forma de dimisión, la dimisión del patrón.

### I) Alternativas NP fuertes que proyecten un modelo diferenciado

Cabe destacar que “las relaciones clientelares pueden perder su viabilidad en presencia de una competencia intensa” (Kitschelt y Wilkinson, 2007: 29). Sin embargo, la fortaleza de las alternativas programáticas depende y se retroalimenta de otros mecanismos (líderes, intereses de grupo que puedan instrumentalizarse, agravios para movilizar, etc.), para representar un modelo diferenciado que incentive la coordinación electoral NP de manera no lineal. Veamos como:

Como se desprende del siguiente gráfico que correspondiente al caso 1, a pesar de la evidente redistribución del voto, se articulan en las primeras elecciones democráticas dos tendencias: el grupo encabezado por el Alcalde-patrón (JB), por una parte, y el Partido Comunista (PCG) que representa en la localidad el proyecto NP.

Figura 4. Número y porcentaje de votos por candidatura en el caso 1



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Interior.

El trabajo de campo mostró que el voto clientelar se dirige hacia la candidatura de JB; el voto NP hacia los otros partidos, especialmente PCG-EU. Un análisis del número de votos de los bloques muestra como hasta las elecciones de 1987, la política municipal se decidía en esos dos modelos, que respondían a la existencia *cleavage* clientelar vs NP.

La eficacia del mecanismo requiere de una intensa presión de la oposición, donde el PCG claramente manifestó otra “forma distinta de hacer las cosas”, que frente al abultado número de ciudadanos que de manera activa respaldaban y defendían el sistema clientelar, los partidos NP no consiguieron desvalorizar (hasta 1991) las múltiples “deudas” y favores contraídos con el patrón JB a lo largo de los años, que desincentiva a buena parte de los vecinos de la villa a optar por un partido político que amenazase la política particularista.

El debilitamiento de las redes como consecuencia de la presión y campaña ejercida por las candidaturas NP, también se evidenció en la localidad del caso 2, donde las acciones “contra-clientelares” se materializan en el conflicto abierto durante las sesiones plenarias, con los esfuerzos de la oposición en elaborar mociones alternativas y preguntas siguiendo las reglas del juego democrático formal. Las reclamaciones ecologistas a partir de los años 90, hacen frente a los abusos políticos, urbanísticos e industriales sobre el medio ambiente, logran que estos asuntos trasciendan a los medios de comunicación y la opinión pública para dotar de contenido a la oposición política.

De esta forma, la intensidad de la persuasión programática por parte de partidos anti-clientelares, resulta clave para la correcta sustitución de las máquinas políticas, y que sean reemplazadas por otra organización que suponga un cambio de paradigma en la distribución codificada de los recursos.

### Comparación de casos

El modelo de comparación incluye los estudios de caso 1 y 2 donde el triunfo NP fue parcial y paulatino dentro de la franja temporal de análisis; el escenario del caso 3 donde se deteriora el vínculo clientelar sin que el bloque NP alcance una mayoría; acompañado por el caso 4 de revuelta social contra el cacique local.

La tabla booleana sintetiza casos y mecanismos con resultados desiguales, mantiene controlados los factores transversales, así como los factores atípicos que ofrecen luz sobre aquello que diverge y provoca el cambio (mecanismos causales) sobre la variable dependiente en términos dicotómicos (Landman, 2011), cuyo resultado puede ser triunfo NP (p), avance programático limitado (q), y revuelta contra el cacique (r).

**Tabla 3.** Tabla Booleana

Casos	Mecanismos (VI)									Resultado
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	VD
Caso 1	A	b	c	d	E	F	g	H	I	Voto NP (p)
Caso 2	A	B	c	D	E	F	g	H	I	Voto NP (p)
Caso 3	A	b	c	d	e	F	g	h	I	Limitado (q)
Caso 4	A	b	C	d	E	f	G	H	I	Revuelta (r)

Fuente: elaboración propia a partir del análisis.

A= Cultura y ética anti-clientelismo. B= Competencia otras opciones clientelares. C= Concentración de las alternativas NP. D= Transformaciones sociodemográficas.



E= Intereses de grupo generadores de acción colectiva. F= Costes crecientes de los favores. G= Vinculación del clientelismo con un agravio general. H= Liderazgo fuerte de las opciones NP. I= Opciones NP consolidadas.

Letra minúscula= ausencia de condición. Letra mayúscula sobre fondo blanco= condición. Letra mayúscula sobre fondo gris= condición causal.

El caso 1 y 2 representan un modelo de deterioro paulatino del sistema clientelar, reflejado en el crecimiento del voto a las opciones NP con un mensaje anti-clientelar. El rango temporal del análisis capta la progresiva crisis de las redes para sustentar a su patrón en el gobierno institucional, aunque en ocasiones fuera de manera intermitente (caso 1). Finalmente, los partidos NP redujeron la extraordinaria intensidad de influencia de las redes a medida que el patrón se desgastaba, incumplía sus promesas y la red clientelar no lograba retener los votos.

En el caso 1 de crisis clientelar los costes crecientes de los favores (F), representan un factor causal que origina muchos problemas al patrón con la justicia, por acudir a métodos ilegales (corrupción), que generan rechazo y movilización en un segmento de la población. De manera similar actúan los intereses de grupo (E) contra la amenaza de la política urbanística del “cacique”. Si estos asuntos no incentivan a una movilización más amplia (véase agravio común), se debe a la asimétrica interpretación del *cleavage*: frente al escandaloso eslogan “viva la especulación” de los beneficiarios, otra parte de la ciudadanía interpreta como negativos los efectos de la política clientelar, fundamentado la confrontación política.

El caso 2 contiene las implicaciones a lo largo de la serie temporal de una notable variedad de mecanismos casuales que, en distinto momento, afectaron al patrón local. De manera progresiva las transformaciones demográficas (D) en la villa, disminuyeron el peso electoral de la red clientelar tradicional. Los intereses de grupo (E), especialmente a partir de los años noventa, donde emergieron asociaciones que defendían el patrimonio local frente al caos urbanístico y los perjuicios de la políticas de favores individuales. Estos asuntos implicaron un tema de confrontación política que aprovechó la oposición para visualizar las externalidades de la gestión clientelar (mismo asunto que en el caso 1), y deterioraron la imagen del regidor. Por último, iniciado su declive, los costes crecientes (F) para distribuir favores dieron pie a problemas judiciales, que inhabilitaron y desgastaron a la candidatura de JC; en un proceso encadenado, permitieron la introducción de una segunda candidatura clientelar (B), que competía por el mismo electorado culturizado en los favores personales, que dividió el voto *rent-seeking*.

La consolidación del voto NP en los casos 1 y 2 necesita alternativas al modelo clientelar consolidadas y activas (I), éstas emerguen apoyadas en las anteriores condiciones. Cabe destacar que su mera presencia resulta insuficiente, pero sin ellas es muy complicado observar un desvío de tendencia.

La manifestación de mecanismos para que el resultado sea éxito del voto programático (p), se podría resumir como una inferencia lógica así:<sup>7</sup>

$$[I \wedge (E \wedge F)] \vee [I \wedge (E \wedge F \wedge D \wedge E)] \rightarrow p$$

El caso 3 presenta una singularidad única en el modelo: corresponde al gobierno clientelar de una Diputación provincial competente sobre casi un centenar de municipios rurales, donde las redes se han debilitado pero conservan el poder en la mayoría de los ayuntamientos. El clientelismo en la provincia ha estado muy vinculado a una Diputación volcada en las redes clientelares locales afines, penalizando al resto. No existe un agravio general (G) que atente contra los intereses comunes ampliamente reconocido por los

7 Leyenda sobre el lenguaje formal lógico: letra (proposición/mecanismo);  $\wedge$  (conjunción “y”);  $\vee$  (disyunción “o”);  $\neg$  (negación “no”);  $\rightarrow$  (condicional “entonces”);  $\leftrightarrow$  (bicondicional “sí y solo si”).

ciudadanos, tan sólo y parcialmente “el enchufismo”, pero en ocasiones se identifica más como una oportunidad que como un problema. Los partidos no logran instrumentalizar los intereses de grupo (E) por su limitada transcendencia local, tampoco visualizar un proyecto provincial alternativo (I), e incluso están en proceso de fraccionalización inverso a la concentración (C), con un voto disperso que dificulta mayorías alternativas. Sin embargo, en el modelo booleano destaca un factor que de manera singular incide en el deterioro parcial de las redes clientelares: los costes crecientes (F) para distribuir favores entre la clientela. El sistema requiere de una máquina política muy perfeccionada que provea de recursos desde las instituciones a los intermediarios, cada vez más costosos, la obligación de recurrir a métodos corruptos origina procesos judiciales que han debilitado a los patrones de la provincia.

La manifestación de mecanismos para que el resultado sea voto NP limitado (q) se podría resumir así:

$$\neg (C \vee E \vee G) \wedge (F \wedge I) \rightarrow q$$

El caso 4 dio lugar a una revuelta popular que desbancó al poder clientelar del Ayuntamiento, un caso atípico y extremo donde se evidencian con claridad las características necesarias para la acción colectiva. Los factores exógenos que legitimaron y dotaron de contenido a la revuelta son un agravio general que a la ciudadanía (G), con implicaciones ideológicamente transversales, donde una mayoría de ciudadanos se identificaron con la causa, independientemente de pertenecer a distintos grupos sociales, diferencias de clase, de partido o edad. El éxito en la instrumentalización del agravio lo transforma en un mecanismo contra-clientelar, íntimamente relacionado con figura de un líder carismático (H) como el observado en el caso de la revuelta. La fuerza singular del liderazgo facilitó que el agravio sea reconocido y se reaccione a través de las redes asociativas previas, para que en un segundo estadio, surja el movimiento y la acción colectiva anti-clientelar. Así, el colapso de la red no se produjo por un deterioro en la provisión de favores como en el resto de los casos, sino que la movilización anti-clientelar se genera por los efectos negativos, y la transmisión de un vagaje cognitivo que identificó el clientelismo como causa de los problemas sociales.

La comparación muestra otros factores fundamentales para el éxito de la revuelta como una alternativa política NP activa en los plenos del consistorio (I), cuyos miembros coincidían con los líderes del movimiento vecinal, por ello, durante la revuelta las elecciones generales de 1989 se plantearon a modo de plebiscito, reconociendo al BNG como partido anti-clientelar que concentraba el voto NP (C). Los intereses de grupo (E) como cemento para la cooperación horizontal y la reclamación de políticas públicas, frente a las políticas privadas del clientelismo (cooperación vertical con el patrón), fueron introducidos en el discurso social a través de las asambleas de vecinos, incluyendo nuevas demandas sociales: más servicios públicos, revertir el deterioro del casco urbano, promocionar el desarrollo económico de la villa, etc., que encontraron eco en el sentir social e identificaron como responsable de su situación al caciquismo del alcalde.

Esta interacción entre mecanismos para que el resultado sea revuelta (r) se podría resumir así:

$$(C \wedge E) \wedge [G \leftrightarrow (H \wedge I)] \rightarrow r$$

## CONCLUSIONES

El objetivo del artículo fue mostrar cómo los mecanismos y el proceso sociopolítico deterioran a las redes clientelares y colapsa el sistema de favores. Las contribuciones del artículo se resumen en tres: 1) el artículo aporta a la literatura estudios de caso sobre

el clientelismo en España; 2) se analiza el funcionamiento interno de mecanismos anti-clientelares no suficientemente explorados; y 3) se identificó la estructura de oportunidad política que aumenta las posibilidades de que los votantes se coordinen para demandar políticas *no particularistas* y se desvinculen del patrón.

Respondiendo a la primera hipótesis, se han analizado los mecanismos que provocan un cambio estructural que afecta al fenómeno, como tales, se han identificado como factores contra-clientelares en la muestra de casos. La comparación ha comprobado la validez de la segunda hipótesis. La tabla *booleana* muestra cómo los mecanismos actúan, cuáles son precondiciones para la crisis del sistema clientelar (VD), y cuáles causan la coordinación electoral NP.

La teoría propuesta combina a una serie de mecanismos como las transformaciones demográficas en las circunscripciones electorales, con nuevos electores sin deudas/vinculación con el *broker* que desequilibren el peso de las redes autóctonas. Así como la erosión inherente a los casos de corrupción (para financiar los costes del partido-máquina), deteriorar el capital simbólico del patrón (“conseguidor”), también en términos de capital social, distancia al patrón de los cuadros superiores del partido y bloquea el acceso privilegiado a los recursos que otrora disponía.

Del análisis también se extrae que, en ocasiones, las circunstancias históricas favorables para que el partido clientelar pierda las elecciones, son desaprovechadas por los partidos NP porque no trasladan de manera eficiente el voto electoral a representación institucional, siendo así identificado la concentración de las alternativas NP como un mecanismo debilitador del clientelismo que, por sí solo, no expulsa a los patrones, pero con él presente resulta más plausible que ello ocurra. No se han encontrado casos en la literatura sobre este mecanismo, como contribución original, podría ser testada por otras investigaciones.

Tampoco se ha encontrado estudios de caso que analicen las crisis en el sistema clientelar desde la protesta y acción colectiva en respuesta a agravios generales; o a través de organizaciones para defender los intereses de grupo, que prescindan de la intermediación del patrón/*broker*. La tercera hipótesis parece coherente en los casos: bajo la condición de una estructura de oportunidad política definida, los ciudadanos pueden cooperar y no competir por los favores individuales cuando existe un interés que los vincule “como iguales”, que identifique al clientelismo como responsable de una problemática.

## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Ramón Máiz y al Equipo de Investigaciones Políticas de la USC el trabajo de campo inédito que enriqueció mi comparación, así como los comentarios de Fernando Jiménez (UM) y Manuel Villoria (URJC) en el XIII Congreso Español de Ciencia Política. También quiero dar las gracias a Martín Portos (SNS-Italia) y a Ana Belén Benito (CEPC), que me ayudaron a mejorar el texto y a subsanar errores, todos los demás son de mi absoluta responsabilidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Auyero, J. (1999). From the Client’s Point of View: How Poor People Perceive and Evaluate Political Clientelism. *Theory and Society*, 28(2), 297-334.  
<https://doi.org/10.1023/A:1006905214896>
- Barreiro, X.L. (2008). *Vontade de Nación*. Ourense: Difusora.

- Blakeley, G. (2001). Clientelism in the Building of State and Civil Society in Spain. En *Clientelism, Interests and Democratic Representation*, Ed. Simona Piattoni. Cambridge: University Press, 77-100. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139175340.005>
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Club Siglo XXI.
- Caciagli, M. (1996). *Clientelismo, corrupción y criminalidad organizada*, Madrid: CEPC.
- Chubb, J. (1982). *Patronage, Power and Poverty in Southern Italy*. Cambridge, CUP.
- Cinar, K. (2016). A Comparative Analysis of Clientelism in Greece, Spain, and Turkey: the rural-urban divide. *Contemporary Politics*, 22, 77-94. <https://doi.org/10.1080/13569775.2015.1112952>
- Corzo, S. (2002). *El clientelismo político. El Plan de Empleo Rural en Andalucía: Un estudio de caso*. Granada, Editorial Universidad de Granada.
- Coleman, J. (1990). *Foundation of Social Theory*. Cambridge: Harvard U. Press.
- Della Porta, D. y Mény, Y. (eds.) (1995). *Corruzione e democrazia*. Napoli: Liguori.
- Della Porta, D. y Diani, M. (2011). *Los movimientos sociales*. Madrid: CIS-UCM.
- Eisenstadt, S. N. y Lemarchand, R. (1981). *Political clientelism, Patronage and Development*. London: Sage.
- Eisenstadt, S. y Roniger, L. (1984). *Patrons, Clients and Friends*. Cambridge: CUP. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511557743>
- Gambetta, D. (1988). *Trust. Making and Breaking cooperative relations*. Oxford: Blackwell.
- Geddes, B. (1994). *Political's Dilemma*. Berkely: California U. Press. <https://doi.org/10.1525/9780520918665>
- George, A. L. y Bennett, A. (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press.
- Gerring, J. (2007). *Case study research. Principles and practices*. CUP. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511803123>
- Gil, M. (2009). *Allaríz, crónica dunha revolta*. Ourense: Difusora.
- Gómez, R. y Verge, T. (2011). Party Patronage in Spain: A Appointments for Party Government, en *Party Patronage and Party Government in European Democracies*, Ed. Petr
- Graziano, L. (1984). *Clientelismo e sistema político*. Milano: F. Angeli.
- Hedström, P. y Swedberg, R. (1998). *Social mechanisms: An analytical approach to social theory*, CUP. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511663901>
- Heywood, P. (1996). Continuity and change: analysing political corruption in modern Spain, en Posada-Carbó y Walter (coords.), *Political Corruption in Europe and Latin America*. NY: St. Martin's Press: 115-136. [https://doi.org/10.1007/978-1-349-24588-8\\_6](https://doi.org/10.1007/978-1-349-24588-8_6)
- Hopkin, J. (2001). A 'Southern model' of electoral mobilisation?: clientelism and electoral politics in Spain. *West European Politics*, 24, 115-136. <https://doi.org/10.1080/01402380108425420>
- Hopkin, J. y Mastropaolo, A. (2001). "From Patronage to Clientelism: Comparing the Italian and Spanish Experiences", En *Clientelism, Interests and Democratic Representation*, Ed. Simona Piattoni. Cambridge University Press, 152-171. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139175340.008>

- Jiménez, F. (2014). La trampa política: la corrupción como problema de acción colectiva, en Pastor Seller et al., *Gobernabilidad, ciudadanía y democracia participativa* (pp. 157-174). Madrid, Dykinson.
- Kitschelt, H. y Wilkinson, S. (2007). *Patrons, Clients, and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge: CUP.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511585869>
- Kopecký, P. y Scherlis, G. (2008). Party Patronage in Contemporary Europe. *European Review*, 16(3): 355-71. <https://doi.org/10.1017/S1062798708000306>
- Landman, T. (2011). *Política Comparada. Una introducción a su objeto y métodos de investigación*. Alianza Editorial, Madrid.
- Mahoney, J. (2003). Tentative Answers to questions about causal mechanisms, en Annual Meeting APSA.
- Mãiz, R. (2011). *A arte do imposible*. Editorial Galaxia, Xunta de Galicia. Vigo.
- Medina, L. F. y Stokes, S. (2007). Monopoly and Monitoring: a approach to political clientelism, en Kitschelt y Wilkinson (coord.), *Op. cit.*
- Merton, R. K. (1964). *Teoría y estructuras sociales*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Pantín, J. (2017). Votos por favores: el clientelismo político en la actualidad. Estudios de caso en la Galicia rural [tesis doctoral inédita]. Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset-Universidad Complutense de Madrid. Online en:  
<http://eprints.ucm.es/45524/>
- Pantín, J. (2019). *Votos por favores: el clientelismo de partido en las instituciones gallegas*. Estudios Políticos, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Madrid.
- Roniger, L. y Günes-Ayata, A. (1994). *Democracy, Clientelism and Civil Society*. Boulder: Lynne Rienner.
- Ruiz, L. y Otero, P. (2013), *Indicadores de partidos y sistemas de partidos*. Cuadernos Metodológicos, CIS, Madrid.
- Scott, J. (1972). Patron client politics and political change in Southeast Asia. *American Political Science Review*, 66(1). 91-113. <https://doi.org/10.2307/1959280>
- Stokes, S. et al. (2013). *Brokers, Voters, and Clientelism*. Cambridge U. Press.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107324909>
- Tarrow, S. (2012). *El poder en movimiento: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza Editorial, Madrid.
- Tilly, C. (2004). *Contention and Democracy in Europe, 1650-2000*, CUP.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511756092>
- Yin, R.K. (2003). *Case study research. Design and Methods* Thousand Oaks: Sage.

## NOTA BIOGRÁFICA

**José Manuel Pantín Morado** es investigador-colaborador de la Universidad de Santiago de Compostela del Equipo de Investigaciones Políticas. Doctor Europeo en Gobierno y Administración Pública con Premio Extraordinario por el Instituto Universitario de

Investigación Ortega y Gasset - Universidad Complutense de Madrid (2017). Graduado en Ciencia Política y de la Administración por la Universidade de Santiago de Compostela (2011); y Máster en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales en la Universidad Complutense de Madrid (2014). Ha publicado en revistas como *Opinião Pública*, *Revista Española de Ciencia Política* y una reciente monografía en la colección *Estudios Políticos* del Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Los temas de investigación de mayor interés son el clientelismo político, la corrupción, los mecanismos de vinculación políticos-ciudadanos y las estrategias para la distribución de políticas, con especial interés en los procesos históricos de competición política.

Artículos / Articles

## ¿Por qué se han organizado las camareras de piso? Algunas claves e interpretaciones desde la revitalización sindical

### *Why have floor housekeepers been organized? Some keys and interpretations from the trade union revitalization*

David Moral-Martin   
Universidad de Zaragoza, España  
jdavidmoralm@unizar.es

Recibido / Received: 19/03/2019  
Aceptado / Accepted: 19/02/2020



#### RESUMEN

Este artículo analiza la creación de asociaciones de camareras de piso en un complejo contexto sindical. Este hecho matiza las interpretaciones sindicales sobre su desaparición, al tiempo que señala la dificultad de participar en un contexto altamente institucionalizado. La metodología se basa en la realización de entrevistas y en la revisión bibliográfica y documental. Los elementos explicativos surgen del análisis de varios factores que condicionan el comportamiento sindical. Como aportaciones, la utilización de estrategias de revitalización, basadas en tácticas de afiliación múltiple y flexible y en el intento de institucionalizarse sobre la base de sus condiciones materiales de trabajo, junto a una táctica comunicacional han ubicado su relato junto al de otras luchas salariales. Como principal conclusión, observamos limitaciones entre los sindicatos para comprender la aparición de nuevas experimentaciones sindicales sobre la base de la teoría de la demanda, lo que sugiere la necesidad de incorporar aspectos a los de la oferta.

**Palabras clave:** Declive sindical; poderes sindicales; sindicalismo; camareras de piso; nuevos movimientos sindicales; precarización; revitalización sindical.

#### ABSTRACT

This article discusses the creation of associations of housekeepers in a complex union context. This fact qualifies trade union interpretations about their disappearance, while pointing out the difficulty of participating in a highly institutionalized context. The methodology is based on interviews and bibliographic and documentary review. The explanatory elements arise from the analysis of several factors that condition union behavior. As contributions, the use of revitalization strategies, based on multiple and flexible affiliation tactics and the attempt to institutionalize on the basis of their material working conditions, together with a communication tactic that has located their story along with other wage struggles. As a main conclusion, we observe limitations among unions to understand the emergence of new union experiments on the basis of demand theory, which suggests the need to incorporate aspects of supply.

**Keywords:** Union decline; trade union powers; syndicalism; floor shops; new trade union movements; precarization; union revitalization.

**Sugerencia de cita / Suggested citation:** Moral-Martin, D. (2020). ¿Por qué se han organizado las camareras de piso? Algunas claves e interpretaciones desde la revitalización sindical. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 97-115. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.59>



## INTRODUCCIÓN

Actualmente nos hemos acostumbrado a acompañar el término *sindicato* de un adjetivo que lo califica, al tiempo que lo condiciona y limita, como es el de *decadente*. Esta vinculación potencial viene de lejos. Tras la II Guerra Mundial varios autores han venido analizando su fuerza a la baja, tanto en influencia como en afiliación (Neal y Cameron, 2016). Sin duda se trata de un asunto demasiado complejo como para generalizarlo, ya que las realidades sindicales en cada país sólo se entienden vinculándolas a las estructuras de sus relaciones laborales (Brunet et al., 2016). Es por ello por lo que su equiparación plantea un problema de definición: ¿son más (o menos) sindicatos los que dependen de su institucionalización, que los que lo hacen de su afiliación? Según el país, parecería una respuesta acertada.

Sin embargo, y sin haber resuelto completamente este tipo de aspectos, a comienzos del siglo XXI han aparecido una serie de Nuevos Movimientos Sindicales (NNMMSS) que, sin duda, han cuestionado el comportamiento de todo el sistema de representación sindical en España al proponer una alternativa sindical en un contexto de dificultades para estos tipos de organizaciones. En este sentido, estos nuevos movimientos plantean tres interrogantes. El primero, vinculado a su aparición: ¿qué supone para la teoría de la pérdida de poder sindical el hecho de que nuevos colectivos se organicen adoptando fórmulas abiertamente sindicales? El segundo, asociado a sus prácticas sindicales: ¿cómo es posible que sean estos nuevos movimientos los que se encuentren en disposición de instrumentalizar a las centrales sindicales, en lugar de ser estas las que los incorporen con tal de ganar en afiliación? El tercero, y último, relacionado con su representatividad: ¿cómo han logrado participar de un sistema institucional que básicamente se impuso para limitar la participación de movimientos sindicales con poca, o baja, representatividad? A todas estas preguntas les tratamos de dar respuesta, mediante el estudio de uno de estos colectivos, el de las camareras de piso.

A continuación, y tras esta introducción, dedicamos un segundo apartado a explicar el diseño metodológico de esta investigación. Tras este, nos centramos en analizar las repercusiones externas sobre el comportamiento sindical. En el cuarto, nos centramos en el estudio de las Kellys Unión Cataluña, especificando el contexto de su nacimiento. Posteriormente, presentamos sus propuestas y prácticas sindicales renovadoras. Finalmente, acabamos con un breve apartado de conclusiones.

## LOS NUEVOS MOVIMIENTOS SINDICALES (NNMMSS). ENTRE EL DECLIVE SINDICAL Y SU REVITALIZACIÓN

A finales de la década de 1960 el estudio sobre el declive de los sindicatos recobró fuerza entre los investigadores sociales y lo situó junto al fin del taylorismo-fordismo y sus deficientes consecuencias sociales y económicas, como la inexistencia de movilidad social ascendente. El pacto (deal) industrial propuesto por este residió en dos aspectos básicos: un compromiso de clase permanente basado en la estabilidad y en la previsibilidad (Linden, 2014), unido a una “vinculación contractual de larga duración sujeta a ciertos derechos (renegociables periódicamente) y sostenida sobre la estandarización y burocratización de los sistemas de fijación del salario” (Köhler y Martín, 2010:471).

El sonado (y previsible) fracaso del citado pacto se explica por el incumplimiento de algunas de sus recetas magistrales, ya que no fue capaz de salvar a los colectivos de trabajadores que incluyó cuando se produjo el agotamiento del periodo de supercrecimiento; obviamente tampoco lo hizo con los que dejó fuera, previamente excluidos de la descripción

de trabajador basada en el “doble postulado del empleo masculino a tiempo completo y de familias estables” (Sen y Lee, 2015:43). Esto contribuyó a inaugurar el periodo denominado declive sindical. Ebbinghaus y Visser (1999) lo situaron entre 1975 y 1995 y lo caracterizaron, entre otros aspectos, por su incapacidad para integrar colectivos concretos: jóvenes e inmigrantes, pero sobre todo mujeres. Esta situación se mantuvo durante la década siguiente (Bryson et al., 2011).

No obstante, frente a las narraciones catastrofistas otros autores interpretaron esta situación como la mejora de la capacidad de lucha y de afiliación de unas centrales sindicales, que habían confiado su existencia a las buenas expectativas que les ofrecía la reconstrucción de las relaciones industriales del posconflicto bélico. Sobresalieron los estudios de Crouch y Pizzorno (1978), quienes señalaron que el exceso de estímulos históricos que había aportado la lucha de clases a finales de la década de 1960 albergaba cierta esperanza en la recuperación de la afiliación sindical.

Lo cierto es que la noción de declive sindical admite lecturas diferenciadas como recientemente han demostrado Bernaciack et al., (2015) al señalar la existencia de un aumento (o como mínimo mantenimiento) afiliativo en varios países europeos. Beneyto (2018) y Jódar et al., (2017) han aplicado esa visión al caso español, señalando su reciente incremento afiliativo.<sup>1</sup> Estas reinterpretaciones han propiciado un nuevo interés por la cuestión de la revitalización sindical. Martínez Lucio (2008) ha señalado que entre finales de la década de 1980 y principios de la de 1990 se inició la respuesta sindical a la crisis estructural e identitaria.

A comienzos del siglo XXI varios autores criticaron la supuesta inevitabilidad de la teoría de la carrera-hacia-el-abismo (Munck, 2002; Silver, 2005). Unos años después, Levesque y Murray (2007) hicieron lo propio con la tesis del debilitamiento sindical. Recientemente Calleja (2017) ha dado una nueva explicación sobre su declive, basándolo en la importancia de la globalización. Sin embargo, ninguna de estas críticas logran renovar las teorías sobre el particular adelantadas por Köhler y Calleja (2011): una fuerte, que proclama su desaparición y otra suave, que apunta hacia su neocorporativización. Estas controversias provocaron la aparición de una serie de estudios y propuestas alternativos: *Labor Revitalization Studies* (LRS) (Haman y Martínez-Lucio, 2003). Para Beneyto (2017) se trata de un modelo analítico y descriptivo de factores externos e internos que condicionan y explican la intervención sindical, con el objetivo de definir su actual crisis y contribuir a su renovación, mediante un conjunto de estrategias de intervención sobre los recursos de poder sindical (Visser, 1995; Frege y Kelly, 2004).

En opinión cualificada de Beneyto (2018), estos estudios utilizan argumentos limitantes para explicar la pérdida de poder sindical. Su error consiste en vincular su análisis casi exclusivamente a los factores de oferta, internos al sindicalismo: hegemonía de los trabajadores centrales de los sindicatos y un modelo de negociación colectiva que margina a desempleados y trabajadores periféricos, como factores reseñables. Alternativamente, Levesque y Murray (2007) recuperaron como factores explicativos los de demanda, externos a los sindicatos: la globalización y el neoliberalismo. Antentas (2006:30) trata de aunar posturas, culpando tanto a las políticas neoliberales como a las transformaciones productivas, al tiempo que incorpora aspectos propios de las organizaciones de los trabajadores como la reducción de la participación de los afiliados en la vida interna sindical, “que expresa un debilitamiento de la base social real de los sindicatos”. Purcell (1995), por su parte, introduce el factor del *managerialismo* empresarial o de desplazamiento del protagonismo del sindicato, sistema de gestión basado en prácticas individuales antes que en negociaciones colectivas.

<sup>1</sup> De la misma opinión participa Vandaele (2019), quien la cuantifica en un 0,2% para el periodo 2010-2017.

En todo caso, las dificultades de los sindicatos para encuadrar satisfactoriamente a determinados trabajadores han dado lugar a la aparición de nuevas formas de organización basadas en la cuestión salarial. De esta confrontación de análisis ha surgido el interés de ciertos autores ([Dufresne y Vandewattyne, 2015](#)) por el estudio de la implantación de nuevas fórmulas organizativas salariales entre países del sur de Europa ([Moral y Brunet, 2018](#); [Brunet y Moral-Martín, 2020](#)).

En este sentido, no disponemos de información suficiente que explique con claridad el porqué del nacimiento de organizaciones sindicales de mujeres dedicadas a la limpieza de las habitaciones de hotel. El principal objetivo de este artículo es señalar una serie de factores que han de servirnos para entender su éxito, tarea compleja, ya que la mayoría de los análisis sobre los sindicatos no parecen augurar buenos tiempos para su crecimiento, ni ser favorables a la aparición de nuevas formulaciones salariales. Es por ello, en nuestro intento por lograr el citado objetivo, por lo que reflexionamos sobre cómo explicar la notoriedad pública (y publicada) alcanzada por esta organización.

En concreto, aportamos una serie de claves para interpretar cómo Las Kellys Unión Cataluña (LKUC), en una economía en plena crisis y en un sector estable, han sido capaces de organizarse sindicalmente y posicionarse públicamente en el centro de numerosos debates sobre condiciones laborales, salariales y sociales. Este hecho nos ha de servir para verificar qué grado de acierto han tenido los análisis sindicales con respecto al nacimiento de nuevas fórmulas organizativas y, en paralelo, señalar los límites de su capacidad para solucionar viejos debates que (re)aparecen en los nuevos tiempos.

## MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar este estudio nos hemos basado en un enfoque metodológico cualitativo, utilizando técnicas de entrevistas semiestructuradas y de análisis crítico de textos y documentación. El objeto es estudiar la dificultad que ha tenido la organización de camareras de piso para organizarse sindicalmente en un contexto de, supuesto, declive y de una alta institucionalización del sindicato, más ampliamente analizado por [Brunet y Moral Martín \(2020\)](#). Para su comprensión hemos acudido a un enfoque transversal, con una sola entrevista por participante. El trabajo de campo se realizó en la ciudad de Barcelona, residencia de las direcciones de las organizaciones participantes, si bien su ámbito engloba a toda Cataluña. Todas las entrevistas tuvieron una duración de más de una hora y fueron realizadas entre octubre y diciembre de 2017.

El guion temático utilizado en este trabajo se ha centrado en dos aspectos principales recogidos en los siguientes bloques: 1) el análisis de la situación, en concreto lo referido a la reestructuración organizativa y el reclutamiento; y 2) la visión de la rivalidad sindical y parasindical, que ha sido contestada mediante la estrategia de afiliación múltiple por parte de los NNMSS, la participación institucional y la comunicación. Todos los entrevistados fueron intencionalmente seleccionados por su capacidad de ofrecer información detallada sobre el sindicalismo. Con esta selección hemos pretendido obtener cierta homogeneidad muestral ([Pole y Lampard, 2002](#)), para poder relacionar sus contestaciones con el objetivo de esta investigación y establecer relaciones teóricas.

El muestreo intencional, no probabilístico y de colección completa se ha basado en los siguientes criterios de selección: a) dos académicos expertos en el estudio del sindicalismo (UNI); b) otros tantos exdirigentes sindicales de CONC<sup>2</sup> (ESDO); c) tres dirigentes actuales de UGT y dos de CONC (SDO); d) además de otro dirigente de Fomento del Trabajo (PFT); y e) dos miembros destacadas de *Las Kellys Unión Cataluña* -LKUC- (NMS), organización autonómica

2 Comisiones Obreras Nacionales de Cataluña.

de camareras de piso. Paralelamente, se ha llevado a cabo un análisis crítico de su discurso (Alonso, 2003), relacionándolo con la numerosa literatura que existe alrededor del mundo sindical sobre su declive y su revitalización.

## REPERCUSIONES EXTERNAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO SINDICAL

Beneyto (2018) señala la existencia de tres vinculaciones que determinan el comportamiento del recurso clave de la afiliación sindical: la fuerte, motivada por el ciclo económico; la media, vinculada al sector de actividad; y la débil, asociada a la brecha de género. En el caso de la constitución de LKUC las tres han influido, si bien con distinta intensidad.

Nuestro interés principal reside en aquellos autores que han reforzado la relación existente entre ciclos económicos y afiliación sindical. Con posterioridad desarrollamos los restantes recursos. Checchi et al. (2010) y Kalecki (2011) han demostrado que mientras el pleno empleo fortalece el sindicato, el desempleo y la precariedad lo debilitan. Este análisis encaja perfectamente con la evolución de los sindicatos españoles y su pérdida afiliativa durante la crisis. Un dirigente de CONC lo confirma: “nosotros hemos tenido [perdido] casi cuarenta mil afiliados en los últimos ocho años” (SDO01). Otro dirigente de UGT lo justifica de la siguiente manera: “el sindicato es reflejo de la sociedad que tenemos, vamos muy sincronizados con el tejido productivo”. Ambas afirmaciones responsabilizan exclusivamente a las causas externas (de demanda) a los sindicatos de su situación. Pero esto no parece demostrarse en otros modelos sindicales (Bernaciack et al., 2015).

La verdadera importancia de la pérdida de militancia es la mengua de su poder asociativo, recurso sindical clave (Beneyto, 2018). Por esta razón no podemos explicarnos cómo es posible que hayan surgido experimentaciones sindicales en el citado contexto de declive afiliativo (Baylos, 2017). No obstante, algo suponemos. No parece advertirse que las centrales sindicales se hayan interesado en integrarlas para conseguir recuperar afiliación y revertir su declive (Bernaciack et al., 2015). En las entrevistas mantenidas con dirigentes sindicales esta cuestión no mereció su atención, lo que evidencia el alejamiento organizativo entre estas y otras organizaciones, como LKUC.

Estos dirigentes explican su existencia mediante vagas interpretaciones, entre las que destacan su carácter efímero y coyuntural: “plataformas [para] problemas concretos” (SDO05), al tiempo que critican su estrategia autónoma: “yendo de manera independiente o en solitario, pues [creen] que pueden conseguir más” (SDO04). También vinculan estas organizaciones a contextos de enfrentamiento: “sitúan en el conflicto *per se* su estrategia” (SDO02). Por último, también las acusan de estar manipuladas: “los sindicatos minoritarios intentan aprovechar[se] (...) de movimientos emergentes y de fuerte visibilidad social, o mediática como mínimo” (SDO01). Esta última afirmación es ciertamente paradójica comparándola con las estrategias sindicales de UGT (“nosotros lo que hacemos es intentar acercarnos a ellos y seguir luchando por ellos”, SDO04) y de CONC (“no somos suficientemente buenos organizando precarios y autónomos, etcétera”, SDO01).

A las mencionadas críticas hay que añadir una gran incompreensión sobre ciertas experiencias pasadas, que deberían haber sido mejor analizadas. Un antiguo dirigente de CONC recordó la creación del sindicato de mujeres taquilleras del metro de Barcelona, a pesar de su oposición, “lo entendí perfectamente, si a las criaturas nadie las defiende, ¿qué hacen ellas?” (ESDOS01). No se han extraído las enseñanzas de la constante crisis de representación de algunos colectivos. Recientemente Lahera (2018:23) señala la brecha existente entre el actor sindical y “los colectivos huérfanos de autonomía contractual”.

Todos estos argumentos señalan que la coyuntura económica explica parcialmente el comportamiento sindical en función de la afiliación, ya que existen otros factores, no exclusivamente económicos pero muy vinculados a ellos, que han posibilitado el nacimiento de estos espacios sindicales.

## LAS KELLYS UNIÓN CATALUÑA

Hunter y Watson (2006) han investigado el trabajo de las camareras de piso a nivel mundial y denunciado su invisibilidad social. En nuestro país, y junto a su imperceptibilidad, todo parece explicar su imposibilidad (o dificultad) de integrarse en los sindicatos. La consecuencia del desinterés de estos ha contribuido a que las camareras de piso españolas se hayan constituido en un movimiento sindical autoorganizado.

Este colectivo, denominado coloquialmente *Las Kellys*,<sup>3</sup> “acrónimo de las que limpian las habitaciones” (Moreno, 2016), es sin duda la cara más visible de todo este nuevo asociacionismo<sup>4</sup> recientemente estudiado por Brunet y Moral-Martín (2020). Su nacimiento organizativo surge a partir de una crítica contumaz sobre la responsabilidad de las centrales sindicales más representativas a la hora de establecer sus condiciones laborales y salariales. En su página web (kellys.es) así lo señalan: “todos, sin excepción, son responsables de su abandono en los convenios colectivos que se han firmado durante años en las distintas comunidades”. Una de las dirigentes de la organización LKUC lo confirma: “¿por qué en un convenio que acoja a tantísima gente no había una representación exclusiva de camareras de piso?” (NMS02). Otra justifica su necesidad organizativa: “antes de ser Kellys, yo decía: ‘pero bueno, ¿por qué no hay una asociación [de LKUC]?’ (...) [cuando] las camareras de piso somos la sección más grande del hotel”.

No obstante, estos planteamientos han sido atacados con dureza por los sindicatos tradicionales. Para UGT “resulta muy fácil decir: ‘A mí no me representas’. Cuando tú te presentas a unas elecciones sindicales democráticas (...). Tú te presentas en las empresas y las continuas ganando” (SDO03). Hay que tener en cuenta que estas organizaciones salariales no son sindicatos oficiales, lo que institucionalmente las deja totalmente fuera de cualquier posible representación legal. Quizá ahí radique uno de los principales problemas de su relación con las centrales sindicales más representativas.

Llegados a este punto, resulta razonable introducir otra clave que ayude a explicar la fundación de LKUC,<sup>5</sup> como es la vinculada a la teoría de la oferta: “los sindicatos mayoritarios están a la baja porque... Bueno, tienen un pasado y evidentemente no han hecho las cosas como deberían y han surgido muchísimos sindicatos nuevos” (NMS01). A la hora de efectuar estas críticas no se tiene en cuenta lo argumentado por Bernaciack *et al.* (2015:40) quienes han señalado las restricciones contemporáneas de la actuación sindical (“con recursos mermados no estaban en la mejor posición para responder a la crisis”) y su limitado alcance territorial (“una crisis económica global y una acción sindical que es esencialmente nacional o incluso de índole sub-nacional”).

En todo caso, observamos cómo la falta de un análisis consensuado genera la adopción de diferentes interpretaciones. Desde las principales centrales sindicales justifican el desencuentro entre organizaciones retomando aspectos tradicionales de orientación

3 A lo largo de 2015 formaron una serie de grupos territoriales en España, entre ellos Las Kellys Unión Cataluña. Información extraída de: <http://labrujulaociocultura.com/las-kellys-la-union-la-fuerza>. Visitado el 30 de junio de 2019.

4 Existe otra organización también denominada Las Kellys con demandas semejantes: <https://laskellys.wordpress.com>.

5 Recordemos que LKUC, son la federación catalana de la Confederación Estatal de Camareras de Piso.

sindical. CONC señala la pugna entre unión y fragmentación: “[ante] una defensa corporativa de los intereses de ciertos colectivos, nosotros vamos a una defensa más generalista de los intereses del conjunto de los trabajadores”. Pero asumiendo cierta autocrítica impregnada de proteccionismo y, quizá, de rigidez, “nos cuesta mucho organizar a los trabajadores precarios” (SDO01) y “somos poco flexibles y poco ágiles (sic)” (SDO03). Esto ratifica la distancia existente entre ambas organizaciones sindicales.

Por su parte, las camareras de piso se quejan de instrumentalización. Ángela Muñoz, vicepresidenta estatal de Las Kellys,<sup>6</sup> tras su entrevista con el entonces presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, en mayo de 2018, declaró: “estamos hartas de que gente que no sabe hacer una cama, ni lo que supone hacer veinte habitaciones y que te paguen dos euros, se pongan a defender derechos que a ellos no les van a afectar”. Esta afirmación fue corroborada por otra dirigente de LKUC, al explicar la respuesta sindical con la que se han encontrado: “voy a intentar solucionarlo, pero bueno... ‘Como no me afecta a mí, vamos despacio’. Aunque lo solucione, pero más despacio. Y yo creo que por eso ha tenido el éxito que ha tenido” (NMS02).

### **Contrataciones y externalizaciones en el sector de la hostelería catalana**

Para analizar el sector de la hostelería en Cataluña, acudimos a los datos aportados por su patronal.<sup>7</sup> El informe del año 2017 señala que se trata de uno de los motores fundamentales de la economía catalana. En el último trimestre del citado año su peso en las afiliaciones a la Seguridad Social fue de 400.682 personas, divididas entre el régimen general (79,4%) y el de trabajadores autónomos (20,6%).

No obstante, la realidad salarial no parece la más halagüeña para el colectivo de las camareras de piso. Según la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) su salario medio es de 1.560 euros brutos, tomando como referencia un establecimiento de tres estrellas. Datos que son contestados por los sindicatos (CC. OO. y UGT) y LKUC: “cuando oímos por ahí que la camarera de piso gana 1.300 euros. Claro, nosotros tenemos 1.098 de sueldo base”. Además, denuncian que el convenio sectorial es de aplicación real al 40% del total de profesionales de la limpieza, estimando en unas veinte mil trabajadoras las que no están reguladas debido a la externalización, por lo que están sometidas a convenios de empresa. Eso redundará en la disminución de emolumentos y derechos, hecho al que no son ajenas a las negociaciones sectoriales llevadas a cabo por las centrales sindicales, ya que, como señala una de las dirigentes de las camareras: “[miras] el convenio que tenemos en Cataluña y miras el Estatuto de trabajadores. Me parece que lo único que tenemos de más es el medio día de fiesta” (NMS02).

Para comprender lo anterior, analizamos parcialmente el actual convenio interprovincial de hostelería en Cataluña (2017-2019),<sup>8</sup> de aplicación a LKUC. En su artículo 60, “Contratación y subcontratación mercantil (Externalización)”, recoge que el nivel salarial y la duración de la jornada laboral son los mismos para el personal de las empresas contratadas o subcontratadas, salvo que sus condiciones de origen sean mejores. Sin embargo, incorpora un párrafo final que matiza esta igualdad: “la entrada en vigor de lo contemplado en este artículo se producirá a partir del 31 de diciembre de 2018 y no afectará en aquellas empresas que ya tienen externalizados los servicios con anterioridad a esta fecha”. Se trata de una propuesta prometedora de futuro que deja fuera de su cobertura a las empresas

6 Información disponible en: [https://www.eldiario.es/ctm/Kellys\\_0\\_767823948.html](https://www.eldiario.es/ctm/Kellys_0_767823948.html). Visitado el 4 de noviembre de 2018.

7 Disponible en: <http://observatoritrebball.gencat.cat>. Visitado el 10 de enero de 2019.

8 Documentación disponible en: <https://www.ccoo-servicios.es/archivos/catalunya/convenio-hosteleria-2017-2019.pdf>. Visitado el 15 de enero de 2019.



que iniciaron la externalización en el inicio de la crisis y que remite a sus trabajadores a sus convenios propios y a las condiciones pactadas con anterioridad, más restrictivas.

Esto explica la negativa rotunda de la presidenta de LKUC: “coges el manifiesto y te lees los puntos que nosotros tenemos. Entre ellos es[tá] el no a la externalización” (NMS01). Posiblemente la movilización de las camareras de piso influyó para que a comienzos de 2019 el recién elegido presidente de la patronal del sector turístico, Gabriel Escarrer (Meliá), reconociera la necesidad de equiparar el trato entre las camareras, sean o no de plantilla.<sup>9</sup> De alguna manera suponía asumir la paradójica realidad del sector, señalada por un antiguo dirigente de CONC: “la grave contradicción [entre beneficios y salarios] en un sector económico importante” (ESDO02). Esta situación también contribuye a explicar por qué estas camareras se han organizado como movimiento sindical: entendieron que no participar en las negociaciones del convenio sectorial, suponía no poder influir en la mejora de sus condiciones contractuales, de ahí que se organizaran para poder participar eficazmente en aquellos ámbitos posibles.

## El género en las actuales organizaciones salariales

El factor más débil de la cuestión de la afiliación ha sido el vinculado a la brecha de género. Por este motivo probablemente sea la variable menos comprendida (y trabajada) por parte de las principales centrales sindicales. Estamos ante un hecho preocupante, que vuelve a entroncar con antiguos debates y señala la existencia de controversias aún no resueltas.

Enrech (2010) ha estudiado la evolución histórica de sectores altamente feminizados como el textil y denunciado el hecho de que algunos sindicalistas masculinos obstaculizaron la incorporación de las mujeres a sus organizaciones, por miedo a la pérdida de su propio trabajo. En este sentido, desde la academia se nos recuerda la dificultad que el sindicalismo continúa teniendo para superar su tradicional estructura afiliativa: “las tres M: male, manufacturer y manual” (UNI01), hegemónica desde mediados del siglo XX.

Recientemente, Charlwood y Forth (2011) han identificado la distancia existente entre representantes de los trabajadores y determinados colectivos asalariados de mujeres. Por su parte, Bernaciack et al. (2015:18-20) han estudiado la calidad de la afiliación evidenciando la escasez de presencia femenina: “la representación (o infra-representación) de los intereses de las mujeres es un asunto controvertido desde hace mucho tiempo para los sindicatos europeos”. Esa realidad estuvo en el origen de la reflexión realizada desde la dirección de LKUC, en la que se apostaba por tener voz propia, otra clave que nos ayuda a interpretar su decisión colectiva.

En la actualidad existe un vivo debate sobre la citada cuestión de la defensa de los intereses de determinados colectivos femeninos poco representados. Simón (2003:77) ha cuantificado la propensión afiliativa por género, “significativamente superior en el caso de los varones”. Beneyto (2018:57) confirma este análisis: “ahora integran más mujeres”. En esto coincide con una dirigente de UGT: “en la industria, el transporte, trabajaban más hombres... Entonces, quizá teníamos una afiliación más masculinizada. Pero ahora tenemos también mucha afiliación [femenina]. No recuerdo los datos exactos” (SDO04). Sin embargo, no parece garantizado que con este incremento se logre corregir la endémica débil implicación y participación femenina, si bien apunta hacia una nueva orientación en la política de afiliación por género.

<sup>9</sup> El nuevo presidente de la patronal, Gabriel Escarrer (Meliá), declaró respecto de las Kellys: “tenemos que mejorar como empleadores”. Información disponible en: <https://www.elconfidencial.com>. Visitado el 27 de enero de 2019.



En este sentido, diversos estudios señalan que aún queda mucho por hacer. Recio (2018) indica la importancia del género en las economías existentes, factor claramente identificado por LKUC: “si hubiera habido más hombres trabajando como camareros de piso, no habiéramos llegado a estos problemas. Porque nosotras, como mujeres, hemos aguantado mucho...” (NMS02). Por su parte, Cañada (2018:118), y para el caso concreto de *Las Kellys*, insiste en vincular género y discriminación: “menores salarios y reconocimiento profesional, además de menor capacidad de incidencia en las prioridades de la agenda sindical”.

Por todo lo expuesto no parece descabellado asegurar que LKUC interpretasen que solamente mediante una organización sindical propia podrían cambiar la inercia y alejarse del comportamiento típico seguido por colectivos laborales similares, como los estudiados por Checchi et al. (2010:85), quienes llegaron a la conclusión de que los colectivos de menor retribución se ven obligados a confiar “en el mayor poder de mercado de aquellos con mayores habilidades para lograr mejoras para aquellos con menor poder de mercado”. La combinación de falta de resultados y de desconfianza, posiblemente vinculada a cuestiones de género, se erigen como clave de su opción por autoorganizarse sindicalmente.

## PROPUESTAS Y PRÁCTICAS SINDICALES RENOVADORAS

Hasta ahora venimos reflexionando sobre por qué la aparición de LKUC no ha sido totalmente comprendida, ni asumida, por parte de las centrales sindicales, al menos aparentemente, y hemos aportado claves que nos ayuden a interpretarlo. A continuación, nos centraremos en las tácticas revitalizadoras que han seguido. Todas ellas parecen basadas en las propuestas de los *Labor Revitalization Studies*. Concretamente, nos enfocaremos en las de reestructuración organizativa y reclutamiento, a nivel interno, y las de negociación, participación institucional y comunicación, en el externo. En ambos ámbitos se recuperan prácticas sindicales tradicionales, al tiempo que se modifican otras para asumir ciertas competencias, tanto dentro como fuera del centro de trabajo.

Las citadas tácticas muestran su acomodo sindical en un entorno hostil, afirmando su voluntad de permanencia. Nos referimos al complejo contexto regulado por la tríada sindical (compuesta por audiencia electoral, representatividad sindical y negociación *erga omnes*) que otorga un papel institucional al sindicato más representativo a la hora de reclamar, actuar y representar colectivamente a todos los asalariados.

### Afiliación múltiple y flexible en el interior de las empresas

La estructura representativa sindical española ha sido definida de doble canal por parte de Jódar et al. (2018). Lahera (2018) señala la existencia de dos órganos de participación de los trabajadores en sus empresas: uno estatuario (electivo) y otro sindical (afiliativo). Legalmente, a nivel de los centros de trabajo privados se reconoce la representación electiva o unitaria (delegados de personal y comité de empresa) mediante elecciones sindicales. La otra fórmula, la sindical, “reconoce la acción del sindicato en la empresa a través de las secciones sindicales” (Lahera, 2018:19), siendo tan solo obligatoria la mera existencia de afiliados en el centro de trabajo o empresa.

LKUC no se ha constituido como sindicato y previsiblemente no lo hará, al menos a corto plazo, por lo que le resulta imposible optar a las elecciones sindicales. Su presidenta así lo manifiesta: “crear una infraestructura sindical es muy complicada y yo creo que ya hay muchos sindicatos” (NMS01). De similar opinión es su compañera de dirección: “la cosa va muy despacio en este sentido” (NMS02). Por el mismo motivo tampoco pueden optar

a crear secciones sindicales. Desde las centrales mayoritarias limitan su participación remitiéndose a la posición institucional: “el sitio donde ha de estar la gente precaria es en el sindicato de clase, porque nosotros representamos absolutamente a todos” (SDO03).

Esta afirmación obliga en la práctica a LKUC a reivindicar su presencia activa: “pediría a los sindicatos y a los empresarios que, a partir de ahora, nos tengan en cuenta para estar en la mesa negociadora” (NMS02). Esta petición está basada en la existencia de falta de empatía, cierto conformismo institucional y desinterés (por activa o por pasiva) entre los principales actores laborales: “al empresario no le interesa [nuestra participación] y el comité y los sindicatos, pues como que lo han ido dejando porque piensan que ellos representan a todos” (NMS02). Para contrarrestar esta situación diseñaron la estrategia de afiliación múltiple y flexible, basada en la reestructuración organizativa. Se trata de un compromiso afiliativo que les permite compatibilizar su actividad en la asociación y en otras organizaciones salariales (Brunet y Moral Martín, 2020).

Con respecto al factor de la multiplicidad afiliativa, sus propias dirigentes dan ejemplo de lo que supone. Una de ellas afirma: “sigo afiliada a CCOO” (NMS01). Mientras que otra mantiene un tipo de vinculación diferente: “pertenezco hace seis años al comité de empresa, pero no estoy afiliada” (NMS02). Ambas forman parte de LKUC, pero cada una establece su nivel de compromiso con el mismo sindicato. Con esta práctica buscan eficiencia y en ese sentido aleccionan a sus asociadas. Su presidenta lo explica: “cuando una chica nos viene a comentar lo que pasa en su hotel, nosotras no la lanzamos a la boca del lobo. No le decimos: ‘Oye, tú vas a hablar con el jefe y le pides...’, no. Nosotras decimos: ‘A ver, ¿cuándo son las elecciones sindicales en tu hotel? Bueno, pues búscate un sindicato que merezca tu confianza y afíliate’” (NMS01).

Esta táctica no es ajena a las practicadas habitualmente por los afiliados de las centrales sindicales. Una dirigente de UGT así lo señala: “tú vas a la asociación de vecinos de la Barceloneta<sup>10</sup> (...) y les preguntas cuántos están afiliados a UGT y CC.OO.” (SDO03), presumiendo de su mayoría. Estamos hablando de una práctica que subyace en el espíritu originario de CC. OO. y su fundación como movimiento sociopolítico. La diferencia estriba en que mientras que los sindicatos delimitan perfectamente el ámbito sindical de los restantes, LKUC los sitúan en el mismo contexto, lo que genera situaciones de rivalidad. Curiosamente esta estrategia les facilita cierto control instrumental sobre los sindicatos, no al revés, tal como lo señala una de sus dirigentes: “como asociación [LKUC] se pide una entrevista con el comité de empresa de ese hotel y se le recuerda cuál es su trabajo y cómo lo tienen que hacer” (NMS01).

La citada flexibilidad conecta dos aspectos imprescindibles y complementarios: el político y el financiero. Con respecto al primero, su plasticidad afiliativa la lleva a superar cualquier referencia ideológica-sindical. En palabras de su presidenta: “[si] yo no la puedo ayudar como asociación, sí que la derivo a un sindicato. Pero generalmente nosotras no tenemos siglas. O sea, yo, por ejemplo, le suelo preguntar a la persona que me está explicando su problema: ‘A ver, ¿cuál es el sindicato que tienes más cercano a tu zona? ‘Pues aquí tengo al lado de mi casa, a la CGT’, ‘Pues ves para allá y hazles una consulta’” (NMS01).

Por lo que se refiere al segundo aspecto, el económico, LKUC ha articulado una política de aportación cero al objeto de hacer compatible, y facilitar, ambas afiliaciones. Nos encontramos ante una decisión plenamente coherente con el colectivo representado: “madres divorciadas, madres solteras... A veces son las únicas que entran el sueldo en la casa”. Esta singularidad justifica la negativa de aceptar esfuerzos de gasto, al tiempo que se convierte en fórmula de captación: “nosotras tampoco queremos poner una cuota fija

<sup>10</sup> Popular barrio de Barcelona de orígenes portuarios y pesqueros.

que obligue a nadie porque... Lo queremos hacer todo de la manera más barata y sencilla posible, para que la gente se anime a unirse a nosotros porque no le cuesta nada" (NMS01). Esta decisión es similar a las practicadas por las centrales sindicales durante la crisis. La UGT y las CONC han intentado: "que aquel que se quede en desempleo, pues no tenga que pagar por un tiempo la cuota" (SDO04).

En el caso de LKUC, esta ausencia de cuotas se suple con otras fuentes de ingresos: "si nos sacamos algún dinero, pues es vendiendo camisetas o abanicos o cosas que nos trabajamos nosotras con las manos" (NMS01). Se trata de iniciativas que señalan un alto conocimiento de las necesidades de la práctica sindical.

Otro aspecto directamente vinculado con esta política de cuotas es el orientado a incrementar la afiliación. Para ello han desarrollado fórmulas que resultan especialmente interesantes, pero no originales, al inspirarse en prácticas tradicionales. Nos referimos a lo que hemos definido como sindicalismo de *bizcocho* (Brunet y Moral Martín, 2020), un tipo de acción relacionada con las características de género de este colectivo, en su búsqueda por ampliar la asociación mediante encuentros domésticos: "quedamos con esa persona [camarera de piso interesada en asociarse]... Nosotros quedamos mucho en las casas. Nos juntamos en casa de una. Hacemos un bizcocho, y ese día se habla" (NMS01).

Esta estrategia es similar a la descrita por Bérout en el sector de las ayudas a domicilio en Francia: "reuniones 'entre mujeres' (...) basada en una participación sobre un modo horizontal". Su objetivo es ensayar otros tipos de encuentros sindicales más abiertos para este tipo de colectivos: "estas prácticas de género hacen posible el proceso de sindicalización, mediante la creación de colectivos que promueven la voz de las trabajadoras" (2013:121-127).

## Reconocimiento institucional por el daño

La institucionalización del sindicato en España es descrita por Jódar *et al.* (2018: 16-17): "[la] representatividad obtenida mediante elecciones potencia la legitimación de los sindicatos más votados, pero también su presencia en la negociación colectiva con la pretensión de favorecer acuerdos y pactos sociales". También ha sido el resultado de luchas y movilizaciones de complicada gestión que "puede operar como un obstáculo y/o como un factor de empoderamiento sindical" (Beneyto, 2108:22). Dicha dualidad se soporta sobre una constante tensión dialéctica entre las lógicas de acción colectiva (Schmitter y Streeck, 1981), resumidas por Köhler y Calleja (2011) en el doble rol de movimiento político y organización burocrática.

Todo esto converge en la configuración de un marco de negociación colectiva y diálogo social altamente corporativizado (*pax* a cambio de acuerdos), en el que las centrales sindicales mayoritarias participan sobre la base de la audiencia electoral (representación obtenida en las elecciones sindicales), lo que las lleva a valorar a los trabajadores como votantes, no como afiliados. Para Cañada (2015), esto facilita que no se tengan en cuenta peticiones legítimas provenientes de colectivos concretos con escasa capacidad de incidencia en las prioridades de la agenda sindical y en sus estructuras de decisión. Es el caso de las trabajadoras con bajos salarios: hiladoras, taquilleras del metro, camareras de piso. Ante esta situación, LKUC ha propuesto su propio proceso de participación en la negociación.

A continuación, nos centraremos en el interesante modelo de institucionalización (desde abajo y por el hecho) justificado por el daño provocado por sus condiciones de trabajo. Para su estudio pondremos el foco en la negociación colectiva. En España la legitimidad de la negociación arranca con la Constitución de 1978. [Menéndez Sebastián](#)

(2018: 134) señala su limitación: “reconoce el derecho a la negociación colectiva y la fuerza vinculante de los convenios (art. 37. 1º), pero no se arriesga con la configuración de un modelo concreto”. Esta carencia trató de ser corregida por el Estatuto de los Trabajadores mediante los convenios colectivos estatutarios de eficacia general, junto a la incorporación de los extraestatutarios, a los que se les concede amplia libertad debido a que no existe regulación al efecto. Así pues, la negociación colectiva se desarrolla en tres niveles: legal, a través de instrumentos normativos; estatutario, vinculado al convenio colectivo, y empresarial, asociado a la negociación del día a día.

Los dos primeros (legal y estatutario) se retroalimentan, tal como lo señala García Jiménez (2017: 13): “la intervención legal se conformaba como uno de los pilares básicos en materia de fijación de las condiciones laborales, completándose ello con la llamada a la negociación colectiva”. El tercero (empresarial) es el menos conocido, si bien es al que más se recurre, ya que se practica cotidianamente en las empresas.

Por parte de la organización empresarial se opta por los convenios colectivos: “nos permite introducir modificaciones en las condiciones laborales de los trabajadores y en la situación de las empresas de manera ágil y flexible” (PFT01). Esta plasticidad lo diferencia de la legislación, siempre más burocratizada, una preferencia no exenta de complicaciones, tal como lo señala Beneyto (2018: 42): “el modelo de negociación colectiva genera un impacto desigual sobre la afiliación”, favoreciendo el comportamiento del *freerider* en la acción colectiva (Olson, 1992).

En este contexto resulta lógico comprender la importancia de la defensa de la institucionalización (o neocorporativismo) sindical, lo que también exige renuncias. Cruz Villalón (2016: 22) ha señalado algunas de sus consecuencias negativas, como la gestión de la “distribución de sacrificios [en] escenarios de intensa segmentación del mercado de trabajo”, al favorecer una irregular distribución “que unos los soportan con mucha mayor intensidad que otros”.

Este desigual reparto guarda íntima vinculación con algunas de las estrategias puestas en práctica por LKUC, todas ellas previamente basadas en un correcto análisis sobre su capacidad de intervención en la negociación, dando lugar a una doble participación (Brunet y Moral Martín, 2020). Mediante la táctica de la afiliación múltiple han actuado sobre la negociación estatutaria y, sobre todo, empresarial al participar en secciones sindicales y comités de empresa. Para la vía legal han conseguido *de facto* su institucionalización por el daño. Una de sus dirigentes describe su desempeño como justificación: “hago camas que me llegan por debajo de la rodilla. Además, ¡qué pesan...!” (NMS02), una justificación basada en la convicción de que sus (malas y lesivas) condiciones de trabajo avalan y garantizan su derecho a participar. Estamos ante unos estados laborales deficientes generalizables al resto del colectivo. Su presidenta afirma que “todas tenemos las mismas dolencias lumbares, las mismas artrosis, los mismos problemas cervicales...” (NMS01). Esta situación se ha asumido por CC.OO., que en un reciente estudio cuantifica en el 70% el número de camareras que consumen fármacos habitualmente sin prescripción médica para combatir sus dolores.<sup>11</sup>

La imagen de una de *Las Kellys* enseñándole su faja (como identidad profesional) al entonces presidente del Gobierno español, para persuadirlo sobre la conveniencia de la derogación de determinadas leyes, resume claramente las condiciones laborales y materiales de este colectivo, agravadas por la sensación de que la mayoría de los sacrificios del sector han recaído sobre ellas.<sup>12</sup> Este aspecto ha llamado la atención de Cañada (2016:17), para quien este tipo de trabajo genera la mayor siniestralidad en el sector

11 Información disponible en: <https://www.eldiario.es>. Visitado el 8 de febrero de 2019.

12 Video disponible en: [https://elpais.com/elpais/2018/04/04/videos/1522864608\\_320579.html](https://elpais.com/elpais/2018/04/04/videos/1522864608_320579.html). Visitado el 5 de abril de 2018.

servicios y “pone en evidencia un claro deterioro de la salud de las camareras de piso a consecuencia de la forma en la que están trabajando”.

Esta situación justificaría la campaña a favor de su institucionalización, como paso previo para proponer reformas legales que garanticen el cumplimiento de la “estricta función de tutela de la posición jurídica de los trabajadores en el ámbito de las relaciones laborales” (Cruz Villalón, 2016:8). En este sentido, han sido numerosas las peticiones legislativas *ad hoc*, como la modificación del artículo 42 del Estatuto de los Trabajadores a favor de eliminar las empresas multiservicios en su sector. Además, se han llevado a cabo otros tipos de actuaciones legales que han sido promovidas ante todas las sedes de instituciones públicas posibles, tal como lo relata una de sus dirigentes: “presentan una moción de apoyo y entonces...” o “entrevistarse con los responsables del ayuntamiento, que es el alcalde...” (NMS01).

Todas estas propuestas se amplían a otros ámbitos, como parlamentos autonómicos e internacionales. Concretamente, “hasta ahora se ha hecho en Canarias, que se ganó, con la socialista Olivia Delgado. Ahí se ganó por mayoría absoluta, incluso el PP votó a favor. Luego hemos ido también al Senado. (...). En Mallorca, creo que también han ido al Congreso. En Sevilla también estuvieron en (...). Más o menos en tres, cuatro o cinco ciudades. En los ayuntamientos. En el ayuntamiento de Calviá [Mallorca] también se hizo una presentación de las Kellys. Bueno, y también estuvimos en el Parlamento Europeo invitadas por los grupos de izquierdas” (NMS01).

Sin duda LKUC ha conseguido articular un conjunto de acciones y propuestas corporativas que, a pesar de sus limitaciones, responden perfectamente a sus intenciones. ¿Quién no conoce hoy en día la lucha y las reivindicaciones de las camareras de piso? Es una visibilidad que sigue una lógica de representación institucional (vía imposición de leyes y participación institucional), justificada por sus duras condiciones de trabajo y favorecida por su despertar organizativo: “las mujeres estamos por primera vez empoderándonos y haciéndonos cargo de nuestro futuro” (NMS01).

## Notoriedad comunicativa en sus estrategias externas

La carencia de una estrategia comunicacional en las centrales sindicales es un factor muy socorrido para explicar el evidente desgaste que sufren entre la población (Brunet y Moral Martín, 2020). González Begega *et al.* (2018:209) confirman su: “retroceso en el grado de confianza media de los ciudadanos a lo largo del periodo 2003-2015”. Todos los analistas parecen estar de acuerdo, lo que refuerza y explica el mérito de la constitución de LKUC, al erigirse como una organización sindical paralela que ha logrado el favor de la ciudadanía, en un momento de erosión de la imagen del sindicalismo.

Existe un consenso, más o menos amplio, con respecto a la pérdida de imagen y confianza de los sindicatos. Intelectuales y dirigentes sindicales coinciden en culpabilizar de su mala imagen a determinados partidos políticos y, en especial, a los medios de comunicación. Desde la academia se señala: “yo creo que hay un desprestigio amplio de los sindicatos” (UNI01). Se considera que la información que ofrecen es sesgada: “ver a los sindicatos como interferencia, como agente incómodo” (UNI02). Desde CONC se refuerza esta idea: “la imagen del sindicalismo dentro de la población es pésima y ese es el objetivo estratégico del poder mediático, desde hace veinte o treinta años”. Esta interpretación se asume desde UGT, si bien ampliada hacia el ámbito político: “hay a quien le interesa que el sindicalismo deje de ser contrapoder” (SDO03).

Este panorama no es novedoso. Un exdirigente de CONC afirma haber recibido la misma crítica en sus tiempos de militancia: “recuerdo cuando Ferrer Salat, al principio, nos decía:

‘Os voy a hundir’” (ESDO01). Otro antiguo dirigente ubica esta campaña en los inicios del neoliberalismo y su lucha por la hegemonía de la idea del individualismo, situando al sindicato como la “contracorriente contra la hegemonía del pensamiento” (ESDO02).

También se reconocen factores organizacionales internos que explican este desprestigio. Una dirigente de CONC señala la existencia de “dificultades para que se nos entienda” (SDO02). Estas críticas son compartidas por UGT, al no haber conseguido imponer un contrarrelato: “porque al final [los trabajadores] se han quedado con esa mala prensa” (SDO04). Esta carencia discursiva provoca cierta frustración, tal como se admite desde la dirección de UGT: “no sabemos trasladar este beneficio global al conjunto de los trabajadores y trabajadoras” (SDO03).

Ante este contexto general de pretendida deslegitimación de los sindicatos ¿cómo explicar la notoriedad mediática alcanzada por LKUC? Desde CONC, un exdirigente lo justifica vinculándolo a un plan orquestado para ampliar las carencias de las grandes centrales sindicales. En su opinión, esta situación es fruto de una estrategia manipuladora: “alimentan determinados conflictos y visualizan determinadas formas de expresión de los conflictos, porque creen que así debilitan las elecciones sindicales”. Para ello pone como ejemplo el diferente trato informativo dado al conflicto de las subcontratas de telefonía móvil (en su lucha con Movistar), sin intervención sindical y al de la empresa de componentes de automoción Valeo, con participación de los sindicatos: “han tratado [a Movistar] con un nivel de exquisitez tal, que no es comparable con la manera que trataron el conflicto de Valeo. Un conflicto de larga duración, con resolución positiva” (ESDO02).

Esta interpretación es asumida por la actual dirección de la otra gran central sindical, ilustrada con el ejemplo de las compañías cárnicas: “UGT, en este caso, lleva mucho tiempo denunciando falsas cooperativas, en Guissona y en Vic.” (SDO06). En todo caso, ambas centrales comparten esa amenaza, como señala el siguiente ejemplo de CONC: “vi el programa de Jordi Évole y quien aparece ahí es una... delegada sindical de IAC, no de CC. OO. ni de UGT.” (SDO02).

En este sentido, LKUC parte de un análisis diferente del desprestigio sindical: “entendíamos que los sindicatos no llegaban” (NMS01). Además añade cierto acomodamiento, (“se han asentado en sus puestos”, NMS02) y conformismo (“los sindicatos [más representativos] están un poco a la baja”), lo que justifican el alejamiento de la población (“la gente se está empezando a cansar y se organiza como colectivo”). Esta reflexión apunta hacia el incremento organizativo de determinados colectivos, lo que lleva anejo la competencia a las centrales sindicales: “han surgido muchísimos sindicatos nuevos” (NMS01). Se trata de una situación que contradice la información proporcionada por los medios de comunicación, ya que el desinterés de los trabajadores por los sindicatos no se corresponde con la aparición de estas nuevas formas de organización.

Es cierto que esto puede dar lugar a un panorama totalmente atomizado: “cada colectivo tiene su sindicato”, pero para estas nuevas fórmulas salariales el sindicato no goza de reconocimiento: “los sindicatos van a quedar, ya lo he comentado alguna vez con las compañeras, como las compañías de teléfonos” (NMS01). Esto, de alguna manera, lo reconocen dos exdirigentes de CONC, al vacilar entre reconocer la desaparición del sindicato, “quedarse como un instituto residual” (ESDO01), o corporativizarse defensivamente, “plan hipercorporativo [desde los NNMMSS] para tenernos confrontados con el sindicato” (ESDO02). Esta idea se vincula con la teoría suave de la desaparición sindical que alerta del riesgo de quedar reducidos a meras plataformas corporativizadas (Brunet y Moral-Martín, 2020).

Ante todo esto, el oportunismo comunicativo de LKUC tiene que ver con la construcción de un discurso de raíces morales que refuerza su poder discursivo (Köhler y Calleja, 2017), al vincular su realidad histórica con las recientes transformaciones laborales, sublimadas



en las reformas laborales de los años 2010 y 2012: “es que estamos mal y cuando nos externalizan, estamos aún peor” (NMS01). Nos hallamos ante un alegato que incorpora un componente crítico hacia todos los agentes implicados en el sector. A las centrales sindicales: “pedirles a los sindicatos una reunión para que nos informen de cómo van los convenios y en huelgas” (NMS01); a los empresarios: “no va a cerrar porque tú le estás exigiendo unas cosas. Entonces creo que ahí sí que es verdad que hay que trabajar con el empresario” (NMS02); a las administraciones públicas: “entrevistarse con los responsables del ayuntamiento, que es el alcalde... En esto no tenemos manías.” (NMS01), y a la población en general: “pedimos el apoyo de todo el mundo” (NMS02).

## CONCLUSIÓN

La literatura sobre la pérdida de poder sindical, vinculada a la tradición económica y social del declive sindical, sigue teniendo un importante eco en nuestros días, a pesar de los esfuerzos iniciados entre finales de la década de 1980 y comienzos de la de 1990 por combatirla mediante la realización de estudios que la matizaran o la refutaran. En la actualidad los grandes sindicatos tratan de revertir la citada situación las propias centrales sindicales como la fusión de federaciones y la centralización de la negociación colectiva, entre otras señaladas por Calleja (2017). En este sentido, cualquier investigación que se plantee como objetivo analizar el comportamiento del sindicalismo se ha de enfrentar a esta situación.

En nuestro caso estudiamos la creación de una organización salarial (y sindical) creada por camareras de piso. Nuestro interés reside en que su constitución interpela directamente a los numerosos factores e instituciones partícipes de las relaciones laborales: el declive, el comportamiento de los sindicatos y su institucionalización. Para ello recuperamos las tres preguntas que planteamos al comienzo de este trabajo a las que creemos haber dado contestación a estas preguntas, siquiera sea de forma parcial.

Los tres factores sobre los que hemos organizado nuestra respuesta identifican algunas de las carencias que presenta la pugna ideológica que se ha establecido entre la teoría del citado declive, basada casi exclusivamente en teorías internas sindicales o de oferta, y las centrales sindicales que señalan a los factores de demanda o externos como los culpables de su situación. En este sentido, el análisis que hemos realizado sobre los factores de ciclo económico, como también sobre los sectoriales y, sobre todo, los de género, evidencia que a los factores de demanda (neoglobalización, liberalismo, nuevas fórmulas empresariales, cambios en los centros de trabajo, entre otros) se les han de incorporar los provenientes de la oferta, como la supremacía sindical masculina, la escasa preocupación por los colectivos con menor poder negociador y el mantenimiento de discriminaciones de tipo salarial vinculadas a cuestiones de género. Además, este último factor denuncia directamente las limitadas enseñanzas sobre ciertas experiencias históricas, algunas de ellas muy recientes, y deja abierto un enorme interrogante sobre qué esperar de su resolución en el futuro.

En este contexto LKUC ha adaptado y desarrollado algunas estrategias pensadas para la revitalización de los grandes sindicatos. Su éxito ha sido lograr cierta presencia en un contexto de tríada sindical diseñada para limitar la presencia de organizaciones con poca, o escasa, representatividad. Para ello ha utilizado determinadas tácticas tanto para hacerse oír como para representarse a sí mismas dentro de los centros de trabajo, mediante su presencia en comités de empresa, como fuera, institucionalizándose. En el primer ámbito ha logrado alcanzar cierta audiencia gracias a la puesta en práctica de una formulación flexible afiliativa, basada en la ductibilidad ideológica y en el compromiso económico de cuotas cero, si bien compensado con aportaciones provenientes de diferentes actos.



Esta fórmula también ha servido para incrementar sus afiliadas, al completarse con campañas *ad hoc* para la captación de sus miembros diseñadas con carácter exclusivo para este tipo de colectivo y resumidas en la figura del sindicalismo del *bizcocho*. Se trata de una estrategia semejante a la llevada a cabo por colectivos de mujeres en otros lugares, como es el caso de las cuidadoras en Francia.

A nivel externo, se observa su evidente institucionalización, justificada por el daño y sufrimiento de su puesto de trabajo y basada en la incompreensión del sindicato hacia sus condiciones laborales, en parte debido al componente patriarcal del capitalismo. Esta aceptación ha llevado al colectivo a multiplicar sus actos, diversificándolos a varios niveles institucionales. Ambas representaciones han servido para participar en la triple negociación colectiva desarrollada en España, incidiendo especialmente sobre la legal y la empresarial.

Finalmente, en algunos aspectos, como el de la comunicación y el reconocimiento, se han situado abiertamente por delante de las centrales sindicales, con un discurso que ha logrado el reconocimiento de esta misma población que ha venido retirándose a los sindicatos. Esto lo han logrado al presentarse moralmente como receptoras históricas de unas malas condiciones de trabajo agravadas por una serie de reformas laborales que no han podido evitarse, hecho criticado por los sindicatos al entender que se utiliza contra ellos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, L. E. (2003). *La mirada cualitativa en Sociología. Una aproximación interpretativa*. Madrid: Fundamentos.
- Antentas, J. M. (2006). Mundos del trabajo: resistencias y cambios. Donde el capital va, el conflicto capital trabajo también irá. *Viento sur: Por una izquierda alternativa*, (86), 37–41.
- Baylos, A. (2017). Prólogo, en J.L. López Bulla y J. Tébar Hurtado, *No tengáis miedo de lo nuevo*. Barcelona: Plataforma Actual.
- Beneyto, P. J. (2018). Representación sindical en la Unión Europea y España: Estructura, cobertura y nuevos retos. *Acciones e investigaciones sociales*, (38), 37–62.  
[https://doi.org/10.26754/ojs\\_ais/ais.2018382974](https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.2018382974)
- Beneyto, P. J. (2017). Crisis y renovación del sindicalismo. *Arxius de Sociologia*, (36-37), 15–34.
- Bernaciak, M., R. Gumbrell-McCormick y R. Hyman (2015). *El sindicalismo europeo: ¿de la crisis a la renovación?* Madrid: Fundación 293 1º de Mayo (Visser, 1995).
- Bérout, S. (2013). Une campagne de syndicalisation au féminin. Une expérience militante dans le secteur de l'aide à domicile. *Travail, genre et sociétés*, 2(30), 111–128.  
<https://doi.org/10.3917/tgs.030.0111>
- Brunet, I. y Moral-Martín, D. (2020). *Nuevas Organizaciones Sociales. El sindicalismo ante el nuevo modelo de acumulación*. Barcelona: Anthropos. Siglo XXI.
- Brunet, I., Pizzi, A. y Moral, D. (2016). *Sistemas laborales comparados: Las transformaciones de las relaciones de empleo en la era neoliberal*, Barcelona/ Santa Fe: Anthropos/ Universidad Nacional del litoral.
- Bryson, A. Ebbinghaus, B. y Visser, J. (2011). Introduction: Causes, Consequences and Cures of Union Decline. *European Journal of Industrial Relations*, 17(2), 97–105.  
<https://doi.org/10.1177%2F0959680111400893>

- Calleja Jiménez, J. P. (2017). Estrategias para la recuperación de poder sindical en España. *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales*, (35), 290–304. <https://doi.org/10.1387/lan-harremanak.17498>
- Cañada, E. (2018). Intensificación del trabajo en los hoteles: La percepción de las Kellys. *Iglesia Viva*, 275, 117–126.
- Cañada, E. (2016). *Externalización del trabajo en hoteles. Impacto en los departamentos de pisos*. Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Cañada, E. (2015). *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*, Barcelona: Icaria Editorial.
- Charlwood, A. Forth, J. (2011). Les mutations de la représentation des salariés en Grande-Bretagne. *Revue de l'IRES*, 68(1). 43–73. <https://doi.org/10.3917/rldi.068.0043>
- Checchi, D. y Visser, J. y Van der Werfhorst, H. (2010). Inequality and Union membership: The influence of relative earnings and inequality attitudes, *British Journal of Industrial Relations*, 48(1), pp. 84–108.
- Crouch, C. y Pizzorno, A. (1978) (eds.). *The Resurgence of Class Conflict in Western Europe since 1968*, 2 vols, Londres: Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-03022-4>
- Cruz Villalón, J. (2016). Nuevas funciones de la negociación colectiva y alteración de su marco normativo. *Revista de Economía Laboral*, 13(23), 6–3. <https://doi.org/10.21114/rel.2016.02.02>
- Dufresne, A. y Vandewattyne, J. (2015). Le syndicalisme en quête d'autonomie et de renouvellement en Europe : Études de cas : Grèce, Espagne, Portugal et France. *Relations Industrielles*, 70(2), 201–209. <https://doi.org/10.7202/1031483ar>
- Ebbinghaus, B. y Visser, J. (1999). When Institutions Matter. Union Growth and Decline in Western Europe. *European Sociological Review*, 15(2), 135–158. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.esr.a018257>
- Enrech, C. (2010). El sindicalismo textil entre la solidaridad y la exclusión. *Historia Social*, (68), 89–113.
- Frege, C. y J. Kelly (eds.) (2004): *Varieties of Unionism. Strategies for Union Revitalization in a Global Economy*. Oxford: Oxford University Press
- García Jiménez, M. (2017). Ámbitos de la negociación colectiva en Andalucía. *Temas laborales: Revista andaluza de trabajo y bienestar social*, (140), 17–74.
- González Begega, S., Rodríguez Álvarez, V. y Cueto Iglesias, B. (2018). Valoración pública y legitimidad social de los sindicatos en la crisis económica. *Anuario IET de trabajo y relaciones laborales*, 5, 195–211. <https://doi.org/10.5565/rev/aiet.73>
- Hamann, K y Martínez-Lucio, M. (2003). Strategies of Union Revitalization in Spain: Negotiating Change and Fragmentation. *European Journal of Industrial Relations*, 9(1), 61–78. <https://doi.org/10.1177/0959680103009001451>
- Hunter, P. y Watson, D. (2006). Service unseen: The hotel room attendant at work. *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), 297–312. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.04.003>
- Jódar, P., Alòs, R., Beneyto, P. J. y Vidal, S. (2018). La representación sindical en España: cobertura y límites. *Cuadernos de relaciones laborales*, 36(1), 15–34. <https://doi.org/10.5209/CRLA.59555>

- Jódar, P., Alòs, R., Beneyto, P. J. y Vidal, S. (2017). La gran recesión de 2007 y sus efectos sobre la afiliación sindical. El caso de CCOO de Cataluña. *Arxius de sociologia*, (36-37), 61-73.
- Kalecki, M. (2011). Aspectos políticos del pleno empleo. *Revista de Economía Crítica*, (12), 214-222.
- Köhler, H-D. y Martín Artiles, A. (2010). *Manual de Sociología del trabajo y de las relaciones laborales*. Madrid: Delta Publicaciones.
- Köhler, H-D. y Calleja, J. P. (2011). Retos de futuro para las organizaciones sindicales en España. *Gaceta sindical: reflexiones y debate*. (16), 119-138.
- Köhler y J.P. Calleja (2017). Los movimientos sociales en la revitalización sindical», en Crisis y renovación del sindicalismo, P.J. Beneyto (coord.), *Arxius de sociología*, 36-37: 111-121
- Lahera, J. (2018). Representación y representatividad sindical: puntos críticos y propuesta de reforma. *Papeles de economía española*, (156), 18-27.
- Levesque, C. y Murray, G. (2007). El poder sindical en la economía mundial, *Fundacion Manu-Robles Arangiz Institua* [http://www.crimt.org/Publicacions/Doc2\\_podersindical1.pdf](http://www.crimt.org/Publicacions/Doc2_podersindical1.pdf).
- Martínez Lucio, M. (2008). ¿Todavía organizaciones del descontento?: los retos de las estrategias de renovación sindical en España. *Arxius de sociologia*, (18), 119-133.
- Menéndez Sebastian, P. (2018). El modelo sindical español o el arte de perpetuar lo transitorio: un balance impostergable en su cuadragésimo aniversario. *Revista jurídica de Castilla y León*, (44), 105-150.
- Moral Martín, J. D. y Brunet, I. (2018). La imagen del sindicato en el siglo XXI a la luz de su contestación por los Nuevos Movimientos Sindicales. *Sociología del Trabajo*, (93), 307-326. <https://doi.org/10.5209/STRA.61833>
- Moreno, A. (2016). “Las ‘kellys’: mujeres invisibles que limpian los hoteles”. *Revista Sin Permiso*. Disponible en: <http://www.sinpermiso.info/textos/las-kellys-mujeres-invisibles-que-limpian-los-hoteles>. Visitado el 11 de noviembre del 2017.
- Munck, R. (2002). *Globalización y trabajo. La nueva Gran Transformación*, Barcelona: El Viejo Topo.
- Neal, L. y Cameron, R. (2016). *Historia Económica Mundial. Desde el Paleolítico hasta el presente*, Madrid: Alianza Editorial.
- Olson, M. (1992). *La lógica de la acción colectiva*, México: Limusa.
- Pole, C y Lampard, C. (2002). *Practical social investigation: qualitative and quantitative methods in social research*. Harlow, England; New York : Prentice Hall
- Purcell, J. (1995). Ideology and the End of Institutional Relations: Evidence from the UK. En C. Crouch y F. Traxler (Eds.). *Organized Industrial Relations in Europe: What Future?* (pp. 57-74). Ed. Hants, Avebury. <https://doi.org/10.1080/10301763.1993.10669117>
- Recio Andreu, A (2018). Marxismo para el siglo XXI. Algunas reflexiones y tesis revisionistas. *Revista de Economía Crítica*, (26), 82-92. <http://revistaeconomicacritica.org/node/1108>
- Schmitter, P. C. y Streeck, W. (1981). *The Organization of Business Interests: A Research Design to Study the Associative Action of Business in the Advanced Industrial Societies of Western Europe*. Informe para la discusión nº 13. Berlin: IIM/LMP/Wissenschaftszentrum.

- Sen, R. y Lee, C. (2015). Trabajadores y movimientos sociales del mundo en desarrollo. ¿Cuál es el futuro de las relaciones laborales?, *Revista Internacional del Trabajo*, 134(1), 43–52. <https://doi.org/10.1111/j.1564-9148.2015.00233.x>
- Silver, B. (2005). *Fuerzas de trabajo. Los movimientos obreros y la globalización desde 1870*. Madrid: Ediciones Akal.
- Simón Pérez, H. J. (2003). ¿Qué determina la afiliación a los sindicatos en España? *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, (41), 69–88. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/12995>
- Linden, M. van der (2014). San Precario: A new inspiration for labor historians. *Labor: Studies in Working-class History of the Americas*, 10(1), 9–21. <https://doi.org/10.1215/15476715-2385372>
- Vandaele, K. (2019). *Bleak prospects: mapping trade union membership in Europe since 2000*. Brussels: ETUI.
- Visser, J. (1995). Trade Unions from a comparative perspective, en J. Van Ruysseveldt, J., Huiskamp, R. y Van Hoof, J. *Comparative Industrial & Employment Relations*, London: Sage Publications.

## NOTA BIOGRÁFICA

**David Moral-Martin** es Doctor en Sociología. En la actualidad es ayudante doctor en el Departamento de Psicología y Sociología de la Universidad de Zaragoza. Autor de varias publicaciones en formato de libro y artículo sobre el entorno de las relaciones laborales, tanto desde el punto de vista de los sistemas laborales estatales como de las organizaciones de trabajadores. Entre las últimas publicaciones caben destacar los libros: *Nuevas organizaciones sociales: el sindicalismo ante el nuevo modelo de acumulación* (2020) e *Industrial Relations and Financial Globalization. Analysis of National Experiences in Europe, America and Asia* (2019) y artículos como “Can Apprenticeships Contribute to Innovation in Smes? The Case of Catalonia”. (2018), así como también “La imagen del sindicato en el siglo XXI a la luz de su contestación por los nuevos movimientos sindicales”, publicado en *Sociología del trabajo*.



Artículos / Articles

# Los pobres y el manejo del dinero disponible: algunas enseñanzas de las encuestas financieras de las familias

## *The poor and the money put aside: what can we learn from household wealth surveys?*

Maxime Haubert   
Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, Francia  
[maximehaubert@gmail.com](mailto:maximehaubert@gmail.com)

Recibido / Received: 31/05/2019  
Aceptado / Accepted: 01/01/2020



### RESUMEN

El propósito de esta nota de investigación es analizar cómo la cantidad de dinero que guardan los hogares en las cuentas corrientes o en las libretas de ahorro (sus disponibilidades monetarias) varía según sus ingresos. Con este fin, se analizaron encuestas patrimoniales de los hogares realizadas en dos épocas muy alejadas en el tiempo y en cuatro países muy diferentes en cuanto a sus estructuras socioeconómicas y a sus sistemas financieros (España, Francia, Reino Unido y Estados Unidos de América). El análisis comparativo muestra que, en todos los casos, la cantidad media de depósitos líquidos es mayor para los hogares más pobres de lo que podrían sugerir los modelos económicos usuales, lo que lleva a cuestionar la relevancia de estos modelos para entender su situación y la racionalidad de su comportamiento.

**Palabras clave:** pobreza; análisis comparativo; disponibilidades monetarias; comportamiento económico; encuestas patrimoniales.

### ABSTRACT

The focus of this research paper is to study how the amount of liquid assets kept by households varies according to their resources. To that end, an analysis was performed of household wealth surveys realized in very distant periods and concerning countries with very different socioeconomic structures and financial system. This comparative analysis shows that in all cases the average amount of liquid assets for the households with low incomes is higher than the usual economic models would predict, an outcome that questions the relevance of these models to understanding their situation and the rationality of their behaviour.

**Keywords:** poverty; comparative analysis; liquid assets; economic behavior; wealth surveys.

\*Sugerencia de cita / Suggested citation: Haubert, M. (2020). Los pobres y el manejo del dinero disponible: algunas enseñanzas de las encuestas financieras de las familias. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 117-135. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.60>

Desde hace varios años, y particularmente desde la última crisis económica, la pobreza de numerosas categorías de población se ha impuesto como uno de los temas más importantes que enfrentan nuestras sociedades. No obstante, tanto en el campo sociopolítico como en el científico, se plantean problemas considerables para la definición de la pobreza y la delimitación de los grupos concernidos.

Esta nota de investigación no abarca estos temas y su objetivo es mucho más modesto: estudiar cómo varían los comportamientos económicos en función de las limitaciones que se imponen a los hogares de bajos recursos. Con este fin, haremos un análisis comparativo de los datos (cerca de 700,000) proporcionados sobre el dinero que los hogares guardan disponible (o líquido) por nueve encuestas financieras a las familias realizadas en cuatro países con casi cincuenta años de diferencia.

## LA POBREZA Y EL DINERO DISPONIBLE

### Las ambigüedades en la definición de la pobreza

Antes de empezar el análisis de los comportamientos financieros de las familias, creemos necesario recordar brevemente las dificultades que encuentran los trabajos sobre la pobreza. Se pueden dividir de manera muy aproximada en dos categorías, dependiendo de si están más relacionados con la socio-antropología o con la economía.

Los primeros pueden tener una dimensión teórica, pero por regla general se basan en monografías detalladas sobre grupos sociales de tamaño relativamente reducido. Esto es lo que les da una gran riqueza para la descripción y explicación de la “pobreza”, o más precisamente de las “pobrezas”. En efecto, al encuestar sobre las condiciones de vida de los grupos concernidos, se esfuerzan por tener en cuenta el mayor número posible de sus características, ya sean sociales, culturales, políticas, económicas, geográficas, históricas, demográficas, etc. Y muestran cómo estas características se combinan de maneras muy diferentes según los individuos y los grupos, de modo que, en última instancia, ninguna “pobreza” se asemeja a otra. Incluso dentro de una misma unidad doméstica la pobreza puede adoptar formas muy diferentes dependiendo de la posición de sus miembros dentro de ella<sup>1</sup>. Como resultado de ello, es muy difícil e incluso imposible generalizar los resultados de estos estudios a grupos más extensos de población.

Los estudios de carácter económico son aquellos que se utilizan principalmente en el contexto de las intervenciones públicas o privadas de “lucha contra la pobreza”. Dado que se trata de grupos muy numerosos y, a menudo, incluso de toda la población de un país, esto limita necesariamente en gran medida el número de criterios utilizados para definir la “pobreza” y, por lo tanto, para delimitar los grupos a los que se supone que deben dirigirse<sup>2</sup>. En Europa, el “umbral de pobreza” se fija en general en el 60% de la mediana de la renta disponible por unidad de consumo para el conjunto de la población considerada (la mediana es el nivel de renta que divide a esta población en dos grupos de idéntico tamaño, en función de si la renta es superior o inferior), considerando como “pobres” a los individuos o grupos cuyos ingresos monetarios están por debajo de esta línea (European Central Bank, 2016)<sup>3</sup>.

1 El trabajo de Serge Paugam (2005) ofrece un análisis comparativo en profundidad de las diferentes “formas elementales” de “pobreza” en varios países europeos.

2 Sobre la manera cómo - en este marco - se busca evaluar o medir la “pobreza” remitimos a la tesis doctoral muy detallada de Pedro Hernández Lafuente (2009), así como a las excelentes síntesis del European Anti-Poverty Network (EAPN, 2014) y del Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos de Francia (INSEE, 1998, 2005 y 2009).

3 Sobre el estado de la pobreza en España, se puede consultar EAPN-ES (2018), García Lizana (1996) y Martínez Virto (2014).



Para compensar el carácter obviamente simple y arbitrario de este umbral, el “índice de pobreza monetaria” se complementa a menudo con un “índice de pobreza de condiciones de vida” que tiene en cuenta las privaciones sufridas en una serie de ámbitos.

Cabe señalar que estos dos índices sólo coinciden en casos excepcionales y que pueden tener tendencias divergentes. Además, puede parecer necesario añadirles un “índice de pobreza de capital” (INSEE, 1998: 41). De hecho, debemos admitir que es sumamente importante, en los estudios sobre la pobreza, tener en cuenta las disparidades en relación con el capital, ya que siempre son mucho mayores que en relación con los ingresos e incluso tienden a aumentar (Piketty, 2014 [2013]).

En este sentido, las encuestas sobre el patrimonio de los hogares pueden ser muy informativas, pues recogen datos sobre los diferentes componentes de la riqueza o capital de los hogares, así como sobre los diferentes factores que permiten dar cuenta de sus características y evolución (ingresos de los hogares por categoría, edad, historia familiar, situación laboral, composición de la unidad doméstica, etc.).

Sin embargo, si bien estas encuestas son muy útiles para analizar las desigualdades en relación con el capital, no están diseñadas para analizar la pobreza, y puede ser que ni siquiera puedan decir algo específico al respecto. En cualquier caso, según lo que afirman estadísticos del INSEE, las disparidades entre individuos o entre hogares “aparecen continuamente” a lo largo de la escala de ingresos y, en consecuencia, “contrariamente a lo que algunos sociólogos podrían haber pensado, no se puede identificar un umbral que refleje una clara ruptura, un nivel de renta por debajo del cual comiencen todas las trayectorias negativas que conducen a la exclusión” (Verger, Martínez et al., 1998: 26; Verger, 2005: 15).

En este artículo, no se discutirá la pertinencia de esta observación para el total de los recursos de capital de los que disponen los hogares. Pero la hipótesis que guía nuestra investigación es que no ocurre lo mismo con sus disponibilidades monetarias (el dinero que guardan líquido). Y creemos que su análisis puede ser importante para entender el comportamiento económico de los hogares con recursos limitados y, en general, con medios (sean o no económicos) limitados para hacer frente a sus condiciones de vida y de reproducción.

Según se verá más adelante, el análisis revela “umbrales de ingresos”, en los que se produce un cambio en el comportamiento económico de los hogares. Pero la diferencia esencial con los “umbrales de pobreza” a los que se ha hecho referencia anteriormente es que estos “umbrales” no se fijan de antemano, de forma más o menos arbitraria, sino que resultan del propio análisis de los comportamientos: es decir, varían en función de las situaciones en las que se encuentran las diferentes categorías de hogares y, por tanto, pueden corresponder a diferentes niveles de ingresos.

El hecho de que nuestro análisis se base principalmente en la variación de los ingresos se justifica porque los ingresos disponibles para un hogar son, con mucho, el factor más importante para determinar su comportamiento financiero. Pero es evidente que, por debajo (o por encima) de este o aquel “umbral de ingresos” (o, mejor dicho, umbral de cambio del comportamiento), puede haber grandes diferencias entre los hogares concernidos en función de que sean o no propietarios de su vivienda, de su situación profesional, de su edad, de su composición, de su nivel de formación, etc. Por ello, tras analizar la variación de las disponibilidades monetarias en función de la renta familiar, examinaremos en qué medida pueden eventualmente estar implicadas otras variables explicativas.

## Las disponibilidades monetarias: ¿un indicador del comportamiento económico?

Por *disponibilidades monetarias* entendemos el saldo (en el momento considerado) de los depósitos líquidos o “depósitos a la vista” realizados en cuentas corrientes o en libretas de ahorro ordinarias, a los que se puede añadir, cuando los datos lo permitan, el dinero en metálico que se guarda en casa. Aunque las cuentas corrientes y las libretas de ahorro tienen diferentes estatutos financieros, generalmente son utilizadas de forma complementaria por los hogares, por lo que no es aconsejable estudiarlas por separado.

Varias razones nos parecen justificar el análisis de las disponibilidades monetarias de los hogares:

- No producen intereses, o sólo intereses muy bajos (e incluso prácticamente nulos si se tiene en cuenta la inflación) y, por lo tanto, no influyen en la renta (a diferencia de los demás componentes del patrimonio, por lo que en estos casos el importe de la renta no puede considerarse como una variable verdaderamente independiente, lo que plantea un problema para los análisis de correlación).
- Tienen una función de tesorería (de “fondo de transacción o maniobra”), pero también en gran parte de “fondo de precaución” para hacer frente a más o menos corto plazo a los riesgos de disminución de ingresos, es decir, de empobrecimiento.
- Como indican todas las encuestas, son el principal componente del patrimonio de las familias más pobres. Por lo tanto, permiten poner más claramente de relieve la influencia de la pobreza monetaria.
- Se ignoran casi por completo en los análisis de la riqueza de los hogares.

Con base en los datos recopilados por las encuestas, a continuación relacionaremos el importe de las disponibilidades monetarias de los hogares con su nivel de renta. Es importante recalcar que aquí no se trata en modo alguno de estudiar el ahorro y sus diferentes tasas. Como hemos señalado más arriba, las disponibilidades son un elemento de la riqueza, forman parte de lo que un individuo posee en un momento dado; sólo su cambio de un momento a otro debe considerarse como un ahorro, positivo o negativo, que contribuye al cambio de la riqueza: por lo que las disponibilidades monetarias de un agente económico en un período determinado pueden ser relativamente muy importantes, al tiempo que su ahorro es muy bajo o incluso negativo (y viceversa). Lo que nos interesa en esta investigación no es pues saber si los “pobres” ahorran más o menos que el promedio de la población, sino cuánto dinero creen que es necesario mantener disponible para satisfacer sus necesidades. Pensamos en efecto que esta cantidad puede ser muy reveladora de las limitaciones económicas y sociales a las que están sujetos<sup>4</sup>. Pero es evidente que las variaciones en las disponibilidades monetarias son solamente un componente de los comportamientos económicos y que para ahondar en la intelección de estos comportamientos es necesario tomar en cuenta muchos otros elementos (económicos, sociales, culturales, etc.).

## ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS DISPONIBILIDADES MONETARIAS

### Características del análisis

En esta investigación, el análisis de las disponibilidades monetarias consistió en hacer un estudio detallado de los datos que proporcionan sobre este punto nueve encuestas financieras de los hogares realizadas en cuatro países y con casi cincuenta años de distancia.

<sup>4</sup> La obra de Damien de Blic y Jeanne Lazarus (2007) presenta una síntesis muy buena de la literatura en ciencias sociales sobre la creación, las funciones, las utilidades y las representaciones del «dinero».

### Encuestas realizadas en los años 1960-1970

- La encuesta sobre el patrimonio y el ahorro de los hogares que realizamos en Andalucía en 1974 (Haubert, 1980). Se trataba entonces de la primera encuesta jamás realizada en España sobre este tema<sup>5</sup>. Abarcó una muestra de 1,713 hogares de Andalucía Occidental (provincias de Cádiz, Córdoba, Huelva y Sevilla).
- Cuatro encuestas realizadas en Francia más o menos en la misma época: las dos encuestas realizadas por el Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos (INSEE) en 1967 y 1969, que abarcaban únicamente los hogares de empleados y de personas inactivas (L'Hardy y Hoffmann, 1970; L'Hardy, 1972a y 1972b); la encuesta realizada por el INSEE en 1972 sobre todos los hogares, incluidos los hogares de activos por cuenta propia (L'Hardy y Turc, 1976a y 1976b); el estudio publicado en 1979 por el Centro de Estudio de los Ingresos y Costos (Centre d'étude des revenus et des coûts, CERC) sobre la riqueza de los franceses en 1975, encuesta que también abarcaba el conjunto de los hogares (Madinier y Malpot, 1979).

### Encuestas realizadas en los años 2000-2010

Estas encuestas se refieren a cuatro países: por un lado, los dos países correspondientes a las encuestas analizadas anteriormente, es decir España y Francia, que son dos países pertenecientes a la zona euro; y por otro, dos países anglosajones (Gran Bretaña y Estados Unidos). Estos cuatro países difieren significativamente en sus estructuras socioeconómicas, sus sistemas financieros y el impacto de la última crisis económica en las finanzas de los hogares, lo que obviamente puede tener una influencia relativamente grande en el comportamiento de éstos. Las bases de datos estudiadas se refieren a las siguientes encuestas :

- España: Encuesta financiera de las familias en 2011 (6,106 hogares)<sup>6</sup>.
- Francia: Encuesta sobre el patrimonio de los hogares en 2003 (9,692 hogares)<sup>7</sup>.
- Gran Bretaña: Encuesta sobre la riqueza y el capital financiero de los hogares en 2012-2014 (20,241 hogares)<sup>8</sup>.
- Estados Unidos: Encuesta sobre las finanzas de los consumidores en 2013 (6,015 hogares)<sup>9</sup>.

Es útil destacar la especificidad u originalidad de este análisis comparativo. De hecho, los estudios detallados sobre la riqueza de los hogares y su composición suelen abarcar un solo país y una sola encuesta (si se hace una comparación entre encuestas sucesivas, por lo general el objetivo es sólo tratar de identificar la evolución de unos pocos ítems importantes, especialmente desde la perspectiva de un análisis de coyuntura); y, muy a menudo, se descuida el análisis de las disponibilidades monetarias.

5 Haciendo caso omiso de la encuesta realizada por Data S.A. en 1968 para la Confederación Española de Cajas de Ahorros (Data, 1968). El análisis es de sumo interés pero, como lo indica el título de la obra publicada, se refiere únicamente al comportamiento y las actitudes de las amas de casa hacia el ahorro y el consumo, y no se recogieron datos financieros sobre la economía doméstica.

6 Banco de España, 2014, *Encuesta financiera de las familias (EFF) 2011*: [http://www.bde.es/bde/es/areas/estadist/Otras\\_estadistic/Encuesta\\_Financi/Contenedor\\_encue/EFF\\_2011.html](http://www.bde.es/bde/es/areas/estadist/Otras_estadistic/Encuesta_Financi/Contenedor_encue/EFF_2011.html), acceso el 07/04/2017.

7 *Patrimoine (version FPR) – 2003-2004, INSEE [producteur], ADISP-CMH [diffuseur]*. La encuesta abarca la Francia metropolitana, excluyéndose por lo tanto los « departamentos » de ultramar.

8 Office of National Statistics. Social Survey Division. *Wealth and Assets Survey. Waves 1-4, 2006-2014* [data collection]. 4<sup>th</sup> Edition. UK Data Service. SN : 7215: <http://dx.doi.org/10.5255/UKDA-SN-7215-4>, acceso el 13/12/2016. Cabe señalar que la encuesta abarca Gran Bretaña y no el Reino Unido en su conjunto.

9 Board of Governors of the Federal Reserve Bank, 2014, *2013 Survey of Consumer Finances* : <https://federalreserve.gov/econresdata/scf/scfindex.htm>, acceso el 12/12/2016. Los trabajos de campo fueron realizados por el NORC de la Universidad de Chicago.

Sin embargo, existen diferencias extremadamente importantes entre las nueve encuestas que estamos analizando (con respecto a las fechas de realización, la metodología utilizada, el tamaño de las muestras, la naturaleza de las variables, el detalle de la información proporcionada, etc.), lo que hacía prácticamente imposible un análisis mucho más detallado que el que llevamos a cabo. Por otro lado, nos pareció que el principal objetivo o interés de nuestro análisis comparativo era precisamente mostrar que existían aproximadamente las mismas variaciones en el comportamiento según el nivel de recursos, independientemente de las grandes diferencias en los períodos de tiempo y los contextos socioeconómicos. Por otra parte, son estas grandes diferencias las que rigieron nuestra elección de los períodos estudiados y de los países seleccionados para el análisis. Lo mismo se aplica a las diferencias en las condiciones en las que se realizaron las encuestas. Es cierto que plantean importantes problemas metodológicos para el análisis. Sin embargo, cabe señalar que estos problemas los encontramos solamente en el caso de las encuestas francesas de los años 1960-1970, en las que la imposibilidad de acceder a las bases de datos nos obligó a utilizar los resultados sintéticos publicados por el INSEE y el CERC. Para las otras cinco encuestas estudiadas, en cambio, sus condiciones de producción tuvieron infinitamente menos importancia, ya que el acceso directo a las bases de datos permitió homogeneizar nuestro tratamiento de los datos relativos a cada uno de los hogares seleccionados (un total de casi 45,000 hogares y más de 650,000 datos: cifras que sin duda pueden dar a los resultados una cierta solidez).

Para el análisis de la variación de la cantidad de disponibilidades monetarias en función de los ingresos de los hogares, es imprescindible tener en cuenta algunas precisiones (véase el cuadro siguiente).

#### **Algunas precisiones sobre los conceptos utilizados**

- + La unidad estadística a la que se refieren las encuestas no es el individuo sino el “hogar”. Se entiende por hogar (con muy ligeras diferencias según las encuestas) a una sola persona que es financieramente independiente o a un grupo de personas que viven habitualmente en la misma vivienda y que constituyen una unidad económica en términos de gasto. Quedan excluidas del ámbito de aplicación de las encuestas las personas sin domicilio fijo, así como las que viven en comunidades como cuarteles, prisiones, residencias de ancianos, hogares de trabajadores, etc.: aunque esta es una exclusión que resulta obviamente perjudicial a la hora de estudiar la “pobreza”.
- + La renta familiar es en cada encuesta la suma antes de impuestos (excepto los impuestos y las contribuciones que eventualmente se deducen directamente de las remuneraciones) de todos los ingresos de todos los miembros del hogar, tales como se declararon en la encuesta: ingresos del trabajo y del capital, pensiones, transferencias diversas, etc.; para nuestra encuesta sobre Andalucía, añadimos los alquileres imputados de los hogares que son propietarios de sus viviendas (lo que no se pudo hacer para las demás encuestas). También hay que señalar que no se ha utilizado aquí la noción de “renta disponible” (después de deducir los impuestos directos y las cotizaciones sociales), ya que las encuestas patrimoniales no proporcionan datos sobre este punto.
- + Del mismo modo, no hemos calculado los ingresos por unidad de consumo, para ser coherentes con los datos sobre el capital financiero, a los que no se aplica este concepto. Por último, en todas las encuestas se han considerado los ingresos efectivamente percibidos durante el año de referencia, sin eliminar las fluctuaciones transitorias, en la medida en que éstas pueden tener un impacto directo en el monto de las disponibilidades.
- + Los promedios de los saldos de las disponibilidades se establecen para todos los hogares de cada clase o grupo, estén o no concernidos (es decir, que tengan o no disponibilidades monetarias).

## La influencia de la renta en las disponibilidades monetarias

El objetivo de nuestro análisis comparativo era determinar si, entre los hogares “pobres” y los más acomodados, existían diferencias significativas en el comportamiento con respecto al dinero “reservado”, es decir, las cantidades que se pretende mantener disponibles (“líquidas”) para satisfacer las necesidades actuales o las que puedan surgir inesperadamente a corto o largo plazo: ya sea restringiendo determinados gastos de consumo inmediato o disminuyendo las posibles inversiones financieras (cuentas a plazo, acciones, bonos....)<sup>10</sup>. En este caso, ¿cómo explicar la racionalidad de estas diferencias de comportamiento?

Dado que las encuestas de riqueza cubren varios miles de hogares, es necesario para el análisis agruparlos en un número limitado de categorías: según el nivel de ingresos, la situación laboral, la edad, etc. Para los análisis por nivel de ingresos, es común en encuestas recientes dividir a los hogares en intervalos interdeciles (el 10% más pobre, luego el 10% siguiente, etc.)<sup>11</sup>: esto es lo que hicimos para las cuatro encuestas de los años 2000-2010, mientras que para las encuestas de los años 1960-1970 el número de clases de ingresos (un máximo de una docena) varió según la estructura de estas encuestas y los datos disponibles. El limitado número de clases de ingresos en las que se agrupan los hogares tiene, claro está, el inconveniente obvio de borrar irreversiblemente las singularidades que revelan las monografías etnosociológicas de las diferentes unidades domésticas<sup>12</sup>. Pero esto tiene en cambio la ventaja de hacer resaltar las regularidades que caracterizan globalmente a los hogares sujetos a las mismas condiciones de vida o de reproducción.

Para la ciencia económica, en principio, estas regularidades se ponen en evidencia por el cálculo de las elasticidades-renta, que expresan cómo cambia la cantidad media de una variable (en nuestro caso las disponibilidades monetarias mantenidas por los hogares) cuando cambia la cantidad media de ingresos. Esta evolución puede representarse mediante un gráfico de doble coordenada logarítmica, con los logaritmos de renta en las abscisas y los de disponibilidades monetarias (la variable dependiente) en el eje de ordenadas.

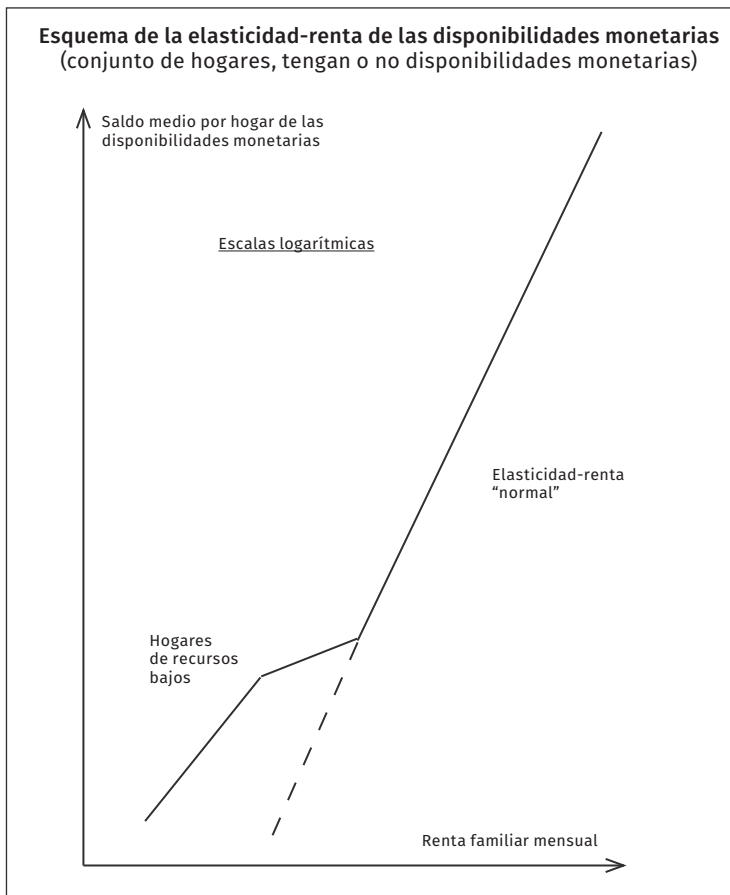
Respecto a nuestras nueve encuestas, llama la atención que, a pesar de todas las diferencias que las caracterizan (en términos de fechas y países de implementación, metodologías aplicadas, etc.), los análisis de elasticidad-renta de las disponibilidades monetarias o depósitos líquidos pongan de relieve un fenómeno globalmente similar, como se evidencia en el esquema sintético siguiente.

Por encima de un determinado umbral de renta (que varía de una encuesta a otra), el concepto económico tradicional de elasticidad-renta se aplica casi perfectamente: el aumento de la renta conduce a un aumento de los depósitos (y en este caso a un aumento más que proporcional), con un coeficiente de correlación muy elevado (en torno a 0,9 o incluso superior). Sin embargo, en relación con esta elasticidad, que se denominará “normal” (dependiendo tanto del tamaño de la población afectada como del coeficiente de correlación), la cantidad de depósitos parece excepcionalmente elevada para la parte más pobre de la población; y eso a pesar de ser muy inferior, por supuesto, a la observada en los grupos de renta superiores.

10 Cabe señalar que la composición de las “disponibilidades monetarias” en las distintas encuestas no es totalmente homogénea: por una parte, porque las bases de datos no siempre permiten la exclusión de unas pocas cuentas a plazo (de importancia muy limitada en cualquier caso) y, por otra, porque algunas cuentas a plazo (excluidas del análisis) pueden a veces permitir un cierto número de retiros a la vista (especialmente en los Estados Unidos).

11 Recordemos que los deciles (hay 9 de ellos) comparten una serie de datos ordenados en 10 partes iguales. Los deciles delimitan intervalos interdeciles, a menudo erróneamente denominados “deciles”. También se pueden calcular promedios para intervalos interquintiles, etc. Para las demás categorías (“situación laboral”, “edad”, etc.), la clasificación se basa en las características de la “persona de referencia” del hogar (anteriormente denominada a menudo “cabeza de familia”).

12 Además, el hecho de calcular importes medios hace que se oculte la enorme variabilidad que puede existir en una misma categoría de hogares, entre los que no tienen ningún dinero líquido y los que tienen depositadas cantidades de dinero muy por encima de la media.



Fuente: elaboración propia.

Por debajo de un determinado nivel de renta familiar, el importe observado de los depósitos líquidos es así bastante mayor que el importe "teórico" que se puede derivar a partir de la elasticidad-renta "normal". Concretamente, para los hogares más pobres, los cocientes entre depósitos observados y depósitos "teóricos" son los siguientes para las distintas encuestas:

- Andalucía 1974: 3,94
- Francia 1967: 2,02
- Francia 1969: 2,7
- Francia 1972: 2,09
- Francia 1975: 1,79
- Francia 2003: 1,34
- España 2011: 1,4
- Gran-Bretaña 2012-2014: 1,81
- Estados Unidos 2013: 1,42

Desde luego, es inútil subrayar que estos cocientes son muy aproximados, porque dependen entre otras cosas de las características de las encuestas y del tratamiento de sus resultados. Sin embargo, nos parecen lo suficientemente ilustrativos del comportamiento de los hogares con bajos recursos<sup>13</sup>.

¿No se podría decir que lo que observamos aquí es algo como una “paradoja de la pobreza”? ¿Por qué los hogares de bajos recursos proporcionalmente guardan tanto dinero líquido? ¿No se trata de un comportamiento “anormal” o “aberrante” en comparación con lo que se observa en el resto de la población, es decir, en aquellos hogares con mayores recursos?

Antes de proceder a un análisis más detallado de este fenómeno y de lo que puede eventualmente decirnos sobre el comportamiento de los hogares, hay que hacer dos observaciones importantes.

En primer lugar, es obvio que el análisis de la influencia de la renta familiar en las disponibilidades monetarias (o en cualquier otro elemento del patrimonio) no puede limitarse al cálculo de una elasticidad-renta. Existen al respecto modelos econométricos sofisticados que intentan integrar un número más o menos importante de variables. La utilidad de estos modelos es indiscutible, pero su aplicación a un conjunto de encuestas con características diferentes (en términos de estructura, datos disponibles, etc.) presenta dificultades insuperables. Somos muy consciente del carácter rudimentario de nuestros cálculos de elasticidad-renta. Pero, habida cuenta de la finalidad de nuestro análisis comparativo y de la información disponible, nos parece que proporcionan indicaciones válidas de las variaciones en el comportamiento económico.

En segundo lugar, debemos asegurarnos de que no se trata de un simple artefacto estadístico, resultante de la naturaleza de los datos y de su tratamiento: es decir, que el fenómeno estadístico que se ha identificado corresponde realmente a un fenómeno socioeconómico. Se pueden mencionar varias hipótesis al respecto:

- Un problema usual, en las encuestas, es que los hogares tienden a declarar cantidades mucho más bajas de ingresos o activos de las que realmente les corresponden. Pero las encuestas también muestran que la tasa de subdeclaración aumenta considerablemente con la cantidad de ingresos y especialmente con la cantidad de activos. Por lo tanto, la brecha entre los hogares más ricos y los más pobres debe ser aún más pronunciada en la realidad de lo que aparece en nuestros cálculos.
- Otro problema estadístico puede surgir del hecho de que las disponibilidades monetarias identificadas en las encuestas omiten una serie de activos que podrían desempeñar un papel importante en la satisfacción de las necesidades, por ejemplo, el dinero en especies que se guarda en casa (excepto para la encuesta del CERC de 1975) y el uso de la asistencia mutua de círculos de parientes o amigos (Fulford, 2012: 19)<sup>14</sup>. Pero estos son precisamente elementos del capital financiero o social que son proporcionalmente más importantes para los hogares pobres que para los hogares más ricos<sup>15</sup> y, por lo tanto, si hubieran podido ser evaluados, habrían aumentado aún

13 Es interesante por otra parte observar cómo estos cocientes, por lo general, parecen disminuir a medida que aumenta la renta nacional media.

14 Las prestaciones derivadas de la asistencia mutua tienen características de sustituibilidad con los activos líquidos (por ejemplo, si un vecino presta alimentos o viene a ayudar a reparar un grifo, esto evita pagar el dinero correspondiente por este producto o servicio). Por lo tanto, lo ideal sería incluir la asistencia mutua en los recursos disponibles a corto plazo para satisfacer las necesidades (este “capital social” está “disponible” y, por lo tanto, se puede considerar “líquido” en cierto modo). Véase por ejemplo la encuesta realizada por la Fundación FOESSA en 2017 sobre la “resiliencia de los hogares en España”: para poder adaptarse ante situaciones adversas, más de dos de cada tres hogares cuentan principalmente con la ayuda de familiares y amigos cercanos (FOESSA, 2017: 10).

15 En nuestro estudio de 1981 sobre las cooperativas obreras en Andalucía, observamos cómo los trabajadores que intentaban crear su propio empleo mediante una cooperativa recibían en general una ayuda importante de sus familiares, amigos u otros miembros de las redes locales de solidaridad. Y en cambio, una vez puesta en marcha la cooperativa de trabajo asociado, a menudo limitaban



más la cantidad de sus activos para los hogares de bajos ingresos en comparación con lo que podría haberse esperado.

- Del mismo modo, puede producirse una distorsión debido a que nuestra variable “depósitos líquidos” añade los saldos de las cuentas corrientes y de las cuentas de ahorro. Ahora bien, las encuestas muestran que la elasticidad-renta de las libretas de ahorro es muy inferior a la de las cuentas corrientes y que los hogares con recursos modestos mantienen sus disponibilidades monetarias preferentemente en el primer tipo de producto. ¿Podría eso influir en nuestros resultados? En realidad, se observa que el fenómeno de ruptura permanece casi inalterado si se hace el análisis por separado para las cuentas corrientes y las cuentas de ahorro.
- Un fenómeno similar puede resultar del hecho de que cada clase de renta agrupa hogares con características diferentes (según edad, situación laboral, composición en “unidades de consumo”, nivel de educación, etc.), y que por lo tanto también deben tener comportamientos diferentes en cuanto a la gestión de su “riqueza”. ¿No debería atribuirse el fenómeno estadístico observado al mayor peso en los tramos bajos de renta de una u otra categoría de hogares? Tratándose de los depósitos líquidos, los factores que pueden influir en su evolución en función de la renta (a nivel de las categorías de hogares y no a nivel individual) son esencialmente la edad de la persona de referencia y su situación laboral.

Entonces, ¿qué ocurre con los hogares de mayor edad (aquellos cuya “persona de referencia” pasa de los 65 años de edad)? Estos hogares se caracterizan por tener un ingreso medio significativamente menor que el de todos los hogares, pero también una cantidad media de depósitos líquidos que es significativamente mayor (con un cociente entre depósitos observados y depósitos teóricos que varía, para las encuestas de los años 2000-2010, entre 1,7 y 2,5)<sup>16</sup>. También, si analizamos los datos de los cuatro primeros tramos interdeciles de ingresos, vemos que la proporción de hogares de mayor edad es más importante tanto en términos de población como en términos de montos de depósitos. Pero, por otro lado, si analizamos por separado la evolución del importe de los depósitos en función de los ingresos para los hogares cuya persona de referencia es menor de 65 años, también encontramos una clara ruptura en las curvas para los más pobres. Si bien no debe descuidarse la influencia de la edad, se confirma que la influencia determinante es la de los ingresos<sup>17</sup>.

El caso de los hogares de activos por cuenta propia (agricultores, comerciantes, industriales, miembros de profesiones liberales) también es interesante. A diferencia de los hogares de mayor edad, su renta media es más alta que la del conjunto de hogares. Pero, si consideramos los primeros cuatro grupos interdeciles de la distribución, vemos que los activos por cuenta propia son globalmente responsables de una proporción de depósitos líquidos bastante mayor que su proporción global en estos grupos de hogares. Por otra parte, las curvas que representan la variación de los depósitos en función de la renta muestran para los hogares de activos por cuenta propia, como para los de asalariados, el mismo fenómeno de ruptura por debajo de un determinado nivel de ingresos, con una cantidad media de depósitos líquidos para los hogares más pobres que parece muy elevada. Respecto a este tema, es una lástima que las bases de datos de

---

o incluso reducían su remuneración para poder admitir a otros trabajadores en paro o ayudarles a crear su propia empresa (Haubert, 1984).

16 Lo mismo se observa para los hogares de “jubilados”. Para los “otros inactivos o parados”, en cambio, los depósitos efectivos son lógicamente muy inferiores a los “teóricos”.

17 En cuanto a la influencia de la edad de la persona de referencia del hogar, lo ideal sería poder distinguir (lo que es imposible con los datos de que disponemos) entre el “ciclo vital” (el comportamiento varía según los diferentes períodos de la vida) y el “efecto de generación” (es obvio, por ejemplo, que el hecho de haber sufrido en la juventud las carencias provocadas por la Guerra Civil española o la Segunda Guerra Mundial puede tener consecuencias significativas en el comportamiento económico).

las encuestas de los años 2000-2010 no nos permiten hacer el mismo análisis que el que realizamos para nuestra encuesta en Andalucía (Haubert, 1980: 227-229). Los resultados de esta encuesta mostraban en efecto para los empresarios sin asalariados (y especialmente para los pequeños agricultores) cantidades de depósitos que se desviaban mucho más de lo “normal” que para los que empleaban asalariados, lo que evidencia muy claramente la influencia de la escasez de recursos<sup>18</sup>.

Al final, y teniendo en cuenta las observaciones anteriores, nos parece justificado afirmar que al fenómeno estadístico corresponde efectivamente una realidad socioeconómica.

*Si este es el caso, nuestra hipótesis es que los hogares que sólo disponen de bajos recursos no se rigen en general por las mismas normas de comportamiento económico que los hogares más ricos, porque están sujetos a restricciones mucho mayores en sus condiciones de vida y reproducción.*

## ¿QUÉ NOS DICEN LAS ENCUESTAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS “POBRES”?

### Pobreza y comportamiento económico

Para estudiar el comportamiento económico de los hogares, el tema de sus depósitos líquidos puede parecer extremadamente limitado; como advertimos anteriormente, hay muchas otras variables que deben tenerse en cuenta. Sin embargo, es evidente que, para cualquier hogar, el dinero de que puede disponer a corto plazo es muy importante para cubrir sus gastos corrientes, posiblemente para permitirse un gasto extraordinario (un cumpleaños, una salida familiar, etc.) o para hacer frente a lo inesperado. La forma en que la cantidad de este dinero disponible varía entre las categorías de hogares puede ser, por lo tanto, un indicador valioso de sus diferencias de estatus socioeconómico. La investigación que aquí se presenta se limita a este aspecto, y huelga decir que es imposible extender las conclusiones a todo el patrimonio familiar, y menos aún a una definición o explicación de la “pobreza”.

Nuestros análisis comparativos de las disponibilidades monetarias entre países y períodos ponen de manifiesto, como hemos visto, la existencia de rupturas en la escala de ingresos, con una cantidad de “dinero reservado” para los hogares de menores ingresos que parece “anormalmente” elevada (en comparación con la elasticidad-renta observada para la mayoría de la población en los estratos de mayores ingresos). Los niveles de ruptura no pueden calificarse en modo alguno como “umbrales de pobreza”, ya que estos últimos son, sin duda, de una naturaleza totalmente diferente. Pero, en cualquier caso, señalan una diferencia en la relación con el dinero entre dos categorías principales de población, cuyo comportamiento puede considerarse diferente porque se enfrentan a situaciones socioeconómicas diferentes. En consecuencia, podría decirse que, si son “umbrales”, no son el resultado de un convenio estadístico arbitrario, como el que establece la pobreza por debajo del 60% de la renta mediana.

Insistimos en que estos “umbrales” sólo son relevantes para el análisis y no tienen ningún valor operativo. Además, tampoco tienen precisión alguna (recordemos que los tramos de ingresos utilizados para el análisis son necesariamente relativamente amplios)

<sup>18</sup> En comparación con los importes “teóricos” reconstituídos en función de la elasticidad-renta calculada para los hogares cuyos ingresos están por encima del umbral de ruptura de la curva, los importes observados en la encuesta son más elevados, dependiendo de si emplean o no a trabajadores, respectivamente un 20% y un 175% para los agricultores y un 30% y un 65% para los empresarios de la industria y del comercio.

y pueden variar en mayor o menor medida según el país o la categoría de hogares (que difieren en cuanto a edad, situación laboral, educación, historia patrimonial, vínculos forjados en el seno de redes de parentesco, amistad o vecindad, etc.).

Para explicar las rupturas observadas en función de las variaciones de los ingresos, se piensa naturalmente en las “leyes” puestas de relieve por Ernst Engel en 1857 para la variación, según el nivel de renta, de los gastos de consumo en diferentes tipos de bienes: la elasticidad-renta es muy baja o incluso negativa para los productos alimenticios y, de manera más general, para las necesidades básicas (o “bienes primarios”): conclusión que podría extenderse al dinero “reservado” para cubrir los gastos correspondientes. Pero el análisis de Engel sólo considera a un individuo económico aislado y “estándar”, por así decirlo. Una primera dificultad, señalada por Alan Kirman y desarrollada por Steve Keen (2015 [2011]) es que es completamente ilegítimo transponer los resultados obtenidos para un agente económico aislado a un agregado o grupo de individuos. Pero la crítica fundamental hecha a Engel por Maurice Halbwachs (2011 [1933]: 431-442), y posteriormente por la mayoría de los científicos sociales que han abordado esta cuestión, es que ignora la integración del agente económico en un grupo social. Ahora bien, esta integración, con sus implicaciones para las relaciones (económicas, pero también sociales, políticas, culturales o simbólicas) con otros miembros del grupo y, en general, con la sociedad global, tiene una influencia importante e incluso a menudo decisiva en el uso de los recursos.

## Economía de la necesidad y economía de la libertad

Obviamente, no se trata aquí de cuestionar la ambición de intentar modelizar el comportamiento del *homo economicus*, sino de recordar las precauciones que hay que tomar antes de transponer el comportamiento “normal” de este último a las diferentes categorías sociales. Lo que nuestros análisis anteriores muestran o confirman es que el comportamiento económico tiende a desviarse de esta “normalidad” por debajo de un cierto nivel de recursos (o más bien por encima de un cierto nivel de restricciones) y que incluso tiende a desviarse aún más fuertemente cuanto más bajo está un hogar respecto a este nivel. Decimos que “tiende a desviarse”, porque sólo se trata aquí -hay que subrayarlo- de caracterizar el comportamiento medio de los hogares de bajos recursos, que puede variar mucho dentro de este vasto grupo.

En general, en cualquier caso, esta investigación nos parece ilustrar la distinción entre la “economía de la libertad” y la “economía de la necesidad” (Haubert, 1980: 233 y ss.). De hecho, si el comportamiento económico de los hogares de bajos recursos difiere del de los hogares más ricos en cuanto a la gestión del dinero, es porque está sujeto a restricciones que no conocen estos últimos, por lo menos en la misma medida<sup>19</sup>.

En el presupuesto de los hogares, independientemente del nivel de sus recursos, hay una serie de gastos obligatorios: gastos en vivienda, alimentación y vestido, gastos en educación de los hijos, posibles gastos en empresas propias o en explotaciones agrícolas, etc. Ahora bien, es importante recalcar el hecho de que, para asegurar su supervivencia, los hogares sujetos a la “economía de la necesidad”, es decir, aquellos que sólo disponen de recursos limitados, no pueden reducir estos gastos por debajo de un cierto nivel (Haubert, 1980: 329; Fulford, 2012: 27-29). Se trata de un comportamiento perfectamente racional<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Tratándose únicamente de los gastos de consumo, los comentarios de Cardoso *et al.* (1996: 698) apuntan en la misma dirección. A este respecto, cabe señalar que habría sido muy instructivo estudiar las disponibilidades monetarias en función de las diferentes formas de pobreza, de acuerdo con las diferentes limitaciones o necesidades que éstas implican. Pero esto es obviamente imposible con las bases de datos disponibles sobre la riqueza de los hogares y, por lo tanto, competen más bien a encuestas monográficas; para un ejemplo excelente de tal encuesta, véase Laé y Mudard (1985). Es clásica al respecto la obra dirigida por Pierre Bourdieu sobre la “miseria del mundo” (1993).

<sup>20</sup> Un gran número de monografías antropológicas y sociológicas han puesto de relieve la racionalidad que prevalece en los hogares “pobres” en la gestión de la escasez y precariedad de los recursos necesarios para su reproducción. En el caso de los países del “Norte”, como los aquí estudiados, podemos hacer referencia por ejemplo a Fundación FOESSA (2017 y 2019), Laé y Mudard (1985),

(en este punto resulta obviamente útil referirse a las teorías económicas relativas a la racionalidad de los agentes que “optimizan bajo restricciones”). Es sólo cuando empiezan a entrar en la “economía de la libertad” -cuando los recursos disponibles se lo permiten- que pueden gastar más dinero en mejorar su vivienda, sus alimentos, etc., y que también pueden considerar gastos no esenciales o incluso “superfluos”; y es sólo entonces, cuando tienen la libertad o capacidad de realizarlos, que el importe medio de estos gastos varía en función de los ingresos medios de la familia. Lo mismo ocurre, evidentemente, con el dinero “reservado” para cubrir estos gastos.

Es esta dicotomía entre la “economía de la necesidad” y la “economía de la libertad” la que explica la ruptura de las curvas de variación de las disponibilidades medias en función de la renta familiar media. Por encima de un determinado umbral, esta variación responde al patrón clásico de las elasticidades-renta. En cambio, por debajo de este umbral, los activos de las cuentas corrientes y de las libretas de ahorro, así como el “dinero manual” que se mantiene en casa, constituyen el componente principal, si no el único, del “patrimonio”<sup>21</sup> financiero de los hogares<sup>22</sup>. Y, salvo contadas excepciones, su importe no puede ser inferior a un determinado nivel (que se puede llamar “incompresible”), ya que de lo contrario eso pondría en peligro su existencia o reproducción<sup>23</sup>.

Esto es válido para los dos tipos de fondos que constituyen las disponibilidades monetarias, que son inseparables y a menudo se confunden:

El fondo de transacción, destinado a cubrir los gastos corrientes del hogar (y posiblemente de sus pequeñas empresas artesanales, comerciales o agrícolas), y cuyo importe no puede ser inferior a un nivel mínimo que se ajuste necesariamente al nivel mínimo de estos gastos.

El fondo de precaución (*buffer-stock assets*), que sirve para hacer frente a caídas inesperadas de los ingresos, que son mucho más probables cuando los ingresos son bajos<sup>24</sup>; su cantidad relativamente alta (Crossey y O’Dea, 2010: 20-23) se debe al hecho de que necesariamente tiende a ajustarse al nivel de vida mínimo que el hogar está tratando de preservar<sup>25</sup>.

Añadiremos que esto es sin duda cierto también para lo que podría llamarse por analogía el “fondo de capital social”: para los hogares modestos, en efecto, puede ser a menudo importante mantener activas sus redes de solidaridad: es en este sentido que Richard Hoggart, en su libro clásico sobre la “cultura de los pobres” (*ob. cit.* : 125-127), habla del “imperativo de la camaradería” en las clases trabajadoras entre personas que tienen un sentimiento muy fuerte de compartir las mismas condiciones de vida.

Cottureau y Marzok (2012), así como al rico dossier elaborado por la CNAF (2016) sobre cómo las unidades domésticas con recursos muy limitados “van tirando para llegar a fin de mes”. Y esto también es cierto en el caso de los países “meridionales”: sobre ellos, Abhijit V. Banerjee y Esther Dufló (2012: 13 y ss.), por ejemplo, observan que los limitados recursos de los pobres les obligan a realizar una gestión racional, incluso si sólo tienen un acceso limitado a la información necesaria. Y podríamos añadir que quizá su gestión es por fuerza más racional que la de los hogares más acomodados...

21 Cabe preguntarse si es legítimo, en lo que se refiere a las disponibilidades monetarias de las categorías más pobres de la población, hablar de “patrimonio”, en la medida en que no están destinadas a ser transmitidas a las generaciones posteriores (aunque obviamente puedan formar parte de la herencia); asimismo, hablar en su caso de un elemento de “riqueza” o de “capital” puede parecer un poco inapropiado....

22 “Cuando el patrimonio es reducido, su estructura está casi impuesta y los activos poseídos se limitan a un fondo de transacción y de precaución (...). Sólo cuando la riqueza adquiere importancia puede surgir una verdadera estrategia patrimonial” (Babeau y Strauss-Kahn, 1977: 157; véase también 104 y 250; las cursivas son de los autores) [nuestra traducción].

23 Basándose en experiencias de los países “meridionales”, S. Rutherford (1999: 4-9) hace una observación similar sobre las grandes cantidades de dinero líquido que generalmente conservan los hogares pobres.

24 Este es el caso, en particular, cuando los ingresos proceden de una pequeña empresa o de una explotación familiar (como se ha visto anteriormente en el caso de Andalucía Occidental), ya que en ese caso son mucho más propensos a sufrir caídas drásticas debido a las fluctuaciones económicas o a accidentes de salud que afectan a los miembros activos de los hogares.

25 Banerjee y Dufló (*ob. cit.*: 211 y ss.) subrayan que “el riesgo es un componente esencial de la vida de los pobres” y que, en general, representa una amenaza mucho mayor para su supervivencia que para las clases más ricas.

Entre las limitaciones que sufren los hogares, la “restricción de liquidez”, es decir, la capacidad de obtener crédito para hacer frente a determinados gastos, reviste especial importancia. Obviamente, es muy fuerte para los hogares de bajos ingresos. Y las encuestas ponen efectivamente de manifiesto que su participación en los créditos otorgados por los bancos e instituciones de ahorro suele ser con mucho inferior a su participación en los depósitos. En España, por ejemplo, según la Encuesta Financiera de las Familias, la participación en los depósitos líquidos es en 2011 más o menos idéntica para los 20% de hogares más pobres y para los 10% más ricos (respectivamente el 14% y el 13,3% del total). Pero, si miramos el importe global de las deudas de las familias, vemos que al primer grupo corresponde solamente un 3,4% frente a un 23,3% para el segundo<sup>26</sup>: así que el sistema financiero funciona en cierto modo como una bomba, por la que se presta a los “ricos” una parte del dinero depositado por los “pobres”; y si estos conservan cantidades relativamente altas de dinero líquido, es también a menudo porque temen que, en caso de necesidad, les resultaría difícil conseguir un crédito. Diciéndolo de otra manera, encontramos aquí otra “paradoja de la pobreza”: que la “economía de la necesidad” puede en parte financiar la “economía de la libertad” ...

Pero, a este respecto, vale la pena mencionar la particularidad del caso americano. La ruptura de la curva que representa la evolución de los depósitos líquidos en función de la renta es en efecto menos pronunciada en Estados Unidos que en los otros tres países estudiados. Esto se debe, sin duda, a que la “restricción de liquidez” es mucho menor allí: las necesidades de liquidez se satisfacen preferentemente, incluso para los gastos corrientes, mediante el uso de un crédito que las instituciones financieras y las empresas comerciales conceden con mucha generosidad (probablemente con demasiada generosidad, como se puso de manifiesto durante la crisis de 2008)<sup>27</sup>.

Debemos observar que las disponibilidades monetarias tienen una rentabilidad muy baja o incluso nula, y que ocurre lo mismo con las pequeñas empresas o explotaciones agrícolas familiares: esto tiende a atrapar a los pobres en su pobreza<sup>28</sup>. Para poder adquirir activos en función de su rentabilidad, es necesario disponer ya de determinadas capacidades -o *capabilities* en el sentido de Amartya Sen (2000a: 171-193; 2000b: 30, 95 y *passim*)-, en particular en términos de recursos económicos disponibles; es necesario disponer de los medios para elegir libre y racionalmente entre los distintos tipos de activos.

Esto se olvida con demasiada frecuencia en algunos modelos económicos, que parecen contaminados por un cierto “sesgo de clase”<sup>29</sup>. En particular, no cabe duda de que, cuanto más se baja en la escala de ingresos y, en general, de los recursos, tanto más el “dinero reservado” (que se guarda “líquido”) es el resultado de un esfuerzo por rebajar los gastos

26 El porcentaje de hogares con deudas es del 22,2% en el primer grupo (frente al 63% en el segundo) y el importe mediano de las deudas para los hogares que las tienen es de 16,200 € (frente a 78,400€). Hay que señalar también una variación considerable del importe mediano de las deudas en función de la edad: de 86,700€ cuando el cabeza de familia es menor de 35 años a 9,000€ cuando tiene entre 65 y 74 años y 11,400€ cuando es mayor de 74 años. Asimismo, según nuestra encuesta de 1974 en Andalucía, a los hogares con ingresos mensuales inferiores a 5,000 pesetas (un 11,7% de la población) correspondía solamente un 2,8% de las deudas, frente a un 10% para los hogares con ingresos superiores a 60,000 pesetas (un 0,3% de la población) (Haubert, 1980: 290).

27 Sobre el “espectacular” mercado de las tarjetas de crédito en Estados Unidos, independientemente de los estratos de ingresos a los que se dirija, véase D. de Blic y J. Lazarus (*ob. cit.*: 60-64). La financiarización de las unidades domésticas, según el análisis de Randy Martin (2002), alcanza niveles aún desconocidos en Europa Occidental. Sobre el nivel de ahorro demasiado bajo, véase la llamada de alarma de un periódico estadounidense: « Nearly all developed countries have a higher personal savings rate than the United States »; es, escribe, el país del consumo, donde la consigna es « Spend everything you've got » : <<https://www.usatoday.com/story/money/personalfinance/2016/10/09/savings-study/91083712/>> , acceso el 17/10/2017.

28 Esto se verifica para todos los gastos, ya que el precio unitario pagado por el mismo bien o servicio es, de hecho, a menudo más alto para las personas con bajos recursos que para las categorías más ricas de la población, de ahí el grito de enojo de Martin Hirsch (2013): “Se vuelve caro ser pobre!”. Se trata de un fenómeno sobre el que el sociólogo estadounidense D. Clapovitz (1963), citado por M. Hirsch, llamó la atención hace más de cincuenta años.

29 “Economists’ models of saving are often very ‘middle class’ in the sense that they often embody the assumption that people maximize the return on their investments (interest) and no other factors” (Crossey y O’Dea, 2010: 5) ; a este respecto, sería quizá un poco brutal sugerir que sólo en las clases “burguesas” es donde se verifican las leyes de la economía que algunos llaman “burguesa”.

corrientes y así garantizar en la medida de lo posible la subsistencia del hogar; no resulta del rendimiento de un capital previamente acumulado, y no tiene tampoco como finalidad iniciar o proseguir un proceso de acumulación.

Se trata de un comportamiento racional, cabe recordarlo, y no hay razón para indignarse si los hogares con bajos recursos se dan ocasionalmente un “pequeño extra”. A este respecto, es interesante señalar que, si bien puede haber un “sesgo de clase” en algunos modelos económicos, hay uno aún más frecuente en las representaciones que se realizan por los grupos acomodados sobre el comportamiento de los pobres. Así cuando el economista R. H. Strotz condenaba la irresponsabilidad de estos pobres que “tienden a apiparse después del día de paga, sobrecalientan sus viviendas tan pronto como pueden comprar un cubo de carbón, malgastan su dinero, se gastan en juergas el mismo día de la paga, no saben establecer un presupuesto (...) y dan rienda suelta a la expresión de sus impulsos sexuales y agresivos”<sup>30</sup>. Y sin embargo, en el mismo año en que este economista norteamericano mostraba su desprecio por la estupidez de la “gente pobre”, el sociólogo francés Paul-Henry Chombart de Lauwe, después de largas encuestas a los hogares de la clase obrera, afirmaba que había descubierto, en la forma en que gestionaban presupuestos extremadamente ajustados, “una forma de inteligencia” que “despertaba (su admiración)” (Chombart de Lauwe, 1975: 10). En esta gestión, destacó la existencia de un “umbral” que marca “la transición de la preocupación al libre interés cuando se produce un cambio en el nivel de vida” (*ibíd.*: 16 y *passim*). Una distinción que le era sugerida por el análisis de los gastos, y en particular del consumo de alimentos: por un lado, las necesidades básicas que uno busca satisfacer en todas las circunstancias; y por otro lado, las pequeñas libertades que uno puede permitirse después de la paga, los días de fiesta, en circunstancias excepcionales, etc. Y a él se une Richard Hoggart (*ob. cit.*: 184-191), para quien el hecho de permitirse a veces un pequeño extra es, en última instancia, para los pobres “un testimonio de la libertad de elección” que tienen a pesar de las limitaciones de la vida cotidiana, con el fin de hacerla un poco más “soportable”<sup>31</sup>.

Para evitar cualquier malentendido, es imperativo subrayar aquí que el mero hecho de que una estrategia sea racional no significa, por supuesto, que va a tener resultados positivos. Por lo contrario, si por un lado nuestros resultados muestran que, por término medio, el importe de las disponibilidades monetarias es significativamente más alto entre los hogares pobres de lo que cabría esperar, señalan también que es mucho más bajo que en los tramos superiores de renta. Y debemos añadir que en gran parte de esos hogares el dinero líquido de que pueden disponer es sin duda muy inferior a lo que sería imprescindible de cara a enfrentar sus riesgos de reproducción (FOESSA, 2017: 9).

En conclusión, no es tal vez absurdo afirmar que puede ser interesante para un sociólogo aventurarse en las tierras algo áridas de la economía estadística. En efecto, un análisis comparativo sobre una base muy amplia, como el que se acaba de presentar, puede sin duda permitir destacar mejor algunas particularidades del comportamiento económico de los grupos más desfavorecidos de la población: debido a las limitaciones a que están sujetos, este comportamiento no cumple los mismos estándares que el del *homo economicus* “normal”. No tener en cuenta estas particularidades puede presentar graves peligros, ya sea en términos de elaboración de modelos económicos, de generalización de las políticas de liberalización, de representación de la “pobreza” o de cómo se realiza cotidianamente la intervención con los pobres y los precarios. Podemos preguntarnos, al

30 Literalmente, los pobres “*tend to gorge themselves with food after pay-day ; overheat their homes when they have money for a bucket of coal ; are extravagant, going on sprees on pay-day, not budgeting their money (...) and are freer in the expression of their sexual and aggressive impulses*” (Strotz R.H., 1955-1956, Myopia and inconsistency in dynamic utility maximization, *Review of Economic Studies*, 23 : 179, citado por Webley y Nyhus, 1999 : 5) [nuestra traducción].

31 A este respecto, cabe remitirse también a las observaciones de Jean-Claude Passeron en su presentación de la edición francesa del libro de R. Hoggart (*ob. cit.* : 15-18).



respecto, cuáles son las implicaciones que va a tener el importante desarrollo en el período reciente (FOESSA, 2019) de las situaciones de precariedad, exclusión y debilitamiento de las redes de solidaridad.

## AGRADECIMIENTOS

La encuesta de 1974 fue realizada en el marco de la Casa de Velázquez (Escuela Francesa de Altos Estudios Hispánicos, Madrid) y del Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS). Fue financiada por el Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Sevilla - Instituto que también publicó la obra que presenta sus resultados (Haubert, 1980) - y por la Caja Provincial de Ahorros y Monte de Piedad de Huelva. Nos es grato expresar aquí nuestros agradecimientos a todos estos organismos.

Para el estudio de las encuestas de los años 2000 – 2010 en España, Francia, Gran Bretaña y Estados Unidos, fue necesario analizar los datos financieros de unos 40,000 hogares, por lo cual queremos manifestar nuestra gratitud a los organismos que nos otorgaron el acceso a sus bancos de datos: para España, el Banco de España; para Francia, el Centro Maurice Halbwachs del Réseau Quetelet; y para el Reino Unido, el UK Data Service. El banco de datos de la Federal Reserve Bank de los EE.UU. es de acceso libre.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS<sup>32</sup>

- Babeau, A. y Strauss-Kahn, D. (1977). *La Richesse des Français*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Banerjee, A. V. y Duflo, E. (2012 [2011]). *Repenser la pauvreté*. Paris : Seuil. Traducción en español: (2012). *Repensar la pobreza: un giro radical en la lucha contra la desigualdad global*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (ed.) (1993). *La misère du monde*. Paris : Seuil.
- Cardoso, N., Gardes, F. y Jessua, C. (1996). Caractérisation et analyse des comportements de consommation des ménages pauvres sur données individuelles françaises. *Revue économique*, 47(3), 687-698. <https://doi.org/10.3406/reco.1996.409806>
- Chombart de Lauwe, P.H. (1975 [1956]). *La Vie quotidienne des familles ouvrières*. Paris: Éditions du CNRS.
- Clapovitz, D. (1963). *The Poor Pay More. Consumer Practices of Low-Income Families*. New York: The Free Press of Glencoe.
- Caisse Nationale des Allocations Familiales, CNAF (2016). Joindre les deux bouts. Enquêtes d'ethnocomptabilité, *Revue des politiques sociales et familiales*, 123 (2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> trimestres).
- Cottureau, A. y Marzok, M. M. (2012). *Une famille andalouse. Ethnocomptabilité d'une économie invisible*. Paris: Éditions Bouchène.
- Crossey, T. F. y O'Dea, C. (2010). *The Wealth and Saving of UK Families on the Eve of the Crisis*. London: The Institute for Fiscal Studies. <https://doi.org/10.1920/re.ifs.2010.0071>

<sup>32</sup> En las referencias bibliográficas, las fechas entre corchetes [xxxx] corresponden a la primera edición del libro o artículo (si se ha consultado una versión ulterior) o en su caso a la edición en el idioma original



- DATA, S.A. (1968). *Comportamientos y actitudes de las economías domésticas hacia el ahorro y el consumo*. Madrid: Confederación Española de Cajas de Ahorros.
- De Blic, D. y Lazarus, J. (2007). *Sociologie de l'argent*. Paris : La Découverte.
- EAPN, European Anti-Poverty Network (2014). *Poverty and Inequality in the EU* (EAPN Explainer n° 6). Brussels. Véase también su sitio web: <https://www.eapn.eu/what-is-poverty/poverty-in-the-eu-a-very-real-problem/>
- EAPN-ES (2018). *8º Informe AROPE. El estado de la pobreza* (en línea). [https://eapn.es/estado\\_de\\_pobreza/](https://eapn.es/estado_de_pobreza/)
- European Central Bank (2016). *The European Household Finance and Consumption Survey. Results from the Second Wave*. Frankfurt am Main (Statistical paper series, n° 18).
- Eurostat: Community Statistics on Income and Living Conditions (EU-SILC): <https://ec.europa.eu/eurostat/fr/web/microdata/european-union-statistics-on-income-and-living-conditions>
- Fundación FOESSA, Fomento de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada. (2017). *VII Informe. Desprotección social y estrategias familiares*. Madrid: Caritas Española.
- Fundación FOESSA, Fomento de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada. (2019). *VIII Informe sobre exclusión y desarrollo social en España*. Madrid: Caritas Española.
- Fulford, S. (2012). *The Precaution of the Rich and Poor* (en línea) <http://fmwww.bc.edu/EC-P/wp814.pdf>, acceso el 30/01/2017.
- García Lizana, A. (1996). *La pobreza en España*. Madrid: Ediciones Encuentro.
- Halbwachs, M. (2011[1912 y 1933]). *Le destin de la classe ouvrière*. Paris : Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.baude.2012.01>
- Haubert, M. (1980). *Pobreza y riqueza de los andaluces*. Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Sevilla.
- Haubert, M. (1984). *Cooperativismo y crisis económica en Andalucía*. Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Sevilla.
- Hernández Lafuente, P. (2009). *El análisis de la pobreza y la exclusión social: una propuesta metodológica*. Granada: Universidad de Granada (tesis doctoral).
- Hirsch, M. (2013). *Cela devient cher d'être pauvre*. Paris : Stock.
- Hoggart, R. (1970 [1957]). *La culture du pauvre. Étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*. Paris : Éditions de Minuit.
- Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) (1998). Mesurer la pauvreté aujourd'hui, *Économie et statistique*, 308-310 (dossier spécial).
- Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) (2005). Les Approches de la pauvreté à l'épreuve des comparaisons internationales, *Économie et statistique*, 383-385 (dossier spécial).
- Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) (2009). Qu'est-ce qu'être pauvre aujourd'hui en Europe?, *Économie et statistique*, 421 (dossier spécial).
- Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) (2012). *L'Économie française – Comptes et dossiers*. Édition 2012. Paris.

- Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) (2016). *Revenu et patrimoine des ménages*. Édition 2016. Paris.
- Keen, S. (2015 [2011]). *La economía desenmascarada*. Madrid: Capitán Swing.
- Laé, J. F., Mudard, N. (1985). *L'argent des pauvres. La vie quotidienne en cité de transit*. Paris: Seuil.
- L'Hardy, Ph. (1972a). *Structure de l'épargne et du patrimoine des ménages en 1966*. Paris: INSEE, « Les collections de l'INSEE », série M, n° 13.
- L'Hardy, Ph., (1972b). *Le Comportement d'épargne des ménages de 1967 à 1969*. Paris: INSEE, « Les collections de l'INSEE », série M, n° 17.
- L'Hardy, Ph. y Hoffmann, G. (1970). *Épargne des ménages et gestion du patrimoine*. Enquête 1967. Paris : INSEE, « Les collections de l'INSEE », série M, n° 6, 3-103.
- L'Hardy, Ph. y TURC, A. (1976a). Patrimoine des ménages : permanences et transformations, *Économie et statistique*, 76, 3-25.
- L'Hardy, Ph. y TURC, A. (1976b). *Enquête Épargne 1973*. Premiers résultats. Paris : INSEE.
- Madinier, Ph. y Malpot, J. J. (1979). *Le Patrimoine des Français. Montant et répartition*. Paris: Documents du Centre d'étude des revenus et des coûts, n° 49.
- Martin, R. (2002). *The Financialization of Daily Life*. Philadelphia: The University Press.
- Martínez Virto, L. (2014). *Sobreviviendo a la crisis: estrategias de los hogares en dificultad*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- Paugam, S. (2005). *Les formes élémentaires de la pauvreté*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Piketty, T. (2014 [2013]). *El Capital del Siglo XX*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Rutherford, S. (1999). *The Economics of Poverty. How Poor People Manage their Money*. Washington : Corporation for Enterprise Development.
- Sen, A. (2000a [1992]). *Repenser l'inégalité*. Paris : Seuil. Traducción en español: (2011). Nuevo examen de la desigualdad. Madrid: Alianza.
- Sen, A. (2000b [1999]). *Un nouveau modèle économique*. Paris: Éditions Odile Jacob. Traducción en español: (2000). Desarrollo y libertad. Barcelona: Planeta.
- Verger, D. (2005). Bas revenu, consommation restreinte ou faible bien-être : les approches statistiques de la pauvreté à l'épreuve des comparaisons internationales. *En INSEE*, 2005, 7-45.
- Verger, D., Martinez, M., Herpin, N., Fleurbaey, M. (1998). *Mesurer la pauvreté?* *En INSEE*, 1998, 26.
- Webley, D. y Nyhus, E.K. (1999). *Representations of Saving and Saving Behavior* (en línea). <http://people.exeter.ac.uk/PWebley/papers/saving.html>, acceso el 28/01/2017.

## NOTA BIOGRÁFICA


**Maxime Haubert** fue investigador y profesor en la Universidad Paris 1 Panthéon-Sorbonne, en la cual fue director del Instituto de Estudios del Desarrollo Económico y Social (IEDES). Sus campos de investigación abarcan principalmente la sociología del desarrollo, la sociología rural, las desigualdades económicas y los movimientos sociales. Trabajó varios años en Andalucía, donde estudió la distribución de los patrimonios entre las familias y sus comportamientos financieros, el cooperativismo de trabajo asociado, el sindicalismo de los obreros agrícolas y la romería del Rocío. También tiene trabajos publicados sobre la historia de las misiones en el Brasil y en el Paraguay.




Artículos / Articles

# Jóvenes comunicadores y sexualización infantil. Diferencias de género ante la sexualización de las niñas en las revistas de moda

## *Young communicators and childhood sexualization. Gender differences in girls' sexualization in fashion magazines*

**María José Narros González**   
Universidad Complutense de Madrid, España  
[mjnarros@ucm.es](mailto:mjnarros@ucm.es)

**Carmen Llovet Rodríguez**   
ESIC Business and Marketing School, España  
[carmen.llovet@esic.edu](mailto:carmen.llovet@esic.edu)

**Mónica Díaz-Bustamante Ventisca**   
Universidad Complutense de Madrid, España  
[mdiaz-bu@ucm.es](mailto:mdiaz-bu@ucm.es)

Recibido / Received: 29/08/2019  
Aceptado / Accepted: 05/12/2019



### RESUMEN

Los medios de comunicación influyen en las percepciones sobre diversos constructos generando actitudes de sensibilización sobre sus audiencias. El objetivo de este trabajo se centra en analizar la percepción del constructo sexualización infantil atendiendo al género en el colectivo de jóvenes españoles, futuros profesionales de la comunicación, utilizando para ello imágenes de estilismos de niñas publicadas en revistas de moda. A partir de los resultados obtenidos a través de encuesta online a una muestra de 449 individuos, se observan diferencias significativas en función del género. Los hombres perciben diferentes atributos sexualizantes, en un número sensiblemente inferior y asociados a la exhibición corporal. Las mujeres son más detallistas y sensibles al constructo analizado y a las características testadas. Se concluye que para conciliar al niño como sujeto de derechos y como consumidor, la formación de los jóvenes comunicadores sobre representaciones que cosifican sexualmente es necesaria y prevendría estereotipos de género.

**Palabras clave:** percepciones; género; sexualización; revistas de moda; niñas.

### RESUMEN

Media communications influence constructs' perceptions raising awareness attitudes about their audiences. The aim of this work focuses on analyzing the perception of child sexualization construct according to gender in the collective of young Spaniards, future professionals of the communication, using images of girls' stylings published in fashion magazines. Based on the results obtained through an online survey to a sample of 449 individuals, significant differences were observed in terms of gender. Men perceive different sexualizing attributes, in a significantly lower number and they are associated with body display. Women are more detail-oriented and sensitive to the construct analyzed and the characteristics tested. Considering the child as a subject of rights and as a consumer, We recommend formation towards a type of social depictions that sexually objectify in order to prevent gender stereotypes.

**Keywords:** options; gender; sexualization; fashion magazines; girls.

\*Autor para correspondencia / Corresponding author: **María José Narros González**, [mjnarros@ucm.es](mailto:mjnarros@ucm.es)

Sugerencia de cita / Suggested citation: Narros González, M. J.; Llovet Rodríguez, C. y Díaz-Bustamante Ventisca, M. (2020). Jóvenes comunicadores y sexualización infantil. Diferencias de género ante la sexualización de las niñas en las revistas de moda. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 137-154. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.61>

## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación influyen notablemente en las percepciones de los individuos sobre diversos constructos generando actitudes de sensibilización sobre sus audiencias (Gunter, 2014; Karsay y Matthes, 2016; Kleemans et al., 2018). Específicamente, el estudio de los fenómenos de percepción de sexualización de las comunicaciones en los medios ha sido abordado desde múltiples perspectivas. Así, [Vandenbosch y Eggermont \(2013\)](#) investigan que la exposición de adolescentes a imágenes sexualizadas puede tener una influencia directa en su comportamiento de autocosificación e indirectamente en la internalización de ideales relativos a la apariencia.

[Casas \(1993\)](#) señala que las representaciones que hacen los medios en torno a la infancia, por un lado, muestran al niño como parte de un grupo social diferenciado, sujeto de derechos como el derecho a la información, y de relaciones interpersonales con los adultos, objeto simbólico cargado de connotaciones positivas en la publicidad. Y, por otro lado, el niño aparece en los medios como un grupo victimizado. Para el autor, en la nueva cultura donde se ha tecnificado el modo en que los niños se relacionan con el mundo, las imágenes que consumen los niños forman parte de su estilo de vida creando, en ocasiones, hábitos culturales poco adecuados para un sano desarrollo infantil y perjudiciales para su bienestar. Es el caso de mensajes universales que simplifican la realidad en una cultura superflua o los tópicos sexistas.

[Velázquez \(2011\)](#) apunta específicamente a imágenes de niños con características adultas presentes en los catálogos de ropa infantil de marcas argentinas, que considera “colaboradores activos para construir significaciones culturales acerca de la infancia contemporánea” (p. 447). Este imaginario social de los medios se enmarca en la propuesta de una noción de integridad sexual en la legislación internacional referente a los derechos de las niñas y adolescentes, pues “las significaciones culturales sobre el cuerpo tienen efectos en la constitución subjetiva de los individuos contemporáneos” (p. 448).

La literatura también arroja diferencias de percepción sobre estos fenómenos. Aunque encontramos algunos ejemplos del género como factor explicativo de las diferencias de percepción sobre representaciones mediáticas ([Pusavat, 2007](#); [Vidal y Nuño, 2014](#); [Shephard et al., 2016](#); [Zheng et al., 2016](#)), sin embargo, no se han encontrado estudios que recojan estas diferencias cuando se refieren a la percepción sobre la sexualización infantil<sup>1</sup> en estilismos de revistas de moda.

## INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN LA PERCEPCIÓN DE LA SEXUALIZACIÓN

En este apartado se realiza una revisión bibliográfica de los estudios que ponen de relieve la necesidad de regulación de las comunicaciones comerciales sobre públicos vulnerables y el desarrollo de un código ético de autorregulación del sector, así como su interés en el ámbito académico y social.

Los medios pueden convertirse en una fuente de referencia para jóvenes y niños que adoptan ideales dañinos. Así en algunos estudios se relaciona el valor personal con el atractivo de la apariencia, cada vez más sinónimo de atracción sexual, y donde la elección de la ropa tiene un peso decisivo ([Fasoli et al., 2018](#)). De igual forma, [Ramsey y Horan \(2018\)](#)

<sup>1</sup> Según el informe Task Force on the Sexualization of Girls de la [American Psychological Association \(2007\)](#), la sexualización sucede cuando tiene lugar, al menos, una de las siguientes acciones: 1) se reduce el valor de la persona a su atractivo o comportamiento sexual; 2) se equipara el atractivo físico con ser sexy; 3) se representa a la persona como un objeto y no como una persona libre de acción y decisión; 4) se impone la sexualidad a una persona inapropiadamente. El informe señala que la sexualización es especialmente perjudicial para los menores.

identifican que las percepciones de chicas sobre selfis de Instagram manipulados muestran, con preocupación, la concepción realista que las adolescentes tienen de las fotos retocadas y los efectos negativos que producen en su imagen corporal.

En otro estudio en la República Checa, en el que se analiza la percepción sobre la publicidad de niños, con edades comprendidas entre 2 y 7 años, se concluye la existencia de cuatro factores de influencia relativos a los medios: el formato y contenido de los medios, la “ritualización” del proceso de consumo de medios en edad preescolar, la identificación de estímulos publicitarios en el contenido de los medios y la influencia de los medios (y el entorno socio cultural) en el comportamiento de compra (Šramová y Pavelka, 2017).

Para responder a esta influencia de los medios, el informe del proyecto de investigación de 11 países denominado Global Kids Online desarrolla campañas que enseñan a los niños, agentes activos en el entorno digital, habilidades para conocer el impacto y los mecanismos de protección frente a la información falsa o dañina (Stoilova, 2018). En este contexto, Zheng et al. (2016) señalan en otro estudio que las niñas son más dadas que los niños a escoger perfiles seductores en redes sociales. Asimismo, Daniels y Wartena (2011) demuestran la alta sensibilización de los chicos sobre la sexualización de atletas femeninas en los medios. Se ha demostrado que las percepciones propias y de otros sobre el uso de un determinado tipo atuendo (más o menos apropiado para la ocasión o más sexy, una imagen que muestre atractivo físico, aunque irreal) tienen consecuencias en las competencias percibidas sobre quienes los llevan.

Por otra parte, otros estudios se centran en analizar la influencia de los medios de comunicación en el colectivo de mujeres. Específicamente, se investiga la exposición de las mujeres a las comunicaciones comerciales en que se muestra un alto grado de exhibición del cuerpo y, en concreto, de partes sexuales en prevalencia sobre otros aspectos de la persona (por ejemplo, en vídeos musicales de cantantes del pop) que se relaciona con un problema por la apariencia (Trekels et al., 2018). Según Karsay y Matthes (2016) la influencia de esta exposición en la percepción de las mujeres sobre creencias de roles de género deriva en actitudes de auto sexualización, es decir, la descripción de una misma con más aspectos corporales. También afecta a la preferencia por contenidos mediáticos sexualizantes para informarse sobre cómo lograr esas características corporales de atractivo sexual. De esta manera, ninguna característica personal como la autoestima, un cuerpo más delgado, o la falta de internalización de la importancia de la apariencia pueden mediar en los efectos. Para Trekels y Eggermont (2018) esto genera un efecto espiral, pues quienes más expuestos están, consideran los ideales más asequibles y son más propensos a realizar comportamientos para aparecer más atractivos.

La comunidad académica también se encuentra interesada en investigar los fenómenos en que los medios influyen en el autoconcepto y en la apariencia de los menores en la medida en que afectan a su autoestima, identidad y relaciones sociales como es el caso de la sexualización. En particular, el informe del Consejo Nacional de Televisión (2012) demuestra el mito del ideal universal de belleza en el atractivo sexual “con repercusiones sociales en la vida real” (p. 30). El mismo informe alerta de que la sexualización de las mujeres jóvenes en los medios a través de la exposición descontrolada de la vida íntima de celebridades y convertida en espectáculo masivo “legitima el uso de la sexualidad de las niñas para fines comerciales” (p. 30). A esto se añade que las niñas experimentan mayor presión para adecuarse a la apariencia ideal que los niños y que de hecho se muestran más involucradas en comportamientos para alterar su apariencia (Trekels et al., 2018).

Gallego Ayala (2010) atribuye a los medios la influencia más importante en la sociedad para la configuración de valores, al mantener y reproducir el imaginario colectivo. La autora plantea como interrogante cuál es el modelo de referencia con el que se identifican las niñas y si el patrón propuesto es siempre una mujer joven, atractiva y delgada. Por ello, propone



a los medios una nueva representación de las mujeres para que la percepción social de las mismas suponga un motor de cambio y no perpetúe modelos de manera acrítica.

Por otra parte, es importante señalar, desde su creación hace 15 años, la labor del Consejo Audiovisual de Cataluña (2019), que ha elaborado 218 informes sobre el tratamiento y la presencia de las mujeres en los medios audiovisuales. Su preocupación actual es analizar el retroceso en los estereotipos aplicados (principalmente de violencia y sexismo) en el sector de los juguetes, difundidos a través de plataformas en Internet que los viralizan en webs y redes sociales. El Consejo menciona el fuerte efecto negativo de estos contenidos en grupos poblacionales que están en fase formativa como niños y jóvenes.

Otro aspecto interesante a abordar relativo al objeto de estudio, se centra en la formación de los futuros profesionales de la comunicación y la dualidad empresa-universidad. En un estudio reciente que aborda las competencias de un buen profesional, se concluye que para los docentes es más importante la formación enfocada en el plano actitudinal – educación en valores, capacidad crítica y competencias personales y sociales que aseguren el correcto desarrollo personal en un entorno profesional muy competitivo-, mientras que el sector profesional se centra en la valoración de las competencias adquiridas “de más fácil vinculación con habilidades concretas requeridas por el mercado laboral” de carácter técnico, creativo, de innovación y trabajo en equipo (Besalú-Casademont et al., 2017, p. 1550).

La dimensión ética es también abordada por Aznar (2005) que recomienda unas pautas éticas para la comunicación social que incluyen el tratamiento de menores y atañen también a estudiantes de comunicación en prácticas. Más reciente es la guía práctica de comunicación que periodistas y gráficos de la Comunidad de la Rioja han dado para la protección de la infancia (Álvarez Sufrategui, 2018). En esta guía, se comprometen a “eliminar la imagen de las niñas ‘adulterizadas’, en que aparecen sexualmente provocativas, relegándolas así a un papel de meras imitadoras de un prototipo de mujer que tal vez nunca serán y que las alejas de la realidad que han de vivir como niñas que son” (p. 25). Con esta iniciativa se pretende inspirar unas comunicaciones comerciales que colaboren en la reeducación de la sociedad, anteponiendo el enfoque de derechos del menor a otro tipo de intereses comerciales o ideológicos.

Para Linde Navas (2009), el método de trabajo efectivo para poner a prueba los principios presentes en los códigos de autorregulación periodística es “la discusión de dilemas morales de la propia actividad periodística; teorías y medios que dan prioridad a las ideas y conocimientos para el correcto comportamiento” (p. 35). Basado en la mayéutica de Sócrates, el objetivo del autor es potenciar una educación integradora que haga al estudiante analizar las implicaciones de sus decisiones y escoger las soluciones que protejan y fomenten la dignidad humana.

## PERCEPCIÓN DE LA SEXUALIZACIÓN. DIFERENCIAS EN FUNCIÓN DEL GÉNERO

Numerosos estudios incluyen la variable de género a la hora de medir percepciones de sexualización, si bien unos encuentran diferencias significativas en esta variable y otros no. Entre los primeros, Pusavat (2007) demuestra cómo los conceptos de amor y de matrimonio –en torno a cuatro tipos de relaciones románticas (relaciones esporádicas, motivos de insatisfacción o características deseadas en una pareja)- proyectados desde la televisión de forma idealizada y poco realista se perciben de manera diferente por hombres y mujeres (64 universitarios entre 18 y 22 años) y pueden influir definitivamente en la vida real en dificultades y rupturas. Entre sus conclusiones se refuerza la idea de la importancia del atractivo físico de las mujeres para los hombres y la mayor creencia de éstos sobre lo destructivo de los conflictos.

En la misma línea, [Vidal y Nuño \(2014\)](#) ponen de manifiesto, por un lado, que las percepciones de los adolescentes sobre estereotipos sexistas de mujeres presentes en la publicidad varían significativamente en función de su género, y por otro, que el género afecta a las actitudes de aceptación o rechazo de dichos estereotipos sexistas.

Otro ejemplo de las diferencias de percepción de hombres y mujeres es analizado por [Shephard et al. \(2016\)](#), mientras que ambos sexos perciben la influencia de los medios en general para ir a la moda y la prevalencia de los medios tradicionales frente a los canales tradicionales, solo los líderes de opinión hombres se ven influidos por los medios especializados.

[Zheng et al. \(2016\)](#) señalan que el género influye significativamente en la manera de representarse en el perfil de redes sociales, si bien los dos géneros comparten la tendencia de posar solos, por la relación de esta imagen con la confianza en sí mismos. Este estudio demuestra además diferencias en la percepción que hombres y mujeres tienen sobre la apariencia, que es mayor en el caso de las mujeres. Otras diferencias suceden a la hora de expresar emociones, donde las mujeres se muestran más productivas que los hombres en situaciones de ocio.

Como se ha mencionado al comienzo de este epígrafe, también se han encontrado estudios que no evidencian un efecto principal significativo para el género.

Tampoco se encuentran diferencias de género en el estudio que relaciona el estilo sexualizado de estudiantes en el acto de graduación con su éxito académico. Aunque no hay una diferencia sobre los estudiantes vestidos de manera profesional, ni como consecuencia en los efectos de su interacción, en uno de los ítems específicos del atuendo, los chicos prefieren una opción ligeramente más sexy que la que hicieron las chicas ([Fasoli et al., 2018](#)).

El estudio de [Medrano et al. \(2009\)](#) sobre si el perfil de consumo televisivo de 577 adolescentes del País Vasco contribuye a definir el significado de género, concluye que, en términos generales, no aparecen diferencias de sexo y por tanto no se puede hablar de reproducción de estereotipos sociales.

Respecto a las posibles diferencias que provoca la influencia de la exposición individual a los medios, destaca la presión recibida por las niñas en mayor medida que los niños para emular ideales de apariencia equivalentes al atractivo sexual. El atractivo sexual es también el componente de masculinidad que más valoran los niños y en el que inconscientemente invierten cada vez más ([Trekels et al., 2018](#)).

[Trekels y Eggermont \(2018\)](#) concluyen que la influencia de programas de TV en 496 niños y 475 niñas, con edades comprendidas entre 9 y 14 años, es similar en los niños que en las niñas; si bien, algo más en ellas pues la imagen del cuerpo de los niños está menos influenciada por factores socioculturales. Según los autores, esta exposición a la apariencia sexualizante sugerida por imágenes y artículos en los medios, podría incrementar la presión de adoptar unos estándares ideales de atractivo, roles de género, y llevar a cabo comportamientos de apariencia sexualizante. Tanto niños como niñas cifran el atractivo sexual en el uso de un cierto tipo de ropa –por ejemplo, shorts, ropa ajustada que marca el pecho o que deja ver el ombligo para niñas y pantalones ajustados o que dejan ver la ropa interior para niños- así como de un determinado estilismo en el peinado y mostrar un cuerpo musculado. Los autores destacan que la exposición directa y sobre todo indirecta (a través de conversaciones con sus amigos sobre ese tipo de contenido mediático) influye en la preferencia por ropa sexualizante y en la participación en actividades que destaquen el atractivo sexual. Aunque no sea de forma intencionada, estos factores predisponen a adoptar un tipo de apariencia cuando crezcan y manifiestan que el atractivo sexual es un

aspecto importante de su identidad que trae gratificación y beneficios (como popularidad y éxito), especialmente en individuos más sensibles a ellos.

Por último, el estudio de [Trekels y Eggermont \(2018\)](#) de chicos y chicas de entre 12 y 16 años de Austria, Bélgica, España y Corea del Sur, sitúa al género como factor mediador en la influencia del uso de los medios en la autosexualización y los ideales de apariencia, hasta el punto de que las niñas expuestas a revistas femeninas y a recompensas por seguir ciertos ideales, resultan más vulnerables a la autosexualización. [Ramsey y Horan \(2018\)](#) concluyen que, si bien las mujeres que suben más fotos sexualizadas tienden a obtener más *likes* y seguidores en Instagram y Facebook, la autosexualización está más relacionada con buscar la atención que con el control de su propia sexualidad.

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Este trabajo persigue un triple objetivo: 1) identificar en qué medida los jóvenes españoles vinculados con el mundo de la comunicación perciben la existencia de sexualización en las niñas que aparecen en los estilismos publicados en las revistas de moda; 2) estudiar si el género es un factor influyente en la percepción global de ese tipo de sexualización; 3) comprobar si existen diferencias en las percepciones de los atributos que sexualizan a las niñas en ese tipo de comunicación. Para responder a estos objetivos, se ha realizado una investigación empírica descriptiva transversal de tipo cuantitativo que se refiere en los siguientes apartados.

### Participantes

El universo lo forman jóvenes españoles, entre 18 y 25 años, vinculados, académica y/o profesionalmente, con los medios de comunicación. Se ha elegido esta población por su afinidad con el desarrollo y la difusión de creatividades comerciales y, por ende, por su actitud abierta ante su inherente proceso creativo. Así, se ha tratado, no solo de evitar que la población de estudio estuviera predispuesta negativamente frente al fenómeno de la sexualización, sino que, al contrario, presentara, por su edad y formación, menos prejuicios frente a dicho fenómeno ([Bocharova, 1997](#); [Hong, 2013](#); [Lavender-Stott y Allen, 2017](#)).

La muestra analizada (n=449) ha sido seleccionada mediante muestreo por conveniencia entre estudiantes universitarios españoles de los Grados de Publicidad y Relaciones Públicas y jóvenes profesionales españoles vinculados con los medios de comunicación. Esta muestra se compone de un 61,7% de mujeres y un 38,3% de hombres<sup>2</sup>, con una edad media de 22 años (desviación típica de 1,5 años).

### Instrumentos de evaluación

Aplicación de un cuestionario “*ad hoc*” online que recoge información sobre:

- a. La percepción del grado de sexualización de las niñas en los estilismos de las revistas de moda. Para medir esta percepción se ha preguntado a los investigados sobre el grado de sexualización atribuido (en una escala de 4 posiciones: 1=Nada, 2=Poco, 3=Bastante y 4=Mucho) a cuatro imágenes de estilismos de niñas publicadas en revistas de moda. Estas imágenes fueron elegidas por las autoras teniendo en cuenta el número y la naturaleza de los atributos sexualizantes señalados por [Graff](#)

2 El reparto de la muestra entre hombres y mujeres tiene en cuenta que, según los datos de 2017 de EDUCAbase (en <https://bit.ly/2E7wMdy>), el 63,1%, de la población española estudiante de Publicidad y Marketing en el periodo 2017-2018, son mujeres (Ministerio de Educación y Formación Profesional - Gobierno de España, 2017-2018).

et al. (2013), Smolak et al. (2014) y Hatton y Trautner (2011), y presentes en cada una de las imágenes. La primera imagen, publicada en el editorial “Cadeaux” de *Vogue Paris* nº 913 (Vogue Paris, 2011), ilustra una niña que muestra 18 atributos sexualizantes de naturaleza diversa entre los señalados por Graff et al. (2013), Smolak et al. (2014) y Hatton y Trautner (2011). Este editorial generó una fuerte controversia en la opinión pública mundial por mostrar a niñas altamente sexualizadas, y la imagen seleccionada apareció en muchos de los artículos de divulgación en Internet que informaron sobre dicha controversia, como por ejemplo en *El Mundo* (Bellver, 2012) y en *Vanitatis-El Confidencial* (Ballano, 2012).

La segunda imagen (publicada en *Telva Niños Otoño-Invierno 2014*, nº 17) ilustra una niña que muestra 12 atributos sexualizantes. La tercera imagen (publicada también en *Telva Niños Otoño-Invierno 2014*, nº 17) ilustra una niña que muestra 6 atributos sexualizantes. La cuarta imagen (publicada en *Hola Especial Niños y Madres con Estilo Otoño-Invierno 2014*, nº 3658) ilustra una niña que muestra 4 atributos sexualizantes.

- b. La percepción del poder sexualizante otorgado a 35 atributos exhibidos por las niñas en los estilos publicados en las revistas de moda, medida en una escala de 4 posiciones: 1=Nada, 2=Poco, 3=Bastante y 4=Mucho. Estos atributos se basan en los señalados por Graff et al. (2013) y Smolak et al. (2014) para medir la sexualización vinculada con los códigos de vestimenta mostrados por niñas en imágenes de revistas, y en los señalados por Hatton y Trautner (2011) para medir la sexualización vinculada con las posturas y las expresiones exhibidas por las personas igualmente en imágenes impresas.
- c. Datos sociodemográficos acerca de la edad, el sexo y la vinculación con el mundo de la comunicación de los investigados.

## Procedimiento y análisis de datos

La recogida de información se realizó a través de una encuesta online durante el mes de noviembre de 2017, aplicando un cuestionario estructurado y mediante captación electrónica de datos. Los datos obtenidos han sido analizados con el paquete estadístico SPSS versión 25.0.

## RESULTADOS

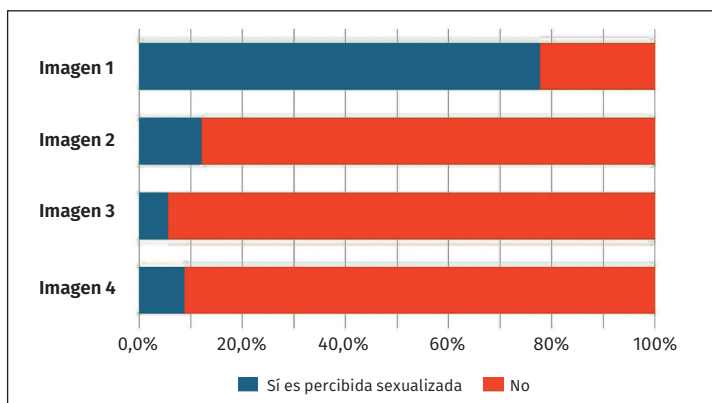
### Percepción de sexualización

En primer lugar, se analiza en qué medida los jóvenes investigados perciben si las niñas que aparecen en los estilos publicados en revistas de moda están sexualizadas, a través de la valoración de los cuatro estímulos visuales seleccionados, en una escala de 1 a 4 posiciones (1=Nada, 2=Poco, 3=Bastante y 4=Mucho). Para realizar este análisis, debido a la baja frecuencia observada en algunas categorías, se ha procedido a recodificar las variables en dos categorías: la primera, correspondiente a la percepción de imagen no sexualizada, agrupando las valoraciones 1=Nada y 2=Poco; y la segunda categoría, correspondiente a la percepción de imagen sí sexualizada, agrupando las puntuaciones 3=Bastante y 4=Mucho. Los resultados obtenidos evidencian que la “Imagen 1” -publicada en el editorial “Cadeaux” de *Vogue Paris* nº 913 (Vogue Paris, 2011)- es considerada por la mayoría del público objetivo como claramente sexualizada (77,7%) (ver Figura 1).

En segundo lugar, en el cuestionario aplicado se incluye una pregunta para medir el poder sexualizante percibido con respecto a diversos atributos presentes en las imágenes testadas y que podrían influir en la percepción de sexualización de las niñas de los lectores de las revistas de moda y de la sociedad en general. Su medición se ha realizado a partir de la misma escala de 4 puntos (1=Nada, 2=Poco, 3=Bastante y 4=Mucho).

En la **Figura 2** se presentan los resultados obtenidos de las valoraciones medias de los atributos más sexualizantes. El análisis de los resultados pone de manifiesto, para el conjunto de los 35 atributos evaluados, que 9 de ellos presentan una puntuación media por encima de la media teórica (2,5 puntos) y superior a 3 puntos. Estos atributos son, por tanto, los percibidos como más sexualizantes de las imágenes de las niñas en los estilismos de moda por el conjunto de jóvenes comunicadores. Específicamente, por orden de importancia, destacan: “Postura/gesto sexy/seductor” (media de 3,52 puntos) seguido de “Prendas que acentúan y destacan el pecho” (3,40 puntos), “Prendas que acentúan y destacan el escote” (media 3,39 puntos), “Ropa con palabras, ilustraciones y/o imágenes con carga erótica/sexual/agresiva y/o grosera”(3,31 puntos) junto con “Maquillaje” y “Zapatos de tacón” (3,12 puntos en ambas citas), “Estilo con ropa interior o de baño visible bajo la ropa de calle” (3,11 puntos) y, por último, “Medias propias de mujer adulta” (con puntuación media de 3,08) y “Prendas de tejidos propios de ropa para adultos” (con puntuación media de 3,04). A su vez, próximos a una puntuación de 3 puntos, sobresalen los atributos “Escenario inadecuado para niños (tenebroso, cruento...ej. una niña en un baño público de hombres)” (2,99 puntos) y “Piercings en el cuerpo (ej. en el ombligo)” (con una media de 2,97 puntos).

**Figura 1.** Percepción de sexualización de las imágenes testadas entre los investigados



Fuente: elaboración propia.

Asimismo, se analiza la posible existencia de asociación entre percibir que los atributos testados sí sexualizan (resultante de agrupar, en todos ellos, las puntuaciones originales 3=Bastante y 4=Mucho) y percibir la “Imagen 1” como sí sexualizada (la imagen que, como se ha visto en resultados anteriormente expuestos, es la que representa mejor el constructo de sexualización que se está analizando). Como resultado, se aprecia, en todos los atributos, la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las frecuencias observadas y las esperadas, encontrándose asociados a una percepción sexualizada de la “Imagen 1”, excepto uno, el atributo 31 (“identidad de género ambigua”) en el que no hay *Fuente: elaboración propia.* evidencias de asociación estadística a partir de los datos disponibles (Chi-cuadrado de 0,597; significación de 0,440).

**Figura 2.** Medias de los atributos más sexualizantes empleados en los estilstimos de moda de niñas (N=449 casos)



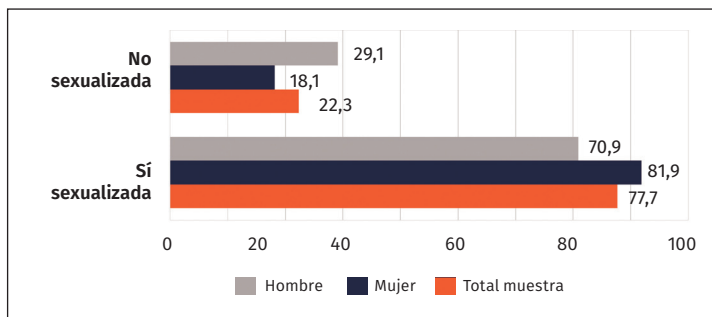
Fuente: elaboración propia.

## Diferencias de género

### *Diferencias de género en la percepción de sexualización en las imágenes testadas.*

En este apartado, se analiza la posible existencia de asociación estadística entre la percepción de sexualización en las imágenes testadas y el sexo de los encuestados. El análisis estadístico inferencial revela la existencia de diferencias estadísticamente significativas únicamente para la "Imagen 1" (ver Figura 3). Así, se encuentra asociado ser mujer y percibir esta imagen sexualizada para un 81,9% de las mujeres, muy por encima del porcentaje medio sobre el total con la misma percepción que se sitúa en un 77,7% y muy por encima de los varones (70,9%). Por otra parte, también se encuentra relacionado estadísticamente pertenecer al sexo masculino y no haber percibido sexualización en la "Imagen 1" (29,1% de los hombres frente a un 22,3% del total de individuos con esta percepción). En ambos casos, las frecuencias observadas son muy superiores a las esperadas bajo la hipótesis de independencia (Chi-cuadrado de 7,443; significación de 0,006).

**Figura 3.** Diferencias de género en la percepción de sexualización de la “Imagen 1”



Fuente: elaboración propia.

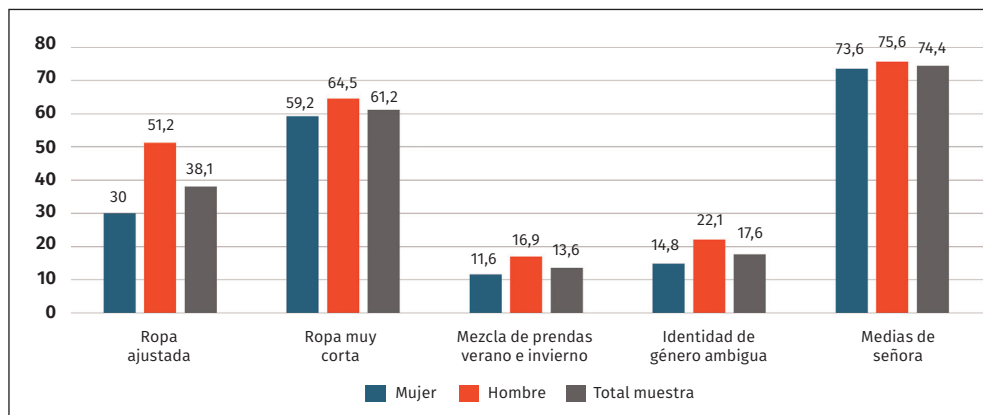
### Diferencias de género sobre los atributos sexualizantes

El análisis estadístico inferencial a través del cruce del poder sexualizante percibido en cada atributo recodificado en dos tramos (No sexualiza/ Sí sexualiza) con el género, revela la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre ambos sexos para 14 de los 35 atributos testados (ver [Tabla 1](#)).

De esos 14 atributos, hay 12 que son percibidos por las mujeres como sexualizantes ([Tabla 1](#)). Por el contrario, tan solo en dos atributos, se observa (a partir de las diferencias significativas en las frecuencias observadas frente a las esperadas bajo la hipótesis de independencia) que los varones los perciben sexualizantes frente a las mujeres. Estos dos atributos son: “Ropa ajustada” e “Identidad de género ambigua”, aunque este último atributo no resultó sexualizante para el conjunto de la población sobre la “Imagen 1”. Los atributos “Ropa muy corta”, “Mezcla de prendas de verano e invierno” y “Medias propias de mujer” también poseen mayor presencia de varones en la muestra analizada ([Figura 4](#)).

Esto no significa que los hombres no puedan percibir el resto de los atributos como sexualizantes en estilismos de niñas publicados en las revistas de moda, pues, como ya se expuso en el apartado anterior, todos los atributos, excepto uno, resultaron percibidos sexualizantes para el conjunto de la población al relacionarlos con la “Imagen 1”, considerada como la más sexualizada y que representa mejor el constructo de sexualización que se está analizando.

**Figura 4.** Distribución porcentual de los atributos más sexualizantes para los hombres



Fuente: elaboración propia.



**Tabla 1.** Diferencias de género sobre los atributos sexualizantes

Atributo sexualizante		Sexo			Chi-cuadrado	Significación
		Mujer % Vertical	Hombre % Vertical	Total % Vertical		
1. Ropa ajustada, leggings	No	70,0%	48,8%	61,9%	20,223	,000**
	Sí	30,0%	51,2%	38,1%		
2. Prendas que acentúan y destacan el escote	No	14,8%	18,6%	16,3%	1,127	,288
	Sí	85,2%	81,4%	83,7%		
3. Tops y prendas que dejan al descubierto el abdomen y/o la espalda	No	35,7%	39,5%	37,2%	,654	,419
	Sí	64,3%	60,5%	62,8%		
4. Zapatos de tacón	No	21,3%	30,8%	24,9%	5,131	,024*
	Sí	78,7%	69,2%	75,1%		
5. Ropa con palabras, ilustraciones y/o imágenes con carga erótica/sexual/agresiva y/o grosera	No	13,7%	23,3%	17,4%	6,724	,010**
	Sí	86,3%	76,7%	82,6%		
6. Ropa muy corta	No	40,8%	35,5%	38,8%	1,270	,260
	Sí	59,2%	64,5%	61,2%		
7. Cabello con mechas, reflejos, decoloraciones...	No	61,4%	72,7%	65,7%	6,015	,014*
	Sí	38,6%	27,3%	34,3%		
8. Prendas que acentúan y destacan el pecho	No	15,5%	15,7%	15,6%	,002	,961
	Sí	84,5%	84,3%	84,4%		
9. Prendas de tejidos propios de ropa para adultos (ej. lenceros, seda, terciopelo...)	No	23,1%	37,2%	28,5%	10,358	,001**
	Sí	76,9%	62,8%	71,5%		
10. Prendas de cuero y/o de pieles	No	52,3%	62,8%	56,3%	4,706	,030*
	Sí	47,7%	37,2%	43,7%		
11. Bisutería o joyas de adulto (ej. collares largos, gargantillas, pendientes exagerados..)	No	48,4%	58,1%	52,1%	4,054	,044*
	Sí	51,6%	41,9%	47,9%		
12. Piercings en el cuerpo (ej. en el ombligo)	No	23,8%	34,3%	27,8%	5,796	,016*
	Sí	76,2%	65,7%	72,2%		
13. Estampados típicos de ropa de adultos (ej. de pieles de animales, grabados...)	No	61,0%	69,8%	64,4%	3,547	,060
	Sí	39,0%	30,2%	35,6%		
14. Postura/gesto sofisticado/mundano	No	44,8%	58,7%	50,1%	8,266	,004**
	Sí	55,2%	41,3%	49,9%		
15. Postura/gesto poco espontáneo	No	53,1%	63,4%	57,0%	4,596	,032*
	Sí	46,9%	36,6%	43,0%		
16. Postura/gesto serio	No	65,3%	70,3%	67,3%	1,208	,272
	Sí	34,7%	29,7%	32,7%		
17. Maquillaje	No	18,8%	31,4%	23,6%	9,375	,002**
	Sí	81,2%	68,6%	76,4%		
18. Accesorios y complementos de adulto (cinturones, bolsos, gafas...)	No	72,9%	72,7%	72,8%	,003	,954
	Sí	27,1%	27,3%	27,2%		
19. Peinado de adulto (recogidos, cardados, etc.)	No	60,3%	68,6%	63,5%	3,165	,075
	Sí	39,7%	31,4%	36,5%		
20. Hombreras	No	77,6%	83,1%	79,7%	2,002	,157
	Sí	22,4%	16,9%	20,3%		

Atributo sexualizante		Sexo			Chi-cuadrado	Significación
		Mujer % Vertical	Hombre % Vertical	Total % Vertical		
21. Prendas de colores oscuros (negro, gris...)	No	87,0%	88,4%	87,5%	,182	,670
	Sí	13,0%	11,6%	12,5%		
22. Ropa muy larga o ultragrande	No	88,8%	91,3%	89,8%	,704	,401
	Sí	11,2%	8,7%	10,2%		
23. Prendas con tachuelas o remaches	No	79,8%	78,5%	79,3%	,108	,742
	Sí	20,2%	21,5%	20,7%		
24. Mezcla de prendas y complementos de verano e invierno	No	88,4%	83,1%	86,4%	2,547	,111
	Sí	11,6%	16,9%	13,6%		
25. Medias propias de mujer adulta (ej. de rejilla, de seda, con brillos...)	No	26,4%	24,4%	25,6%	,209	,648
	Sí	73,6%	75,6%	74,4%		
26. Estilo con ropa interior o de baño visible bajo la ropa de calle	No	23,5%	28,5%	25,4%	1,413	,235
	Sí	76,5%	71,5%	74,6%		
27. Postura/gesto/acto propio de adultos	No	31,8%	39,5%	34,7%	2,823	,093
	Sí	68,2%	60,5%	65,3%		
28. Traje de chaqueta completo	No	71,5%	77,3%	73,7%	1,871	,171
	Sí	28,5%	22,7%	26,3%		
29. Prendas con rotos y/o agujeros	No	70,8%	70,9%	70,8%	,002	,969
	Sí	29,2%	29,1%	29,2%		
30. Calzado con tachuelas o remaches	No	80,5%	83,7%	81,7%	,735	,391
	Sí	19,5%	16,3%	18,3%		
31. Identidad de género ambigua	No	85,2%	77,9%	82,4%	3,891	,049*
	Sí	14,8%	22,1%	17,6%		
32. Postura/gesto sexy/seductor	No	7,9%	13,4%	10,0%	3,469	,063
	Sí	92,1%	86,6%	90,0%		
33. Escenario inadecuado para niños (tenebroso, cruento...ej. una niña en un baño público de hombres)	No	22,0%	39,5%	28,7%	15,895	,000**
	Sí	78,0%	60,5%	71,3%		
34. Piercings en la cara	No	39,7%	52,3%	44,5%	6,835	,009**
	Sí	60,3%	47,7%	55,5%		
35. Estilo punk	No	75,1%	80,2%	77,1%	1,587	,208
	Sí	24,9%	19,8%	22,9%		

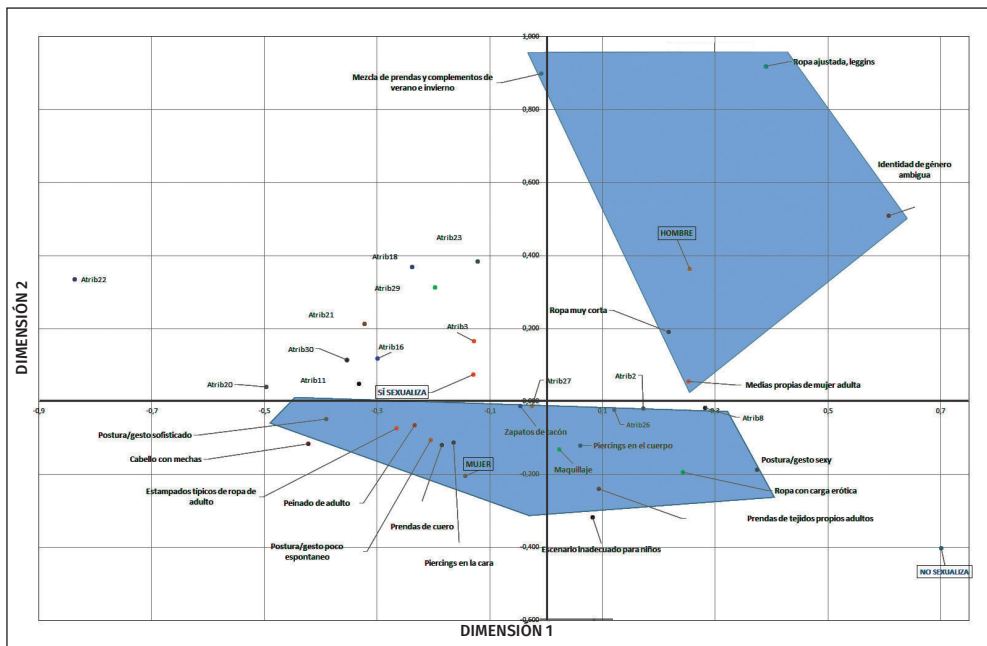
\* $p \leq 0,05$ ; \*\* $p \leq 0,01$

Fuente: elaboración propia.

Por último, se describe gráficamente el análisis conjunto del sexo, la percepción acerca de la sexualización o no de la "Imagen 1" y los posibles atributos sexualizantes de esta imagen. Para ello, se ha aplicado el análisis factorial de correspondencias, seleccionando a los individuos que han afirmado que los atributos sexualizan (agrupando las puntuaciones 3 y 4). Este análisis nos permite argumentar sobre las posibles diferencias de género en cuanto a los atributos que sexualizan vinculados precisamente a esa imagen. La [Figura 5](#) ilustra dos dimensiones: el eje 1, que diferencia claramente la ausencia de sexualización de la "Imagen 1" en la parte positiva del eje; y el eje 2 que diferencia el sexo, en la parte positiva a los varones y en la parte negativa del eje a las mujeres.

Gráficamente se pone de manifiesto que existen similitudes y diferencias de género en cuanto a los atributos sexualizantes vinculados a esa imagen. Así, en el primer cuadrante, se identifican los atributos más asociados al sexo masculino; los hombres perciben sexualizantes de la imagen considerada, en mayor medida que las mujeres, los siguientes atributos: 6 (“Ropa muy corta”), 25 (“Medias propias de mujer”), 31 (“Identidad de género ambigua”), 1 (“Ropa ajustada”) y 24 (“Mezcla de prendas y complementos de verano e invierno”). Por otro lado, hay atributos más asociados al género femenino (cuadrantes 3 y 4); las mujeres perciben sexualizantes y asociados con esa imagen, en mayor medida que los hombres, los siguientes atributos: 4 (“Zapatos de tacón”), 5 (“Ropa con palabras, ilustraciones y/o imágenes con carga erótica/sexual/agresiva y/o grosera”), 7 (“Cabello con mechas, reflejos, decoloraciones”), 9 (“Prendas de tejidos propios de ropa de adultos como lenceros, seda, terciopelo”), 10 (“Prendas de cuero y/o pieles”), 11 (“Bisutería o joyas de adulto”), 12 (“Piercings en el cuerpo”), 14 (“Postura/gesto sofisticado/mundano”), 15 (“Postura/gesto poco espontáneo”), 17 (“Maquillaje”), 33 (“Escenario inadecuado para niños”) y 34 (“Piercings en la cara”) y 32 (“Postura/gesto sexy o seductor”). El resto de los atributos se perciben sexualizantes vinculados a la “Imagen 1” pero sin diferencias importantes de género (los del cuadrante 2 y los que se encuentran cerca del centro de gravedad en el cuadrante 1).

**Figura 5.** Diferencias y similitudes de género en la percepción de los atributos sexualizantes asociados a la “Imagen 1”.



Fuente: elaboración propia.

## DISCUSIÓN

Este trabajo se ha centrado en el estudio de la percepción sobre la sexualización de las niñas en estilismos de revistas de moda entre jóvenes vinculados a la comunicación y determinar posibles diferencias de percepción en función del género. Además, siguiendo las sugerencias de [Trekels y Eggermont \(2018\)](#), se ha investigado este tipo de sexualización en otros formatos mediáticos diferentes a los ya estudiados y con metodologías distintas.

A partir de los resultados obtenidos, en primer lugar, se concluye que la percepción de sexualización no está solo basada en la ropa, sino también en atributos de otra naturaleza como el estilismo de la imagen y el uso de accesorios tradicionalmente de adultos. Se confirma que es el conjunto de ítems sexualizantes lo que determina la percepción de sexualización ([Hatton y Trautner, 2011](#)). Y en concreto, se manifiestan novedosos los aspectos de la apariencia percibidos sexualizantes que han sido menos abordados por la literatura, como es el caso del uso de las mechas, medias y tejidos propios de adultos -seda, terciopelo, cuero, lencero-.

Cabe destacar que la opinión de los futuros profesionales del ámbito de la comunicación sobre los atributos sexualizantes previa a la visualización de las imágenes difiere de su percepción vinculada a estilismos donde las niñas los portan, lo que lleva a considerar el poder visual de estas creatividades a pesar de que no constituyan imágenes publicitarias sino estilismos de las revistas. De igual manera que la publicidad contribuye a transmitir estilos de vida mediante la persuasión hacia una idea comercial en el caso de la publicidad de las marcas, el catálogo de ropa colabora en la construcción del significado cultural acerca de la infancia ([Velázquez, 2011](#)), el estilismo de moda puede crear una influencia en la percepción de las niñas sexualizadas y en su auto cosificación.

A partir de los resultados obtenidos en cuanto a los atributos percibidos en la imagen que muestra el constructo de sexualización más claramente, una segunda conclusión se refiere a las diferencias identificadas según el género de los sujetos investigados. En este sentido, podemos concluir que se aprecia una actitud más crítica, detallista y sensible de las mujeres frente a los hombres a la hora de percibir que dichos atributos sí sexualizan a las niñas. Para los hombres, son más sexualizantes los elementos más relacionados con la exhibición corporal y específicamente el realce de las zonas sexuales (“Prendas que acentúan y destacan el escote”, “Ropa ajustada”, “Ropa muy corta”). Además, los hombres señalan como sexualizantes aquellos estilos que muestran una contradicción respecto de los cánones tradicionales (“Mezcla de prendas y complementos de verano e invierno”) o una ambigüedad en el uso de ropa masculina o femenina (“Identidad de género ambigua”). Para los dos sexos, los ítems como “Zapatos de tacón”, “Zopa con imágenes con carga sexual”, “Mechas”, “Medias de señora” y “Tejidos de prendas de adulto”, “Postura y gesto sexy”, se muestran sexualizantes; si bien, en las mujeres algo más que los hombres en la mayoría de ellos.

Por otro lado, el trabajo realizado y la revisión de la literatura sobre la infancia y los medios, nos lleva a reflexionar sobre la dificultad de conciliar al niño por una parte como sujeto de derechos que tiene que ser protegido y, por otra, como consumidor de productos y de información. En este sentido, apelando a la integridad sexual en la legislación internacional referente a los derechos de las niñas ([Velázquez, 2011](#)), estamos de acuerdo con [Casas \(1993\)](#) en que el niño como grupo social diferenciado sujeto de derechos y relaciones, se ve afectado por la influencia de los medios que pueden promover hábitos culturales poco adecuados para el sano desarrollo infantil. Esto sucede cuando se le convierte en un objeto simbólico donde el cuerpo, y en concreto su apariencia sexual, constituyen su valor principal. De igual forma, [Calogero y Tylka \(2014\)](#) encuentran la necesidad de posicionar la cosificación sexual como un daño al bienestar social y un retroceso en el empoderamiento

de las mujeres y las niñas. Al mismo tiempo, los autores recomiendan el uso mediático de imágenes alternativas a las que cosifican y que pongan en valor características personales –por ejemplo, autenticidad, individualidad. Así mismo, en un contexto actual donde se valora la relación de la apariencia personal con la imagen, surgen recomendaciones acerca de la educación en este fenómeno en el marco de la escuela y de la universidad (McKenney y Bigler, 2016; León-Ramírez et al., 2018) como el mejor camino para prevenir estereotipos de género perjudiciales para las menores. Casas (1993) ya proponía una colaboración entre profesionales de la información y de la intervención psicosocial para abordar las representaciones sociales que se construyen sobre los niños y sus problemas a través de los medios.

Finalmente, una vez verificada la existencia de diferencias de género en la percepción de sexualización y de los factores que sexualizan a las niñas en los estilismos de moda, se apunta una futura línea de investigación orientada precisamente a identificar las razones concretas que justifican esas diferencias de género. Diferencias que podrían, en parte, explicarse por el hecho de que las mujeres son más sensibles que los hombres en cuanto a la apariencia externa, y más propensas a expresar sus emociones con mayor facilidad (Zheng et al., 2016). Asimismo, se ha resaltado la mayor involucración de las niñas en comportamientos dirigidos a alterar su apariencia porque reciben mayor presión que los niños en este sentido (-).

Otra posible línea de investigación que se sugiere a partir de los resultados de este trabajo, iría enfocada en analizar si los jóvenes comunicadores son conscientes de su responsabilidad a la hora de desarrollar creativities y mensajes que generan estereotipos sobre la infancia y, por ende, si seguirán o no perpetuando representaciones sexualizantes y cosificantes de uno de los colectivos sociales más vulnerables.

## AGRADECIMIENTOS

Este trabajo se enmarca en el conjunto de actividades desarrolladas por el Grupo de Investigación «Comunicación Responsable y Públicos Vulnerables» (cod. 931571) de la Universidad Complutense de Madrid.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Sufrategui, S. (2018). Manual para la protección de la infancia en los medios de comunicación y en las campañas publicitarias. La Rioja: Gobierno de la Rioja. (En línea) [https://www.amic.media/media/files/file\\_352\\_1935.pdf](https://www.amic.media/media/files/file_352_1935.pdf). Acceso el 10 de diciembre de 2019.
- American Psychological Association. (2007). Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls (en línea). <http://goo.gl/iEfdPr>. Acceso 2 de febrero de 2019.
- Aznar, H. (2005). Pautas éticas para la comunicación social. Valencia: San Pablo CEU.
- Ballano, E. R. (2012, 13 de mayo). El día en que Vogue prescindió de sus modelos lolitas. *Vanitatis-El Confidencial*, <https://bit.ly/2HNef7x>. Acceso el 4 de febrero de 2019.
- Bellver, J. M. (2012, 6 de marzo). Ni participar en concursos de belleza ni publicidad con menores de 16 años. *elmundo.es*, <https://bit.ly/2wCmhOk>. Acceso 4 de febrero de 2019.
- Besalú-Casademont, R., Schena, J. y Sánchez-Sánchez, C. (2017). Competencias más relevantes en los estudios de Comunicación Audiovisual. Las percepciones de profesionales, docentes y estudiantes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1536-1553. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1233>

- Bocharova, O. A. (1997). Sexual Freedom: Words and Deeds. *Russian Social Science Review*, 38(2), 47–63. <https://doi.org/10.2753/RSS1061-1428380247>
- Calogero, R. M. y Tylka, T. L. (2014). Sanctioning Resistance to Sexual Objectification: An Integrative System Justification Perspective. *Journal of Social Issues*, 70(4), 763–778. <https://doi.org/10.1111/josi.12090>
- Casas, F. (1993). *Medios de comunicación e imagen social de la infancia*. Departamento de Psicología Social. Universidad de Barcelona. <https://bit.ly/2RVZZzA>. Acceso 1 de febrero de 2019.
- Consejo Audiovisual de Cataluña. (2019). El CAC alerta de que actualmente los contenidos sexistas se concentran en internet, mientras que se han moderado en la radio y en la televisión. <https://bit.ly/2EcsTUj>. Acceso 10 de diciembre de 2019.
- Consejo Nacional de Televisión. (2012). *Sexualización de la niñez en los medios. El debate internacional*. <https://bit.ly/36DeBlh>. Acceso 4 de febrero de 2019.
- Daniels, E. A. y Wartena, H. (2011). Athlete or Sex Symbol: What Boys Think of Media Representations of Female Athletes. *Sex Roles*, 65(7/8), 566–579. <https://doi.org/10.1007/s11199-011-9959-7>
- Fasoli, F., Maass, A., Volpato, C. y Pacilli, M. G. (2018). The (Female) Graduate: Choice and Consequences of Women's Clothing. *Frontiers in Psychology*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02401>
- Gallego Ayala, J. (2010). De reinas a ciudadanas. Género, comunicación y cambio social. II Jornadas Mujer y Medios de Comunicación, 22-23 de abril. Universidad de País Vasco. (en línea), <https://bit.ly/38BHdne>. Acceso 9 de diciembre de 2019.
- Graff, K. A., Murnen, S. K. y Krause, A. K. (2013). Low-cut Shirts and High-heeled Shoes: Increased Sexualization Across Time in Magazine Depictions of Girls. *Sex Roles*, 69(11-12), 571–582. <https://doi.org/10.1007/s11199-013-0321-0>
- Gunter, B. (2014). *Media and the Sexualization of Childhood*. Routledge: New York, NY. <https://doi.org/10.4324/9781315774305>
- Hatton, E. y Trautner, M. N. (2011). Equal Opportunity Objectification? The Sexualization of Men and Women on the Cover of Rolling Stone. *Sexuality & Culture*, 15, 256–278. <https://doi.org/10.1007/s12119-011-9093-2>
- Hola. (2014). *Especial niños y madres con estilo, otoño-invierno 2014*. Nº 3.658.
- Hong, J. (2013). *Sexuality Professionals' Attitudes toward Five Dimensions of Human Sexuality*. Ann Arbor, MI: ProQuest LLC.
- Karsay, K. y Matthes, J. (2016). Sexually Objectifying Pop Music Videos, Young Women's Self-objectification, and Selective Exposure: A Moderated Mediation Model. *Communication Research*, 1-23. <https://doi.org/10.1177/0093650216661434>
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I. y Anschütz, D. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, 21(1), 93-110. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>
- Lavender-Stott, E. S. y Allen, K. R. (2017). Young Women's Reflections of Viewing a Sexual Image for the First Time. *Sex Roles*, 77, 628–638. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0764-9>
- León-Ramírez, B., Sanvicén-Torné, F. y Molina-Luque, F. (2018). Gender Stereotypes within the University. Does Sexism Determine the Choice of Degree Amongst University Students? *Revista Española de Sociología*, 27(3), 433-449. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2018.20>

- Linde Navas, A. (2009). Teorías y procedimientos de educación moral en ética y deontología de la comunicación. *Comunicación y sociedad*, 22(2), 35-58
- McKenney, S. J. y Bigler, R. S. (2016). High Heels, Low Grades: Internalized Sexualization and Academic Orientation among Adolescent Girls. *Journal of Research on Adolescence*, 26(1), 30-36. <https://doi.org/10.1111/jora.12179>
- Medrano, C., Aierbe, A. y Orejudo, S. (2009). Television Viewing Habits in Adolescents: Differences According to Gender and Social Stereotypes. *Infancia y Aprendizaje*, 32(3), 293-306. <https://doi.org/10.1174/021037009788964150>
- Ministerio de Educación y Formación Profesional-Gobierno de España. *Estadística de estudiantes. Curso 2017-2018. Estudios de Grado y Primer y Segundo Ciclo. Número total de estudiantes matriculados por grupo de edad, sexo y campo de estudio* (en línea). <https://bit.ly/2E7wMdy>. Acceso 5 de febrero de 2019.
- Pusavat, G. (2007). Gender Perception Differences for Relationships Portrayed on Television (Honors Thesis). Cornell University, Ithaca, New York, USA. <https://hdl.handle.net/1813/7822>
- Ramsey, L. R. y Horan, A. L. (2018). Picture this: Women's Self-sexualization in Photos on Social Media. *Personality and Individual Differences*, 133, 85-90. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.06.022>
- Shephard, A., Pookulangara, S., Kinley, T. R. y Josiam, B. M. (2016). Media Influence, Fashion, and Shopping: A Gender Perspective. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 20(1), 4-18. <https://doi.org/10.1108/JFMM-09-2014-0068>
- Smolak, L., Murnen, S. K. y Myers, T. A. (2014). Sexualizing the self: What College Women and Men Think about and do to Be "Sexy". *Psychology of Women Quarterly*, 38, 379-397. <https://doi.org/10.1177/0361684314524168>
- Šramová, B. y Pavelka, J. (2017). The Perception of Media Messages by Preschool Children, *Young Consumers*, 18(2), 121-140. <https://doi.org/10.1108/YC-11-2016-00643>
- Stoilova, M. (2018). 2018: More Research, New Findings and Further Impact. (en línea). [http://globalkidsonline.net/2018\\_summary/](http://globalkidsonline.net/2018_summary/). Acceso 5 de febrero de 2019.
- Telva (2014). *Telva Niños, otoño-invierno 2014*. Nº17.
- Trekels, J. y Eggermont, S. (2018). "I Can /Should Look Like a Media Figure": The Association between Direct and Indirect Media Exposure and Teens' sexualizing appearance behaviors. *The Journal of Sex Research*, 55(3), 320-333. <https://doi.org/10.1080/00224499.2017.1387754>
- Trekels, J., Karsay, K., Eggermont, S. y Vandenbosch, L. (2018). How Social and Mass Media Relate to Youth's Self-Sexualization: Taking a Cross-National Perspective on Rewarded Appearance Ideals. *Journal of Youth and Adolescence*, 47(7), 1440-1455. <https://doi.org/10.1007/s10964-018-0844-3>
- Vandenbosch, L. y Eggermont, S. (2013). Sexualization of Adolescent Boys: Media Exposure and Boys' Internalization of Appearance Ideals, Self-Objectification, and Body Surveillance. *Men and Masculinities*, 16(3), 283-306. <https://doi.org/10.1177/1097184X13477866>
- Velázquez, M. E. (2011). *Cuerpo e imagen. Acerca de la construcción de imaginarios sociales sobre cuerpo, derechos e infancia*. Anuario de Investigaciones Facultad de Psicología UBA, 18, 447-454.



Vidal, P. y Nuño, T. (2014). *Estudio sobre la percepción del sexismo en la publicidad entre alumnado adolescente de la Comunidad Autónoma de Euskadi (CAE)*. Trabajo de Investigación. BEKA EMAKUNDE - Instituto Vasco de la Mujer. País Vasco.

Vogue Paris. (2011). *Vogue Paris December 2010 - January 2011*. Nº 913.

Zheng, W., Yuan, C-H., Chang, W-H. y Jim Wu, Y-C. (2016). Profile Pictures on Social Media: Gender and Regional Differences. *Computers in Human Behavior*, 63 (891-898).  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.041>

## NOTA BIOGRÁFICA

**María José Narros González** es Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales, Profesora Titular del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Ha realizado múltiples actividades de docencia, investigación y gestión durante los últimos 30 años en diversas Facultades de la UCM, siendo especialista en Investigación Comercial y de Mercados. Destaca su actividad en la Dirección de Títulos Propios, Cursos de Verano y Certámenes de la UCM, y su participación en proyectos de investigación. Actualmente, es Directora del Máster en “*Advanced Analytics* en Marketing Estratégico e Investigación Social” de la Escuela de Gobierno de la UCM. Ponente en Congresos Nacionales e Internacionales y coautora de diversos artículos en revistas y de manuales de Marketing.

**Carmen Llovet Rodríguez** es profesora Asociada de ESIC Business & Marketing School. Doctora Internacional en Comunicación por la Universidad de Navarra, realizando la estancia europea en el Departamento de *Business Management* de la *Glasgow Caledonian University*. Ha sido Profesora Asociada del *College of Arts and Science* en el campus de *Beijing* del *New York Institute of Technology* y *Visiting Scholar* en el *College of Mass Communication and Media Arts* de la *Southern Illinois University*; y de la Universidad Internacional de Catalunya, así como desarrolló su carrera docente en el Centro Universitario Villanueva. Su investigación, llevada a congresos y revistas de impacto, se centra en el *visual merchandising* en la tienda de moda, y en el impacto de la comunicación de la industria de la moda en mujeres y niños. Fue periodista de moda y cultura en la agencia especializada en tendencias Aceprensa.

**Mónica Díaz-Bustamante Ventisca** es profesora Contratada Doctor del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la UCM y Máster en Estadística Aplicada por la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Ha trabajado como Directora de Marketing en las multinacionales L’Oreal, Chantelle y Shiseido, y como Consultora de Marketing y Desarrollo de Negocio para compañías de diferentes sectores. Como investigadora, destaca su participación en proyectos de investigación y en congresos científico-académicos, y sus contribuciones en libros y artículos publicados en editoriales de prestigio y revistas académicas de impacto. Actualmente, coordina el Máster Oficial en Administración y Dirección de Empresas (MBA) de la UCM.

Artículos / Articles

## Desafiando las reglas: articulaciones políticas del activismo menstrual

### *Defying the curse: political articulations of menstrual activism*

Emma Gómez Nicolau   
Universitat Jaume I, España  
enicolau@uji.es

Elisabet Marco Arocas   
Universitat de València, España  
elisabet.marco@uv.es

Recibido / Received: 12/12/2019  
Aceptado / Accepted: 28/02/2020



#### RESUMEN

El activismo menstrual entronca con la reflexión sobre la configuración social del cuerpo que menstrúa en el contexto neoliberal y productivista. La menstruación moviliza un conjunto de percepciones sobre el género, la sexualidad y la femineidad que se encuentran en la base de las relaciones de género. El principal objetivo del artículo es analizar los posicionamientos políticos del activismo menstrual. A través de entrevistas semiestructuradas y técnicas etnográficas nos acercamos a los discursos de un activismo menstrual heterogéneo, conectado a planteamientos feministas en discusión y conflicto. Recorremos entornos del activismo que conectan la crítica al complejo industrial higiénico-farmacológico con la crítica al productivismo y los procesos de explotación y autoexplotación en el marco del mercado laboral, así como a los procesos de apropiación del cuerpo por parte de la cultura biomédica. Finalmente, discutimos el posicionamiento del activismo menstrual con respecto a las políticas feministas neoliberales y las políticas radicales.

**Palabras clave:** Feminismos; políticas corporales; neoliberalismo; estigma; activismo menstrual.

#### ABSTRACT

Menstrual activism connects with the reflection on how menstruating bodies are socially configured in the current neoliberal, productivity-focused context. Menstruation activates a set of perceptions about gender, sexuality and femininity which can be found at the very base of gender relations. The present article pursues further analysis on the different political positions menstrual activism embraces. When talking about menstrual activism we mean those practices willing to resignify menstrual cycle. Through semi-structured interviews and ethnographic techniques, we tackle the discourses comprised within the heterogeneous menstrual activism movement linking it to several other feminist, yet sometimes conflicting. It is our aim to explore activisms connecting the criticism of the hygienic-pharmacological industrial complex to the criticism of productivism and all the processes of exploitation and self-exploitation defining market economy, as well as to the appropriation process accomplished by biomedical culture. Finally, we will discuss the position of menstrual activism sandwiched in between neoliberal feminist policies and radical politics.

**Keywords:** Feminisms; body politics; neoliberalism; stigma; menstrual activism

\*Autor para correspondencia / Corresponding author: Emma Gómez Nicolau. enicolau@uji.es

Sugerencia de cita / Suggested citation: Gómez Nicolau, E. y Marco Arocas, E. (2020). Desafiando las reglas: articulaciones políticas del activismo menstrual. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 155-170. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.62>

## INTRODUCCIÓN: MENSTRUANDO EN ALTO CONTRA EL ESTIGMA DE LA REGLA

La reflexión sostenida en el tiempo por el feminismo, la antropología y la sociología sobre la consideración social de la menstruación como algo abyecto, desagradable, sucio y tabú, fundamental en la construcción social del género, nos ha conducido a interesarnos por aquellas prácticas que podemos denominar como activistas en torno a la menstruación. Menstruar no es una tarea fácil en nuestro contexto social. Por una parte, porque se tiene que decidir cómo gestionar el flujo menstrual, cómo paliar los eventuales dolores y cómo negociar los cambios físicos —y psíquicos— con los horarios, los tiempos de trabajo y las exigencias de la vida contemporánea. Por otra, porque moviliza todo un conjunto de percepciones sobre el género, la sexualidad y la feminidad que se encuentran en la base de las relaciones de género.

Uno de los eslóganes más célebres del activismo menstrual, publicado por el perfil de Twitter @cutequeer96 en 2014, se preguntaba qué ocurriría si los hombres sintiesen tanto asco por la violación como el que sienten por la regla —“Imagine if men were as disgusted with rape as they are with periods”. Este eslogan pone de manifiesto que la construcción social de lo abyecto no es en absoluto inocente y destaca que la menstruación activa los significantes más elevados del asco y la repulsa en la población masculina. No en vano, esa repulsa está fuertemente implantada en los imaginarios sociales occidentales, independientemente del género.

Atender a la cuestión de por qué las mujeres odian más la menstruación que otros procesos fisiológicos de su cuerpo nos invita a hablar de cómo la cultura, el género y el consumo configuran ciertas narrativas sobre la menstruación y los cuerpos que menstrúan. La cultura occidental ha tendido a negar el cuerpo y, especialmente el femenino, considerado como goteante, líquido, húmedo... elementos que lo dotan de una valoración problemática, como algo que debe ser resuelto, que se acrecienta en los contextos sociales más vulnerables, y que atraviesa tanto a culturas occidentales y no occidentales (Bourdieu, 2000; Bobel, 2010; Johnston-Robledo y Chrisler, 2013; Jackson, 2019).

La sangre menstrual invoca referentes ligados a la sexualidad, a la fertilidad, a la impureza, a la contaminación (Méndez, 2016:7), a lo monstruoso y lo maligno, aproximándola así a la semántica de la enfermedad y la muerte (Corvalán y Gutiérrez, 2017:79); la regla se vincula a discursos sobre la debilidad e incapacidad de los cuerpos menstruantes (Jackson, 2019); y la menstruación —al igual que la próstata (Torres, 2015)— se vislumbra como el elemento clave que diferencia a los sexos y, por tanto, como fundamento para evidenciar la inferioridad femenina. Aunque no todas las mujeres sangran —no sangran las que no han alcanzado aún su menarquía, no sangran las que han pasado la menopausia, pero tampoco sangran las mujeres transexuales, las sometidas a un riguroso esfuerzo físico o las que han sufrido cambios bruscos de peso y condiciones psicofísicas adversas, así como las afectadas por enfermedad, malnutrición y anatomía reproductiva atípica—, todos los cuerpos menstruantes tienen aparato reproductor femenino. En este sentido, cabe remarcar que hay hombres transexuales con menstruación. No obstante, la relación entre el cuerpo femenino y la menstruación se remonta hasta la consideración hegemónica que afirmará que es la menstruación lo que te hace mujer. Tal y como afirma Héritier:

...Sí, en todas las sociedades, el cuerpo y sus fluidos devienen fuente de evidencias sociales, es porque éstas usan lo fisiológico como la materia prima para elaborar un poderoso orden social, sexual y simbólico que sustenta —y posibilita— la reproducción de unas relaciones sociales entre mujeres y hombres basadas en una valencia diferencial de los sexos (Héritier, 1996, citada en Méndez, 2016:9).

La menstruación se construye, siguiendo a Johnston-Robledo y Chrisler (2013), como un estigma, como la marca de una identidad estropeada, que actúa en los tres niveles

propuestos por [Goffman \(1979\)](#): una abominación corporal, dado que las prácticas higiénicas que se proponen para gestionar la menstruación implican que la sangre menstrual es considerada repugnante; una mancha en el carácter, ya que una mala gestión de la menstruación (manchar la ropa, que se note...) es visto como una mancha en la feminidad; y una identidad tribal asociada a un grupo minoritario, puesto que al alcanzar la menarquía, a las mujeres se les restringen sus movimientos, se las insta a comportarse como señoritas y a vigilar sus actos. Si a esto añadimos que concurren creencias culturales que asocian la menstruación con desórdenes físicos (fase menstrual) y desórdenes mentales (fase premenstrual), entonces el estigma de la menstruación también marca a las mujeres como enfermas, discapacitadas, fuera de control, poco femeninas e incluso locas ([Johnston-Robledo y Chrisler, 2013:10](#)).

La estigmatización de la menstruación no lograría entenderse sin tener en cuenta el previo proceso de colonización del cuerpo de las mujeres. El cuerpo no masculino encontró en la modernidad, y más tarde en los sistemas de salud hegemónicos, su construcción como cuerpo materno y, por tanto, con un valor reproductivo que más adelante se convertiría también en bien de consumo ([Corvalán y Maestre, 2017:81](#)). Los discursos predominantes sobre el cuerpo de la mujer, no solo lo han reducido a su capacidad fértil, sino que han equiparado ser mujer a un determinado funcionamiento hormonal que se teoriza como el origen de todas las experiencias, corporales y mentales ([Esteban, 2001:109](#)). En la modernidad, el cuerpo de la mujer ha sido colonizado, aculturizado y ocupado por la cultura patriarcal ([Valls, 2009](#)) y, a través de una cultura biomédica que sitúa lo médico-científico en la cúspide de lo legítimo, ha desarrollado dos estrategias principales. Por un lado, despojar a las mujeres del ámbito de la salud que controlaban y, por otro, como consecuencia de esto, desconectarlas de sus propios procesos biológicos bajo la atenta vigilancia del mencionado modelo médico-científico ([Ehrenreich y English, 2010](#)).

En este contexto, las prácticas y discursos que tratarán de eliminar el estigma de la menstruación y que podemos englobar dentro del denominado activismo menstrual, devienen actos políticos por una justicia menstrual ([Kissling, 2006](#)) que minimice las consecuencias negativas que las personas menstruantes padecen a raíz del estigma.

## SITUANDO EL ACTIVISMO MENSTRUAL

El activismo menstrual no es nuevo. Ciertamente, sus huellas se pueden rastrear en las políticas feministas ([Fahs, 2016, 2015, 2013](#); [Bobel, 2019, 2010, 2008, 2006](#); [Doherty, 2010](#)) dado que entronca, de pleno, en la reflexión sobre la configuración social del cuerpo que menstrua y sus consecuencias en lo que respecta a las nociones de corporalidad y agencia. El feminismo de la segunda ola vio en el cuerpo un símbolo de la revuelta y de la manifestación última de que lo personal es político ([Fahs, 2015:387](#)). Un activismo que no solo se circunscribe a la producción de prácticas performáticas y artísticas ([Méndez, 2016](#)), como las que inauguraron Judy Chicago y Sigeko Kubota, sino que se adentra en “alterar las relaciones de poder inscritas en los cuerpos de las mujeres” ([Fahs, 2015:387](#)).

Fahs, de hecho, plantea que la atención al cuerpo fue un hecho distintivo de la segunda ola que perderá relevancia en el paso de la segunda a la tercera ola ya que el activismo de calle de la segunda ola se tornará academicismo postmoderno en la tercera. Este atenderá el cuerpo, no desde sus cualidades tangibles (tu cuerpo es un campo de batalla), sino desde la pluralidad teórica y la abstracción. En el activismo de la segunda ola, dirá Fahs, eran particularmente relevantes las técnicas de consciencia que enfatizaban una relación personal con el cuerpo propio y con las partes de éste, hecho que se materializaba en prácticas de autoexploración y autoconocimiento ampliamente extendidas entre el movimiento feminista.

La crítica que Fahs hace al feminismo de la tercera ola por su desatención al cuerpo y, por tanto, a los cuerpos que menstrúan, abortan, se autodefenden, etc., falla por centrarse en la dimensión académica. Al bajar a las calles y a los centros sociales, la realidad emergente del activismo menstrual es palpable. Documentales sobre ginecología punk, jornadas de “autocoñocimiento”, talleres sobre la menstruación, ilustraciones y exposiciones de arte menstrual no faltan en cualquier tenderete feminista que se precie. Tal y como plantea Judith Lorber, el activismo menstrual, inclusivo, conflictivo y contradictorio, es una expresión del feminismo de la tercera ola, que se debate entre los posicionamientos esencialistas vinculados al ecofeminismo, reforzando las tesis de la diferencia sexual y la aproximación desde la crítica *queer* al género, que habla de cuerpos que menstrúan (*menstruators*), que “desesencializa a las mujeres pero valora los cuerpos” (Lorber, 2010). Un activismo que, en palabras de Miren Guilló, “resignifica el ciclo menstrual como un espacio de resistencia al modelo médico-científico y al modelo cultural” (Guillo Arakistain, 2013). Un activismo que, tal y como defiende Élise Thiébaud, considera que hablar de menstruación “es un acto de empoderamiento de la mujer en su lucha por la reapropiación del espacio público, una forma de reivindicarse como un sujeto político más allá de su supuesta *esencia natural*” (Thiébaud, 2018).

En este sentido, para Bobel, el activismo menstrual sería una expresión de la tercera ola en cuanto en tanto que agente movilizador de la inclusión, la multiplicidad, la contradicción y las políticas, es decir, los cuatro ejes característicos de un contexto donde tecnología, capitalismo global, diversidad sexual, cambio demográfico y descenso de la vitalidad económica determinan las identidades (Dicker y Piepmeier, 2003, citado en Bobel, 2010:16).

El debate sobre la ubicación del activismo menstrual como deudor de la segunda ola o expresión de la tercera no hace sino poner en evidencia la brecha generacional que se abre entre los feminismos y, sobre todo, el conflicto encarnizado que se mantiene entre ellos. En el caso español, en concreto, serían las Jornadas Feministas Estatales de Granada en 2009 las que supondrían un punto de inflexión (Solá, 2013:21) al evidenciar la emergencia del transfeminismo en el contexto español y latino (tras el backlash posfeminista de los 90 y primeros 2000) y a pesar de la pervivencia de los (des)encuentros entre las posturas centradas en esencialismo e inclusiones y exclusiones. No obstante, tal y como afirma Chris Bobel (2010), el estudio del activismo menstrual implica atravesar las definiciones escoradas de las diferentes olas y posicionamientos feministas para encontrarnos con un activismo que “lucha contra la narrativa cultural dominante de la menstruación que construye un proceso corporal normal particular para las hembras como repugnante, molesto, tabú, que considera que es mejor mantenerlo tanto fuera de la vista como de la mente” (Bobel, 2010:6). Y, como veremos a lo largo de este artículo, a través del activismo menstrual se articulan posicionamientos políticos en los que los discursos feministas se conectan con discursos ecologistas y anticapitalistas, a la vez que el discurso sobre el empoderamiento individual vinculado al autoconocimiento, la salud y el bienestar permite entrever prácticas colectivas de emancipación social.

En el estudio de Bobel (2010), la autora sitúa el activismo alrededor de los productos menstruales como punto de arranque del activismo menstrual y diferenciará dos alas del activismo actual en los Estados Unidos: el feminista-espiritual y el activismo radical.

La fase de emergencia, comprendida entre 1971 a 1992 (Bobel, 2016; 2008, 2010), parte de la preocupación de lo que se ha denominado movimiento feminista por la salud y dirigirá el foco de atención hacia el cuestionamiento a la seguridad de los productos menstruales. Los movimientos feministas por la salud (Marieskind, 1975; Fahs, 2016) erigirán una crítica profunda a los estándares de la práctica médica, sobre todo a sus promesas de objetividad, así como a la relación abusiva que se establece entre profesionales y pacientes, crítica que culminará con la publicación de *Our Bodies, Ourselves*, texto escrito a modo de *fanzine*

que se reeditará como libro con un éxito rotundo —con más de 20 millones de lectores, traducido a 19 idiomas cuya última edición es de 2011. La industria sobre higiene íntima femenina, sin embargo, no figuraba entre las principales preocupaciones de un movimiento por la salud de las mujeres que acogió los tampones e incluso la píldora anticonceptiva como avances y conveniencias para las mujeres, hasta que estalló la crisis del Síndrome de Shock Tóxico (SST) en 1980. La epidemia generó una crítica directa a la industria. No solo los fabricantes de tampones se vieron obligados a informar del riesgo de SST, sino que también se consiguió, por ejemplo en Reino Unido, que los fabricantes se comprometiesen a no utilizar cloro para blanquear compresas y tampones (Bobel, 2008:749). La negociación con los gobiernos y la industria marcarán esta primera fase centrada en la seguridad de los productos que culminará, sin embargo, con la emergencia de múltiples empresas que ofrecerán alternativas de consumo —productos no blanqueados, copa menstrual— y tras la que el activismo pasará de reivindicar cambios en la industria y a aproximarse a las políticas de menstruación desde una dimensión individual.

La primera rama del activismo menstrual contemporáneo que identifica Bobel a partir de los años noventa será el activismo feminista-espiritual, que trabaja para reivindicar la menstruación como una experiencia saludable, espiritual, empoderante e incluso placentera para las mujeres (Bobel, 2010: 66). Una experiencia que conecta con lo biológico, y a unas con otras, con una esencia femenina. La idea de la mujer cíclica entronca con la idea de la menstruación como “una matriz donde una mujer podría ir cada mes, dentro de sí misma, para desarrollar una visión, perspectiva y sabiduría” (Bobel, 2010: 69) dentro de las políticas de la vida. Sus bases ideológicas beben del ecofeminismo y el feminismo radical, especialmente el culturalista (Osborne, 1993). Este tipo de activismo se caracteriza por el desarrollo de tecnologías del yo que, a través de prácticas de consumo y del establecimiento de estilos de vida, perseguirá vivir la menstruación de manera empoderante, como experiencia íntima ligada a la femineidad. Danzas e imaginario tribal, mitología, estudio de la relación entre menstruación y ciclo lunar, ritos de paso, etc., encapsulados en el formato de talleres, conferencias y cursos de pago, dotan a estas prácticas, según Bobel, de capacidades de auto-empoderamiento más que de cambio social (Bobel, 2010: 86). Esta tipología encaja bien en el contexto de sensibilidad posfeminista (Gill 2007, McRobbie, 2004) en el que los valores del feminismo se conjugan con el neoliberalismo (Banet-Weiser, 2018; Gill 2016; Gill y Scharff, 2011). Así, a través de la danza del vientre, el temazcal, el tipi o el bindi, las prácticas de autoafirmación y autoestima dejarán a un lado las dimensiones estructurales y las luchas políticas para trasladar el foco de atención a la transformación personal a través de prácticas de consumo de la creciente industria del *Wellness*. Tal y como advierte Bobel, se trata de un movimiento preeminentemente blanco y de clase alta, hecho que dificulta identificarlo como activismo. En sus palabras:

[C]uando las activistas de manera acrítica y deliberada se apropian de tradiciones culturales, practican una autotransformación que puede carecer de atractivo para los demás. En este caso, la política de la vida se convierte en autotransformación en beneficio de los privilegiados. Esta puede ser otra razón por la cual el movimiento feminista-espiritualista perdura pero permanece al margen. (Bobel, 2010:80)

La segunda vertiente que caracteriza Bobel es el activismo menstrual radical. Lo identifica como aquel que combina las teorías y las tácticas activistas de base de la tercera ola con el activismo por la salud y el ecologismo (Bobel, 2006, Bobel, 2010). Un activismo antiesencialista que no solo desafiará el estigma de la menstruación, sino que también ejercerá una crítica radical a la industria de la higiene femenina por sus prácticas de acumulación de capital que ponen continuamente en riesgo los cuerpos de las mujeres y el medio ambiente. Para ello, promocionarán alternativas más saludables, más económicas y menos intensivas en recursos (Bobel, 2006:333). Esta aproximación distingue notablemente al activismo menstrual radical del feminista-espiritual, pero lo hará todavía más su visión



antiesencialista que reclama sus ciclos, no como una vindicación de la feminidad, sino como un proceso corporal que ha sido objeto de colonización de las corporaciones (Bobel, 2010:100). Su recuperación, desde las lógicas de la subcultura punk y el *Do It Yourself* —“autocoñocimiento”, ginecología punk y autodefensa—, lejos de profundizar en una supuesta naturaleza femenina, tratará de dinamitar la estructura de género y su binarismo. La contracultura menstrual utilizará tácticas de guerrilla de la comunicación, *fanzines*, talleres de elaboración de compresas reutilizables, etc., a través de las que se promoverá una relación más directa con la menstruación (Doherty, 2010; Bobel, 2010).

## DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

En el contexto español existe muy poca literatura científica sobre el activismo menstrual (Arakistain, 2013, 2014). Sin embargo, este está presente en parte del emergente movimiento feminista, sobre todo del que se circunscribe a colectivos feministas jóvenes. En los últimos años se puede rastrear la presencia de esa contracultura menstrual en las ferias feministas, los festivales musicales y artísticos feministas que han surgido a la estela de los Ladyfest (festivales que promueven la presencia feminista y femenina en los escenarios) y también en los talleres de exploración del ciclo y la sexualidad que celebran los mismos colectivos feministas, e incluso han aparecido colectivos específicos que vinculan el activismo con la educación menstrual. Más que constatar esa emergencia, nuestro principal objetivo consiste en caracterizar el activismo menstrual que tiene lugar actualmente en el contexto español e identificar las articulaciones políticas de este movimiento heterogéneo, descentrado y difuso que, no obstante, impregnan a parte del activismo feminista. De manera más específica, nos interesa analizar cómo los posicionamientos políticos del activismo menstrual se relacionan con movimientos políticos más amplios —feminismo, anticapitalismo, ecologismo, etc. A su vez, queremos identificar el papel que se le otorga al cuerpo como espacio de lucha política y cómo se interpreta.

Para acercarnos al activismo menstrual y a los discursos de los cuerpos menstruantes que menstrúan en alto, hemos seguido una metodología cualitativa, basada en entrevistas semiestructuradas centradas en las experiencias de las entrevistadas con su menstruación y en sus acciones activistas y de difusión de modos alternativos de sentir la menstruación. El término activista que utilizamos en esta investigación es, no obstante, muy amplio, y se identifica con lo que Guillo Arakistain ha acuñado como contracultura menstrual (Guillo Arakistain, 2013, 2014).

Para captar los discursos sobre el activismo menstrual hemos realizado una selección intencional de 10 perfiles cuyas prácticas fueran susceptibles de contener un discurso sobre la resignificación del ciclo menstrual. Por conveniencia geográfica, hemos captado los discursos en el arco territorial valenciano, en entornos feministas y artísticos. Hemos definido como activistas para llevar a cabo el proceso de captación a aquellas personas menstruantes que: 1) han llevado a término un proceso de resignificación de su propio ciclo menstrual, que practican lo que se denomina menstruación consciente y que utilizan métodos de recogida y gestión del flujo menstrual como la copa menstrual, las compresas de tela hechas a mano o el sangrado libre; o 2) generan prácticas artísticas y activistas sobre el ciclo —pintura con sangre menstrual, ilustración sobre menstruación, fotografía corporal, activismo digital. Hemos entrevistado a mujeres jóvenes y no tan jóvenes —de 25 a 45 años— en busca de trayectorias vitales que incluyeran a mujeres que habían parido y estilos de vida que arrojaran percepciones diversas sobre la menstruación dentro de lo que podríamos enmarcar como discursos críticos sobre la menstruación, el cuerpo y la salud.



El trabajo de campo se realizó entre 2016 y 2018 y, además de las entrevistas, las investigadoras hemos participado en charlas, talleres y vídeo-fóruns, no únicamente en calidad de investigadoras, sino también como personas interesadas en re-leer nuestros cuerpos menstruantes y en aprender estrategias de autocuidado y salud. En este sentido, cabe destacar cómo la relación entre el sujeto y el objeto de la investigación, si bien siempre mantienen una relación compleja, en este caso adopta una distancia ficcional.

La realización del trabajo de campo fue sencilla aunque, en principio, pudiera parecer lo contrario dada la temática de las entrevistas. Muchas de las entrevistadas mostraron un alto grado de interés por realizar la entrevista, e incluso algunas de ellas tomaron la iniciativa a la hora de establecer la fecha y hora de la entrevista. Este entusiasmo, en algunos casos manifiesto, nos remite a las escasas oportunidades de las que disponen las mujeres para hablar de sus experiencias con la menstruación en el espacio público. Más todavía cuando la vivencia no se enmarca en los discursos hegemónicos sobre la menstruación. La menstruación como tema de conversación se construye como un asunto especial que, por tanto, requiere de unos elementos comunicativos específicos (el tú a tú de madres a hijas, las confidencias entre amigas, etc.) y que, justamente por este motivo, queda alejada de las discusiones públicas (Kissiling, 1996; Johnston-Robledo y Chrisler, 2013). Situar la menstruación como objeto de estudio y, en consecuencia, como objeto de las entrevistas, contiene una carga política para las activistas menstruales que se plasma en el tipo de contrato comunicativo entre entrevistadora y entrevistada. Las entrevistas se han desarrollado de manera horizontal, con una baja estructuración y con la intención de animar una dinámica conversacional.

A través de un análisis sociohermenéutico (Conde, 2009; Alonso, 1998) del corpus textual, trataremos de diseccionar las articulaciones políticas de los discursos del activismo menstrual. El material etnográfico ha sido de gran utilidad para el análisis de los discursos.

## RESULTADOS: RESIGNIFICAR LA REGLA PARA CAMBIAR EL MUNDO

Podríamos decir que resignificar la regla no es otra cosa que sustituir el imaginario social dominante sobre la menstruación por uno propio. Se trata de combatir una representación de la regla como algo incómodo, sucio, engorroso, doloroso... que pone en entredicho la propia feminidad si no se gestiona de la manera que la industria propone —esto es, que no se note, que no se huela, que desaparezca en todos los sentidos a través del uso de unos productos que la glamurizan, pero que para hacerlo, previamente han tenido que crear el estigma— dotándola de unos significados más positivos.

En este sentido, cabe hablar de una “toma de conciencia” que abraza dimensiones diversas: por un lado, la evaluación crítica del legado cultural sobre la menstruación que comporta una visión objetualizada del cuerpo, instrumentaliza el cuerpo de las mujeres y lo pone a disposición del complejo industrial higiénico-farmacológico. Por otro lado, en el terreno de las políticas de la vida, el activismo menstrual parte de la necesidad de realizar cambios en la dimensión individual, en la manera de relacionarse con la menstruación y con el cuerpo de una manera respetuosa y no violenta, como forma de alterar la estructura de relaciones con una misma, con el entorno y con el sistema. Esta “toma de conciencia” mantiene unas evidentes conexiones con el ecologismo y el anticapitalismo.

A continuación, desgranamos las articulaciones políticas del activismo menstrual centrándonos, en primer lugar, en la crítica al complejo industrial higiénico-farmacológico como estructura capitalista que se impone sobre los cuerpos de las mujeres; en segundo lugar, en la crítica al productivismo y a las lógicas de explotación y autoexplotación

(Ibáñez, 1994); y, por último, en la crítica al sistema biomédico y a la medicina alopática desde los cuales también se ha ejercido la ocupación del cuerpo de las mujeres (Esteban, 2001; Ehrenreich y English, 2010). En definitiva, desentrañamos algunos de los modos de actuación de un aparato giniátrico (Gunn y Vavrus, 2010: citado en Kissling, 2013:493) que está compuesto por un conjunto de prácticas y discursos que definen y enmarcan el cuerpo femenino como patológico o necesitado de mantenimiento y vigilancia constante.

## La crítica al complejo industrial higiénico-farmacológico

Es que la guerra vendrá cuando les digamos a los señores del Tampax y compañía que nos están tomando el pelo de una manera alucinante [...] Hace falta más activismo para tumbar todos los prejuicios, y tumbar todas estas multinacionales que viven, que viven de la ignorancia de las mujeres.\*1 (E2)

En esta cita se condensan significantes muy poderosos. La referencia a la guerra pone de manifiesto la existencia de un sistema de subyugación, de dominación y control a partir de lo que la misma informante denomina instrumentalización de la ignorancia sobre el propio cuerpo. La reacción contra esta dominación inicia, por tanto, la identificación de dos grupos antagónicos, que sitúa a las personas que menstrúan como sujeto político.

La crítica al complejo industrial higiénico-farmacológico recoge las advertencias y demandas que reclamaba el activismo de los años 70: el riesgo asociado al uso de químicos y blanqueadores cuya seguridad es incierta, aunque estén destinados comercialmente a vender seguridad en la gestión del flujo menstrual. La emergencia de productos sin estos químicos —como las compresas y tampones desechables sin blanqueadores ni químicos y de materiales orgánicos—, la aparición de soluciones mucho más sostenibles en lo que a la gestión de residuos se refiere —compresas de tela reutilizables y copa menstrual— y la introducción de gestiones alternativas de la regla como pueda ser el sangrado libre se constituirán como elementos básicos de las prácticas de las activistas menstruales con miras a frenar el desarrollo de un complejo industrial que afecta a la calidad de vida de las mujeres a diversos niveles.

En primer lugar, su seguridad en términos de salud es dudosa. Y más allá del riesgo a sufrir SST o el contacto con agentes químicos aparecen otras preocupaciones como el hecho de que los tampones resequen las paredes de la vagina y puedan provocar problemas como los hongos.

En segundo lugar, estos productos —compresas, tampones, salvaslips de todos los tamaños y formas, para día o noche, adaptables a bragas o tanguas, y un largo etcétera— suponen un gasto considerable e innecesario al servicio únicamente de la acumulación de capital. El uso de métodos como la copa menstrual o las compresas reutilizables se abrazarán por el ahorro económico, pero además, contribuirán a una reducción drástica de los residuos y su impacto ambiental será mucho menor, tanto en el proceso de producción como en el de gestión de residuos. Cabe señalar que la primera copa menstrual se fabrica en caucho en 1937, aunque los primeros bocetos datan de 1867; reaparecerá en 1987 —en Estados Unidos bajo la marca comercial *The Keeper*— como alternativa al tampón, que empezaba a generar desconfianza debido al SST, pero en Europa no resurgirá hasta los 2000, comercializada a través de varias marcas y fundamentalmente por Internet. El mercado no despega hasta 2010 y en 2016 la copa menstrual está disponible en algunos supermercados (Thiébaut, 2018:153-154; Felitti, 2016). Resulta evidente que, más allá de cualquier interpretación conspiranoica, a la industria no le conviene la expansión de un producto reutilizable y barato.

1 Los verbatim marcados con el asterisco son traducciones propias del original en valenciano.

En tercer lugar, es innegable que los materiales mismos con los que la industria elabora estos productos dotan al flujo menstrual de unas características desagradables. Son los tampones y las compresas comerciales las que hacen que la regla huelga mal, que tenga un aspecto repulsivo y que se viva como algo que se debe desechar:

...y algo que me llamó mucho la atención cuando empecé a utilizar la copa fue el tema del olor. Porque sí que es verdad que toda la vida... la regla huele fatal, el Tampax huele fatal... todo huele fatal, incluso en los anuncios. La copa a mí me impresionó como que no tenía olor y de repente... bueno, un poco de olor a sangre... pero que es un olor agradable y, sabes... Entonces a partir de ahí empecé a pensar que es mucho más sucio el Tampax y eso que está la sangre y está haciendo que coagule, que se mezcle con los químicos esos que al final es lo que produce el olor..." (E4)

El complejo industrial higiénico-farmacológico será, por ende, el que genere una experiencia con la menstruación que la convierte en residuo —los contenedores especiales para la gestión de la regla en los baños públicos se encargarán de remarcar que la sangre menstrual debe seguir otros canales diferenciados al resto del material de desecho y determina su asociación a lo tóxico, a lo intocable— y que, además, la reviste de unas características que tienden a causar una cierta repugnancia.

En este contexto, todos los productos que la industria pone a disposición de las personas menstruantes sirven para invisibilizar la menstruación, para ocultarla, para hacerla desaparecer y esquivar así el estigma. El activismo menstrual interpreta esto como “mercantilización de la regla y también del cuerpo” (E4) porque la acumulación de capital va más allá del debate sobre los precios de los productos de higiene íntima. Recorre los procesos de estigmatización de la menstruación en los que la industria se observa como uno de los bastiones tras los que el estigma menstrual se perpetúa y se aferra al control de los cuerpos a través de la imposición de unos modos de gestión que alejan a la persona menstruante de sus propios procesos corporales. La industria ocupa, tal y como se apunta en la primera cita reproducida en este epígrafe, el espacio que deja el desconocimiento que las personas menstruantes tienen sobre su cuerpo.

## Tomarse el derecho a descansar: el productivismo como explotación

En el universo simbólico de los anuncios de higiene íntima, los tampones y las compresas existen para permitirte hacer lo que tu cuerpo te impide. El activismo menstrual considerará no solo poco realista, sino ofensivo el uso de “culos minúsculos bailando y haciendo el pino” (E8) para vender la idea de libertad y actividad. Estos anuncios generan toda una cultura en la que la regla se reduce a eso que debemos invisibilizar y que se activa junto al segundo apellido del complejo-industrial: los fármacos. Una de las informantes identificaba el tándem tampón-ibuprofeno como el modo de menstruar prescrito por la cultura hegemónica.

Sin embargo, la menstruación no solo no es invisible sino que, de hecho, es un proceso complejo que afecta a numerosos órganos y funciones hormonales. Un proceso que va más allá de la fase menstrual y que, en muchos casos, comporta molestias y dolencias diversas. La manera de gestionar la regla “como si no pasase nada” de los anuncios se ha de entender como el juego que la industria hace al productivismo del sistema capitalista y que dificultará que el ciclo se pueda vivir bien.

De aquí parten las reflexiones del activismo menstrual sobre las dificultades para menstruar en condiciones capitalistas de explotación y autoexplotación. Para la lógica activista, si se quiere vivir bien la regla, es necesario poner en práctica unos saberes que implican alejarse del productivismo y “tomarse el derecho” (E7) de menstruar en condiciones.

...sometida a unos ritmos de trabajo... es difícil vivir la regla como yo pienso que se debería vivir. Como un momento de parar, de poder recogerse si es lo que te apetece... se impone un ritmo que es bastante incompatible con ser mujer y tener la regla.\* (E3)

Mientras que la cultura dominante —y los anuncios— inculcan a las personas menstruantes que tienen a su disposición todos los elementos para que su vida no se detenga, el activismo menstrual pondrá de manifiesto que parar es necesario. Que el proceso cíclico conlleva unos cambios físicos y psíquicos que hay que atender y que, en el momento en que no se atienden, el estado de salud puede empeorar. Al tiempo que la maquinaria industrial farmacológica inyecta en el mercado antiinflamatorios y tampones, el activismo menstrual reclama unas prácticas antiproductivistas y anticapitalistas que se basan justamente en parar, escuchar al cuerpo, hacer lo que se quiera, mimarse, cuidarse y sobre todo, no someterse a las exigencias del mercado laboral o de consumo, ni tampoco al mercadeo de las relaciones sociales.

Efectivamente, los entornos laborales se consideran espacios hostiles para menstruar. Los horarios, las rutinas, y los modos de gestión de los entornos laborales se configuran desde principios androcéntricos, hecho que tiene consecuencias para el acceso de las mujeres tanto a algunos sectores como a ciertos puestos jerárquicos (Borderías, 1994; Torns y Recio, 2012). En este contexto, la menstruación se vive como algo a ocultar. Por una parte, por el tabú que supone hablar de dolencias menstruales en los entornos formales.

Claro, puedes ser mujer para según qué cosas. Para otras, no puedes ser mujer. Tenemos una reunión con un cliente, ponte mona, ponte tacón, ponte tal. Tienes un niño, “Ay, pobre, que se tiene que ir”, porque las mamás tienen que cuidar a sus hijos. Ahora, sangras cuatro días al mes, no me cuentes, no lo quiero oír, no es de mi incumbencia... (E8)

Pero, por otra parte, desde el activismo menstrual se pone de relieve la complejidad de la situación de doble vínculo: evidenciar los dolores y molestias es una tarea necesaria para poder normalizar la menstruación e ir limando el estigma pero, al mismo tiempo, puede conllevar a una desvalorización de las personas menstruantes como trabajadoras. La menstruación se torna un problema añadido al fantasma del embarazo que sitúa a todas las mujeres como menos susceptibles de ser contratadas, ascendidas, etc.

En este sentido, resulta de especial interés atender a los procesos en los que se inserta el activismo menstrual que pasan por reconocer las sujeciones diversas (Haraway, 2004; Butler y Athanassious, 2013) de los cuerpos, las existencias y sus vulnerabilidades que contrastan con el modelo productivista que presupone un sujeto moderno, autónomo, capaz e independiente. Esta tiranía que utiliza el modelo del sujeto independiente como vara de medir y construir el éxito social es especialmente virulenta para las personas que menstrúan con dolor.

[...] no sé, pues eso cuando yo tenía 18 años, cuando decíamos: “Vamos a ir de fiesta, vamos a hacer no sé qué”... “Ay oye, que no voy a ir porqué me ha bajado la regla...tal...” Para mí era como... “Uf que rollo que me estas contando”, o sea, a mí me baja la regla y yo me tomo un ibuprofeno se me pasa el dolor y tan contenta... Pero es como que eh... no despreciaba pero sí que me parecía que como que era un rollo y que era cuento, que usaban la regla como una excusa, que tampoco era para tanto. (E9)

En esta cita se observa cómo el discurso social hegemónico que valora la actividad, el no parar, el tener muchas relaciones sociales, etc. impregna el cuerpo social y se impone sobre las corporalidades (Foucault, 1979), lo que, en consecuencia, vulnerabiliza a las personas menstruantes, toda vez que favorece y legitima un sistema basado en la explotación y la autoexplotación (Ibáñez, 1994).

El activismo menstrual se posiciona contra la práctica ginecológica extendida de supresión de la menstruación a través del uso de la píldora, no solo como método de prevención del embarazo, sino como una práctica para regular la menstruación. El uso de

pastillas para suprimir la regla —con una implantación creciente de medicamentos con los que se sangra solamente una vez al año— encaja con el modelo capitalista que trata de suprimir cualquier alteración del cuerpo para ponerlo al servicio de un mercado de trabajo implacable. La venta de la píldora como algo liberador es contrarrestado ferozmente por el activismo menstrual que pondrá de manifiesto cómo la supresión del ciclo menstrual —sin entrar en el cuestionamiento de las consecuencias para la salud que pueda tener— es el paso último en el proceso de estigmatización de la regla que caracteriza a la persona menstruante como una persona más irracional, más sujeta a cambios físicos y mentales, más volátil. El afán por suprimir la regla no hace más que reforzar la idea de que el cuerpo femenino es patológico. Y la implantación en el mercado de medicamentos para la supresión de la regla que ya no se ajustan al régimen de 28 días, sino a uno de 91 (que se comercializa como Seasonique y reduce los sangrados a cuatro por año) o a otro de 365 (de la marca Lybrel), esto es, un único sangrado al año, nos venden cómo anular la regla no es sino el camino para devenir un sujeto autorregulado y vigilado. En definitiva, un sujeto neoliberal ideal (Kissling, 2013:500) sometido al régimen biomédico (Mamo y Fosket, 2009).

## Recuperando saberes y poderes sobre el cuerpo

Desde el activismo se entenderá que la regla duele y molesta porque la vivimos en malas condiciones. Esto no quiere decir que, vivida desde la tranquilidad, el reposo y el cuidado, desaparezcan las molestias. Simplemente que, a través de la implementación de saberes, como el de que algunos alimentos empeoran este estado, o que algunas prácticas contribuyen a aliviar el dolor, y desde contexto de autocuidado y respeto, la regla se vive mejor. En este sentido, el dolor y los desajustes menstruales se viven y se perciben como enfermedades sociales, asociadas al productivismo y al mercantilismo.

Al mismo tiempo, se entiende que existe un desconocimiento profundo del proceso menstrual que circula en los márgenes, en ese mismo campo activista, que pone a disposición de las personas que menstrúan elementos para conocer, interpretar y poder así ajustarse al propio ciclo. Llevar al día un diario menstrual —con o sin ayuda de las aplicaciones para dispositivos móviles—, observarse, “escuchar al cuerpo” se tornan estrategias imprescindibles para gestionar mejor la regla y conseguir, en definitiva, mejorar el estado de salud.

Lo que me pasaba era que en mi estado premenstrual yo no descansaba, pues normal, yo tengo que seguir haciendo cosas, yo tengo que... ¿no? Yo, y entonces en esa parte de mi ciclo había un bulto que a mí me hacía que la regla se me retrasase meses, hasta que no encontrase un momento de reposo y pudiese decir: ‘Vale, vengo’. Entonces yo ya sé que en esa semana previa a la regla hay uno o dos o tres días que yo por la tarde o cuando puedo tengo que estar horas tirada en la cama, que puedo estar leyendo, viendo una película, simplemente estar pero tengo que tomármelo de una manera diferente. Y a ver, no sé, empezar a ver todo eso, es empezar a aprender por qué, más profundamente, por qué tantas mujeres sufrimos con la regla, por qué tantas mujeres no entendemos lo que nos está pasando por dentro, por qué, por qué...\* (E10)

El respeto por el propio cuerpo, sus procesos y sus biorritmos se convierte en un modo de situarse en el mundo, de relacionarse con el propio cuerpo —y con las otras corporalidades— que estará íntimamente relacionado con alineamientos políticos fundamentados en los cuidados y la comunicación no violenta.

En este sentido, el activismo menstrual denunciará el marco cultural, económico y de salud dominante como un complejo sistema de explotación que disciplina (Foucault, 2002) y se apropia de los cuerpos de las mujeres, tal y como lo hiciese la emergencia de la medicina

moderna (Ehrenreich y English, 2010) y la caza de brujas como modo de apropiarse del saber que atesoraban y practicaban las mujeres (Ehrenreich y English, 1981; Federici, 2010).

[...] recuperar mi poder... que siempre se entrega cuando estás tomando anticonceptivos estás entregándolo a las farmacéuticas el poder, ¿no? Y no estás teniendo tu sangre menstrual y te está bajando otra cosa que no es tu regla... o cuando, no sé, estoy de alguna manera y enseguida pues me tomo medicamentos, pues otra vez hemos entregado en lugar de... bueno, hay muchas maneras, muchas herramientas para poder tratarme y cuidarme sin acudir a, o sin entregar ese poder a las farmacéuticas. Entonces para mí, a nivel feminista, es básico, ¿no? El retomar otra vez ese poder contigo misma, de conocerte, de tratarte, de relacionarte, de cuidarte.\* (E6)

El cuerpo, como un lugar privilegiado para el despliegue de relaciones de poder, será también un lugar de resistencia. A través del autoconocimiento y el autocuidado se puede, no solo frenar los procesos de disciplinamiento y vigilancia constante (Kissling, 2013), sino activar prácticas de transformación que van desde lo individual a lo colectivo, que nacen en lo individual para alcanzar lo social.

## ENTRE LAS POLÍTICAS DEL YO Y LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

La distinción teórica de Bobel (2006; 2010) entre activismo menstrual espiritual y activismo menstrual radical se difumina en nuestro trabajo de campo. Es cierto que podemos identificar una fracción discursiva que pondrá el acento en la dimensión más individual y que señalará que los procesos de resignificación de la menstruación conllevan, fundamentalmente, una mejora del bienestar personal.

A mí me ha empoderado como mujer. O sea, yo es como... yo como lo he vivido es que me conozco mucho más, me acepto mucho más, ¿vale? Esta parte de mí la tenía un poco, me he dado cuenta después, pero la tenía como una parte sucia... ¿no? Asociaba la regla a, a eso. A suciedad, a olor, a malestar, a inflamación de pechos... Quiero decir, yo asociaba todo eso con la regla. Entonces, a partir de hacer este proceso de voy a conocerla, voy a palparla, voy a tocarla, yo he hecho un cambio como a nivel de mujer. O sea, siento que algo ha cambiado en mí, siento que me he empoderado en esta parte, ¿no? Con empoderamiento. O sea, me siento más mujer.\* (E7)

En esta cita se vislumbra el abordaje de la cuestión femenina en términos esencialistas tal y como lo realiza el activismo espiritual. El proceso de resignificación se realiza a través de prácticas individuales en las que el objetivo final es mejorar la autopercepción de una misma, la relación con el cuerpo, etc., mediante la asunción de un discurso sobre el empoderamiento (Gill, 2016; Gill y Scharff, 2011; Banet-Weiser, 2018) entendido como un proceso personal que permite superar dificultades al margen de los procesos estructurales. No obstante, incluso esta fracción discursiva mantiene unos posicionamientos políticos que, sobre todo, irán destinados a desenmascarar un legado cultural que considera la regla como algo abyecto y que oprime a las que menstrúan a través de la disciplina de los cuerpos en un marco productivista que afecta a la salud de las mujeres. Así pues, en el contexto que estudiamos, los procesos de resignificación de la menstruación están asociados a planteamientos políticos críticos que desembocan en prácticas individuales que son también políticas.

La posición discursiva dominante en nuestro trabajo de campo, sin embargo, vincula de manera más directa el activismo menstrual con el activismo feminista, y con los modos anticapitalistas y ecologistas de vivir y estar. La crítica a los procesos de acumulación de capital y apropiación de los cuerpos, sobre todo de los de las mujeres, se ejerce, tal y como hemos observado en el trabajo de campo, a través de las prácticas colectivas activistas, de sororidad, de apoyo mutuo y de respeto a los cuerpos.

La pretensión del diseño de la muestra, tal y cómo se realizó, era conseguir que emergiera el discurso del activismo menstrual radical —usando los términos de Bobel. En un primer nivel, hemos encontrado cómo parte del cuerpo discursivo del feminismo-espiritual permea en estos discursos que se han buscado en las organizaciones feministas de base y en el artivismo. Podemos interpretar esto a un doble nivel. Por una parte, como signo del modo en que los activismos feministas se expresan en un contexto postfeminista en el que han calado prácticas individualistas, las políticas del yo, el emprendedurismo y la inversión en uno mismo en el marco neoliberal. Pero, en un segundo nivel, podría entenderse como la interiorización en los movimientos feministas de base de la necesidad de alterar las prácticas más micro, que parten de la relación de una misma con su cuerpo, para poder alterar las relaciones sociales con las otras personas y frente a los modos de explotación y control social. Una reflexión que, tal y como apuntan la mayoría de indicios, sustenta el desarrollo de muchos movimientos sociales actuales centrados en las políticas prefigurativas propias del pensamiento libertario (Maeckelbergh, 2011). Esto se traduce, en nuestro caso, en alterar los sistemas sociales de explotación y acumulación de capital desde la práctica cotidiana.

Entendemos, sin embargo, que hay todo un universo discursivo no explorado en esta investigación y que, tal y como sostiene Felitti para el caso argentino (Felitti, 2016) y Bobel para el norteamericano (Bobel, 2010), explotará la idea de “poder femenino” desde el esencialismo y desde las prácticas de consumo.

## CONCLUSIONES

El activismo menstrual estudiado se articula en un doble plano político, el de resistencia hacia lo sistémico y el de transformación de las relaciones con la propia corporalidad. Los procesos de resignificación de la menstruación, como hemos visto, articulan un conjunto de posicionamientos políticos que recorren las dimensiones políticas, económicas, ambientales y sociales, y que pone de manifiesto cómo el ciclo menstrual constituye un elemento clave para la articulación de políticas feministas.

Uno de los aspectos más significativos del activismo menstrual es que, más allá de los discursos contra el legado cultural que convierte la regla en algo monstruoso, pone en práctica acciones para poder menstruar en condiciones —tomarse el derecho a parar. Estas acciones que se realizan para mejorar el bienestar revisten un contenido político extraordinario: mi salud antes que la del capital, mi cuerpo antes que la industria.

De acuerdo con la afirmación de Johnston-Robledo y Chrisler (2013:14), el activismo menstrual analizado no sugiere que el ciclo se deba romantizar, que todas las mujeres lo deban celebrar, ni mucho menos que devenga central en lo que podríamos denominar como “feminidad”. Lo que sugiere es que la experiencia del ciclo menstrual está mediada por un complejo industrial que convierte la menstruación y el cuerpo menstruante en un espacio de explotación y acumulación. Lo que denuncia es que el estigma de la regla empeora la salud y el bienestar de las personas que menstrúan y las vulnerabiliza.

El activismo menstrual se articula contra unos discursos y unas prácticas que pretenden cuerpos dóciles, cuerpos objetualizados al servicio del mercado. La reivindicación del cuerpo y sus fluidos se torna mucho más política en el contexto postfeminista.



## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos los comentarios sobre el primer borrador del texto a Ana Martí Gual y Arantxa Grau Muñoz. Sus aportaciones nos ayudaron a mejorar el contenido. A Cristina Simón Chamorro le agradecemos la corrección de estilo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, L. E. (1998). *La mirada cualitativa en sociología. Una aproximación interpretativa*. Madrid, Fundamentos.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9781478002772>
- Bobel, C. (2006). "Our Revolution Has Style": Contemporary Menstrual Product Activists "Doing Feminism" in the Third Wave. *Sex Roles*, (54), 331–345. <https://doi.org/10.1007/s11199-006-9001-7>
- Bobel, C. (2008). From Convenience to Hazard: A Short History of the Emergence of the Menstrual Activism Movement, 1971-1992. *Health Care for Women International*, 29, 738–754. <https://doi.org/10.1080/07399330802188909>
- Bobel, C. (2010). *New Blood: Third-Wave Feminism and the Politics of Menstruation*. New Brunswick, New Jersey, and London: Rutgers University Press.
- Bobel, C. (2019). *The Managed Body. Developing Girls and Menstrual Health in the Global South*. London: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-89414-0>
- Borderías, C. (1994). *Las mujeres y el trabajo: rupturas conceptuales*. Madrid: Icária.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Butler, J. y Athanasiou, A. (2013). *Dispossession: The Performative in the Political*. Cambridge: Polity Press.
- Conde, F. (2009). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Madrid: CIS.
- Corvalán Navia, A. P. y Maestre Gutiérrez, A. (2017). Itinerarios de cuerpos menstruantes: descolonizando el cuerpo de la mujer. *Corpo-grafías. Estudios críticos de y desde los cuerpos*, 4(4), 78–91. <https://doi.org/10.14483/25909398.13663>
- Dicker, R. y Piepmeyer, A. (2003). *Catching a Wave: Reclaiming Feminism for the 21st Century*. Boston: Northeastern University Press.
- Doherty, S. (2010). Smear It on Your Face, Rub It on your Body, It's Time to Start Menstrual Party. *Critical Theory and Social Justice Journal of Undergraduate Research Occidental College*, 1(1), 1-25. <https://scholar.oxy.edu/bitstream/handle/20.500.12711/4250/Docherty.pdf>
- Ehrenreich, B. y English, D. (1981). *Brujas, parteras y enfermeras. Una historia de sanadoras femeninas*. Barcelona: La Sal.
- Ehrenreich, B. y English, D. (2010). *Por tu propio bien. 150 años de consejos expertos a mujeres*. Madrid: Capitán Swing.
- Esteban, M. L. (2001). *Re-producción del cuerpo femenino*. Donostia: Gakoa.

- Fahs, B. (2013). Raising Bloody Hell: Inciting Menstrual Panics through Campus and Community Activism. En B. Fahs, M. L. Dudy y S. Stage (eds.), *The Moral Panics of Sexuality* (pp. 77–91). London: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137353177\\_5](https://doi.org/10.1057/9781137353177_5)
- Fahs, B. (2015). The Body in Revolt: The Impact and Legacy of Second Wave Corporeal Embodiment. *Journal of Social Issues*, 71(2), 386–401. <https://doi.org/10.1111/josi.12117>
- Fahs, B. (2016). *Out for Blood: Essays on Menstruation and Resistance*. Albany: SUNY Press.
- Federici, S. (2010). *Calibán y la bruja*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Felitti, K. (2016). El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino. *Sexualidad, Salud y Sociedad. Revista Latinoamericana*, (22), 175–206. <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2016.22.08.a>
- Foucault, M. (1979). *Microfísica del poder*. Barcelona: Ediciones de la Piqueta.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Gill, R. (2007). Postfeminist Media Culture. Elements of Sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147–166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, R. (2016). “Post-postfeminism?: New Feminist Visibilities in Postfeminist Times. *Feminist Media Studies*, 16(4), 1–21. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1193293>
- Gill, R. y Scharff, C. (2011). *New Femininities. Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. New York: Palgrave.
- Goffman, E. (1979). *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Guillo Arakistain, M. (2013). La in-corporación de la investigación. Políticas de la menstruación y cuerpos (re)productivos. *Nuevos Nómadas*, (39), 233–245.
- Guillo Arakistain, M. (2014). Mujeres jóvenes y menstruación: contracultura y resignificación del ciclo menstrual en el País Vasco. En O. Romani y L. Casadó (Eds), *Jóvenes, desigualdades y salud. Vulnerabilidad y políticas públicas* (pp. 143–165). Tarragona: Publicacions Universitat Rovira i Virgili.
- Haraway, D. (2004). *Testigo-Modesto@Segundo\_Milenio.HombreHembra@\_Conoce\_Oncorratón®: feminismo y tecnociencia*. Barcelona: UOC.
- Ibáñez, J. (1994). *El regreso del sujeto*. Madrid: Siglo XXI.
- Jackson, T. (2019). Policing a Menstrual Monster: How Working Class Girls Discuss their Menstrual Reactions and Experiences. *Journal of Youth Studies*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/13676261.2018.1492100>
- Johnston-Robledo, I. y Chrisler, J. C. (2013). The Menstrual Mark: Menstruation as Social Stigma. *Sex Roles*, (68), 9–18. <https://doi.org/10.1007/s11199-011-0052-z>
- Kissling, E. A. (1996). Bleeding out loud: Communication about menstruation. *Feminism & Psychology*, 6, 481–504. <https://doi.org/10.1177/0959353596064002>
- Kissling, E. A. (2006). *Capitalizing on the Curse: The Business of Menstruation*. Boulder: Lynne Rienner. <https://doi.org/10.1037/e673552007-001>
- Kissling, E. A. (2013). Pills, Period and Postfeminism. The New Politics of Marketing Birth Control. *Feminist Media Studies*, 13(3), 490–504. <https://doi.org/10.1080/14680777.2012.712373>

- Lorber, J. (2010). Foreword by Judith Lorber. En C. Bobel, *New Blood: Third-wave Feminism and the Politics of Menstruation* (pp. XI–XIV). New Brunswick, New Jersey, and London: Rutgers University Press.
- Maekelbergh, M. (2011). Doing is Believing: Prefiguration as Strategic Practice in the Alter globalization Movement. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/14742837.2011.545223>
- Mamo, L. y Fosket, J. R. (2009). Scripting the Body: Pharmaceuticals and de (Re)Making of Menstruation. *Signs*, 34(4), 925–949. <https://doi.org/10.1086/597191>
- Marieskind, H. (1975). The Women's Health Movement. *International Journal of Health Services*, 5(2), 217–223. <https://doi.org/10.2190/5XUN-VX3H-KMWM-F17M>
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and Popular Culture. *Feminist Media Studies*, 4(3), 255–264. <https://doi.org/10.1080/1468077042000309937>
- Méndez, L. (2016). Mucho más que un signo de impureza: el sexo que sangra en clave antropológica. En T. Bermudez y M. H. Carvalho de Sant'Anna (Eds), *Letras escarlata. Estudios sobre a representación da menstruação* (pp. 43–60). Berlin: Frank & Timme.
- Osborne, R. (1993). *La construcción sexual de la realidad*. Madrid: Cátedra.
- Solá, M. (Ed.) (2013). *Transfeminismos. epistemes, fricciones y flujos*. Navarra: Txalaparta.
- Thiébaud, É. (2018). *Esta es mi sangre. Pequeña historia de la(s) regla(s), de las que las tienen y de los que las marcan*. Xixón: Hoja de Lata.
- Torns, T. y Recio, C. (2012). Desigualdades de género en el mercado de trabajo: entre la continuidad y la transformación. *Revista de Economía Crítica*, (14), 178–202. <http://www.revistaeconomicocritica.org/node/632>
- Torres, D. J. (2015). *Coño potens. Manual sobre su poder, su próstata y sus fluidos*. Navarra: Txalaparta.
- Valls Llobet, C. (2009). *Mujeres, salud y poder*. Barcelona: Cátedra.

## NOTA BIOGRÁFICA


**Emma Gómez Nicolau** es doctora en Sociología. Trabaja como profesora ayudante en el departamento de Filosofía y Sociología de la Universitat Jaume I. Es especialista en sociología del género y sociología de la comunicación. Investiga sobre juventud, representación mediática de la violencia de género y activismo menstrual. Forma parte del equipo investigador del proyecto La resignificación de la mujer-víctima en la cultura popular (FEM2015-65834-C2-2-P).


**Elisabet Marco Arocas** es doctora en Sociología. Coordina proyectos de intervención socioeducativa con la infancia y la juventud en riesgo de exclusión social. Es profesora asociada en el departamento de Sociología y Antropología Social de la Universitat de València desde 2009. Especializada en migraciones transnacionales, exclusión social y vulnerabilidad, investiga sobre procesos de emancipación, representación del sujeto migrante y activismo menstrual.

Artículos / Articles

## ¿Nuevas o viejas masculinidades? El rol masculino dominante entre los adolescentes españoles<sup>1</sup>

### *New or old masculinities? The dominant male role of Spanish adolescents*

Mayra Martínez Avidad   
Universidad Camilo José Cela, España  
[mmartinez@ucjc.edu](mailto:mmartinez@ucjc.edu)

Alba Pérez López   
Universidad Camilo José Cela, España  
[albaper.lopez@gmail.com](mailto:albaper.lopez@gmail.com)

Recibido / Received: 04/03/2020  
Aceptado / Accepted: 23/03/2020



#### RESUMEN

A pesar de los nuevos valores en torno a la igualdad de género, no queda claro que éstos hayan conseguido cambios sustantivos en el modelo de masculinidad de las nuevas generaciones. La presente investigación se propone indagar en qué medida ha cambiado el rol de género de unos varones que han crecido y han sido educados en una sociedad supuestamente más igualitaria. Para ello se ha utilizado una metodología cualitativa basada en grupos de discusión y entrevistas semi-estructuradas con adolescentes que se encuentran en los últimos cursos de Educación Secundaria Obligatoria. En general se observa una persistencia del rol masculino patriarcal, con algunas variaciones también destacables, consecuencia de algunos cambios sociales que han transformado las relaciones entre sexos.

**Palabras clave:** Masculinidad hegemónica; nuevas masculinidades; género; roles sociales; adolescentes.

#### ABSTRACT

Despite the new values of gender equality, it is not clear that they had been able to generate substantive changes in the model of masculinity of new generations. This research aims to determine to what extent the gender role of boys that have been grown and have been educated in a supposedly more egalitarian society, have changed. For this purpose, we use a qualitative methodology base on focus groups and semi-structured interviews with adolescents that are in the last courses of secondary education. In general, we observe a persistence of the patriarchal male role, with also some remarkable variations, consequence of some social changes that have transformed relations between men and women.

**Keywords:** Hegemonic masculinity; new masculinities; gender; social roles; adolescents.

\*Autor para correspondencia / Corresponding author: Mayra Martínez Avidad [mdiaz-bu@ucm.es](mailto:mdiaz-bu@ucm.es)

Sugerencia de cita / Suggested citation: Martínez Avidad, M. y Pérez López, A. (2020). ¿Nuevas o viejas masculinidades? El rol masculino dominante entre los adolescentes españoles. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 171-189. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.63>

1 Esta investigación se basa parcialmente en el trabajo fin de master sobre masculinidades realizado por Alba Pérez López bajo la dirección de Mayra Martínez Avidad.

## INTRODUCCIÓN

El debate en torno a la construcción social del rol femenino y las desigualdades resultantes ha copado la esfera pública en los últimos años. Ello ha contribuido a la deconstrucción de muchas definiciones sexistas de lo femenino que han desencadenado, a su vez, importantes transformaciones sociales y nuevas problemáticas en las relaciones entre los sexos (Beck y Beck-Gernsheim, 2001; Bauman, 2005; Castells y Subirats, 2007). Sin embargo, quizá debido a que tradicionalmente los estudios de género han abordado el tema del rol como modo de hacer evidentes las estructuras que contribuían a reproducir el poder hegemónico heteropatriarcal y sus jerarquías de dominación, socialmente se ha descuidado la atención a las paradojas y conflictos inherentes a la construcción social de lo masculino. Paralelamente a los mecanismos de construcción social del rol de género femenino, las instituciones socializadoras (familias, escuelas, medios de comunicación, Internet e industrias culturales) también construyen, a través de discursos y prácticas sociales, los preceptos normativos que encarnan la manera más honorable y legítima de ser hombre, deslegitimando otras posibles (Bonino, 2003). Estas coordenadas simbólicas sobre qué es y qué no es un hombre –elementos constitutivos del proceso de masculinización– producen “ese artefacto social llamado un hombre viril” (Bourdieu, 2000: 21).

Con todo, los estudios sobre masculinidades son cada vez más numerosos y comienzan a ser conocidos los costes y consecuencias negativas asociadas al rol masculino dominante. Gran parte de la investigación se ha ocupado, de hecho, de los patrones de agresión, criminalidad, prácticas en el cuidado de la salud, prejuicios emocionales y psicológicos, así como las frecuentes tensiones que rodean al rol de género masculino (Connell, 2000; Bonino, 2002; Mac an Ghail y Haywood, 2012); investigaciones que, por otro lado, también están contribuyendo al surgimiento de iniciativas institucionales orientadas al desarrollo de ‘nuevas masculinidades’ (Azpiazu Carballo, 2017). Ciertamente, la masculinidad hegemónica no es la normal estadísticamente (solo una minoría la promulga) pero sigue siendo normativa en el sentido que encarna esa forma más genuina de ser hombre y requiere que todos los hombres se posicionen en relación a ella (Connell y Messerschmidt, 2005). Este ideal normativo es además uno de los factores básicos en la reproducción/perpetuación de las desigualdades de género (Bonino, 2003).

Dado que las definiciones sociales de lo masculino se construyen fundamentalmente en oposición a lo femenino, cabe esperar que algunas de las transformaciones más recientes en torno a las representaciones y prácticas sociales de las mujeres, hayan provocado también variaciones en la denominada ‘masculinidad hegemónica’. Parece que muchos hombres jóvenes, que hoy esperan que las mujeres rechacen relaciones patriarcales, están adoptando un cierto ‘igualitarismo pragmático’ (Connell y Messerschmidt, 2005). Algunas investigaciones sí sugieren ciertas variaciones sutiles y fragmentaciones en la masculinidad dominante de las nuevas generaciones, sin que ello implique que los nuevos modelos – que algunos autores denominan ‘híbridos’ (Bridges y Pascoe, 2014)– demuestren cambios realmente sustantivos, ni resulten más igualitarios (Azpiazu Carballo, 2017).

El ideal masculino parece haber variado poco en términos generales, a pesar de haber quedado maltrecho por el nuevo ideal de igualdad y los rápidos cambios en las relaciones de género. De ahí que los varones se sientan a menudo amenazados y confusos y respondan a estas demandas contradictorias con una pluralidad de actitudes y posicionamientos a veces ambivalentes (García García, 2010). Un ejemplo de estas paradojas lo encontramos en el hecho de que, al mismo tiempo que cada vez más jóvenes se declaran feministas (Ballesteros, et al., 2019), la violencia de género crece especialmente entre los chicos más jóvenes. De hecho, las denuncias por violencia machista que más se elevaron en 2018 frente al año anterior, correspondieron al tramo

de 18 a 19 años (un 14,1% más) (Valdés, 2019). Los valores de igualdad respaldados por las nuevas generaciones también casan mal con las estadísticas de muertes accidentales entre los varones jóvenes. En el tramo de 19 a 23 años esta tasa supone hasta tres veces la registrada por las chicas de la misma edad, lo que puede atribuirse a los mandatos de competitividad y asunción de riesgos del modelo masculino tradicional (García García, 2010).

Partiendo de este escenario complejo, pretendemos conocer qué rasgos concretos del ideal masculino hegemónico siguen vigentes entre los jóvenes y cuáles han podido sufrir más erosión como consecuencia de los cambios sociales, el auge del feminismo y la llamada ‘crisis del patriarcado’. Paralelamente, se pretende ahondar en las imposiciones contradictorias a las que se enfrentan los jóvenes en los diferentes contextos de interacción, las acciones que realizarían de forma consciente para adaptarse al rol dominante, así como el coste percibido de cumplir con el ideal masculino.

Para llevar a cabo la investigación se ha utilizado una metodología cualitativa basada en grupos de discusión y entrevistas semi-estructuradas con adolescentes que se encuentran en los últimos cursos de Educación Secundaria Obligatoria.

## MARCO TEÓRICO

Los procesos relacionados con la adquisición y reproducción de los roles de género han sido ampliamente abordados por diferentes enfoques y campos de estudio. Para la tradición sociológica que va de Durkheim al estructural-funcionalismo de Parsons, la propia existencia de la sociedad depende de la interiorización de los roles sociales –entre ellos los de género– a través de los cuales los individuos interiorizan los valores, normas y jerarquías presentes en la sociedad. El constructivismo social de Berger y Luckmann y las contribuciones de Goffman al interaccionismo simbólico, añadieron al análisis de los roles sociales la relación dialéctica mediante la cual el orden social, no sólo es reproducido desde las propias instituciones sociales, sino que éste es al mismo tiempo generado localmente en las interacciones y prácticas discursivas diarias. Por su parte, la corriente post-estructuralista, la literatura feminista y la sociología crítica, en la que se inscriben autores como Foucault, Butler o Bourdieu, añaden un elemento fundamental al análisis: las relaciones de poder preexistentes. De esta manera el poder, que está presente en todas las relaciones, estructuras sociales y discursos, condicionan esa matriz generativa de orden social, ese sistema normativo que organiza el mundo y reproduce las jerarquías sociales, al cual denominamos ‘rol de género’. En la revisión teórica recogemos precisamente estas aportaciones que consideramos más significativas a la hora de comprender los procesos involucrados en la adquisición, interiorización y reproducción del rol de género masculino. A este recorrido por la literatura académica clásica y contemporánea sumamos, como no, algunas aportaciones fundamentales al estudio de las masculinidades desde el punto de vista sociológico.

### Adquisición, interiorización y reproducción del rol de género masculino

Tal y como ha puesto de relieve la ciencia social, el rol de género comienza a ser adquirido desde casi el momento del nacimiento. Es durante la socialización primaria, y fundamentalmente a través del lenguaje, cómo diversos esquemas motivacionales e interpretativos se internalizan. “Por ejemplo, el tener que actuar como un muchachito valiente y el suponer que los muchachitos se dividen en valientes y cobardes” (Berger y Luckmann, 1968: 169). Según Berger y Luckmann, estos esquemas proporcionan al niño prescripciones institucionalizadas para aplicarse en la vida cotidiana y establecen las

diferencias entre la identidad propia y la de las niñas, al mismo tiempo que enseñan el porqué de estas prescripciones. Resulta especialmente llamativo que el aparato legitimador de los rasgos masculinos hegemónicos haya sido habitualmente una apelación al esencialismo: 'Hay que ser valiente porque así son los hombres de verdad'. Precisamente debido a esta tendencia a conferir un 'status ontológico' a lo que es una tipificación construida por los seres humanos, resulta frecuente que los niños establezcan una fuerte identificación con los roles de género socialmente atribuidos.

También para [Butler \(2001\)](#) el uso del lenguaje es un mecanismo de control sobre las creencias, actitudes y conductas de los sujetos en relación a su identidad sexual. La autora recurre, así, al acto perlocucionario definido por [Austin \(1971\)](#), según el cual, algunos enunciados (los llamados performativos) producen por sí mismos efectos en los sentimientos, predisposiciones y acciones de los individuos, actuando, por tanto, sobre la realidad. A este tipo de actos del habla se une la fuerza ilocucionaria de un repertorio de actos corporales y otros medios discursivos que necesitan de la repetición ritualizada para desplegar sus efectos. En estos supuestos se fundamenta la conocida 'teoría de la performatividad' de Butler<sup>2</sup>, también deudora de [Derrida \(1988\)](#), para quien la posibilidad de diseminar los códigos discursivos, y que éstos sean repetidos indefinidamente por terceros en diferentes contextos (propiedad de iterabilidad), les convierte en marcos reguladores en sí mismos más allá de la intención de los sujetos que enuncian.

Son estos discursos regulativos ampliamente compartidos y diseminados, los que articulan las construcciones genéricas de los roles de género, los cuales acaban además naturalizándose y produciendo la ilusión de esencia ([Duque, 2010](#)). A continuación, vemos algunos ejemplos de estas prácticas discursivas que establecen conductas acordes con las prescripciones culturales de la identidad masculina:

Podemos observar, a manera de ilustración, las prácticas de crianza occidentales en las cuales desde que nace el niño, tiene un lugar y un papel predeterminado en el mundo: su ropa será azul, sus juegos estarán relacionados con la fuerza, la competencia y el poder (armas, carros, fútbol, caballos de madera, etc.); tendrá menos restricciones en su movimiento (no usará vestidos largos e incómodos, faldas ni sandalias que por ejemplo le impidan subir a un árbol), el trato de los hombres de la casa hacia él tendrá cierto nivel de fuerza y temple; y por su puesto se le prohibirá en lo posible llorar ("los hombres no lloran") o ser "afeminado" (maquillarse, jugar con muñecas o con utensilios de cocina), así como expresar atracción o sentimiento estético por otros niños. ([Duque, 2010: 88](#))

Este tipo de prácticas discursivas continuadas ejercerán tal efecto en el individuo, que en no pocas ocasiones el imperativo de amoldamiento social consigue vencer al substrato biológico:

Por ejemplo, un hombre debe vencer su temor instintivo a la muerte mediante el valor (...). Similarmente, un hombre puede obligarse a ejercer sus funciones sexuales venciendo la resistencia inerte de su saciedad fisiológica, con el propósito de mantener su identidad como modelo de hombría". ([Berger y Luckmann, 1968: 225](#))

Ciertamente, el debate biología vs ambiente se torna superfluo cuando nos percatamos del poder de las formaciones socio-culturales a la hora de modular algunas funciones biológicas<sup>3</sup>. Por otro lado, las posiciones biologists que relacionan el género con el sexo del individuo pierden también preeminencia cuando la evidencia etnológica da cuenta de

2 La posición de Butler va un paso más allá del construccionismo social al defender que, no sólo el género, también el propio binarismo sexual es producto de las configuraciones socio-históricas. De hecho, para la filósofa no es correcto definir el género como una interpretación cultural del sexo, pues es el propio rol de género –entendido como constructo social que se perpetúa y reproduce mediante una serie de discursos– el que prescribe una (hetero)normatividad sexual.

3 [Berger y Luckmann \(1968\)](#) recuerdan que la socialización impone límites a muchas funciones del organismo como la sexualidad o la nutrición, hasta el punto de que el individuo exitosamente socializado es incapaz de realizar conductas consideradas 'impropias'.



la variabilidad de los roles asumidos por mujeres y hombres en los diferentes contextos sociales y culturales. Un ejemplo serían las prácticas sexuales socialmente normalizadas en la Antigua Grecia que eluden una de las tipificaciones básicas de la masculinidad hegemónica más reciente: el de la heterosexualidad. En su obra ya clásica, *Historia de la Sexualidad* (2003), Foucault muestra cómo en la sociedad griega de la época, ni siquiera existía la concepción actual de homosexualidad. Regidos por un código ético diferente, para los griegos lo fundamental no era la preferencia de mujeres frente a muchachos, sino el de dominar y no ser dominado por los propios deseos (moderación) y el de evitar la pasividad sexual.

Sin embargo, es precisamente este “trabajo colectivo de socialización de lo biológico y de biologización de lo social”, lo que según Bourdieu (2000: 6), contribuye a “invertir la relación entre las causas y los efectos y a hacer aparecer una construcción social naturalizada como el fundamento natural de la división arbitraria” entre hombres y mujeres; lo cual legitima, al mismo tiempo, las desigualdades inherentes a esa división. Bourdieu (2000) sostiene que la dominación masculina consiste, de hecho, en este proceso de familiarización con los discursos, prácticas y espacios que reproducen los esquemas fundamentales de la visión androcéntrica del mundo. La hegemonía masculina se inscribe, así, en las estructuras sociales otorgando a los hombres esa posición privilegiada en términos de capital simbólico y valor social que también las mujeres incorporan a sus estructuras cognitivas a través del ‘habitus’. El mecanismo de reproducción de esta jerarquía está, de este modo, fácilmente asegurado: debido a su posición privilegiada en la estructura social, los hombres no sólo disponen de más poder a la hora de seguir conformando las maneras de organizar la sociedad y las definiciones de la realidad favorables, sino que cuentan, además, con la complicidad de las víctimas de la dominación simbólica.

## Rasgos asociados a la masculinidad hegemónica tradicional y sus efectos negativos

Las definiciones oficiales del rol de género que fluyen desde las instituciones centrales de la sociedad suelen englobar los atributos, normas y valores que consiguen mayor consenso y aprobación social al expresar valores y jerarquías socialmente aceptadas en un momento histórico dado. Este rol hegemónico constituye la generalidad de la norma o el ‘rol general’ que alude, al mismo tiempo, a una identidad colectiva, y que el niño incorpora subjetivamente en el proceso de socialización primaria. Es a través de este proceso de abstracción de los roles de otros significantes –lo que Mead (1973) denomina ‘el otro generalizado’– cómo la sociedad ejerce control sobre sus miembros individuales. Adicionalmente, para corregir cualquier posible desviación de la norma oficial, la sociedad también cuenta con una serie de mecanismos de control: desde la presión ejercida por los otros niños socializados exitosamente, hasta los dispositivos terapéuticos para la ‘reparación’ de la identidad desviada (Berger y Luckmann, 1968).

Los mandatos de la masculinidad clásica, sobre la que se ha teorizado ampliamente en las últimas dos décadas, pueden resumirse en una serie de aspectos socialmente identificables:

Un hombre es quien no muestra sus sentimientos, quien ejerce autoridad por todos los medios, quien hace uso autolegitimado de la violencia, quien no tiene contacto sexual o afectivo con otros hombres, quien se pone en riesgo para mostrar su valentía. (Azpiazu Carballo, 2017: 34)

Basándonos principalmente en el trabajo realizado por Bonino (2003), al que incorporamos el rasgo de ‘Heterosexualidad activa’ recogido por Muñoz Sánchez (2017), en la Tabla I resumimos los rasgos o dimensiones propias de la masculinidad hegemónica tradicional, así como los preceptos normativos y las conductas y actitudes asociadas a cada uno de ellos.

**Tabla I.** Rasgos o dimensiones de la masculinidad hegemónica tradicional, mandamientos y conductas asociadas

Dimensiones de la masculinidad hegemónica tradicional	Mandamientos básicos	Conductas/actitudes
<b>Autosuficiencia e individualidad</b>	Valerse por uno mismo; ser independiente y no apoyarse en nadie; destacar como diferente y superior.	Autoconfianza; autonomía; individualismo; tendencia a demostrar superioridad.
<b>Trascendencia, éxito y prestigio social</b>	Lograr éxito y poder; alcanzar una posición social relevante a través del ámbito profesional; obtener reconocimiento social.	Búsqueda del éxito profesional; ambición y competitividad laboral.
<b>Trabajador/proveedor y responsable de su familia</b>	Ser responsable de su mujer e hijos; ser capaz de ofrecerles protección y sustento.	Asunción del rol dominante de cabeza de familia; inclinación a satisfacer las demandas que impone su carrera profesional y menor preocupación por aspectos domésticos y aquellos relacionados con la crianza de los hijos
<b>Heroísmo y violencia</b>	Ser fuerte, valiente y luchador; dominar y no ser dominado; no dejarse avasallar; resistir el dolor y las adversidades sin quejarse ni mostrar debilidad.	Búsqueda de hazañas y proezas; impulsividad, afrontamiento del riesgo y espíritu de aventura; aguante para soportar dolor y superar sufrimiento; dureza emocional y aplomo con inhibición del miedo, la debilidad o el llanto; emocionalidad distante y uso de la violencia como instrumento legítimo.
<b>Superioridad sobre las mujeres</b>	No dejarse someter por las mujeres; destacar sobre ellas en todos los ámbitos con excepción a las áreas típicamente femeninas.	Demostrar y pugnar por el dominio en la relación de pareja; relegar a la mujer como pasiva admiradora; entenderse con mayor derecho al protagonismo que las mujeres y ostentarlo.
<b>Heterosexualidad activa</b>	Conquistar a un gran número de mujeres y relacionarse con ellas sexualmente; no albergar ningún atributo, rasgo, ni actitud que pueda considerarse femenina; no relacionarse afectiva o sexualmente con otros hombres; demostrar potencia sexual superior.	Rol sexual activo y exhibición de gran potencia sexual como demostración de virilidad.

Fuente: Adaptado de [Bonino \(2003\)](#)

Las creencias que componen esta matriz de género masculino llevan sin embargo asociadas importantes consecuencias negativas para la vida de los varones. Es la llamada ‘problemática silenciada’ de la masculinidad hegemónica. Una de las coordenadas matrices, el de ‘autosuficiencia e individualidad’, conlleva por ejemplo comportamientos como la represión emocional, la negación de ciertos vínculos afectivos, el rechazo a la ayuda de otros y el afrontamiento en solitario de los problemas ([Navarro, 2004](#)). En los peores casos

estas autoexigencias pueden generar trastornos psicológicos que, unido a la imposibilidad de pedir ayuda, pueden derivar en suicidio, cuya frecuencia en nuestro país, casi triplica a la de las mujeres (2.718, frente a 961 en 2017) (INE, 2019).

Por su parte, el precepto de ‘transcendencia y éxito’ genera estrés, miedo al fracaso, conductas de auto-explotación (adicción al trabajo) y ‘síndrome de burnout’ (González, 2006). Al mismo tiempo, los varones experimentan frecuentes sentimientos de inadecuación y fracaso si no pueden cumplir debidamente con su ‘papel de proveedor’ como padres y cabeza de familia (Rodríguez, 2014). Los efectos de la división sexual del trabajo y la desigual distribución de los cuidados –causante de que ellas padezcan una menor proyección social, laboral y económica– genera su contrapartida en los hombres: en caso de divorcio, mayor tasa en pérdidas de custodias y obligación de abandonar el hogar familiar. Aunque la custodia compartida se ha triplicado en relación a hace una década, aún sigue siendo mayoritaria la concedida en exclusiva a la madre (el 61,6% en 2018), frente a las infrecuentes custodias obtenidas por el padre (4,2% en 2018) (INE, 2019).

Pero quizá el mandato masculino que más estragos causa entre los hombres es la demostración de ‘heroísmo y el uso de la violencia’. El ideal heroico está asociado a competitividad y conductas de riesgo que derivan en accidentes deportivos y de tráfico, transgresión de normas, peleas y conductas delictivas y antisociales. Resulta indicativo que los hombres fallecidos en accidentes de tráfico en España en 2017 fueran más del triple que las mujeres (INE, 2019). Ese año, casi el 80% de los condenados por algún tipo de delito fueron también varones (INE, 2018). Todo ello, unido a otras cuestiones, como una mayor frecuencia de adicciones (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2019), puede estar también relacionado con una menor esperanza de vida. En 2018, la brecha fue de 5,3 años menos de vida para los hombres (INE, 2019). En las cohortes jóvenes la tasa de probabilidad de muerte masculina triplica y llega a cuadruplicar la femenina (García García, 2010). En el ámbito escolar, este tipo de conductas valoradas por los varones coinciden también con un mayor número de sanciones disciplinarias, así como con un mayor abandono y fracaso escolar entre los chicos (Sanz, 2016).

El precepto de ‘heterosexualidad activa’ del modelo hegemónico ejerce también fuerte presión sobre los hombres. Es ilustrativo que el primer y tercer motivo de burlas y exclusión entre el alumnado, según la percepción del profesorado, sean respectivamente: “ser un chico que parece o se comporta como una chica”, y “ser o parecer gay” (Pichardo Galán, et. al, 2015). Paralelamente, los jóvenes sufren la presión de ser activos sexualmente y la coacción de los pares por ejercer conductas que reproduzcan la jerarquía masculina (Segato, 2018)<sup>4</sup>. Esto, unido a la cosificación de la mujer en la sociedad, –aspecto en el que también puede estar influyendo la industria del porno, cuyo consumo es mucho más frecuente entre los hombres (Ballester Brage y Orte Socias, 2019)– puede estar en parte relacionado con los numerosos casos de abusos sexuales, producidos casi invariablemente por varones. En 2018 el 98,28% de los detenidos e imputados por delitos sexuales fueron hombres (INE, 2019).

Finalmente, la necesidad de demostrar ‘superioridad sobre las mujeres’, en combinación con otros de los mandatos ya mencionados –como el uso legitimado de violencia, o el hecho de que las formas de expresión emocional permitidas se reduzcan prácticamente a manifestaciones de rabia e ira–, parecen determinantes a la hora de explicar las alarmantes cifras de violencia de género en España. Solo en 2018, 48 mujeres fueron asesinadas por sus parejas o exparejas, y se interpusieron 166.961 denuncias por violencia de género (Ministerio de Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad, 2019).

4 Segato señala que existe una correspondencia entre este mandato de la masculinidad y la concepción del cuerpo femenino como un terreno explotable y susceptible de ser vejado.

## Contradicciones, paradojas y ambivalencias en la representación del rol de género masculino

Los esquemas básicos de acción y pensamiento acordes con el rol de género, no permanecen, sin embargo, invariables y estáticos independientemente de los contextos. A través de sus minuciosas descripciones acerca de las interacciones en la vida cotidiana, Goffman (1981) muestra que las actitudes y comportamientos esperados varían según el contexto en el que se despliegan. En el caso del rol de género masculino resulta evidente, por ejemplo, que no son iguales las características y comportamientos valorados y aceptables en contextos predominantemente masculinos, que en aquellos mixtos en presencia de mujeres. Esto es fácilmente observable en “las ‘despedidas de solteros’, durante las cuáles pueden exaltarse características comunes que podrían resultar groseras para ellas” (Ramírez, 2011: 253). Del mismo modo, son diferentes las constricciones que impone un contexto homosexual y otro heteronormativo. Un hombre homosexual puede incluso presentar una fachada personal masculina diferente ante sus amigos, que ante su familia y compañeros de trabajo, a quienes aún no ha revelado que es gay (Ramírez, 2011).

Muchas de las rupturas y ambivalencias en las representaciones de los géneros son producto de la propia estructura social. En su ensayo sobre la *ambivalencia sociológica* (1980) Robert Merton (citado por Martín Criado, 2014), ya señalaba que los roles sociales generan continuamente oscilaciones y dilemas entre los sujetos, pues aquellos pueden, por ejemplo: plantear exigencias contradictorias, entrar en conflicto con otros roles que forman parte de la identidad social del sujeto, o que éste se encuentre con dificultades para cumplirlo en la práctica real. Todo esto es especialmente habitual en lo referente al rol de género. Moen y Orrange (2002) ponen como ejemplo las divergencias entre la demanda propia del rol masculino dominante de ser el sostén familiar, y las demandas simultáneas de sus parejas de participar activamente en el trabajo doméstico y de crianza. Además, las demandas de corresponsabilidad en el trabajo doméstico tropiezan con horarios de trabajo que siguen estructurados alrededor del modelo de ‘hombre-proveedor’ el cual exige jornadas a tiempo completo (si no más), con permisos de paternidad reducidos<sup>5</sup> (Moen y Orrange, 2002).

Las contradicciones son también frecuentes en aquellos casos en los que los hombres desempeñan profesiones tradicionalmente femeninas como la de maestro. Así, por ejemplo, aunque por un lado la sociedad reivindica que existan cada vez más maestros de primaria varones, por otro lado, les somete a un escrutinio continuo por si son gais o pedófilos, al mismo tiempo que les considera menos competentes para el cuidado de los niños que a sus compañeras de profesión (Sargent, 2000; Fordice y Nielsen, 2013).

También es habitual la contradicción existente entre los preceptos normativos de ‘individualismo’ e ‘insensibilidad’, propios de la masculinidad dominante, y las demandas de las significantes femeninas acerca del cuidado de los vínculos a través de la expresión de los afectos. Algunas investigaciones han mostrado cómo las tensiones son a menudo visibles en las relaciones de pareja heterosexuales. Es común, por ejemplo, que las chicas reprochen a sus parejas la falta de gestos que, según sus propias narrativas amorosas, expresarían atención y cariño, como regalos, sorpresas o expresión del amor en cartas y notas; reproches que, por otro lado, producen sorpresa, malestar y enojo entre los varones (Vicente Olmo, 2018). Otros investigadores han dado cuenta de las ambivalencias surgidas cuando entra en juego el doble estándar de género vigente en el terreno de las prácticas sexuales entre adolescentes. Mientras que el valor social de las chicas se sigue rigiendo por el recato sexual, el de los chicos gira entorno a la promiscuidad, lo cual deriva en que

5 Con referencia a los permisos de paternidad hay que señalar, sin embargo, que éstos han evolucionado considerablemente en los últimos años hacia una mayor equidad de género (Jurado y Bueno, 2019) y que, como era de esperar, han probado ser una medida exitosa para fomentar la corresponsabilidad de ambos progenitores en las tareas de cuidado (Meil Landwielind, 2017).

a menudo los varones, “por un lado, premien la poca experiencia sexual de las chicas, y al mismo tiempo, se quejen de ello” (Venegas, 2018: 269).

Muchas de estas paradojas surgen de manera especial cuando los sujetos entran en contacto con otras definiciones posibles del rol procedentes de mundos culturalmente discrepantes (Berger y Luckmann, 1968). Las discordancias pueden ser comunes entre los procesos de socialización en la familia y en el grupo de pares, en los que las formas de representación del rol masculino son más vigiladas y estrictas (Kimmel, 2004). De hecho, los rituales de masculinización propios del período adolescente suelen exigir un énfasis –visible en las elevadas tasas de muertes accidentales en estas cohortes más jóvenes–; un énfasis que se ve atenuado con el paso a la vida adulta, cuando cobran más peso otros rasgos masculinos como la protección y el sustento de sus familias o la independencia y el autocontrol (Rivas, 2005).

Otro de los elementos propios de la socialización secundaria, con una influencia predominante en la configuración de las identidades de género, son los medios de comunicación, Internet y las industrias culturales como el cine, donde en las últimas décadas han florecido representaciones alternativas de masculinidad (McKay, Mikosza y Hutchins, 2005). En lo referente al ámbito virtual, hay que tener en cuenta que la influencia no sólo la ejercen las producciones de los medios digitales, sino también aquellas realizadas por los propios sujetos y compartidas a través de todo tipo de dispositivos (Jiménez Tostón y Aroca Cifuentes, 2019).

Paralelamente a los conflictos producidos por la influencia de los diferentes agentes de socialización secundaria, a lo largo de la vida del individuo pueden surgir tensiones y resistencias, fruto de la relación dialéctica entre el rol y sus propios impulsos biológicos, deseos e intereses. Goffman señala que, en algunos casos, los sujetos resuelven las incompatibilidades entre la exigencia del rol y sus propios intereses a través de ‘jugadas’ o estrategias en las que “instrumentalizarían los rituales de interacción para alcanzar sus metas” (Galindo, 2015: 24). Mediante una correcta representación de las fórmulas admitidas de cortejo, un muchacho podría, por ejemplo, conseguir una cita o un encuentro sexual con una chica (Galindo, 2015). Además de para alcanzar unas metas específicas, los movimientos discursivos de los sujetos se guían de manera especial –según Goffman (1974)– por la necesidad de acumular ‘crédito social’ y extraer un valor positivo de nosotros mismos. Es interesante comprobar cómo –al igual que los hombres heterosexuales– los varones homosexuales pueden utilizar en determinados contextos, atributos y comportamientos estereotípicamente masculinos en un intento de acumular ‘capital masculino’, entendido éste como el poder social y simbólico adquirido al desplegar rasgos y comportamientos asociados a la masculinidad hegemónica (Ravenhill y de Visser, 2017).

## METODOLOGÍA

Para explorar las posibles variaciones en el rol masculino hegemónico tradicional entre los jóvenes varones españoles, llevamos a cabo 4 grupos de discusión mixtos (en los que participaron 13 chicas y 14 chicos) y 4 entrevistas semi-estructuradas con varones residentes en la Comunidad de Madrid. El diseño de la muestra incorporó los perfiles sociodemográficos que podrían funcionar como dimensiones estructurantes de los roles de género: la clase social y la orientación sexual. Dado que la posición social es generadora de sus propios esquemas generativos de prácticas y discursos (Bourdieu, 1988), utilizamos esta dimensión a la hora de formar los grupos. Así, un grupo lo conformó participantes de un centro privado de muy elevado nivel socioeconómico en Villafranca del Castillo;

dos grupos correspondían a alumnos de institutos públicos y familias de clase media en Arganda del Rey y Madrid; mientras que un cuarto grupo eran estudiantes de un centro público y de origen socioeconómico medio-bajo en Alcorcón. A esta heterogeneidad entre grupos también se han añadido el criterio de heterogeneidad intra-grupo en torno a la dimensión de orientación sexual.

La investigación (exploratoria) se realizó (entre marzo de 2018 y marzo de 2019) a partir de un guión estructurado en torno a las categorías expuestas en la Tabla I y que conforman los rasgos o atributos de la masculinidad hegemónica tradicional: Autosuficiencia e individualidad, Transcendencia y éxito, Papel de proveedor, Heroísmo y violencia, Superioridad sobre las mujeres y Heterosexualidad activa. Para el análisis y codificación de las transcripciones se utilizó el programa de análisis de contenido cualitativo QCAmap.

La técnica de grupos de discusión persiguió captar las opiniones de los sujetos ante las presiones y constricciones externas, pues son en estas situaciones como tienden a producirse en la realidad cotidiana (Martín Criado, 2014). La censura estructural propia de la situación social generada, actuaría favorablemente a la hora de desvelar los rasgos masculinos que gozan de mayor grado de aceptabilidad y legitimidad entre los jóvenes.

El juicio de los iguales es especialmente importante en el caso de las representaciones de género masculinas, consideradas incluso un mero ejercicio de exposición dirigida al resto de los varones (García García, 2010). Como plantea Kimmel, la masculinidad es un constructo que se desarrolla eminentemente en presencia de otros varones, pues son “ellos los que nos miran, nos clasifican, nos conceden aceptación en el reino de la virilidad” (2004: 186). Por su parte, las entrevistas pretendieron captar lo que expresaría un individuo liberado de la presión de esos juicios externos.

Durante el análisis examinamos, también, las contradicciones y los vaivenes en la argumentación de los interlocutores, un aspecto de especial relevancia a la hora de interpretar las dinámicas y estrategias simbólicas inherentes a la representación de cualquier rol social (Martín Criado, 2014). Este análisis reveló en nuestro caso, las ambivalencias a la que se ven sometidos los jóvenes varones, fruto de las tensiones entre el rol socialmente definido y el exigido en diferentes contextos sociales.

La inclusión de chicas en los grupos de discusión permitió, asimismo, indagar en los atributos masculinos predefinidos y valorados por los significantes femeninos. Éstos son de gran importancia, no sólo porque las jóvenes son agentes mediadores de la realidad social, sino porque una interacción exitosa con ellas, se convierte en un activo importante que puede ser mostrado al resto de varones (García García, 2010).

## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### El rol masculino dominante entre las nuevas generaciones

Del análisis de los grupos de discusión y entrevistas se extrae que, con independencia del origen socioeconómico, el rol masculino dominante entre los jóvenes de hoy comparte muchos de los atributos del ideal masculino tradicional con algunas variaciones. Siguen siendo frecuentes entre los varones las manifestaciones de ‘Heroísmo y violencia’, especialmente en lo que se refiere a las demostraciones de valentía, que a menudo entrañan conductas de riesgo: *“Hace un par de semanas me subí en el coche de un amigo y dije ¡Dios, dónde me he metido! Normalmente soy muy de adrenalina de ¡venga, vamos a hacerlo!”* (Varón, 18 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio). *“Sí que he hecho bastantes veces el cabra, bastante peligrosas (...). Ese momento que estás con tus amigos y te dicen*



*¿a que no hay huevos?”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio). *“Sí, a mí me gusta la sensación, ese miedo cuando vas a saltar y luego saltas y ves que sigues vivo”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico alto). Los jóvenes a menudo comentan estas hazañas con orgullo y diversión ante sus iguales y consideran algunos comportamientos violentos como preceptos ineludibles: *“Quedar por debajo de alguien que es igual a ti y que está retándote, inconscientemente cuesta... no puedes quedar como inferior”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico alto). Además, esta característica es de las más repetidas en su definición de hombre: *“Ser hombre es ser valiente, fuerte mental y físicamente”* (Varón, 18 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio). Estas afirmaciones ponen de relieve algunas dinámicas ya descritas por los enfoques psicoanalíticos feministas (Chodorow 2002, citado por García García, 2010) según los cuales, esta propensión masculina a la agresividad es una respuesta defensiva ante una eventual humillación por parte de los iguales.

Igualmente, los adolescentes otorgan gran importancia al valor de la ‘Autosuficiencia e independencia’, valorando la capacidad de valerse por ellos mismos y prescindiendo de cualquier tipo de apoyo. Al contrario que las chicas, los varones invariablemente manifiestan que siempre intentan resolver sus problemas por sí mismos. *“Yo si pido ayuda es cuando ya veo que no tengo otros recursos”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio). La tendencia a no compartir ni expresar emociones –que escondería en el fondo una incapacidad para demostrar vulnerabilidad– es, además, uno de los atributos más característicos entre los jóvenes: *“Yo he llorado una vez en mi vida, dos como mucho, delante de mis amigos”* (Varón, 16 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio-bajo). *“De forma habitual no hablamos de eso [sentimientos], son tus cosas, tus problemas, algo tuyo”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico alto).

Este tipo de conductas relativas a no aparecer débiles o vulnerables son en cierta medida reforzadas por sus iguales femeninas, quienes con bastante frecuencia admiten tener en su ideal de pareja un chico ‘decido’ y ‘seguro de sí mismo’. No obstante, las chicas demandan y valoran actitudes contrarias a la masculinidad hegemónica cuando se trata de la esfera íntimo-amorosa. En este terreno las chicas esperan que los chicos se comporten de acuerdo a una serie de prácticas ‘románticas’ (esquemas estereotipados acerca de las maneras femeninas de abordar los sentimientos amorosos) donde la sensibilidad y la expresión emocional son rasgos deseables, *“Me gusta un chico que sea romántico, que me apoye, que sea cariñoso, que sepa escuchar”* (Mujer, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio). Estos resultados son consistentes con investigaciones previas (Vicente Olmo, 2018) que ya señalaban las relaciones de pareja heterosexuales como el terreno donde, con mayor frecuencia, se solapaban dos mandatos opuestos de lo deseable.

Asimismo, continúa siendo relevante la necesidad de ‘Trascendencia, éxito y prestigio social’, lo cual puede observarse en los intereses profesionales manifestados por los varones, más vinculados a itinerarios profesionales socialmente más valorados y mejor remunerados, como los ligados al área tecnológica. Además, la mayoría aspira a alcanzar posiciones sociales relevantes y admite una preferencia por el liderazgo: *“Me gustaría abrir una empresa y que no me controlen a mí, sino llevarlo a mi modo”* (Varón, 18 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio), *“Me gustaría ser jefe porque me veo con capacidad de liderazgo”* (Varón, 16 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio). Las predisposiciones observadas son acordes con las tendencias todavía advertidas en torno la elección de itinerarios profesionales entre jóvenes de nuestro país, según las cuales, los varones en niveles de la ESO todavía planean, en mucha mayor medida que las chicas, decantarse por itinerarios STEM, los cuales generalmente proporcionan mejores perspectivas laborales (González Ramos, Vergés Bosch y Martínez García, 2017; López Rupérez y García Expósito, 2018).



Las características de ‘Heterosexualidad activa’ que se les presupone a los hombres, siguen por otro lado plenamente vigentes entre las nuevas generaciones. De hecho, aquellos que no encajan con la heteronormatividad propia del rol masculino, admiten haber ocultado su orientación sexual para evitar situaciones de acoso que aseguran haber presenciado con bastante frecuencia: *“Así lo más grave, fue antes de salir del armario, que en mi clase había un chico a quien todo el rato le llamaban maricón y se metían con él, y a mí me daba miedo que me hicieran lo mismo. Así que pensé: hay que disimular, o me ligo a una chica, que obviamente no, o me hago el homófobo como ellos. Y empecé a meterme yo también con él. Cada vez que le decían algo, yo también, el que más caña le daba”* (Varón, 16 años, gay, nivel socioeconómico bajo). Estas afirmaciones son reflejo de la proliferación de actitudes homófobas en los centros escolares españoles de los que han dado cuenta diferentes estudios (Pichardo, 2009) y, como defiende García García (2010), nos permiten entender de qué manera se desencadenan ciertos comportamientos colectivos, como la participación en casos de acoso escolar, en los que los jóvenes llegan a cometer atrocidades impensables a título individual.

En los grupos de discusión se evidencia, además, que las chicas son mucho más abiertas que los chicos en relación a la diversidad sexual. Mientras que era frecuente encontrar a chicas lesbianas y bisexuales para participar en la investigación –sin que su orientación sexual originara el menor signo de extrañeza o desaprobación entre sus iguales femeninas–, resultó mucho más difícil encontrar chicos de orientaciones sexuales distintas a la heteronormativa para participar en los grupos. Ello parece también indicativo de la preeminencia de la heterosexualidad como uno de los mandatos fundamentales de la masculinidad hegemónica entre los jóvenes. La menor tolerancia de los varones adolescentes en torno a la diversidad sexual en comparación con las chicas, es también consistente con otras investigaciones recientes sobre masculinidades y feminidades llevadas a cabo recientemente en España (Jiménez Tostón y Aroca Cifuentes, 2019) y contrasta con los niveles de tolerancia de la sociedad española en general que, según organismos como la Comisión Europea, estaría entre los más altos de la UE (Rovirosa y Herrera, 2019).

Los jóvenes también responden al precepto de mostrarse activos sexualmente como demostración de virilidad. Además, en general suelen considerar esta tendencia como fruto de una realidad biológica ajena a cualquier aprehensión socialmente entendida, y en modo alguno condicionada: *“A mí me parece que los hombres somos más insaciables, más animales, por decirlo así”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico alto). *“Los hombres nos dejamos llevar mucho más por los instintos”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico alto). Sin embargo, en ausencia de vigilancia de sus iguales, reconocen que la tendencia de los chicos a ser más promiscuos puede responder a un intento de ganar crédito social o ‘capital masculino’: *“Es más natural para el chico ser infiel ¿Por qué? Si uno tiene una pareja y se va con otra, queda bien ante sus amigos, cosa que está mal, pero los chicos que son infieles en mi opinión lo hacen para sentirse queridos por sus amigos, para sentirse superiores”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio).

A pesar de la vigencia de los rasgos masculinos clásicos hasta ahora señalados, también el rol hegemónico tradicional está sufriendo algunas variaciones palpables entre las jóvenes generaciones. El rasgo tradicionalmente masculino que más erosión ha sufrido, es el de ‘proveedor’. Parece que el nuevo modelo de hombre es aquel que, además de aportar a la economía familiar, participa activamente en las labores domésticas y de cuidados: *“Como padre tendría, por supuesto, las mismas responsabilidades que la madre (...) si les tengo que lavar, ayudar en temas de casa, limpiar, cocinar... pues eso ayudar, bueno ayudar no, hacer en verdad”* (Varón, 18 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio). Este cambio fundamental viene forzado, sin duda, por dos fenómenos sociales de influencia recíproca: los nuevos valores en torno a la igualdad de género y la incorporación general

de la mujer al mercado laboral. De hecho, las chicas defienden de manera decidida su vida profesional, que parecen identificar como el mejor garante de la igualdad de género, con lo que le otorgan incluso más importancia que los propios varones. Es interesante observar que, mientras muchos de los sujetos masculinos dicen estar dispuestos a dejar de trabajar una temporada para cuidar de sus hijos o padres, muchas chicas aseguran que no abandonarían sus trabajos para ejercer de cuidadoras: *“Buscaría guardería o cualquier alternativa antes de dejar el trabajo”* (Mujer, 17 años, bisexual, nivel socioeconómico medio), *“Yo no lo haría [dejar de trabajar para cuidar de sus hijos] si no fuera extremadamente necesario”* (Mujer, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico alto). *“Yo estaría cómodo, si es necesario [con dejar de trabajar para cuidar de sus hijos]”* (Varón, 17, heterosexual, nivel socioeconómico medio).

Igualmente, el consenso social en torno a la igualdad de género ha erradicado del discurso masculino cualquier alusión acerca de una supuesta ‘superioridad frente a las mujeres’, lo cual suscitaría un importante rechazo social. El hombre que cuenta con mayor legitimidad social en nuestros días, es aquel que considera a la mujer una igual. Huelga decir que ello no implica que no existan contextos en los que se inste a los varones a mostrar esa superioridad o no se les penalice por aparecer como inferiores. De hecho, en las entrevistas, sí reconocen que ‘algunos hombres’ (en ningún caso admiten que puedan ser ellos mismos) pueden sentirse incómodos en contextos en los que una mujer ocupe una posición superior: *“Si por ejemplo un hombre entra en una empresa y es una mujer la jefa, ya le discriminan a él en plan ‘jaja una mujer está por encima de ti’, y van a por él. Yo creo que eso les afecta porque, hay tanto machismo, que estar por debajo de una mujer para ellos es como un problema, que es una tontería, pero yo creo que ellos piensan que les perjudica.”* (Varón, 16 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio).

### **Cuestionamiento, ambivalencias y divergencias ante el rol masculino hegemónico**

Vemos cómo las ambivalencias de los jóvenes son frecuentes. Aunque por un lado la mayoría afirma no identificarse con el arquetipo masculino dominante –y, de hecho, muchos de ellos se definen a sí mismos como feministas– por otro, tienden, como hemos comprobado, a representar muchos de los rasgos del rol patriarcal en sus interacciones diarias. Cuando se les pregunta de manera explícita por este aspecto, defienden una manera flexible de ser hombres acorde con el discurso feminista: *“Un hombre puede estar en casa, puede llorar, no tiene por qué ser fuerte y valiente”* (Varón, 16 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio-bajo). Sin embargo, vemos cómo la mayoría de los rasgos de la masculinidad hegemónica tradicional, no sólo se mantienen vigentes, sino que los jóvenes tienden a autorregular su comportamiento para amoldarse a lo que se espera de ellos: *“El otro día me vinieron ganas de llorar, pero... pasé (...) se me saltaron un poco las lágrimas, pero me preguntaron qué tal y me dio un poco de corte”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio). Incluso, aunque en ocasiones defienden una manera de definirse contrarios a la masculinidad hegemónica, ésta muchas veces supone un alarde de los imperativos de independencia y valentía: *“Me da igual, yo soy yo mismo, si alguien piensa que no soy un hombre me río de ellos”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio).

En cuanto a las consecuencias negativas del rol masculino dominante, los jóvenes identifican con bastante frecuencia la dificultad para expresar emociones como el efecto más pernicioso del ideal masculino. En las entrevistas, sin presencia de otros compañeros, los jóvenes admiten con más llaneza sus dificultades en torno a la expresión emocional, un terreno que continúan considerando de dominio femenino: *“Lo peor y más complicado de ser un hombre, para mí, es expresarme. Porque solemos ser más cerrados, no expresamos tanto nuestros sentimientos”* (Varón, 16 años, heterosexual, nivel socioeconómico bajo).

*“Yo creo que las mujeres sienten más (...) Nos perdemos eso yo creo”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio).

A pesar de todo, son las chicas las que demuestran ser más conscientes de los perjuicios de una masculinidad tóxica, aludiendo a menudo a la menor intimidad en relaciones de amistad entre hombres, a la dificultad para expresar emociones y a la presión social para mantener su estatus “de machito”.

Finalmente, si comparamos las disposiciones en torno al rol de género y las propias del grupo según su posición en la estructura social, no encontramos apenas diferencias entre grupos en función de las variables socioeconómicas tenidas en cuenta. Solamente en lo referente a la variable de orientación sexual existe alguna diferencia. En este sentido, los chicos gais parecen ser algo más conscientes de las consecuencias negativas que la masculinidad hegemónica provoca en los hombres. Ellos identifican la presión por tener un cuerpo normativo o el rechazo hacia aquellos que se dedican a un campo profesional feminizado: *A los chicos que (...) no tienen un cuerpo tan perfecto como los que salen en redes sociales, se les suele juzgar mucho* (Varón, 17 años, gay, nivel socioeconómico bajo). *“Si un hombre estudia o se dedica a ese mundo [la moda], se le considera más femenino que masculino. Hay chicos que se lo pierden por miedo a la sociedad”* (Varón, 17 años, gay, nivel socioeconómico bajo).

Asimismo, todos los sujetos reconocen haber presenciado situaciones de acoso hacia otros varones por el hecho de no reproducir el rol típicamente masculino, lo que evidencia la presión ejercida por los iguales masculinos a la hora de garantizar su cumplimiento: *“Con 14, 15 años lo he visto mucho. Cosas como si no eres como nosotros, no entras en el grupo, no juegas con nosotros (...) por cosas como la forma de hablar o los andares”* (Varón, 17 años, heterosexual, nivel socioeconómico medio). Estos resultados dan cuenta del fuerte compromiso de los varones por las formas de representación social del rol masculino en entornos homosociales y las graves represalias que se derivan de su no cumplimiento (Kimmel, 2004; García García, 2010).

## CONCLUSIONES

Pese al incipiente interés social en torno a las ‘masculinidades tóxicas’, no existe un real cuestionamiento entre los jóvenes sobre la representación social dominante de lo masculino, sino más bien prácticas que reproducen el marco preceptivo de la masculinidad hegemónica tradicional, con algunas variaciones también destacables.

Según los datos extraídos de esta investigación, y a pesar de las transformaciones sociales y el discurso culturalmente legitimado en torno a la igualdad de género, muchos de los rasgos del rol hegemónico tradicional masculino siguen predominantemente vigentes entre los adolescentes. El arquetipo masculino que los jóvenes tienen hoy como modelo de referencia en España, y por tanto tienden a reproducir, es aquel varón que reprime emociones que revelan debilidad, se muestra independiente y autosuficiente, se pone en riesgo para mostrar su valor, hace uso legitimado de la violencia, es heterosexual y activo sexualmente. De lo revelado en las entrevistas se vislumbra, de hecho, uno de los aspectos estructurales que contribuyen a la reproducción de las formas dominantes de masculinidad: los esquemas de discurso y acción congruentes con el rol masculino son continuamente vigilados y reforzados por el grupo de iguales. El individuo auto-regula, así, sus propias expresiones y comportamientos debido a la censura estructural, dicho de otro modo, el varón joven encarna el rol prescrito socialmente como modo de evitar la sanción y/o el ostracismo. Esto es observable, en primer lugar, en el hecho de que algunos

aspectos revelados en las entrevistas –especialmente todo lo referente a los malestares experimentados, o cuestionamientos que hacen del rol–, quedaban más ocultos en los grupos de discusión debido a la vigilancia externa. Además, todos los chicos invariablemente admitían haber presenciado situaciones de acoso hacia quienes se distanciaban de los esperable en un varón, y algunos admitían, incluso, haber reprimido o forzado expresiones, actitudes o acciones para adecuarse a la norma.

La investigación sí arroja variaciones en uno de los atributos tradicionalmente masculinos como es el rol de proveedor, que hoy también asumen las mujeres. De hecho, las jóvenes de hoy no parecen dispuestas a ceder en este nuevo papel que consideran una conquista social del feminismo y quizá por ello, sean menos favorables a sacrificarlo para ejercer de cuidadoras que los chicos. Éstos, por su parte, deben responder a las demandas de sus referentes femeninas en cuestiones como el reparto equitativo de las tareas domésticas y la labor de crianza. También ha perdido legitimidad cualquier discurso que pueda sugerir una superioridad masculina. No obstante, aunque los chicos niegan invariablemente que los hombres deban ocupar ese lugar preponderante frente a las mujeres, en las entrevistas sí admiten la existencia de cierta presión social por no aparecer como inferiores a ellas.

El nuevo rol masculino tampoco es ajeno a contradicciones y ambivalencias. Mientras que si se les pregunta directamente, la mayoría de los jóvenes defienden un modelo de hombría que desafía los preceptos más tradicionales, en muchas de sus respuestas y actitudes encontramos en realidad un intento más o menos consciente de reproducir la masculinidad hegemónica clásica. Parte de esta ambivalencia está producida por la discrepancia entre los nuevos valores de igualdad y la necesidad de responder a diferentes expectativas de comportamiento culturalmente compartidas por el grupo de iguales en diferentes contextos situacionales. En lo relativo a la influencia ejercida por las referentes femeninas, es interesante observar por ejemplo cómo, al mismo tiempo que las chicas demandan varones sensibles sobre todo en el ámbito amoroso, siguen prefiriendo –y de este modo condicionando– chicos no dependientes y seguros de sí mismos.

En cuanto a los efectos negativos del rol que se les impone socialmente, los jóvenes admiten experimentar malestares y se sienten así mismos impedidos sobre todo en los aspectos relacionados con la represión emocional. La necesidad de no mostrar sentimientos que puedan revelar debilidad es una de las imposiciones del ideal masculino que perciben como más alienantes y quizá el coste asociado a cumplir con dicho ideal, del que son más conscientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Austin J. (1971). *Cómo hacer cosas con palabras. Palabras y acciones*. Barcelona: Paidós.
- Azpiazu Carballo, J. (2017). *Masculinidades y feminismo*. Barcelona: Virus Editorial.
- Ballesteros, J. C., Rubio, A., Sanmartín, A. y Tudela, P. (2019). *Barómetro Juventud y Género 2019. Identidades y representaciones en una realidad compleja*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad. (en línea)
- [http://www.adolescenciayjuventud.org/que-hacemos/monografias-y-estudios/ampliar.php/Id\\_contenido/127043/](http://www.adolescenciayjuventud.org/que-hacemos/monografias-y-estudios/ampliar.php/Id_contenido/127043/). Acceso 28 de febrero de 2020.
- Bauman, Z. (2005). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura económica.
- Ballester Brage, LL. y Orte Socias, C. (2019). *Nueva pornografía y cambios en las relaciones interpersonales* (En línea) <https://cdn.20m.es/adj/2019/06/10/4007.pdf>. Acceso 11 de octubre de 2019.

- Beck, U. y Beck-Gernsheim, E. (2001). *El normal Caos del amor*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bridges, T. y Pascoe, C. J. (2014). Hybrid masculinities: New directions in the sociology of men and masculinities. *Sociology Compass*, 8(3), 246–258. <https://doi.org/10.1111/soc4.12134>
- Butler, J. (2001). *El género en disputa*. México: Paidós.
- Bonino, L. (2002). Masculinidad, salud y sistema sanitario: el caso de la violencia masculina, *Seminario de la OMS/Oficina europea: Mainstreaming de género en las políticas de salud en Europa*. (En línea). [http://img1.oaistore.com/ipes/img/00014001\\_00014500/00014061/download/00014061\\_0001.pdf](http://img1.oaistore.com/ipes/img/00014001_00014500/00014061/download/00014061_0001.pdf). Acceso, 18 de abril de 2019
- Bonino, L. (2003). Masculinidad hegemónica e identidad masculina, *Dossiers Feministes*, 6. Editado por el Seminario de Investigación Feminista de la Universitat Jaume I de Castellón, España. (En línea). <https://www.raco.cat/index.php/DossiersFeministes/article/viewFile/102434/153629>. Acceso, 18 de abril de 2019
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Castells, M. y Subirats, M. (2007). *Mujeres y hombres: ¿Un amor imposible?* Madrid: Alianza.
- Chodorow, N. (2002). The enemy outside: thoughts on the psycho-dynamics of extreme violence with special attention to men and masculinity. En Gardiner, Judith K. (Ed.), *Masculinity Studies and Feminist Theory. New Directions* (pp. 235–260). Columbia University Press, New York.
- Connell, R.W. (2000). *The Men and the Boys*. Berkeley: University of California Press.
- Connell, R. W. y Messerschmidt, J. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender & Society*, 19(6), 829–859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Derrida, J. (1988). *Limited Inc*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Duque, C. (2010). Judith Butler y la teoría de la performatividad de género. *Revista Educación & pensamiento*, 85–95.
- Fordice, D. J. y Nielsen, L. E. (2013). Constructing Gender: Contradictions in the Life of a Male Elementary Teacher. (En línea). <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1098410.pdf>. Acceso, 26 de abril de 2019
- Foucault, M. (2003). *Historia de la Sexualidad 2. El uso de los placeres*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina SA.
- Galindo, J. (2015). Erving Goffman y el orden de la interacción. *Acta sociológica*, 66, 11–34. <https://doi.org/10.1016/j.acso.2014.11.002>
- García García, A. A. (2010). Exponiendo hombría. Los circuitos de la hipermasculinidad en la configuración de prácticas sexistas entre varones jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 10(89), 59–78. (En línea) [http://www.injuve.es/sites/default/files/revista89\\_3.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/revista89_3.pdf). Acceso 28 de febrero de 2020.
- Goffman, E. (1981). *La Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Nueva York: Harper & Row (reed. Boston, Northeastern University Press, 1986).
- González, M. G. (2006). *Estrés laboral, afrontamiento y sus consecuencias: el papel del género* (Tesis doctoral). Universitat de Valencia, Valencia.  
<https://www.uv.es/maglogon/GonzalezMorales2006TESIS.pdf>
- González Ramos, A. M., Vergés Bosch, N. y Martínez García, J. S. (2017). Las mujeres en el mercado de trabajo de las tecnologías. *REIS*, 159, 73-90.  
<https://doi.org/10.5477/cis/reis.159.73>
- Instituto Nacional de Estadística-INE. (2018). Estadística de Condenados (en línea)  
[https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_](https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_)
- Instituto Nacional de Estadística-INE. (2019). Defunciones según la causa de muerte 2017. Suicidios por edad y sexo. (En línea).  
<https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t15/p417/a2017/l0/&file=05001.px&L=0>. Acceso, 11 de octubre de 2019.
- Instituto Nacional de Estadística-INE. (2019). Indicadores de mortalidad 2018. Esperanza de vida al nacimiento según sexo. (En línea)  
<https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=1414>. Acceso, 11 de octubre de 2019.
- Instituto Nacional de Estadística-INE. (2019). Estadística de Nulidades, Separaciones y Divorcios (ENSD) Año 2018. (En línea). [https://www.ine.es/prensa/ensd\\_2018.pdf](https://www.ine.es/prensa/ensd_2018.pdf). Acceso, 11 de octubre de 2019.
- Instituto Nacional de Estadística-INE. (2019). Defunciones según la causa de muerte 2017. Distribución de la mortalidad por causas, sexo y edad. (En línea).  
<https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t15/p417/a2017/l0/&file=01003.px&L=0>. Acceso, 11 de octubre de 2019.
- Instituto Nacional de Estadística-INE. (2019). Condenados por delitos sexuales. Delitos sexuales según sexo. (En línea). <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=28750&L=0>. Acceso, 11 de octubre de 2019.
- Jiménez Tostón, G. y Aroca Cifuentes, F. J. (2019). Masculinidades y feminidades en preadolescentes residentes en contextos rurales de Castilla-La Mancha. *Revista de Sociología de la Educación (RASE)*, 12(1), 40-62. <https://doi.org/10.7203/RASE.12.1.13253>
- Jurado, T. y Bueno, X. (2019). Avanzando hacia los permisos parentales igualitarios en España. Una conversación con Teresa Jurado-Guerrero, *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 18, e1801.
- Kimmel, M. S. (2004). "Masculinity as Homophobia: Fear, Shame, and Silence in the Construction of Gender Identity." En P. F. Murphy (Ed.) *Feminism and Masculinities* (pp.182-99). Oxford: Oxford University Press.
- López Rupérez, F. y García García, I. (2018). PISA 2015 y las CCAA. Diagnósticos empíricos y políticas de mejora. Universidad Camilo José Cela. (En línea)  
[https://www.ucjc.edu/wp-content/uploads/pisa2015\\_ccaa.pdf](https://www.ucjc.edu/wp-content/uploads/pisa2015_ccaa.pdf). Acceso, 28 de febrero de 2020.
- Mac an Ghail, M. y Haywood, C. (2012). Understanding boys': thinking through boys, masculinity and suicide. *Social Science & Medicine*, 74, 482-489.  
<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2010.07.036>



- McKay, J., Mikosza, J. y Hutchins, B. (2005). Gentlemen, the lunchbox has landed. Representations of masculinities and men's bodies in the popular media. En R. W. Connell, M. Kimmel (Eds.). *Handbook of Studies on Men and Masculinities* (pp. 270–288). Thousand Oaks, CA: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781452233833.n16>
- Martín Criado, E. (2014). Mentiras, inconsistencias y ambivalencias. Teoría de la acción y análisis del discurso. *Revista Internacional de Sociología*, 72(1), 115–138. <https://doi.org/10.3989/ris.2012.07.24>
- Mead, G. H. (1973). *Espíritu, persona y sociedad*. Barcelona: Paidós Básica.
- Meil Landwerlin, G. (2017). Permisos parentales para hombres y corresponsabilidad en el cuidado de niños. *Revista del Ministerio de Empleo y Seguridad Social*, (131), 15–34.
- Merton, R. K. (1980). *Ambivalencia sociológica y otros ensayos*. Madrid: Espasa Calpe.
- Ministerio de Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad. (2019). Ficha estadística de víctimas mortales por violencia de género. (En línea). [http://www.violenciagenero.igualdad.mpr.gob.es/violenciaEnCifras/victimasMortales/fichaMujeres/pdf/31\\_12\\_2018.pdf](http://www.violenciagenero.igualdad.mpr.gob.es/violenciaEnCifras/victimasMortales/fichaMujeres/pdf/31_12_2018.pdf). Acceso, 11 de octubre de 2019.
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. (2019). XXI Encuesta sobre alcohol y otras drogas en España 2017-2018. (En línea). <https://cppm.es/10-12-2018-xii-encuesta-sobre-alcohol-y-otras-drogas-en-espana-edades-2017-2018/>. Acceso, 11 de octubre de 2019.
- Moen, P. y Orrange, R. M. (2002). Careers and lives: Socialization, structural lag, and gendered ambivalence. *Advances in Life Course Research*, 7, 231–260. [https://doi.org/10.1016/S1040-2608\(02\)80036-3](https://doi.org/10.1016/S1040-2608(02)80036-3)
- Muñoz Sánchez, H. (2017). *Hacerse hombres. La construcción de masculinidades desde las subjetividades*. Medellín: Universidad de Antioquia. <https://doi.org/10.2307/j.ctt21kk1jd>
- Navarro, E. (2004). Género y relaciones personales íntimas. En E. Barberá, I. Martínez (Eds.), *Psicología y género*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Pichardo Galán, J. I. (2009). *Adolescentes ante la diversidad sexual*. Catarata: Madrid.
- Pichardo Galán, J. I. et. al (2015). *Diversidad sexual y convivencia: Una oportunidad educativa*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. (En línea). <http://www.felgtb.org/rs/3660/d112d6ad-54ec-438b-9358-4483f9e98868/234/filename/informe-final-diversidad-y-convivencia.pdf>. Acceso, 27 de abril de 2019.
- Ramírez, S. (2011). El género como actuación. *Temas Sociales*, 31, 245–259. (En línea). <https://bit.ly/2VTKTdb>. Acceso, 19 de abril de 2019.
- Ravenhill, J. P. y de Visser, R. O. (2017). There are too many gay categories now: Discursive constructions of gay masculinity. *Psychology of Men & Masculinity*, 18(4), 321–330. <https://doi.org/10.1037/men0000057>
- Rivas, E. (2005). ¿El varón como factor de riesgo? Masculinidad y mortalidad por accidentes y otras causas violentas en la sierra de Sonora. *Estudios Sociales*, 13(26), 28–66. (En línea). <http://www.redalyc.org/pdf/417/41702602.pdf>. Acceso, 31 de marzo de 2020.
- Rovirosa, D. y Herrera, E. (2019). El 81% de los españoles apoyaría un presidente del Gobierno LGTMI. *La Vanguardia*. (En línea). <https://www.lavanguardia.com/vida/20190927/47649864887/eurobarometro-discriminacion-lgbti-encuesta-ue.html>. Acceso, 1 de marzo de 2020.



- Sanz, C. (2016). *Identidades masculinas: estereotipos de género y participación en la educación física, la actividad física y el deporte* (Tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid. (En línea). <https://eprints.ucm.es/40440/>. Acceso, 19 de abril de 2019.
- Sargent, P. (2000). Real men or real teachers? Contradictions in the lives of men elementary teachers. *Men and Masculinities*, 2(4), 410–433. <https://doi.org/10.1177/1097184X00002004003>
- Segato, R. L. (2018). *Contra-pedagogías de la crueldad*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Valdés, I. (28 de mayo de 2019). La violencia machista crece más entre los hombres jóvenes. *El País.com*. (En línea). [https://elpais.com/sociedad/2019/05/28/actualidad/1559032717\\_019231.html](https://elpais.com/sociedad/2019/05/28/actualidad/1559032717_019231.html). Acceso, 28 de mayo de 2019.
- Venegas, M. (2018). El romance adolescente. Un análisis sociológico de la política afectivosexual en la adolescencia. *Papers*, 103(2), 255–279. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2213>
- Vicente Olmo, A. (2018). Detalles, frustraciones y desconciertos: El trabajo emocional en las parejas jóvenes heterosexuales. *Revista Española de Sociología (RES)*, 27(1), 67–81. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2018.4>

## NOTA BIOGRÁFICA

**Mayra Martínez Avidad** es profesora contratada doctora (acreditada por la ANECA) en la Facultad de Educación de la Universidad Camilo José Cela. Doctora en Ciencias de la Comunicación y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Estancia de investigación de dos años en la Universidad de California, San Diego (UCSD), donde completó diferentes seminarios de formación y desarrolló actividades de investigación y docencia. Colaboradora honorífica del departamento de Sociología VI, Opinión Pública y Cultura de Masas de la UCM.

**Alba Pérez López** es graduada en Pedagogía por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Formación para el Profesorado en la especialidad de Orientación Educativa por la Universidad Camilo José Cela. Trabajo Fin de Máster consistente en la investigación “Masculinidad: vigencia y evolución del rol de género”, con el que obtuvo la calificación de sobresaliente.



---

**Sección monográfica /**  
*Monographic section*

---



Sección monográfica / *Monographic section*

## Presentación de la sección monográfica “Consumo y modernización en la semiperiferia europea”

**Carlos Jesús Fernández Rodríguez**   
Universidad Autónoma de Madrid, España  
carlos.fernandez@uam.es

La sección monográfica que se presenta aquí tiene como tema de análisis la sociedad de consumo y, en concreto, la diversidad existente en los procesos históricos de construcción de dicha sociedad de consumo. El consumo es uno de los fenómenos sociales más relevantes en nuestra época, pues el acceso cada vez mayor de la población a la posibilidad de consumir representa uno de los elementos definitorios de la sociedad contemporánea: a lo largo de las últimas décadas, cada vez mayores capas de la población mundial han tenido un acceso creciente al consumo, lo que constata no solamente un indudable aumento del nivel de vida sino cambios de enorme calado en términos de estilos de vida (Alonso, 2004; Warde, 2017). Al mismo tiempo, esa consolidación de la sociedad del consumo ha representado no solamente una mayor integración de los individuos en el sistema económico y cultural del capitalismo, sino que el imaginario simbólico del consumo se hiciese casi sinónimo al éxito material de este, desbordando progresivamente los imaginarios del trabajo y la producción (Alonso, 2005; Baudrillard, 2009). Este fenómeno ha sido particularmente temprano en los Estados Unidos y en la Europa occidental que, hasta finales del siglo XX, eran consideradas zonas geográficas prósperas y desarrolladas y un ejemplo para todas aquellas regiones del mundo que luchaban por elevar las condiciones de vida de sus ciudadanos. Esto lleva a que la noción de sociedad de consumo -entendida como una sociedad en la que la mayor parte de la población cuenta con recursos económicos suficientes para acceder a consumir bienes y servicios situados más allá de la frontera de la necesidad- sea sinónima, de alguna manera, de sociedad muy próspera, pues presupone la existencia de un tejido productivo y comercial denso, diferenciado y consolidado, de una cultura individualista y abierta con amplios márgenes de libertad individual, y de un nivel de vida muy elevado, en el que las penurias de la economía de subsistencia han quedado atrás. La construcción de dicha sociedad de consumo en un espacio como el europeo, al que el modelo español se adscribe, ha sido sin embargo mucho más diversa de lo que la narrativa más establecida sociológicamente ha enfatizado habitualmente, esto es, que las prósperas sociedades de consumo europeas han sido el resultado, fundamentalmente, de procesos de reforma social vinculados al fordismo.

Y desde luego hay un consenso, entre los sociólogos del consumo, en aceptar el hecho de que la sociedad de consumo y cultura del consumo modernas surgieron, de hecho, a partir de la extensión de la norma fordista de consumo, derivada de la consolidación, tras la Segunda Guerra Mundial, no solamente de regímenes democráticos que dejan atrás los tenebrosos años del fascismo de entreguerras, sino de la hegemonía de un nuevo sistema productivo que hacía del equilibrio y la estabilidad su seña de identidad (Alonso, 2004 y 2005; Alonso y Fernández Rodríguez, 2013). Y es que la producción en masa inspirada en las filosofías de organización científica del trabajo de Taylor y Ford no solamente habían contribuido a un extraordinario incremento de la productividad y por ende de la producción industrial, sino que, en virtud de su necesidad de contar con una demanda amplia y estable para compensar sus notables inversiones en maquinaria, había perseguido extender a toda la

sociedad la capacidad de compra de los productos. Ello exigía que los compradores tuvieran la capacidad de adquirir las novedades de la industria, lo que implicaba la necesidad de que contasen con salarios estables y elevados. La capacidad del gasto de las clases trabajadoras para impulsar la demanda, y generar así un auténtico mercado de masas, no pudo sin embargo consolidarse hasta la adopción de las políticas keynesianas a partir del New Deal norteamericano, se había conseguido mediante el gran pacto social de la postguerra en el que los países de la Europa occidental habían procedido al desarrollo de importantes políticas de redistribución vía impuestos y desmercantilización de servicios importadas en el keynesianismo (Marshall, 1998). Esta trayectoria permitía no solamente la posibilidad de consumir más al contar con una cobertura de necesidades básicas financiada por el Estado vía impuestos progresivos (que permitía financiar el acceso a gastos muy onerosos como los de la salud o la educación), sino que colocaba a los distintos países europeos en una veloz dinámica de progresiva modernización económica y social. Dicho camino hacia una sociedad de consumo, de hecho, se ha idealizado tradicionalmente como epítome de la modernización, de forma que se tiende a interpretar la consolidación de una cultura de consumo en la sociedad como un objetivo social a conseguir, con un énfasis excesivo en la abundancia y el materialismo frente a una discusión sosegada sobre necesidades reales, sostenibilidad del bienestar o redistribución de la riqueza.

Sin embargo, esta trayectoria de la postguerra post-1945 en la que países europeos democráticos se incorporan a una nueva economía regulada por el pacto social keynesiano y el énfasis en el Estado de Bienestar – y en la que, garantizando la viabilidad de la economía de mercado y sus empresas, en particular la de las grandes corporaciones burocráticas fordistas se realiza, al mismo tiempo, una reforma social que permite una importante redistribución de la riqueza a través de políticas fiscales e institucionales asociadas al concepto de ciudadanía laboral- no fue un camino único a la sociedad de consumo. Otras sociedades europeas, particularmente aquellas situadas en la periferia o semiperiferia del continente, transitaron por otras vías de acceso a dicha sociedad de consumo, algunas de ellas incompletas, otras tardías, algunas ciertamente heterodoxas. En esta sección, se van a exponer algunos ejemplos de esas peculiares vías alternativas a puesta en marcha de una reforma social, con el objetivo de ampliar el conocimiento sobre intentos de construcción de una sociedad de consumo en contextos alejados de la modernización económica, social y política que dominan la Europa de los “Treinta Años Gloriosos”, y que muestran asimismo la sensacional capacidad de hibridación que las sociedades de mercado pueden establecer con regímenes políticos alejados, al menos en sus principios ideológicos, de las bases liberales y socialdemócratas que han sido fundamento de la construcción de los modelos más clásicos de sociedad de consumo.

El primero de los artículos que conforman la sección y titulado “La vía semiperiférica hacia la sociedad de consumo: una interpretación sobre el modelo español” está firmado por Luis Enrique Alonso y el autor de estas líneas, y se centra en el análisis de la peculiar trayectoria de España en la construcción de su sociedad de consumo. El caso español es llamativo en el contexto europeo por las condiciones políticas, sociales y económicas en las que se origina y desarrolla su versión de sociedad de consumo, pues representa un modelo alejado de la democracia y la reforma social en sus orígenes –pues el país es una dictadura hasta 1975- y en el que, por diversos factores históricos, los procesos de desarrollo económico, político y social se han visto retrasados o abortados: de hecho ni la industrialización, ni el fordismo, se llegan a desplegar en todo su potencial, permaneciendo el país durante la mayor parte del siglo XX en una semiperiferia no ya geográfica sino económica, social, política y cultural. La transición a la democracia y la incorporación al bloque europeo permitieron la consolidación de la sociedad de consumo a la española, pero ya en un contexto postfordista en el que los

déficits y las carencias del modelo social español han generado una sociedad de consumo marcada por un fuerte comportamiento cíclico, en el que se pasa de períodos de expansión e hiperconsumo a períodos de crisis profunda y restricción de gasto de forma veloz y desaforada en comparación con otros países europeos.

El segundo de los trabajos incluidos se titula “El auge del gusto conservador convencional: clase, consumo y política en Turquía” y su autoría corresponde a dos autores turcos, el profesor Aksu Akçaoğlu y la profesora Irmak Karademir Hazır. El caso de Turquía es fascinante, por cuanto este país, puente entre Europa y Asia, se ha situado a lo largo de los últimos cien años en una permanente tensión entre una dinámica de occidentalización que, en muchos sentidos, representa los cimientos sobre los que se construye el Estado turco moderno, y la tradición religiosa y cultural, históricamente entrelazada con Oriente Medio. En las últimas décadas, tal tensión ha ido basculando hacia una nueva hegemonía política y cultural del islamismo del AKP presidido por Erdoğan, no exenta de enormes tensiones sociales y que ha tenido un peculiar impacto en la sociedad de consumo turca. A partir de un inteligente uso de las categorías centrales de la sociología de Bourdieu, los autores de este trabajo analizan cómo ha emergido un nuevo modelo de consumo dentro de las facciones conservadoras turcas, que han abandonado la austeridad propia del islamismo más piadoso para abrazar un cierto interés por los bienes de consumo, lo que resulta en la construcción de estilos de vida distintivos (la posibilidad de ser elegante y mostrar de forma simultánea el compromiso con la religión), muy interesantes como articulación peculiar entre mercado y simbolismo político.

Finalmente, la sección se cierra con otro artículo enormemente original, como es ““La vida se ha vuelto más feliz, camaradas”: la construcción de la cultura del consumo soviética” firmado por un clásico de la sociología del consumo europea, el profesor finlandés Jukka Gronow, en colaboración con su colega ruso Sergey Zhuravlev. En esta contribución, Gronow y Zhuravlev nos presenta un retrato original y documentado de uno de los esfuerzos más desconocidos y fascinantes de construcción de una sociedad de consumo, como es el proyecto desarrollado en la Unión Soviética de los años de entreguerras. Los autores, basándose en algunas de sus investigaciones previas, presentan algunos ejemplos concretos de los esfuerzos del estalinismo por construir un futuro más radiante y mejorar el nivel de vida de las masas a partir de la difusión en la sociedad de bienes de consumo asociados al lujo, lo que contrasta con las enormes dificultades a las que se enfrentan los ciudadanos soviéticos para acceder a bienes de consumo cotidiano. Este trabajo nos muestra que, incluso en regímenes alejados de las dinámicas capitalistas, el consumo cuenta con un aura especial que lo liga al desarrollo y la modernización económica.

En conclusión, los textos de esta sección nos presentan diferentes casos de construcción de sociedades de consumo que se alejan del modelo clásico de la Europa occidental o norteamericano, cuyo estatus parece haber devenido como patrón clásico (ver [Rostow, 1973](#)), y que nos permite adquirir nuevas perspectivas en torno a las diferentes condiciones sociohistóricas en las que emergen estos modelos de desarrollo de la semiperiferia. Creemos que pueden ser una relevante contribución en el campo de la sociología del consumo, la sociología histórica y los estudios culturales y, por su originalidad, pueden resultar de interés para los lectores de la RES con independencia de la sub-disciplina de conocimiento.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, L. E. (2004). Las políticas del consumo. Transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida. *Revista Española de Sociología*, 4: 7-50.  
<https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/64939>
- Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- Alonso L. E., Fernández Rodríguez, C.J. (2013). *Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*. Madrid: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- Marshall, T. H. (1998). *Ciudadanía y clase social*. Madrid: Alianza.
- Rostow, W.W. (1973). *Las etapas del crecimiento económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Warde, A. (2017). *Consumption. A Sociological Analysis*. Londres: Palgrave.

Sección monográfica / Monographic section

# La vía semiperiférica hacia la sociedad de consumo: una interpretación sobre el modelo español<sup>1</sup>

## *The semi-peripheral road to consumer society: an interpretation of the Spanish model*

Luis Enrique Alonso 

Universidad Autónoma de Madrid, España  
luis.alonso@uam.es

Carlos Jesús Fernández Rodríguez 

Universidad Autónoma de Madrid, España  
carlos.fernandez@uam.es

Recibido / Received: 20/04/2020

Aceptado / Accepted: 26/05/2020



### RESUMEN

En buena parte de Europa occidental, la consolidación del fordismo tras la II Guerra Mundial contribuyó a la creación de la sociedad de consumo moderna. Sin embargo, estos procesos de modernización se han llevado a cabo, pese a los rasgos comunes, con notables diferencias nacionales, a veces articuladas con formas muy diferentes de capitalismo. El caso español es uno de los más llamativos, por las condiciones políticas, sociales y económicas en las que nace la sociedad de consumo, caracterizadas por la existencia de un régimen autoritario en un país semiperiférico, en el que ni la industrialización, ni el fordismo, se despliegan en todo su potencial. En este artículo, nuestro objetivo es el de realizar una interpretación de dicho modelo de consumo, señalando sus peculiaridades y su desarrollo a lo largo de las últimas décadas.

**Palabras clave:** Sociedad de consumo; cultura de consumo; semiperiferia; España; modernización.

### ABSTRACT

In most of Western Europe, the consolidation of Fordism after WWII was key in the creation of modern consumer society. However, and despite certain common grounds, the modernization processes have featured substantial national differences usually articulated with specific varieties of capitalism. In that sense, the Spanish case somehow stands out due to its specificities in the birth of consumer society: it is an authoritarian regime in a semi-peripheral country where neither industrialization nor Fordism are fully deployed. In this paper, our aim is to provide an interpretation of such model of consumption, highlighting its peculiarities and development during the last decades.

**Keywords:** Consumer society; consumer culture; semiperiphery; Spain; modernization.

\*Autor para correspondencia / Corresponding author: Carlos Jesús Fernández Rodríguez. carlos.fernandez@uam.es

Sugerencia de cita / Suggested citation: Alonso, L. E.; Fernández Rodríguez, C. J. (2020). La vía semiperiférica hacia la sociedad de consumo: una interpretación sobre el modelo español. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 197-214.  
<http://dx.doi.org/10.22325/fes/res.2020.65>

1 Este trabajo ha sido financiado en el contexto del proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, con referencia PGC2018-097200-B-I00.

## INTRODUCCIÓN: LAS PECULIARIDADES DEL MODELO DE DESARROLLO ESPAÑOL Y LA SOCIEDAD DE CONSUMO

Frente a la idea de la convergencia y la unificación de los estilos de vida típica de la teoría de la modernización y la occidentalización lineal, es necesario recalcar, como indican algunos autores (por ejemplo, [Mendras, 1999](#)), que todos estos procesos de modernización se han llevado a cabo, pese a los rasgos comunes, con notables variantes nacionales y regionales, a veces articuladas con formas muy diferentes de capitalismo. Esto afecta de forma muy particular a la construcción de las sociedades de consumo. En el caso español, de hecho, gran parte de la primera literatura sobre la sociedad de consumo nacional se ha centrado en las posibles similitudes y diferencias entre lo ocurrido en nuestro país y los modelos occidentales tradicionales de formación de la sociedad adquisitiva contemporánea (por ejemplo [Míguez, 1970](#); [Navarro, 1978](#)). En el conjunto de los países centrales de la economía mundo, es clara la tendencia a la normalización de los comportamientos económicos y las formas de compra, que tienden a unificar modos y estilos de vida en torno a modos de consumo que se han ido homogeneizando, así como conformando la idea misma del bienestar asociada a la posibilidad de la universalización de esas prácticas de compra ([Chaney, 2003](#)). El mismo concepto de sociedad de consumo, o sus visiones analíticas alternativas o complementarias, como la noción de fordismo- ha tendido a circular siempre acompañada a la idea de estandarización, normalización, homogeneización y unificación de los modos de vida circunscritos a modos de consumo radicalmente nuevos respecto a los estilos de vida tradicionales, y se ha acudido a conceptos como *American way of life*, *standard package* o *affluent society* para tratar de describir estas formas de vida que implicaba un consumo mercantil generalizado, integrador y uniformador ([Alonso, 2005](#)).

Sin embargo, el modelo de transición español a su *sui géneris* sociedad de consumo, además de superar con mucho el grado de complejidad de las versiones más lineales -y por etapas- de conformación de una “era de alto consumo de masas”, nos indicaba la posibilidad de hibridación entre formas institucionales y políticas tradicionales con características inequívocamente autoritarias, con la configuración de formas adquisitivas y estilos de vida comerciales activamente modernizantes<sup>2</sup>. Son tantas las diferencias, con respecto a los modelos centrales, en lo que se refiere a las bases políticas y económicas sobre las que se va a construir la transición de la sociedad de consumo en España, que es necesario forzosamente analizar el conjunto de circunstancias específicas que hicieron que en nuestro país se consolidase una sociedad de consumo *sui géneris* con sustanciosas y relevantes diferencias con otras democracias avanzadas del Occidente desarrollado, que ha influido, de forma ostensible, el desarrollo de la sociedad de consumo española a lo largo del período democrático. El objetivo de este artículo es, precisamente, el de realizar una reflexión e interpretación, de carácter histórico y fundamentada en bibliografía seleccionada, en torno a los elementos diferenciales que nos pueden permitir hablar de una *vía a la española* en el desarrollo de la sociedad de consumo, cuyas implicaciones alcanzan no solamente a su peculiar conformación, sino a sus transformaciones a lo largo de las últimas décadas.

2 Por ello, más que considerar el caso español como un caso “excepcional” -en comparación con los casos canónicos de la occidentalización entendida como una tendencia unidireccional modernizadora- es interesante, también, observar el proceso español de transición a la sociedad de consumo como un proceso de hibridación cultural en el sentido de [Néstor García Canclini \(1990\)](#), cuando este hace hincapié en que los procesos por los que las culturas realizan su transición de lo tradicional a la modernidad, son todo menos lineales. No se manifiestan como estadios puros, sucesivos y consecutivos, sino que más bien nos encontramos con situaciones de mezcla y entrecruzamiento que dependen de formaciones sociales y territoriales concretas, y donde los estilos de vida, lejos de responder solamente a un patrón, pueden expresarse en sistemas de identidades múltiples. En la misma línea, [Beatriz Sarlo \(2020\)](#) puso en juego el concepto de modernidades periféricas para romper con la idea dicotómica de que no existen formas de asimilación, producción y relación con códigos cognitivos modernos en territorios donde la hegemonía política se ha construido sobre el tradicionalismo conservador y su especialización internacional en la economía mundial sobre la dependencia internacional. Cuanto más nos separamos de los tipos ideales/ideológicos occidentales, más nos acercamos a procesos hibridados y múltiples.

## ATRASO ECONÓMICO PROFUNDO Y SOCIEDAD DE CONSUMO ACELERADA

España era, a principios del siglo XX, uno de los países más rezagados en su modernización económica, tras su incompleta industrialización. Los esfuerzos durante el período de la dictadura de Primo de Rivera con el liderazgo estatal y la constitución de una primera y muy restringida norma de consumo se vieron truncados por la Guerra Civil y el período de la autarquía durante el franquismo, que afectó muy negativamente a la economía del país, marcada por un atraso económico profundo, por utilizar el término de Gerschenkron<sup>3</sup>. La transición de este modelo autárquico y agrario a un modelo -frustrado- de Estado emprendedor e industrializador directo -mediante el Instituto Nacional de Industria- en el curso de los años cincuenta, cuando la guerra fría incluía a España dentro de la zona de influencia militar, política y comercial hegemónica por los Estados Unidos, supuso la semilla del cambio. No es hasta los años sesenta cuando se perciben los rápidos y espectaculares cambios en la estructura productiva y en los estilos de consumo derivados de los efectos del cambio de marco económico institucional que supuso del Plan de Estabilización desplegado por el régimen de Franco a finales de la década de los cincuenta. La integración dependiente y semiperiférica del capitalismo español en la división internacional del trabajo era la base del modelo de transición de la sociedad de consumo en España, permitiendo el aprovechamiento, por el sistema económico español, de los excedentes económicos y tecnológicos de los países occidentales en auge en ese momento, que buscaban, en esa misma coyuntura, la posibilidad de ampliación de sus mercados e inversiones en un territorio con potencial de crecimiento (Alonso, 2004).

Todo este proceso, abierto a partir de las medidas tomadas a partir de 1957-1959, supuso el cambio más profundo que se ha producido en la historia económica de España, pero no habrían tenido lugar sino hubiese sido *impulsado desde el exterior* en el contexto de una coyuntura propia y favorable a los intereses de las nuevas clases económicas ascendentes internacionales, formadas en la expansión del capitalismo europeo y norteamericano de ese tiempo, transitando por una vía claramente expansiva. La difusión de ese capitalismo de consumo mundial a la conquista de nuevos mercados y en el uso de las ventajas ofrecidas por el control político de las condiciones de funcionamiento de la economía nacional penetraba en todos los sectores de la producción española, modernizando sus esturas y construyendo las bases para la formación de una muy particular (por utilizar el concepto desarrollado por Aglietta, 1979) *norma de consumo de masas* ajustada al mercado interno español. Este, según algunos autores (Muñoz, Roldán y Serrano, 1978), se basaba fundamentalmente en una serie de ventajas comparativas, como amplia mano de obra con bajos salarios y estrictamente disciplinada por el régimen franquista, y un mercado en expansión, con estabilidad jurídica y protección a las empresas respecto a la competencia exterior. Ello permitió la rápida formación de una economía que va a ocupar un nivel intermedio en la división internacional del trabajo y que, siguiendo a Immanuel Wallerstein en su caracterización sobre las economías

3 El concepto de atraso económico profundo se la debemos al historiador económico Alexander Gerschenkron (1973) y la asocia a procesos de industrialización derivadas o inducidas desde el exterior, forzadas, por bienes de consumo, inflacionistas que no modifican la estructura institucional de sus territorios, con grandes procesos de períodos de estancamiento. No vamos a entrar aquí en el debate historiográfico sobre el tema del fracaso de la revolución industrial en España que, desde que Jordi Nadal (1975) publicó su obra, seña en tantos aspectos, ha estado presidiendo gran parte de las interpretaciones sobre los procesos de industrialización española; en todo caso el propio Jordi Nadal ha limitado y criticado su propia posición y desde luego las sobreinterpretaciones de la misma (Nadal, Carreras y Sudrià, 1987). En gran medida, al abordar el tema como nosotros hacemos, desde una perspectiva relacional de la posición de España en la división internacional del trabajo y de su hibridación cultural, la polémica queda en una pura discusión terminológica. Sí merece la pena hacer referencia a los intentos de introducir la modernización de la industrialización para el consumo final en España, anteriores al Plan de Estabilización: en este sentido, es fundamental el período de la dictadura de Primo de Rivera y la Segunda República, y su incipiente proceso de crear una norma de consumo modernizada (Arribas, 1994). Esta época es importante como una primera y muy limitada aproximación al consumo de masas, pero culturalmente dominada y expresada de manera aristocratizante en su expresión por el gusto del consumo destinado a las élites nacionales. Como magnífica ilustración de la época, conviene estudiar a fondo el fascinante libro de Jordi Nadal sobre "La Hispano Suiza. Fábrica de Automóviles S.A.", una empresa innovadora con magníficos resultados técnicos y económicos en la época de la dictadura de Primo y la Segunda República, pero incapaz de llegar a la gran producción de automóviles para las masas y absorbida finalmente en el entramado intervencionista del Instituto Nacional de Industria (Nadal, 2020).

semiperiféricas, podemos decir que “actúa como zona periférica para los países del centro y, en parte, actúa como centro para algunas áreas periféricas” (Wallerstein, 1976: 462-473).

Esta tendencia a la *dualización* y a la desintegración -funcional y espacial- de la economía y la sociedad española, que ya era uno de sus rasgos históricos a largo plazo, se refuerza y consolida en la construcción de esa nueva sociedad de consumo *a la española*; se establecen así sectores de rápido (aunque muy dependiente) crecimiento económico, combinado con ramas de actividad y/o zonas geográficas permanentemente atrasadas, enmarcado todo ello en el contexto de una modernización política prácticamente nula que imponía serias restricciones a un cambio social profundo (Alonso y Conde, 1994). Modelo, por tanto, en este período de formación de la sociedad de consumo, de características *semi-industriales*, en el que se produce una fuerte aceleración del proceso de industrialización y una masiva transferencia de fuerza de trabajo, incluso a corto plazo, entre el sector primario y los sectores secundario y terciario -con los consiguientes procesos de emigración, urbanización y proletarianización asociados a ello- y marcado por un carácter fuertemente segmentado y heterogéneo, tanto a nivel de ramas productivas como a nivel de desequilibrios espaciales, regionales y de renta. Solo la masiva entrada de turistas y las remesas de los emigrantes a los países europeos necesitados de mano de obra, podrán equilibrar la balanza de pagos de este tan espectacular como desigual “milagro económico español” (*ibid.*, 1994).

Tres son los rasgos fundamentales que, a nuestro modo de ver, marcan la situación diferencial del caso español de cara a la formación de una sociedad de consumo: 1) Su grado y modelo de desarrollo económico, en el que se combina un primer *atraso económico profundo*, con un rápido, forzado y desequilibrado desarrollo económico en la década de los de los sesenta y primeros setenta tras la puesta en marcha del Plan de Estabilización, y que permite la creación de una sociedad de consumo a la española un tanto peculiar; 2) el extraño y patológico marco institucional de la política oficial del franquismo, con sus sangrantes repercusiones para la cultura cívica, la convivencia ciudadana y las formas cotidianas de vida; y, por fin, 3) la también peculiar forma de instituirse de un muy característico Estado intervencionista, conformado entre el keynesianismo autoritario y el nacionalismo empresarial, con sus funciones asociadas de impulsor de una industrialización protegida y dirigida gubernamentalmente, así como de creador un marco jurídico de asalarización disciplinario y forzado. Estos factores, lógicamente interrelacionados y combinados, suponían las principales vías para introducirnos en un tipo de sociedad de consumo muy característica, vinculada a modos nacionalistas y autoritarios, sin referentes en la democracia política y con un Estado empresarial como principal regulador del proceso. Tal y como describe Ortí (2001), lejos así de los referentes liberales, mercantiles, democráticos o derivados de las representaciones modernizadoras de un bienestar común que acompañan al a sociedad de consumo en su aparición en los países centrales de la economía mundo, en España este tipo de sociedad se forma en un marco institucional tradicionalista y antidemocrático, donde se introducen formas de modernización económica pero se conservan los retardos políticos, culturales y cívicos inducidos por el régimen franquista.

## CULTURA POLÍTICA Y CULTURA DE CONSUMO

Esto nos lleva a la segunda dimensión que antes destacábamos, y es que España se comportaba, en ese período, como un país especialmente peculiar: su capacidad productiva y su diferenciación funcional superaban ampliamente ya las estructuras agrarias y extractivas tradicionales, pero a pesar de ello, ni su grado de desarrollo material, ni su capacidad tecnológica, ni su sistema de estratificación social, ni su horizonte cultural podían

ser comparados con el de los países centrales europeos de aquella época. El consumo va a tener, así, un papel fundamental en la modernización de los estilos de vida. España, al estar bloqueada la modernización política y de la cultura cívica del país por el autoritarismo del modelo institucional y de convivencia franquista, encuentra en el consumo el único rasgo de avance modernizador de las costumbres cotidianas, que encuentran, en él, el primer referente -superficial y todavía lejano, pero ya presente y efectivo- de incorporación al entorno europeo (Alonso y Conde, 1994). No podemos aplicar por ello al caso español los esquemas habituales de consolidación de las sociedades de consumo canónicas -producidas en ciclos históricos largos, sólidamente mesocráticas, con potentes sistemas productivos nacionales, políticamente democráticas, etc.-, pero sí es posible subrayar la importancia para el cambio social español de la creación de una *cultura de consumo* específica como elemento transformador de las representaciones sociales y de los estilos de vida de nuestro país. De otra manera, se puede hablar de un precipitado y desequilibrado fordismo español, una especie de *pseudofordismo* o *fordismo inacabado*, donde la relación salariales, ya amplia y extensivamente implantada, está fuertemente distorsionada (Toharia, 1986).

La situación que se fue creando en España se caracterizaba por un problema de abierta y estructural *asincronicidad* entre los procesos de cambio económico y sus consecuencias materiales y la construcción real de un estatuto de ciudadanía política y cultural. Este *cultural lag* o desfase cultural y social español, lejos de ser un proceso de simple retardo cognitivo que surge a causa de la variación más rápidas de la variables económicas y tecnológicas con respecto a las sociales y culturales de un determinado territorio -tal como lo teorizó William Ogburn (1972) en su clásica obra para explicar de una manera evolucionista y funcional las causas y ritmos del cambio social-, es un hecho aquí provocado por la forma autoritaria y forzada que adquiere el capitalismo español en el momento de la profundización de los mecanismos de producción y acumulación económica en la estructura social española. El primer acceso, entonces, al consumo de masas en nuestro país se alcanzaba privado de derechos de ciudadanía plena, para el pueblo español, esto es, siguiendo al no menos clásico T.H. Marshall (1998) sin derechos de poder ni decisión, ya sean civiles, políticos o socioeconómicos.

La sociedad de consumo en España tendía, de esta forma, a tomar necesariamente un rumbo distinto a los modelos-tipo conocidos. La formación de una norma de consumo de masas -corta y desigual al principio y evolucionando rápidamente para *emular* más tarde los modelos europeos- con su *cultura de consumo* asociada, sirvió de espacio de integración y socialización lo suficientemente eficaz para inducir vía la modernización el cambio de gran parte de las representaciones sociales y de los valores tradicionales que articulaban las formas de convivencia cotidiana españolas. Los cambios introducidos por estos nuevos modos de consumo permitían así que se produjesen y se reprodujesen en múltiples aspectos de la vida española potentes *efectos túnel* -utilizando la denominación del ejemplar maestro de las ciencias sociales, Albert O. Hirschman (1984)-, es decir, expectativas de mejora que se perciben en el conjunto de la sociedad cuando sólo unos grupos de la misma sociedad mejora, a la espera que pronto llegará su mejoría propia, e igualmente, si uno o varios sectores de la sociedad avanzan, se espera que avancen todos los demás por un efecto de inducción y mejora colectiva. En gran medida, los cambios en el consumo en España implicaban no sólo la mejora de confort familiar y calidad material de vida de un mayor número de habitantes, sino que también abrían la esperanza de una normalización general de vida. A la vez, presentaba un horizonte de homogeneización con las formas de vida de las naciones de nuestro entorno, creando así también un *efecto halo* asociado al consumo -un rasgo positivo destacado influye sobre los demás sin posibilidad de evaluarlos objetivamente: ver Sutherland (2015)- de una España moderna y superadora de las miserias del pasado que, a su vez, ocultaba los enormes déficits de ciudadanía del modelo español.

Se instituye así la creación en España de un tipo de consumidor voraz y rápidamente seducido por la compra. Es el resultado de un conjunto de diferencias sociales y culturales características: el rápido cambio de eje de la economía española de los sesenta; la memoria reciente, por entonces, del hambre, el estraperlo, el subconsumo y el racionamiento de la década de los cuarenta y principios de los cincuenta; la imposibilidad de encontrar otro foco de modernización y normalización que no fuese el consumo mismo -bloqueados los elementos políticos, sociales y cívicos de ciudadanía por el modelo autoritario franquista-; y, finalmente la predisposición del comunitarismo católico español a crear un *habitus* de representación pública del estatus y la ostentación rápidamente incorporado a las formas del nuevo consumo de masas, identificándose el reconocimiento social con la modernidad, el consumo industrial y la condición urbana (ver [Alonso y Conde, 1994](#); [Conde, 1994](#)). Se trata de un modelo de representación muy diferente al de la racionalización y el control del yo que ejercía, por ejemplo, la fuerte individualización que ejercía la tradición protestante en los modelos de consumo europeos. Todas estas circunstancias le conferirían un éxito fulgurante a la primera sociedad de consumo española -rápidamente considerada como “muy consumista”, por su alta propensión marginal al gasto y poco dada al cálculo-, que abría la brecha para ampliar la modernización de la sociedad española que el régimen de Franco trataba de mantener controlada bajo su ideario político.

En este sentido, la *secularización* introducida por esta cultura de consumo se demostró lo suficientemente fuerte como para anular, progresivamente, muchos comportamientos sociales arcaicos y modificar estilos de vida e incluso creencias tradicionales, a la vez que, también, servía para desactivar eficazmente los peligros de una movilización popular frontal contra el régimen de Franco, que a partir de entonces era capaz de mostrar su cara desarrollista y de propagar discursos altamente propagandísticos sobre el “milagro” español y el incremento del bienestar de las familias españolas. La constitución de una sociedad de consumo en la España de los años sesenta y setenta introducía un proceso de secularización muy importante para el cambio de hábitos de vida y de representaciones sociales en España, pero aquí es, básicamente una secularización parcial, si llegamos a una formulación profunda del concepto de secularización -que vaya más allá de la simple “laicización” o “desacralización” de la vida ([Marramao, 1989](#)) -, esto es, si entendemos por secularización el proceso por las sociedades llegan a regirse por principios de decisión autónoma de sus ciudadanos (o de acciones electivas o acciones racionales legales), así como de diferenciación y especialización de funciones sociales y de *institucionalización* del conflicto y el cambio social. En la España del desarrollismo, esta secularización quedaba inacabada y, en gran parte, limitada ([Alonso y Conde, 1994](#)).

El caso español representa, así, un tipo particular de proceso en el que el desarrollo económico fue capaz de introducir los aspectos básicos de la modernización secularizadora en los años sesenta -como cierta individualización (frente a un viejo comunitarismo autoritario local o religioso), división del trabajo, urbanización, norma de consumo de masas, ampliación del grado de independencia económica, etc.-, pero que deberá esperar al menos un par de decenios más para que alcance un grado en que pueda ser equiparada a los estándares de las naciones de su entorno. Ello es debido a que, durante todo este primer período, no existe un auténtico estatuto de ciudadanía, ni se generan aparatos institucionales capaces de integrar social y políticamente el conflicto laboral desde un tipo de mediación genuinamente racional-legal. El consumo interno se convertía, así, en la palanca central de expresión y legitimación en la era tecnocrática del capitalismo autoritario español de los sesenta, donde se trataba de realizar la idealizada proposición de la clase dominante franquista de aquel período: “asimilar los modelos económicos occidentales y preservar las especificidades de los modelos sociales y políticos vigentes en España desde finales de la guerra civil” ([Ortí, 1970: 25](#)).



## UN MERCADO INTERVENIDO: EL MODELO NACIONALISTA DE SOCIEDAD DE CONSUMO

Entramos así directamente en la tercera característica que conformaría esta peculiar *sociedad de consumo a la española* (Castillo Castillo, 1987): los efectos inducidos por el proteccionismo y el intervencionismo estatal en el desarrollo económico del país. El consumidor español de los sesenta sólo tuvo acceso a un conjunto limitado de bienes fabricados directamente en España, en condiciones de protección a la industria nacional y de reserva política y arancelaria del mercado español para fabricantes españoles, estos directamente conectados con las élites franquistas. Esta *reserva de mercado* para el fabricante español impedía la importación de productos de consumo extranjeros aplicando fuertes tasas y aranceles y perpetuando el tradicional aislacionismo de la economía española (Vicens-Vives, 1974). Ello supuso en la mayoría de las ocasiones efectos muy desfavorables para el consumidor nacional, que se encontraba con precios, calidades y gamas de productos sustancialmente peores que los consumidores europeos de referencia.

Es cierto que en etapa de la sociedad de consumo en todo occidente se puede hablar de un modelo *nacional*, donde los productos y las estrategias de fabricación de los bienes de consumo estaban muy relacionadas con la titularidad de los Estados nacionales, pero es cierto también que esta hegemonía nacional estaba complementada por los tratados internacionales de comercio, los espacios multinacionales de circulación de capital y mercancías y por una cierta simetría en las economías industriales en el intercambio de bienes y servicios, bajo la bandera ideológica de las ventajas de la importación y exportación de manufacturas de todo tipo. Todo esto ya le daba un primer carácter internacional al consumidor de los países centrales, que encontraba a su disposición, a precios competitivos de mercado, un paquete de bienes de consumo corriente y duradero de fabricación internacional. Sin embargo, en el caso español de esta época, más que de modelo nacional tendríamos que hablar de modelo *nacionalista*: un conjunto de empresas nacionales, utilizando patentes, marcas, tecnologías y hasta modelos internacionales -o copias de ellos- fabricando exclusivamente para España, o mínimamente para algún mercado subordinado en su zona de influencia semiperiférica, productos poco o nada competitivos a nivel internacional. El entramado institucional franquista sirvió para crear un mercado de consumo a escala casi exclusivamente nacional, con mercancías y productos fabricados en España, dependientes de tecnologías, licencias y hasta en algunas ocasiones de marcas internacionales -con su correspondiente filial española, y cuya matriz debía aceptar limitaciones y obligaciones de inversión y reinversión en el territorio español. Todo ello generaba un mercado de bienes de consumo poco competitivo, con escasez de variedad en la oferta -en comparación con los países de la Europa occidental-, con productos con calidad media relativamente baja para el precio que se tenía que pagar por ellos, y con ninguna de las ventajas derivadas de la competencia abierta en los mercados nacionales y mucho menos internacionales (Braña, Buesa y Molero, 1984). Esta fabricación en España para españoles se impulsaba desde los aparatos gubernamentales con una suerte de incitación al consumo *patriótico* -llamaba a consumir productos españoles cuando, de facto, no había disponibles prácticamente otros, salvo en las zonas arancelarias libres extrapeninsulares-, pues las posibilidades de importar bienes de consumo extranjeros estaban, fiscalmente, bloqueadas (Rebollo, 1983; Alonso y Conde, 1994).

El primer crecimiento de la sociedad de consumo se impulsó, así, con una oferta corta y relativamente ineficiente de productos fabricados con patentes o emulaciones de patentes extranjeras, defendidos de la competencia internacional y fabricados sólo para el mercado español. No es de extrañar luego la especial sobrevaloración y mitologización del producto extranjero que se instaló en la primera cultura de consumo española. La idea de lo que

todo lo que se fabricaba fuera era mejor, más atractivo y duradero tardaría muchos años en desarraigarse de la mentalidad del poco o nada soberano consumidor español que, hasta prácticamente mediados de la década de los noventa, tardaría en encontrarse con un mercado plenamente internacionalizado y globalizado a la altura de las naciones de su entorno (Alonso, Oubiña y Rebollo, 2000: 79-141).

Nos encontramos, así, ante una sociedad de consumo que es producto de una industrialización incompleta, dependiente, forzada e intervenida. Es característica de uno de los más viejos rasgos de la historia del capitalismo español: el intervencionismo y el dirigismo estatal (Donges, 1976; González, 1979). La defensa del mercado español para la fabricación española, la formación de un Estado empresario que, gracias a la empresa pública -del Instituto Nacional de Industria- trataba de empujar la producción de bienes de consumo y marcas nacionales, así como la compra de equipos y tecnologías no disponibles en el interior de nuestras fronteras, fueron la base de un salto en la escala de la producción de objetos de consumo. Cuantitativa y cualitativamente, este crecimiento no ha tenido parangón en la historia de España, si bien es cierto que nos encontrábamos en una senda de crecimiento muy limitada por las restricciones derivadas de un modelo lleno de insuficiencias. Este fordismo inacabado y semiperiférico, mantenido por un principio de subsidiariedad evidente en todos los segmentos de la producción y la financiación -dejando a la actividad privada los tramos más rentables del ciclo económico- producía, en última instancia, una sociedad de consumo nacional limitada en competencia y adaptada exclusivamente a un consumidor cautivo y a un mercado interno garantizado por las condiciones políticas impuestas. Gran parte de las patentes y bienes de equipo que sirvieron para fabricar los objetos de consumo que cambiaron rápida y radicalmente el estilo de vida de los españoles, eran en realidad excedentes tecnológicos poco o nada innovadores, con su ciclo de vida agotado o en decadencia en los mercados centrales, y que encontraban en España su última posibilidad de explotar un espacio rentable, defendido de la competencia, con público cautivo, y apoyado con incentivos estatales. En resumen, la inestable base del milagro español y de su *diferente* sociedad de consumo fue un modelo basado en la fabricación nacional sin tecnología nacional, con una fuerza de trabajo (y de consumo) políticamente controlada, y que además, necesita otras vías de financiación del propio crecimiento industrial, dada su insuficiencia estructural (como serán el turismo, la emigración de mano de obra, e incentivos estatales).

No es de extrañar, por tanto, que en el siguiente período de la sociedad económica española, los años ochenta del pasado siglo XX, este modelo nacional -y nacionalista- de la sociedad de consumo se derrumbase. Según iba avanzando la transición política y nuestro país se incorporaba a lo que sería la Unión Europea, rápidamente se detectarían las ineficiencias de las empresas fabricantes de bienes de consumo (pensadas, adaptadas y defendidas para cubrir un mercado estrictamente nacional) y los problemas de abrirse a la competencia internacional. La reconversión industrial de los años ochenta y noventa (cuyos efectos se siguen notando, hoy de forma particularmente dramática) supuso la desindustrialización nacional definitiva del modelo de consumo español: en lo sustancial, se dejaba de fabricar, dentro de nuestras fronteras, muchos bienes de consumo duradero -electrodomésticos tanto de línea blanca como marrón, electrónica, equipamientos del hogar, todo ello centro del *standard package*<sup>4</sup> moderno- mientras el capital internacional ya definitivamente liberado absorbía e incorporaba, en sus grupos multinacionales, la producción casi siempre de las gamas bajas de otros productos centrales del consumo duradero (por ejemplo, en la industria del automóvil). El consumidor español, por fin, empezaba a homogenizarse con los comportamientos de los compradores de los países de

4 El concepto de equipamiento normalizado o *standard package* -como un conjunto normalizado de objetos de consumo duradero en los que se fundamenta la integración social y económica del consumidor moderno, así como su socialización y capacidad de comparación pública- es uno de las principales aportaciones de David Riesman (1965: 24-63) a la sociología de consumo. Gaspar Brändle ha hecho un muy meticuloso trabajo sobre la evolución en España de los equipamientos domésticos en un período crítico para el cambio de modelo de consumo español: véase Brändle (2007: 75-114).

referencia, gran parte de los productos físicos de consumo que están a su alcance están fabricados en el extranjero -fundamentalmente en Asia-, las marcas nacionales han quedado definitivamente enterradas en la memoria colectiva de los españoles que ahora ya pasaban a quedar inequívocamente bajo la hegemonía de las marcas globales.

## LA GLOBALIZACIÓN DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO ESPAÑOLA: POST-FORDISMO DÉBIL Y FRAGMENTACIÓN SOCIAL

Muchos han sido los cambios que se produjeron en la estructura social de nuestro país durante los años sesenta y primeros setenta del siglo XX, y de ellos hemos tratado de dar cuenta en las páginas que preceden en lo tocante a la conformación de una sociedad de consumo. Ahora traeremos aquí a colación algunos aspectos fundamentales en el modelo de desarrollo español que han modificado las prácticas de compra y los estilos adquisitivos en el período siguiente, que va de la incorporación de nuestro país a la Unión Europea hasta la gran crisis financiera de finales de la década de nuestro siglo. El modelo económico de la España de los ochenta supuso una ruptura con el modelo de industrialización de los sesenta y setenta. La estrategia fundamental del capitalismo español en ese momento -siempre gubernamentalmente apoyada por las grandes fuerzas parlamentarias- fue precisamente romper con ese modelo de descentramiento histórico de la economía española apelando a tres elementos esenciales: la mercantilización y desregulación del mayor número de sectores de la economía (y la sociedad) española, la integración con todas sus consecuencias en los mercados y las instituciones políticas de Occidente y la rápida y fuerte tecnificación de los procesos productivos auspiciado por el discurso del impacto de las nuevas tecnologías. La reestructuración del capitalismo español en los ochenta y primeros noventa supuso, así, una fuerte desindustrialización como liquidación del modelo nacionalista de desarrollo, teniendo al Estado como el principal agente de la remercantilización de la sociedad y como liquidador de los sectores y ramas menos competitivas del entramado industrial, así como impulsor de la internacionalización y multinacionalización de los centros de decisión y control de la economía española (Etxezarreta, 2003: 23-36).

Las sucesivas oleadas de reconversiones industriales, privatizaciones, ajustes finos y duros, saneamientos financieros públicamente amparados y la fuerte entrada de capital internacional en España han constituido un tipo de economía muy diferente a la de los años sesenta y setenta (Velarde, 1992), recolocándose ahora en un lugar diferente dentro de la división internacional del trabajo. Se ha pasado de ser una *semiperiferia atrasada* a una *semiperiferia adelantada* en el sistema mundial, en una integración desde el sur mucho más orgánica ya descrita por varios analistas (Lipietz, 1986: 203-224; Michalet, 2002: 389-415). El consumidor nacional español se va convirtiendo, poco a poco, en un consumidor global. Sin embargo, las desigualdades y desequilibrios históricos que se arrastran -desequilibrios regionales, zonas históricamente atrasadas, bolsas de pobreza tradicional rural o urbana-, como otros costes sociales resultado de la fuerte reestructuración de sectores económicos del período -economía negra o sumergida, nueva pobreza, depresión de antiguas zonas industriales, etc.-, configuran una imagen del *nuevo* o *segundo* "milagro económico español", bastante quebrada, difusa y desigual (Murillo Arroyo, 2019), aunque también muy evidente y espectacular en lo que se refiere a la nueva accesibilidad a los productos internacionales o la homogeneización con los estilos de vida y consumo europeos.

La nueva estructura económica de España generó, a su vez, un tipo de distribución ocupacional bastante característica. La pérdida de empleo industrial y la indudable terciarización de la economía española (Cuadrado, 1999), han creado una fuerte concentración del empleo en el sector servicios, empleo este último que tiende a segmentarse fuertemente

(Muñoz de Bustillo, 2007): por un lado, en un mercado difuso, externo y precario de contratos de baja estabilidad y baja calidad, con abundancia de “malos trabajos” (Sola et al., 2013); y por otro, en un núcleo duro de categorías de alta cualificación que, bien en el campo de la innovación, bien en el campo de la gestión financiera van a tratar de dar respuesta a las demandas de máxima competitividad y rentabilidad impuestas por el tipo de actividad formalmente postindustrial que empieza a dominar en este período, y que se van a convertir en los consumidores postmodernos de nichos y gamas altas. Por otra parte, la enorme presencia tanto del sector turístico y hostelero en España, como de la construcción y el sector inmobiliario (imbricado con el sector financiero) le dan también al modelo económico español, en esta etapa, un carácter espasmódico y quebrado, con rápidos aumentos y decrementos del empleo, una escasa innovación tecnológica y presencia relativamente baja en las cadenas de valor globales. Todo esto influye en que la nueva sociedad de consumo española presente un carácter de superficial homogeneización con el modelo de consumidor global internacional, pero con riesgos añadidos: el postfordismo español va ser muy dependiente de las coyunturas internacionales y de instancias de decisión políticas, empresariales y financieras extranjeras, lo que genera también un segmento enorme de consumidores relativamente débiles, con una capacidad adquisitiva muy condicionada por ingresos fluctuantes según el ciclo de empleo (Alonso y Fernández Rodríguez, 2009).

El modelo de acumulación económica de los ochenta y noventa en España cristalizó en eso que, de manera más o menos propia, podemos llamar *postfordismo débil*: flexibilidad tecnológica y social de la producción, segmentación de los mercados de bienes y de trabajo, consumos muy diferenciados, Estado mercantilizador, etc., pero, a la vez, debilidades importantes como la presencia de un elevado desempleo estructural y una enorme precariedad laboral, una dependencia máxima del sector servicios en la economía, y una desindustrialización progresiva y radical. El modelo de rápida financiarización de la economía y la vida cotidiana española de la última década y media ha creado las condiciones para la subordinación de los mercados de trabajo a los mercados de capital. La especulación inmobiliaria y financiera propia de una auténtica *economía del despilfarro* (Bowles, Gordon y Weisskopf, 2000) ha asegurado la rentabilidad creciente de todo tipo de operaciones financieras mientras que el desempleo no ha dejado de crecer -en los momentos críticos de este período las tasas de desempleo alcanzan a casi el 25% de la población activa-; el trabajo de precarizarse y la política social de convertirse en muchos casos más en un sistema asistencialista de disimulo de los costes sociales del ajuste (Rodríguez Cabrero, 2004: 137-152). Esta versión del postfordismo ha supuesto el paso a una norma de consumo de masas que, aunque mantiene su referencia ideológica en la supuesta universalidad de la clase media, en realidad comprende una diversidad de normas de consumo cada vez más adaptadas a posiciones y trayectorias muy desiguales y diversificadas que oscilan desde la nueva ostentación cosmopolita de las élites financieras y tecnológicas surgidas al albur de la nueva economía postindustrial, hasta los consumos defensivos, locales y regresivos de grupos laborales cada vez más subordinados y precarizados. El consumo en todo este período tendió a crecer, ampliarse, diversificarse e internacionalizarse; y a la vez, la desigualdad de normas, estilos, posibilidades y capacidades de gasto se hacía también más visible, en una dinámica cada vez más centrífuga. La flexibilización en el proceso de trabajo no sólo ha supuesto la instauración de mecanismos institucionales (o clandestinos) de imponer un orden turbulento en los ámbitos de contractualización de la mano de obra, también una rápida introducción de estrategias productivas -robotización, descentralización, subcontratación, internacionalización, etc.- que tienden a anular los procesos de homogeneidad y solidaridad que se les suponían a los típicos trabajadores industriales de cuello azul o a los asalariados administrativos o comerciales de cuello blanco que construían históricamente el núcleo duro de norma estandarizada del consumo de masas fordista (Alonso, 2007).

La dimensión social de todo este proceso ha supuesto, en gran medida, una fuerte fragmentación de los sujetos sociales, al romperse en mil pedazos el universo de representación en el que estaban inscritos (López Calle, 2019). En lo que se refiere al consumo estrictamente hablando, se pueden encontrar una serie de dinámicas que completan el modo de regulación postfordista en su relativo desorden y turbulencia institucionalizada. Estas dinámicas serían la fragmentación, la individualización, la virtualización y la globalización (Alonso, 2005). Así del gusto de clase media, los grandes mercados de productos muy poco diferenciados, la fabricación en cadena de largas series de enorme duración comercial con escasa renovación estética y simbólica de los productos, etc., típicos del fordismo nacionalista español, pasamos a una muy rápida instauración en nuestro país de un marco casi opuesto: mercados segmentados, desempleo estructural, tendencias a dualización y vulnerabilización social, oferta diferenciada y estratificada (hasta la personalización) de bienes y servicios globales, adaptación y permanente renovación de nichos comerciales, políticas estatales pro-mercado, etc. En tal contexto, las identidades sociales se han vuelto mucho más fragmentadas y se han multiplicado las sensibilidades y percepciones que, desde diferentes grupos sociales, se le da al hecho de consumir y a los efectos sociales y culturales buscados en las prácticas mismas de consumo (Alonso, 2005). De los mecanismos centralizados de comercialización hemos ido pasando a todo tipo de *redes* de producción, de distribución, de consumo, de información, etc. En este aspecto el consumo de masas, y su compañero natural, el de cultura de masas, debe ser contemplado desde un aspecto mucho menos integrador. A la vez, nuevos *estilos de vida y consumos distintivos* (tanto ne-elitistas, como particularistas) se han incrustado en este conjunto de normas adquisitivas diferenciadas que se han venido componiendo en estos “nuevos tiempos” del consumo postfordista español, muy ligado a una estructura social especialmente segmentada y hasta dualizada, dada la debilidad de fondo de los fundamentos históricos de nuestro proceso de modernización.

En toda esta conversión, el capital internacional de nuevo ha sido fundamental, y la instalación definitiva en nuestro país de las redes comerciales de distribución europeas -grandes superficies y plataformas de comercio *on-line*- ha sido arrolladora. Es cierto que han sobrevivido algunos nichos locales o nacionales en la distribución española, pero estos distribuidores, en su inmensa mayoría, también comercializan mercancías globales o fabricadas externamente. El elemento nacional ha desaparecido casi totalmente y la *marca* ya tiene un valor por encima de la nacionalidad: de hecho, esta última es una entidad supranacional que articula un sistema de representaciones propio, y necesita poco de lo patriótico para generar su visibilidad y notoriedad (Alonso, 2016; Rebollo, 2016).

Para las clases medias, tampoco este período ha sido una época apacible: el consenso de clases medias, que habría tenido la oportunidad de irse estabilizando como resultado una cierta redistribución socialdemócrata, tendió a evaporarse como consecuencia de potentísimas dinámicas que deconstruían un sector servicios que había sido la base de las nuevas clases medias funcionales. Como en tantos otros aspectos de la vida nacional, hemos vivido un proceso tardío de consolidación de las clases medias, justo en el momento en que, a la vez, se empezaban internacionalmente a experimentar los procesos de fragmentación y diferenciación social de estas mismas clases medias, resultado de los modelos neoliberales de desregulación y precarización de los sujetos sociales. En España, hemos conocido la tendencia a la proletarianización, e incluso subproletarianización, de un buen número de actividades habitualmente inscritas en el espacio social tradicional de las clases medias, al generalizarse modelos de prestación, distribución y reparto de bienes y servicios en mucha mayor escala, más masificados y que reclaman una mano de obra mucho más descualificada al llevarse hasta sus últimos extremos la división del trabajo –ejemplos serían el estilo de trabajo de las grandes superficies comerciales, la tendencia a la subcontratación de tareas en la generalidad del sector servicios, o la proliferación de un gran número de falsos

autónomos. Esos estratos más bajos se han ido alejando de lo colectivo, volcándose hacia el consumo privado como forma defensiva de mantenimiento de un status individualizado en peligro por los procesos desregulación y privatización (mediante productos individualizados e individualizantes para un tiempo de profunda personalización de las representaciones sociales) (Alonso, 2005).

Por otra parte, hemos asistido también al rápido encumbramiento de los gestores de la economía de la especulación inmobiliaria y financiera, convertidos en los estratos superiores de las clases medias funcionales y ocupados en diferenciarse y hacer valer sus pretensiones adquisitivas, profesionales y hasta simbólicas, estando estas muy alejadas de las representaciones y formas de consumo clásicas del discurso de la clase media universal (Naredo, 2019). Todas estas posiciones sociales supraordinadas se ha afianzado una obsesiva cultura de consumo basada del esteticismo ostentoso, la compra de lujo, la individualización competitiva y la diferenciación social, haciendo de la postmodernidad neoliberal su seña de identidad cultural, en un ejemplo palmario de élites en rebelión respecto a las sociedades de clase media<sup>5</sup>. De igual manera, esta dinámica de desigualdad genera una *huella ecológica* sobre el territorio casi explosiva, la patrimonialización de las diferencias sociales en forma de inversiones inmobiliarias carga sobre el medio ambiente todas la externalidades negativas de la inversión privada y a largo plazo los costes ecológicos de este modelo son hoy inocultables, el peso de la construcción y la especulación de la vivienda en la economía española y un modelo turístico extensivo han acabado por conjugar una profunda desigualdad social estructural con un especial impacto agresivo sobre los paisajes, territorios y entornos ambientales españoles (Carpintero, 2005).

Si las incipientes clases medias fueron capaces de generar, en el primer postfranquismo, una cultura de compromiso como discurso de sus propias movilizaciones en favor de sus demandas de consumos públicos y de la expresión de su voz como traducción de su reivindicación de derechos -para homologarse con las de las sociedades occidentales-, según avanzaban los años ochenta y cambiábamos de siglo, las fracciones más altas de estas clases medias, más maduras y coronando su ascensión, se instalaron en una cultura de la satisfacción -como sabiamente la denominó en su día Jonh K. Galbraith (2000)-, de desprecio de lo público, ruptura de todos los pactos sociales, defensa de la mercantilización total y reivindicación de un consumo meritocrático de alta tecnología y alta gama proyectado como estilo de vida a largo plazo. Para las clases medias descendentes quedó simplemente la individualización defensiva y regresiva del consumo -emulativo y a crédito-, tomando su mantenimiento del acto de consumir como la única ilusión de vínculo social en una época en la que se pasaba de la norma de consumo al consumo como norma. Finalmente, las clases populares, desarticuladas en múltiples fragmentos con diversos grados de vulnerabilidad siempre creciente, sólo han podido aspirar a los residuos de un fordismo estigmatizante o las múltiples presentaciones del auténtico *low cost*: consumos a corto plazo, coyunturales, imitaciones, y productos de bajas o bajísimas gamas. Las gamas de objetos se van a diversificar para cubrir todo tipo de capacidades adquisitivas, y sobre una base de profunda tecnologización de toda la vida cotidiana podemos encontrar desde los atributos más distintivos -las marcas premium- hasta las marcas de distribuidor, marcas blancas, copias o productos de bazar o mercadillo (Alonso, 2006).

En suma, conocimos un período en el que el postmodernismo cultural y hasta cotidiano arraigó rápidamente en los discursos, las prácticas y los sistemas de identificación social en nuestro país (empezando por los discursos y las prácticas de consumo), cuando nunca habíamos completado ni profundizado un auténtico proceso de modernización política,

<sup>5</sup> Los primeros en analizar esta revuelta de las élites en lo que se refiere a una exhibición ostentosa de su éxito como posición social y que rompe con la idea del prestigio universal de la clase fueron Taylor (1991) y Lasch (1996). Pinçon y Pinçon-Charlot (2014) analizan a fondo el tema con todas las herramientas teóricas y empíricas derivadas de la sociología crítica francesa y Zygmunt Bauman ha centrado sus muy conocidos trabajos en las consecuencias morales y éticas de esta conversión del consumo distintivo en el santo y seña del reconocimiento social en lo que él llama modernidad líquida y otros directamente postmodernidad: ver, por ejemplo: Bauman (2007 y 2008).



cultural, económica y cívica. España se constituía, en ese fin de siglo, como una especie de nación *postpremoderna* o *prepostmoderna*, donde la debilidad histórica del proceso de modernización e institucionalización social del capitalismo español parece que trataba de ser compensada históricamente con un sobreconsumo privado y acelerado. El postfordismo español significó la homogenización del consumidor español a las tendencias internacionales del consumo en la era postfordista, esto es, un consumidor de bienes duraderos que están fabricados en Asia, de por supuesto marcas globales, y con estilos de vida muy similares a los europeos: individualización, estilización, segmentación, etc. No obstante, para el caso español, las deficiencias del modelo de consumo, con sus desequilibrios sociales y regionales, la debilidad de sus instituciones y la dependencia de los ciclos de inversión, visitas turísticas y decisiones financieras externas, seguían reproduciendo estructuras socio-económicas arraigadas en nuestro país en procesos históricos de muy larga duración.

Y estos desequilibrios se reflejaron, de forma evidente, en la transición al nuevo milenio en la que, bajo el impulso de un ciclo económico internacional ascendente ante la emergencia de la nueva economía y un contexto nacional marcado por la desregulación de la economía, la euforia de la pertenencia a la zona euro y una burbuja inmobiliaria desaforada, se generó un consumo completamente desaforado que se tradujo no solamente en la construcción y adquisición desmedida de propiedades inmobiliarias, sino por la extensión de una cultura consumista en todas las capas de la población, financiadas en buena medida por el crédito bancario (ver [Alonso y Fernández Rodríguez, 2009](#)). El discurso oficial de aquel entonces (“España va bien”, “Estamos en la Champions League europea”) parecía anunciar que se dejaban atrás años de inferioridad respecto a la Europa del norte, y que desde el sur era también posible armar una economía competitiva, con altas tasas de crecimiento económico, importantes multinacionales y una modernización de sus estilos de vida. En resumen, el país, en el postfordismo de la “Nueva Economía”, parecía encontrar finalmente su sitio en el orden económico internacional. Sin embargo, las debilidades originarias del modelo, reforzadas en esos años del cambio de milenio de vino y rosas, volverían a resurgir tan pronto como la crisis económica mundial estalló.

## CONCLUSIÓN: EL COLOFÓN DE LA GRAN CRISIS FINANCIERA COMO SÍNTESIS

La crisis financiera de 2008 puso en evidencia que las dinámicas históricas que han ido construyendo la sociedad de consumo en España tienden a presentarse y reaparecer en los momentos de dificultad y caída del ciclo económico. Muchos años más tarde todavía nos encontramos, en gran parte de los comportamientos y desarrollos de las formas de consumo españolas de la última década, con elementos estructurales que se arrastran desde el mismo momento de la formación de un fordismo semiperiférico español y su progresiva conversión en un postfordismo débil y dependiente. Es como si después de años de vivir en el optimismo de la inclusión definitiva en Europa, en sus modos de vida y sus estilos adquisitivos, la crisis trajera un enorme desencanto y frustración de expectativa que volvieron a recrear las imágenes regeneracionistas sobre el lugar descentrado y atrasado de una España ligada sin remedio a las peores fatalidades de la Europa del Sur. Una economía de gran tamaño, pero dependiente financieramente e incapaz de generar con garantía y robustez los recursos de todo tipo necesarios para afrontar una fuerte recesión de la economía.

De aquel modelo de construcción de la sociedad de consumo española quedó su escasa base tecnológica autónoma y sobreexposición a los riesgos internacionales, al estar fuertemente especializada en el negocio turístico, el sector inmobiliario y los servicios financieros. La crisis de la deuda soberana desinfló las burbujas especulativas -aunque con dificultad y con resistencias notables, como se ha manifestado en la vivienda de alquiler- y,



como siempre, el modelo español cargó sobre los mercados de trabajo todos los costes de las reestructuraciones y las reconversiones económicas. Esto, más que suponer un colapso o crisis total del consumo, generó el modelo mental de un *consumo de crisis*, donde muchos de los grupos sociales más afectados por la crisis se aferraron a ajustar su nivel de consumo. La austeridad, los recortes de las prestaciones públicas, la devaluación salarial y las reformas laborales sucesivas fueron la respuesta de las políticas económicas ortodoxas para redimensionar la economía española y volverla a encajar en un lugar todavía más subordinado a los mercados internacionales. Este proceso amplió y profundizó el modelo de postfordismo débil de los años noventa y el cambio de siglo (ver [Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2016b](#)). Primero desempleo, luego malos empleos, precarización segmentación y dualización, son una especie de reajuste disciplinario y moral convertido en un discurso general, pero extraído directamente del ámbito del consumo y aplicado a grandes capas de la población: la admonición de que “habíamos vivido por encima de nuestras posibilidades” y que ahora había que “hacer sacrificios” para salir de la crisis se convertía en el santo y seña ideológico de una sociedad de consumo como la española que nunca acababa de tomar conciencia de sí misma como una sociedad definitivamente modernizada y autónoma ([Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2015](#)). En estos años, el consumo de las clases populares apostó por modelos de resiliencia ([Serrano Pascual, Martín Martín y de Castro, 2019](#)) mientras por el lado de las clases altas y medias altas se apostó por modelos de consumo a imagen de las élites mundiales. De esta manera el consumo de esta época de crisis fue tomando formas dualizadas y hasta polarizadas, donde los consumos de lujo o de alto valor se consolidaron o incluso aumentaron cuantitativa y cualitativamente; pero, a la vez, los grandes consumos tendían a mantenerse a base de acudir al *low cost*, las marcas blancas y en el incremento de los procesos de compra en las plataformas informáticas y la *gig economy*. Distribución y consumo avanzaron en estos niveles sociales por la senda de la precariedad, de tal manera que el consumidor de productos *online* crea un empleo débil y coyuntural que, a su vez refuerza los consumos más coyunturales.

El *desclasamiento* y el miedo al desclasamiento, como miedo a la desvalorización de los capitales sociales, económicos y culturales de las clases medias (ver [Chavel, 2016](#)) ha sido uno de los motores más potentes para entender los comportamientos adquisitivos de nuestro país durante la crisis y la postcrisis financiera que ha presidido el último decenio. Cuando parecía que el consumidor español se integraba y homogeneizaba con sus referentes europeos, el conjunto de dudas, aprensiones y miedos a “que las clases medias estén desapareciendo”, ha vuelto a crear la muy persistente percepción en nuestra cultura de nuestra escasa convergencia y recurrente descentramiento de la economía y la sociedad españolas ([Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2016a y 2017](#)). Es como el eterno retorno a la vía semiperiférica que constituyó nuestro modelo de transición a la sociedad de consumo, evolucionada, transformada y hasta segmentada ahora, pero no por ello menos presente en el imaginario social que conforma el universo cultural de referencia para las prácticas económicas de la población española. Y cuando la desigual recuperación económica del último lustro parecía anticipar un retorno a un modelo de consumo todavía más fragmentado y desigual, el país se vuelve de nuevo a enfrentar a una nueva crisis, en este caso por algo tan inesperado como una pandemia, y cuyas consecuencias a día de hoy parecen, a medio plazo, devastadoras para la economía y sobre todo para los grupos sociales más vulnerables, que ya de entrada han sufrido más los períodos de confinamiento forzado. Aunque es imposible hacer predicciones sobre estas cuestiones en este momento ante la extraordinaria fluidez de los acontecimientos, el escenario más plausible es que, en los próximos años, se vuelvan a reforzar de forma hiperbólica las desigualdades en el terreno del consumo dentro de una sociedad que, estos días, por desgracia, vuelve a mostrar las débiles costuras de su estructura económica y sus instituciones, magnificadas ante el brutal impacto de la crisis.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aglietta, M. (1979). *Regulación y crisis del capitalismo. La experiencia de los Estados Unidos*. Madrid: Siglo XXI.
- Alonso, L. E. (2004). Las políticas del consumo. Transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida. *Revista Española de Sociología*, (4), 7–50. <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/64939>
- Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- Alonso, L. E. (2006). Consumo y cultura de consumo en el marco de la fragmentación social: visiones y tendencias. En Bericat, E. (ed.), *El cambio social en España: visión y retos de futuro* (pp. 313-338). Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- Alonso L. E. (2007). *La crisis de la ciudadanía laboral*. Barcelona: Anthropos.
- Alonso L. E. (2016). El consumo obligatorio o la lógica de la sociedad de pago. En Gil Calvo, E. (ed.), *Sociólogos contra el economicismo* (pp. 129–155). Madrid: La Catarata.
- Alonso, L. E. y Conde, F. (1994). *Historia del consumo en España*, Madrid, Debate.
- Alonso, L. E. y Fernández Rodríguez, C. J., (2009). De la norma de consumo al consumo sin norma: precariedad laboral, especulación inmobiliaria y nuevas formas de consumo en España. En Tezanos, J. F. (coord.), *Juventud y exclusión social: décimo Foro sobre Tendencias Sociales* (pp. 103–136). Madrid: Fundación Sistema.
- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J. e Ibáñez Rojo, R. (2015). From Consumerism to Guilt: Economic Crisis and Discourses about Consumption in Spain. *Journal of Consumer Culture*, 15(1), 66–85. <https://doi.org/10.1177/1469540513493203>
- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J. e Ibáñez Rojo, R. (2016a). De la moral del sacrificio a la conciencia de la precariedad. Un análisis cualitativo de los discursos sobre la evolución de la crisis en España. *Política y Sociedad*, 53(2), 353–379. [https://doi.org/10.5209/rev\\_POSO.2016.v53.n2.49380](https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2016.v53.n2.49380)
- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J. e Ibáñez Rojo, R. (2016b). Entre la austeridad y el malestar: discursos sobre consumo y crisis económica en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (155), 21–36. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.155.21>
- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J. e Ibáñez Rojo, R. (2017). I think the middle class is disappearing: Crisis perceptions and consumption patterns in Spain. *International Journal of Consumer Studies*, 41(4), 389–396. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12352>
- Alonso Rivas, J., Oubiña Barbolla, J. y Rebollo Arévalo, A. (2000). Análisis de la demanda y del consumidor español-consumidor europeo. En Gimeno Ullastres, J. A. (ed.), *El consumo en España: un panorama general* (pp. 79–141). Madrid: Argenteria/Visor.
- Arribas, J. M. (1994). Antecedentes de la sociedad de consumo en España: de la dictadura de Primo de Rivera a la II República. *Política y Sociedad*, (16), 149–168.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2008). *Mundo consumo. Ética del individuo en la aldea global*. Barcelona: Paidós.
- Bowles, S. Gordon, D. M. y Weisskopf, T. E. (2000). *After the Wasteland Democratic Economics for the Year 2000*. Nueva York: Routledge.

- Brändle, G. (2007). Consumo y cambio social en España. Evolución en el equipamiento doméstico (1983-2005). *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (120), 75-114.
- Braña, F. J., Buesa, M. y Molero, J. (1984). *El cambio tecnológico en la industrialización tardía: un análisis del caso español*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Castillo Castillo, J. (1987). *Sociedad de consumo a la española*. Madrid: Eudema.
- Carpintero, O. (2005). *El metabolismo de la economía española. Recursos naturales y huella ecológica (1955-2000)*. Lanzarote: Fundación César Manrique.
- Chaney, D. (2003). *El consumo*. Madrid: Talasa.
- Chavel, L. (2016). *Le spirale du déclassement. Essai sur la société des illusions*. París: Seuil.
- Conde, F. (1994). Notas sobre la génesis de la sociedad de consumo en España. *Política y Sociedad*, (16), 135-148.
- Cuadrado Roura, J. R. (1999). *El sector servicios y el empleo en España: evolución reciente y perspectivas de futuro*. Bilbao: Fundación BBVA.
- Donges, J. B. (1976). *La industrialización en España. Políticas, logros, perspectivas*. Barcelona, Oikos-Tau.
- Etxezarreta, M. (2003). La regulación en un mundo global. *Revista de Economía Crítica*, (1), 23-36. [http://www.revistaeconomicocritica.org/sites/default/files/3\\_regulacion.pdf](http://www.revistaeconomicocritica.org/sites/default/files/3_regulacion.pdf)
- Galbraith, J. K. (2000). *La cultura de la satisfacción*. Barcelona: Ariel.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas*. México: Grijalbo.
- Gerschenkron, A. (1973). *Atraso económico e industrialización*. Barcelona: Ariel.
- Hirschman, A. O. (1984). *De la economía a la política y más allá. Ensayos de penetración y superación de las fronteras*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lasch, Ch. (1996). *La rebelión de las élites y la traición a la democracia*. Barcelona: Paidós.
- Lipietz, A. (1986). Le kaléidoscope des Sud. En Boyer, R. (ed.), *Capitalismes fin de siècle* (pp. 203-224). París: Presses Universitaires de France.
- López Calle, P. (2019). Subjetividad precaria como recurso productivo. Crisis, trabajo e identidad en las periferias metropolitanas desindustrializadas. *Revista Española de Sociología*, 28(2), 347-364. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2018.56>
- Marramao, G. (1989). *Poder y secularización*. Barcelona: Península.
- Marshall, T. H. (1998). *Ciudadanía y clase social*. Madrid: Alianza.
- Mendras, H. (1999). *Sociología de Europa occidental*. Madrid: Alianza.
- Michalet, Ch. A. (2002). La spécialisation internationale n'est pas plus ce qu'elle était. En Dockés, P. (Ed.). *Ordre et désordres dans l'économie monde* (pp. 389-415). París: Presses Universitaires de France.
- Míguez, A. (Ed.) (1970). *España ¿Una sociedad de consumo?* Madrid: Guadiana.
- Muñoz de Bustillo, R. (2007). La distribución funcional de la renta en España. *Gaceta Sindical*, (9), 93-107.
- Muñoz, J., Roldán, S. y Serrano, A. (1978). *La internacionalización del capital en España*. Madrid: Edicusa.

- Murillo Arroyo, F. J. (2019). *El milagro económico español. Dinámica salarial e impacto sobre la estructura de la propiedad*. Madrid: Maia.
- Nadal, J. (1975). *El fracaso de la revolución industrial en España 1814-1913*. Barcelona: Ariel.
- Nadal, J., Carreras, A. y Sudriá, C. (1987). *La economía española en el siglo XX*. Barcelona: Ariel.
- Nadal, J. (2020). *La Hispano-Suiza. Esplendor y ruina de una empresa legendaria*. Barcelona: Pasado y Presente.
- Naredo, J. M. (2010). *Razones económicas del deterioro económico y social*. Madrid: Siglo XXI.
- Naredo, J. M. (2019). *Taxonomía del lucro*. Madrid: Siglo XXI.
- Navarro, M. (Ed.) (1978). *La sociedad de consumo y su futuro*. Madrid: Instituto Nacional del Consumo.
- Ogburn, W. F. (1972). *Social Change*. Nueva York: Harper & Row.
- Ortí, A. (1970). Política y sociedad en el umbral de los años setenta: las bases sociales de la modernización política. En Martínez Cuadrado, M. (ed.), *Cambio social y modernización política* (pp. 5–90). Madrid: Edicusa.
- Ortí, A. (2001). En el margen del centro la formación de la perspectiva sociológica crítica de la generación de 1956. *Revista Española de Sociología*, (1), 119–164.  
<https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/64703>
- Pinçon, M. y Pinçon-Charlot, M. (2014). *La violence des riches. Chronique d'une immense casse sociale*. París: La Découverte.
- Rebollo, A. (1983). *La estructura del consumo en España*. Madrid: Instituto Nacional del Consumo.
- Rebollo, A. (2016). 50 años de comercio y consumo en España: Cómo hemos cambiado. *Distribución y Consumo*, (143), 56–64.
- Riesman, D. (1965). *Abundancia ¿para qué?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Serrano Pascual, A., Martín Martín, M. P. y Castro de, C. (2019). Sociologizando la resiliencia. El papel de la participación socio-comunitaria y política en las estrategias de afrontamiento de la crisis. *Revista Española de Sociología*, 28(2), 227–247.  
<https://doi.org/10.22325/fes/res.2018.74>
- Sarlo, B. (2020). *Una modernidad periférica*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Sola, J., Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J. e Ibáñez Rojo, R. (2013). The Expansion of Temporary Employment in Spain (1984–2010): Neither Socially Fair nor Economically Productive. En Koch, M. y Fritz, M. (Eds.), *Non-Standard Employment in Europe: paradigms, prevalence and policy responses* (pp. 67–83). Londres: Palgrave.  
[https://doi.org/10.1057/9781137267160\\_5](https://doi.org/10.1057/9781137267160_5)
- Sutherland, S. (2015). *Irracionalidad. El enemigo interior*. Madrid: Alianza.
- Taylor, J. (1991). *El circo de la ambición. La cultura del dinero y del poder*. Barcelona: Anagrama.
- Toharia, L. (1986). Un fordismo inacabado entre la transición y la crisis económica. España. En Boyer, R. (ed.), *La flexibilidad del trabajo en Europa* (pp. 161–184). Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Velarde, J. (1992). Los sectores productivos españoles ante el reto comunitario de los años noventa. *Papeles de Economía Española*, (50), 66–52.

Vicens-Vives, J. (1974). *Coyuntura económica y reformismo burgués y otros estudios de Historia de España*. Barcelona: Ariel.

Wallerstein, I. (1976). Semiperipheral Countries and the Contemporary World Crisis. *Theory and Society*, 3(4), 461–483. <https://doi.org/10.1007/BF00161293>

## NOTA BIOGRÁFICA

**Luis Enrique Alonso** es Catedrático del departamento de sociología de la Universidad Autónoma de Madrid. Especializado en Sociología Económica en su sentido más amplio (economía, consumo, trabajo), ha dirigido numerosas investigaciones en esta área de conocimiento, habitualmente desde una perspectiva cualitativa. Ha publicado más un centenar de artículos en revistas especializadas y en monografías colectivas, además de ser autor de varios libros, siendo los más recientes *Los discursos del presente: un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos* (Madrid, Siglo XXI, 2013, co-escrito con Carlos J. Fernández Rodríguez) y *Poder y sacrificio* (también con Carlos J. Fernández Rodríguez, Madrid, Siglo XXI, 2018).

**Carlos Jesús Fernández Rodríguez** es Profesor titular en el departamento de sociología de la Universidad Autónoma de Madrid. Sus intereses de investigación son la sociología del consumo, de la economía, del trabajo y de las organizaciones, con especial interés por las teorías críticas sobre la empresa. Es autor de varios libros (siendo los últimos “Poder y Sacrificio”, co-escrito con Luis Enrique Alonso, Siglo XXI, Madrid, 2018, y “Enter Culture, Exit Arts?”, con Semi Purhonen et al., Routledge, Londres, 2019) y decenas de capítulos de libro y artículos en revistas científicas como *Journal of Consumer Culture*, *European Journal of Industrial Relations*, *Economic and Industrial Democracy* o *Research Evaluation*.

Sección monográfica / Monographic section

# El auge del gusto conservador convencional: clase, consumo y política en Turquía

## *The rise of the conservative middlebrow taste: Class, consumption and politics in Turkey*<sup>1</sup>

Aksu Akçaoğlu 

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turquía  
aakcaoglu@comu.edu.tr

Irmak Karademir Hazir 

Oxford Brookes University, Reino Unido  
ihazir@brookes.ac.uk

Recibido / Received: 03/03/2020  
Aceptado / Accepted: 25/03/2020



### RESUMEN

En este artículo, nuestro objetivo es utilizar los conceptos de Bourdieu para comprender la emergencia de un gusto conservador / islámico en el contexto de las recientes transformaciones políticas de Turquía. Para hacerlo, primero nos centraremos en las raíces históricas del fenómeno, la fuerte conexión entre la política y el consumo en Turquía, con el fin de abordar los impactos de la reciente transformación del conservadurismo político en el gusto conservador. En segundo lugar, describimos la forma actual del gusto conservador convencional como la elección de un estilo elegante y religioso, a través del análisis de contenido de tres revistas de moda conservadoras. Por último, recurriendo a una investigación de campo realizada en Ankara, presentamos ejemplos concretos de cómo se incorpora el gusto conservador y se utiliza para realizar la distinción de clase dentro y más allá de las fracciones conservadoras de la sociedad.

**Palabras clave:** Gusto; consumo; islamismo; conservadurismo; moda.

### ABSTRACT

In this paper, we aim to use Bourdieusian concepts to understand the rise of conservative/Islamic taste in the context of Turkey's recent political transformations. To do so, we first focus on the historical roots of the strong connection between politics and consumption in Turkey by addressing the impacts of recent transformation of political conservatism on conservative taste. Second, we describe the current form of the conservative middlebrow taste as the choice of elegant and religiously proper through the content analysis of three conservative fashion magazines. Lastly, drawing on a field research conducted in Ankara, we present concrete examples of how conservative taste is embodied and used to perform class distinction within and beyond the conservative fractions.

**Keywords:** Taste; consumption; Islamism; conservatism; fashion.

\*Autor para correspondencia / Corresponding author: Irmak Karademir Hazir.ihazir@brookes.ac.uk

Sugerencia de cita / Suggested citation: Akçaoğlu, A., Hazir, I. K. (2020). El auge del gusto conservador convencional: clase, consumo y política en Turquía. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 215-229. <http://dx.doi.org/10.22325/fes/res.2020.66>

<sup>1</sup> Traducido por Carlos Jesús Fernández Rodríguez

## INTRODUCCIÓN

Desde los estudios clásicos de Simmel y Veblen hasta las exploraciones más recientes de Elias, Bauman y Baudrillard, la dinámica del consumo siempre ha sido uno de los temas recurrentes en la investigación sociológica. El punto crítico en el fortalecimiento de la “sociología del consumo” es el trabajo fundamental de Pierre Bourdieu *La distinción* (1984). Al arrojar luz sobre la relación entre la distribución de las formas de capital, la formación de posiciones sociales y los patrones de consumo, el sociólogo francés construyó una sólida teoría de la estratificación social mediada por el consumo. Comparado con los enfoques antes establecidos centrados en el estatus, que identificaban el estudio del consumo con una exploración de los privilegios de la clase alta (como se ve en las obras clásicas de Simmel (1997 [1905]) y Veblen (1970 [1899])), Bourdieu mostró que, más allá de ser una fuente de prestigio, las prácticas de consumo son también el signo de una distinción basada en la clase social. Al ver las prácticas cotidianas de consumo como una parte legítima y significativa del *lenguaje simbólico de las diferencias*, la perspectiva de Bourdieu hizo una gran contribución a la expansión de las fronteras en lo que son los estudios de consumo.

Lejos de establecer unas leyes eternas de la vida social, la perspectiva de Bourdieu dirige nuestra atención a las luchas de poder cambiantes y a las transformaciones resultantes del espacio social que, juntos, reflejan el espacio simbólico (el espacio de los estilos de vida). Inspirados por el modelo de estratificación desarrollado en *La distinción*, numerosos investigadores han testado la homología entre la distribución del poder, la posición social y los patrones de consumo en diversas regiones del mundo. Sin embargo, su marco conceptual se ha aplicado, sobre todo, en los contextos europeo y norteamericano, y no tanto en otros espacios. En este artículo, nuestro objetivo es llenar esta ausencia y utilizar los conceptos *bourdieuanos* para comprender el auge del gusto conservador / islámico en el contexto de las recientes transformaciones políticas en Turquía. ¿Cómo influyen las transformaciones en el campo político (en este caso, el crecimiento del Islam político) y el campo económico (acumulación de capital por las fracciones conservadoras de la sociedad) en los campos culturales? ¿Podemos identificar un “gusto conservador” distintivo, o estrategias para realizar una distinción de manera “halal”? ¿Hay tensiones dentro del *habitus* de estos grupos sociales emergentes? Para abordar estas preguntas en este artículo, en primer lugar nos centraremos en las raíces históricas de la fuerte conexión existente entre la política y la esfera del consumo en Turquía, valorando el impacto que los cambios recientes del conservadurismo político turco han tenido en lo que definiríamos como el “gusto conservador”. En segundo lugar, describiremos la forma actual del gusto conservador convencional como la elección de aquello que es, a la vez, elegante y apropiado a nivel religioso, a través de un análisis de contenido de tres revistas de moda de tendencia conservadora. Por último, y aprovechando un trabajo de campo realizado recientemente en Ankara como parte de una investigación, presentaremos ejemplos concretos de cómo el gusto conservador es incorporado y utilizado para el establecimiento de distinciones de clase dentro de las fracciones sociales conservadoras, y más allá de estas.

## POLÍTICA Y RECONSTRUCCIÓN DEL GUSTO CONSERVADOR CONVENCIONAL EN TURQUÍA

Una de las conclusiones más habituales a las que suelen llegar los estudios sobre consumo, con independencia de la perspectiva, es que el consumo es muy importante para la comprensión de cuestiones como el género, la clase social, el estatus o el estilo

<sup>2</sup> *Halal* es aquello que es aceptable consumir de acuerdo con las leyes coránicas, en contraposición a lo *haram* o prohibido (N. del T.)



de vida. Turquía sería uno de los países en los que esta conexión entre consumo y otras esferas de lo social se puede observar de una manera más sobresaliente. Desde la temprana modernización otomana en el siglo XIX, *la definición de la apariencia legítima del cuerpo* se ha convertido en un espacio clave de las luchas políticas. Por lo tanto, las prácticas de consumo no solamente suponían una significación de la posición social, sino que también implicaban una cierta visión política de lo que debería ser la sociedad turca. En otras palabras, el consumo ha funcionado como un mecanismo práctico de visibilización social y de división en Turquía. Como resultado, la transformación del consumo ha sido paralela a la transformación del campo político.

A medida que las luchas políticas se centraban en el secularismo y el conservadurismo, los patrones de consumo se configuraban consecuentemente de manera secular o conservadora. Cuando la política secular alcanzó el poder después de la fundación de la República Turca en 1923, la estilización de las relaciones corporales y sociales bajo una mirada occidental se fue expandiendo (Şeni, 1995). Los cuadros republicanos pretendían construir una nación civilizada de ciudadanos que piensan, actúan, hablan y se visten como hombres y mujeres civilizados. Para alcanzar este objetivo, la revolución republicana desencadenó una gran transformación estructural que se apoyó en la reconstrucción de la ley, la política, la economía, la educación y la cultura bajo una perspectiva secular. Además de esas transformaciones estructurales, las primeras medidas revolucionarias republicanas también se dirigieron al cuerpo. El ejemplo más prominente es la Ley del Sombrero en 1925, que codificó la ruptura de los hombres del pasado incivilizado mediante el reemplazo del fez<sup>3</sup> por el sombrero. El propio padre fundador de la república, Mustafá Kemal Atatürk, declaró que los hombres iban a usar a partir de entonces “botas o zapatos en los pies, pantalones en las piernas, camisas y corbata, chaqueta y chaleco, y por supuesto, para completar esto, algo para cubrirse las cabezas que tenga un borde que sobresalga” (Çinar, 2005: 68). La vestimenta de las mujeres no estaba codificada por la ley, pero se apoyó discursivamente que las mujeres se quitasen el velo.

La república no solo demolió el antiguo régimen, sino que también estigmatizó las disposiciones tradicionales adquiridas, calificándolas como atrasadas. Y a pesar de que la lógica de las revoluciones es la de emancipar a los ciudadanos de las cargas del antiguo régimen, lo cierto es que en este caso se contribuyó a que una forma de entender el cuerpo desde la tradición se enjaulase dentro de una *infeliz prisión de conciencia* (Akçaoğlu, 2017). Como señala Lewis (2002: 554-555), la prohibición del fez y del velo generó más resistencia que la abolición del califato y la *sharia*, y esa *conciencia infeliz* pasó a constituir la base de la oposición conservadora en Turquía. Hasta hace poco, la estilización conservadora del cuerpo tradicional se asociaba con orígenes de clase baja y rural (Öncü, 1999; Gökarıksel y Secor, 2010), mientras que los estilos de vida seculares se consideraban un signo de orígenes urbanos y clase media. Esta homología entre “posición social, visión política y estilo de vida” cambió drásticamente, sin embargo, en las últimas cuatro décadas, como resultado de la migración rural, el aumento del conservadurismo islamista y la asunción y aceptación, por parte de la oposición islamista, de la economía de mercado capitalista.

Cuando se fundó la república, el ochenta por ciento de la población de Turquía vivía en zonas rurales. A partir de la década de 1950, la tasa de migración rural ha aumentado constantemente. Hoy en día, aproximadamente el noventa por ciento de la población turca vive en las ciudades<sup>4</sup>. La aceleración de la migración rural se va a solapar con el auge del conservadurismo islamista a partir de los años setenta. Cuando el Partido de Bienestar Islámico obtuvo la victoria en las elecciones locales de 1994 en grandes ciudades como Estambul y Ankara, su base de votantes consistía sobre todo en migrantes procedentes del mundo rural (Çarkoğlu y Kalaycioğlu, 2009). La resistencia del orden político establecido

3 Gorro tradicional propio de Turquía y el norte de África, de forma cónica y sin alas (N. del T.).

4 La población de Turquía alcanza un nuevo máximo: 80 millones. TUIK, Hurriyet Daily News, August 15, 2018. (<http://www.hurriyetaidailynews.com/turkeys-population-hits-new-high-over-80-million-tuik-126647>).

contra la oposición islamista no solo condujo a la ilegalización de los partidos islamistas, sino también a otras restricciones, como la prohibición del velo en las universidades y otras instituciones públicas. Como resultado, el velo se convirtió en el símbolo de la oposición conservadora contra el orden político y social establecido. Con la promesa de un orden social alternativo basado en un programa único de economía moral, la oposición islamista comenzó a debilitarse a principios de los años noventa. Sin embargo, el momento crítico en la transformación de la política y el gusto conservadores va a ser la fundación del Partido por la Justicia y el Desarrollo (conocido por sus siglas turcas AKP).

Hasta el año de 2000, el movimiento islamista se caracterizó por una oposición triádica contra el estado laico, el mercado capitalista y la vida social moderna (Bora, 2017). Básicamente, la oposición islamista conceptualizó el orden existente como algo moralmente deteriorado, y tuvo como objetivo construir un orden alternativo que estuviese en armonía con los principios islámicos. Dicho “orden justo” fue formulado como una tercera vía religiosa para competir contra el capitalismo y el socialismo (Özbudun, 2006). Para el líder del movimiento, Necmettin Erbakan (2014), este “orden justo” era un intento de liberar al pueblo turco de las cadenas de la esclavitud, lo que exigía luchar contra *el Estado secular, el sistema de mercado capitalista y la dominación material y cultural del Occidente moderno*. El movimiento islamista se dio cuenta de que la construcción de ese orden justo requería de recursos humanos, cuadros formados en la religión. Por lo tanto, su programa político enfatizó la importancia de fomentar un nuevo sistema educativo que permitiese una nueva generación de *musulmanes conscientes de serlo*. Hasta el año 2000, la oposición islamista nunca tuvo la oportunidad de poner en práctica su política educativa aunque, sin embargo, las políticas educativas del gobierno militar que tomó el poder con el golpe de Estado de 1980 habían contribuido a un mejor posicionamiento de los islamistas en el terreno educativo. Y es que aquel gobierno militar, que duró tres años, estimuló la ampliación de las escuelas religiosas existentes y permitió a los graduados de las escuelas religiosas el derecho a recibir educación universitaria en más facultades que las meramente dedicadas a la teología. En menos de dos décadas, así, el número de estudiantes en las escuelas religiosas aumentó de treinta y cuatro mil alumnos a quinientos mil (Coşkun y Şentürk, 2012). Así, esas políticas educativas desencadenaron la ampliación de las fracciones conservadoras de las clases medias, que desempeñaron un papel importante en la islamización del espacio social a través de instituciones paralelas. Cuando surgió el islamismo en la década de 1990, la búsqueda de ese orden alternativo se cristalizó sobre la base de una serie de instituciones paralelas, como la banca sin intereses, asociaciones empresariales, periódicos, canales de televisión, centros vacacionales, restaurantes, una moda centrada en el uso del velo y otras instituciones vinculadas a la construcción de un estilo de vida islámico. La búsqueda de dicho orden alternativo, así, se reflejó en la invención de un *estilo de vida construido en oposición al secular*, especialmente entre las clases medias conservadoras.

Este estilo de vida en oposición se basaba, fundamentalmente, en el establecimiento de una distancia respecto al orden existente, mediante la construcción de un espacio privado aislado (Saktanber, 2002). El objetivo era construir “círculos sociales apropiados en términos religiosos”. El nuevo entorno social generó fuertes lazos de solidaridad, que ocultaron las diferencias sociales entre los residentes, como las de clase social y etnia, y reprobaron la exhibición notoria de la riqueza en la vida social. El estilo de vida puritano de clase media se caracterizaba por la simplicidad en la presentación del cuerpo en la vida cotidiana: sobre todo, en la elección de ropa de color oscuro, suelta y larga (Kılıçbay y Binark, 2002). Otro rasgo característico fue la elección de la distancia frente a las instituciones del orden existente: especialmente, frente a las instituciones educativas (Saktanber, 2002). Finalmente, el estilo de vida conservador en oposición se definió por la timidez en la vida social, la búsqueda del anonimato (Akçaoğlu, 2017). Esta apuesta por el ascetismo se fue debilitando, especialmente después de la fundación de AKP.

La oposición islamista llegó a su fin, como dijimos, con la prohibición por parte del tribunal constitucional de las actividades de los partidos políticos y sus líderes. Cuando el quinto partido islamista fue ilegalizado en el año 2000 con la pretensión de ser una amenaza para el secularismo, el ala más reformista abandonó el movimiento islamista y fundó el AKP. Para poner fin a un círculo vicioso, la posición política del nuevo partido se definió como un conservadurismo democrático, lo que simbolizaba la ruptura con la oposición islamista anterior (Çinar y Duran, 2008). La prohibición de partidos y líderes obligó al movimiento islamista a reconocer los principios de la *doxa* del campo político turco, como la adhesión al secularismo y la economía capitalista de libre mercado. Por lo tanto, los ideales revolucionarios islamistas para establecer un orden religioso, socioeconómico y cultural apropiado se fueron evaporando a medida que el AKP descartaba la oposición triádica anteriormente citada. De esta manera, la oposición islamista fue absorbida por el capitalismo (Tuğal, 2009). De manera similar, se ablandaron las críticas al secularismo y la modernidad. El impacto de esta transformación no se limitó únicamente al campo político. La transformación del conservadurismo político desencadenó, también, la transformación del estilo de vida conservador.

En primer lugar, la búsqueda de un orden alternativo concluyó cuando el país comenzó a ser gobernado, finalmente, por un gabinete conservador. Paralelamente a esto, la idea de un espacio privado aislado se volvió menos atractiva. El colapso de los fuertes lazos de solidaridad creó un nuevo espacio de posibilidades para la reconstrucción de las posiciones de la clase media. En poco tiempo, surgió un tipo social conservador inusual, con un patrón de consumo diferente y un estilo de vida burgués: la cuestión de la “burguesía musulmana” se ha convertido, de hecho, en un tema candente del debate público en Turquía desde hace mucho tiempo. Especialmente, el antiguo símbolo de la protesta conservadora, que era el de una mujer con velo, comenzó a ser revisado por los círculos tanto conservadores y seculares, especialmente desde que estas familias comenzaron a vivir en casas de lujo, a conducir autos de alta gama, a seguir una moda conservadora y a socializar en lugares propios de la clase alta.

Akçaoğlu (2017), basándose en una investigación etnográfica que se llevó a cabo en Çukurambar, uno de los barrios conservadores más prominentes de Ankara con residentes de clase media alta, sostiene que la transformación en Turquía no se limita a la absorción de un movimiento de oposición por parte del capitalismo. Más bien sostiene que la transformación política se completó con la *unificación del mercado de bienes simbólicos*, lo que básicamente se refiere a la mercantilización de las expectativas futuras de los agentes sociales conservadores. En otras palabras, a lo que nos estamos refiriendo es a la redefinición de una buena vida conservadora, ligada a una escala de satisfacción con la vida basada en el mercado. Por definirlo brevemente, se trata de que vivir en una casa de lujo, conducir automóviles de alta gama, redescubrir los sabores olvidados de la gastronomía otomana, adquirir los modales adecuados, cuidar la apariencia física y el lenguaje en ciertos eventos especiales, o explorar partes exóticas del mundo se han convertido en el símbolo de una buena vida entre las clases medias conservadoras. Los aspectos positivos de la economía capitalista y las alegrías de ser un consumidor en el mercado han eclipsado las antiguas críticas que definían al capitalismo como “la fábrica de los pecados”. Lo que fue una vez rechazado, comenzó a ser apreciado cuando el colapso del ascetismo abrió un nuevo espacio para posibles acciones, apreciaciones e ideas. Por decirlo de forma sucinta, se reconstruyó el gusto conservador de la clase media, como corolario a la transformación del conservadurismo político. La antigua modestia fue reemplazada por diseños coloridos, líneas elegantes y combinaciones estilosas apreciadas por las clases medias. En la siguiente sección se explorará de forma más detallada este proceso de reconstrucción del gusto, a través de un análisis de los contenidos de las revistas de moda conservadoras.

## LAS REVISTAS FEMENINAS Y EL NUEVO GUSTO CONSERVADOR CONVENCIONAL

El impacto inmediato de la reconstrucción del gusto conservador convencional es, claramente, la redefinición de lo que significa ser un “buen conservador”. Esta nueva definición implica una integración total en el sistema capitalista como consumidor y, al mismo tiempo, una protección de las sensibilidades religiosas. Así, este proceso de reconstrucción no tuvo lugar en el vacío, sino que las disposiciones conservadoras previamente adquiridas -especialmente y de modo central las religiosas- siguieron siendo funcionales. El proceso de reconstrucción requiere la confrontación de las disposiciones conservadoras con nuevos espacios de la vida social, que los conservadores habían rechazado previamente.

La redefinición simbólica de los “buenos conservadores” fue, básicamente, el producto de nuevas relaciones con los bienes económicos. La elección de la casa y su decoración, la vestimenta del cuerpo y su presentación (especialmente en el caso de las mujeres), la elección de la socialización en el tiempo libre o la elección de escuelas infantiles han sido los ámbitos más visibles de ese cambio de las relaciones de los miembros de los estratos conservadores con los bienes económicos. Paralelamente a estas nuevas elecciones de bienes económicos, la definición conservadora de lujo, belleza, alegría y responsabilidad cambió. Como resultado, ser un buen conservador ya no requiere establecer una relación ascética con el mundo; o para decirlo de otra manera, ser un buen consumidor no va a volver a suponer más un obstáculo para convertirse en un buen conservador, siempre que el acto de consumir se haga de una manera apropiada, de acuerdo a los preceptos de la religión.

El nuevo gusto conservador convencional no es simplemente, así, algo que surja de la nada, sino que se trata más bien de una adaptación del gusto convencional de las clases medias a lo religiosamente aceptable o apropiado. Este proceso de adaptación, sin embargo, supone el establecimiento de una relación recíproca entre los agentes comercializadores de los gustos y estilos de vida prototípicos de las clases medias y los individuos de afiliación conservadora. Por lo tanto, la reconstrucción del gusto conservador convencional se basa en un doble reconocimiento. Por un lado, los individuos conservadores pasan a ser reconocidos como consumidores legítimos, entendiéndolo esto como una concesión que se obtiene como resultado de la hegemonía conservadora en el terreno político. Por ejemplo, la moda de velo dejó de ser un producto restringido a determinados empresarios (como Tekbir Giyim, que vende solo ropa dirigida a mujeres veladas [ver Navarro-Yashin, 2002]), ya que todas las principales marcas y tiendas pasan a tomar en consideración a la población conservadora a la hora de planificar su oferta de productos a la venta. Por otro lado, como se indicó anteriormente, los individuos conservadores pasaron a reconocer las principales marcas y casas comerciales como legítimas, siempre y cuando sus productos se adaptasen de forma apropiada al código religioso. Por ejemplo, las mujeres conservadoras ahora compran en las principales tiendas de ropa, aunque crear una *combinación conservadora con estilo* para ellas requiere un trabajo extra, para poder complementar los productos principales con elementos *estructuralmente peculiares* de la ropa conservadora, como son el sobretodo y el velo.

El don que supone este doble reconocimiento es la aparición de “empresarios especializados en el gusto conservador”, que han influido dramáticamente en la modelación del gusto conservador convencional. Entre muchos otros canales, las revistas de moda para mujeres conservadoras son intermediarios culturales reconocidos. La primera revista de moda conservadora *Ala*, inspirada en *Emel Magazine* -una revista de estilo de vida musulmana publicada en Inglaterra desde el año 2003 (Sağır, 2016: 283)-, comenzó a publicarse en Turquía en 2010. Dirigida a mujeres conservadoras en el rango de edad de veinte a cuarenta años, se imprimieron diez mil copias del primer número, aunque la tirada aumentó rápidamente, alcanzando los cuarenta mil en el cuarto (Lewis, 2015: 154). El número de revistas de moda

conservadoras aumentó rápidamente hasta cuatro en 2013 (las otras son *Aysha*, *Enda* y *Şems-i Tuba*). A diferencia de las revistas de mujeres islamistas de las décadas anteriores, que se centraban sobre todo en dar consejos religiosos a las mujeres musulmanas, las nuevas revistas proporcionan consejos a las mujeres sobre el estilo conservador en varios ámbitos, de los que podríamos citar los siguientes: cultura religiosa refinada; relatos sobre la historia otomana; belleza (maquillaje, *detox*, rejuvenecimiento facial y cómo mantenerse en forma); elegantes combinaciones de ropa; decoración de la casa; modales para las señoritas en los negocios, en la sociedad y en la mesa; recetas de la cocina otomana; estampas vitales de mujeres políticas conservadoras; crianza de niños; y viajes, vacaciones, artes y literatura.

Al leer los textos de estas revistas, uno puede darse cuenta de que los consejos de estos intermediarios del estilo de vida conservador se dirigen a una mejora de la moral individual. En comparación con el objetivo de la moralidad colectiva de las viejas revistas de mujeres islamistas, la individualización es uno de los aspectos peculiares del gusto conservador de la clase media contemporánea (Binark y Kılıçbay, 2002). Esta tendencia se puede observar incluso en las narraciones sobre el Imperio Otomano, que anteriormente había sido la fuente simbólica para la construcción de una entidad política colectiva. En su breve artículo sobre los méritos de leer el Corán, Horal (2012: 36-37) ejemplifica el poder del Corán sobre Osman Gazi, cuyo sincero respeto al Corán lo llevó a fundar un gran imperio que duró 623 años. Si es así, “¿por qué no nos convertimos todos en Osman?”, pregunta, y le aconseja al lector que “encuentre su propio imperio respetando el Corán, al igual que Osman Gazi”.

Podemos avanzar aún más. Vamos a desempolvar el Corán y a leerlo con frecuencia. Deberíamos purificar nuestras almas de tal manera que podamos concebir el significado secreto del Corán... No debemos estar satisfechos con la lectura del Corán, debemos vivirlo. Debemos convertirnos en uno con el Corán (Horal, 2012: 36-37).

Una vez que han purificado su alma con el Corán y se han convertido en su propio “emperador” (o más bien emperatriz), las mujeres conservadoras todavía tienen otras preocupaciones, relacionadas con sus cuerpos. Por ejemplo, las jóvenes necesitan crear combinaciones de ropa especiales para los *iftars*<sup>5</sup> a los que fueron invitadas. Por lo tanto, se les recomienda seleccionar prendas sueltas y modestas, pero sin descuidar las tendencias de la temporada: “especialmente las combinaciones con dos piezas del mismo color son las principales tendencias de esta temporada” (Ekiz, 2013a: 72). También deben tener cuidado con los modales en la mesa. En primer lugar, tienen que asegurarse de que sus manos estén limpias y su apariencia física sea suave. No deben olvidar recitar la *basmala*<sup>6</sup> al principio de la cena y agradecer a Dios al final de la misma. Si el *iftar* se lleva a cabo en nuestra casa, debemos prestar atención a la armonía de la vajilla. Sería una buena idea decorar la mesa con un ramo de flores o unas cuantas velas. Con independencia de lo que se ofrezca en la cena, los *iftars* son rememorados por sus charlas alegres. Es por eso que la elegancia, la sinceridad y la decencia de las palabras son más importantes que el sabor de la comida servida (Kurtoğlu, 2013: 102).

Como es el mes de Ramadán, los fines de semana se pueden usar como una oportunidad para visitar lugares sagrados tras un breve viaje por carretera. Dependiendo del lugar de residencia, la ruta puede cambiar, pero entre los destinos más populares se encuentran las tumbas de Eyüp Sultan, Mevlana Celaleddin Rumi y Taptuk Emre. “Nos proporcionará una gran felicidad visitar a los arquitectos espirituales [de nuestras vidas] y beneficiarnos de sus enseñanzas vitales y espirituales” (Pınarbaşı, 2013: 120-123). Mientras viven un Ramadán

5 El *iftar* es la comida nocturna, generalmente comunitaria, con lo que se rompe el ayuno diario durante el mes de observancia del Ramadán (N. del T.).

6 La *basmala* o *bismillāh* es la frase que se recita al principio de cada una de las *suras* o capítulos del Corán (“En el nombre de Dios, el Clemente, el Misericordioso”), y que se utiliza en distintos contextos de la vida islámica, por ejemplo en las plegarias diarias o en la redacción de distintos documentos (N. del T.).

tranquilo, las damas conservadoras pueden beneficiarse de las campañas comerciales celebradas antes de la fiesta. Sin embargo, antes de ir de compras, deberían conocer las tendencias de la nueva temporada. “Para mí, la armonía del azul y el verde es un clásico del verano. Combinar una camisa azul con una falda verde te hace sentir el alivio de los colores del agua durante todo el día, que supone una especie de desintoxicación del espíritu” (Aslan, 2013: 94). En la nueva temporada “hemos presenciado el coqueteo de la feminidad con la masculinidad en las colecciones que atraen a las mujeres a las que les importa ser elegantes y sentirse cómodas. En la nueva temporada, los abrigos mantienen su lugar insustituible con su forma asimétrica. Seremos testigos de cuánto tiempo podemos estirar el uso de una chaqueta... Cuando estemos a punto de dar la bienvenida al otoño, no descuide revelar a la mujer elegante que está en su alma” (Ekiz, 2013b: 57).

Después de beneficiarse de las virtudes del mes de Ramadán como buen musulmán, ¿por qué no se recompensa a usted misma durante la festividad con unas vacaciones en la isla de Kos, o descubriendo geografías lejanas, como Tailandia? Especialmente al examinar las secciones de viajes de estas revistas, el lector puede recordar que la reconstrucción del gusto conservador convencional se basa en todo caso en unas disposiciones conservadoras previamente adquiridas. En Tailandia “[los monjes] entran en su templo, donde encienden la vela y el incienso, quitándose los zapatos. Por todas partes está lleno de monjes con su atuendo naranja. Su atuendo sin costura me recuerda el atuendo de nuestros peregrinos. Por cierto, un monje aparece a nuestro lado y nos pregunta por qué siempre estamos sonriendo. Respondo diciendo que la fuente de mi paz está en el Islam” (Kayacan, 2012: 89).

La tendencia de colocar al Islam en el centro de cada intento de innovación en el gusto conservador también se puede observar en la decoración de la casa conservadora. Conocido como el arquitecto de las clases medias y altas conservadoras, Şafak Çak explica la demanda de sus clientes conservadores como la armonía entre el estilo tradicional inspirado en la historia otomana con la tecnología. Estas demandas, continúa, han llevado a diseños innovadores en la decoración de la casa, como la alfombra de oración elevada, el aire acondicionado que rocía agua de rosas, y la televisión que transmite solo la Kaaba<sup>7</sup> durante todo el día (Çak, 2013: 63). La misma tendencia se puede ver en el sector de la belleza femenina, en el que emprendedores conservadores han inventado los cosméticos *halal*, que se basan en la producción de cosméticos de una forma que cumple con los preceptos religiosos. El rock islámico o el tecno islámico son nuevas experiencias presentes en la música. Se pueden encontrar ejemplos similares prácticamente en cada espacio del campo de la producción cultural.

Las huellas de lo “elegante y religiosamente apropiado” no se limitan a las páginas de las revistas de mujeres conservadoras. Es el principio que guía las preferencias, en general, de las clases medias conservadoras en diversos ámbitos sociales y con diversas orientaciones. Sin embargo, el nuevo repertorio conservador del gusto no es una entidad homogénea y, de hecho, las distinciones de clase operan con bastante eficacia dentro de las distintas fracciones de los piadosos.

## EL NUEVO GUSTO CONSERVADOR Y LA DISTINCIÓN DE CLASE

Como sugieren Gökarıksel y McLarney (2010), la industria de la cultura islámica causó ciertamente la devaluación de ciertos tipos de representaciones sociales, lo que llevó a la exclusión y la marginación de las identidades musulmanas que eran incompatibles con la dinámica del nuevo mercado. Sin embargo, el énfasis dominante en la formación de

<sup>7</sup> A lo que se hace referencia aquí es a canales televisivos que retransmiten, de forma ininterrumpida, la circunvalación que los peregrinos musulmanes están realizando alrededor de la Kaaba, la “casa de Dios”, dentro de la Gran Mezquita de La Meca, como parte del rito del *Tawaf* (N. del T.).



un *habitus* de clase media islámico paralelo y la lucha de poder históricamente arraigada entre las identidades seculares y religiosas han limitado el interés por estas devaluaciones específicas de clase a los márgenes de las agendas de investigación. Por ejemplo, en su etnografía sobre las prácticas del velo y la apariencia de las mujeres religiosas y seculares, Shively (2002) se refiere a estos dos distintos *habitus* como una auténtica *dicotomía*; sin embargo, a posteriori, la autora reconoce que de hecho podría haber exagerado las diferencias, y haber minusvalorado ciertas concomitancias debido a la potencia de la hostilidad discursiva existente entre ambos grupos. Cuando se reflexiona sobre la predominancia de este llamativo choque cultural, se hace más aparente la necesidad de “mirar las luchas de clases internas dentro de la comunidad islamista y desentrañar la influencia de las diferentes sensibilidades de clase sobre el consumo” (Sandıkçı y Ger, 2010: 33). ¿Hasta qué punto los diferentes perfiles de gusto de las clases medias conservadoras son realmente homogéneos? ¿Los antecedentes de clase y el capital cultural crean patrones dentro de este llamado gusto conservador? Si existen tales diferencias, ¿en qué medida contribuyen a la exclusión simbólica de los poseedores de estilos menos valorados? Para reflexionar sobre estas preguntas, recurriremos a un proyecto de investigación centrado en los dominios del consumo, donde los cuerpos se visten, adornan y cultivan (para más detalles sobre dicho proyecto, consultar Karademir Hazır 2014; 2016; en prensa). Al centrarse en las prácticas de mujeres cubiertas y no cubiertas en Ankara (concretamente entrevistando a cuarenta y cuatro mujeres), el proyecto se interroga sobre cómo la clase social se manifiesta en las apariencias en Turquía, y si las disposiciones corporales contribuyen a la reproducción de las desigualdades. Para responder a estas preguntas, nos centraremos específicamente en la forma en que las mujeres piadosas entienden el buen gusto en cuanto a lo que es la vestimenta y la apariencia.

El análisis de los repertorios del gusto de los entrevistados nos reveló cosas muy interesantes. Por ejemplo, que dichos repertorios en los consumidores conservadores son, de hecho, muy diferentes entre sí. Uno de los criterios más destacados para el buen gusto en la ropa y mencionado por estas mujeres fue “conocer la medida correcta”. Ser capaz de parecer sencillo pero elegantemente conservador no es una tarea fácil, especialmente en el contexto de la industria de la moda, que explotó a la par que el auge de los partidos políticos islamistas y la acumulación de capital por parte de las fracciones piadosas. La demanda de un estilo urbano y moderno en la cobertura de la mujer ha llevado a un cambio en las definiciones de lo que significar velar, pasando de “abrigos largos hasta los tobillos y pañuelos grandes decorados con motivos y fuertemente ajustados sobre el cuello y los hombros” a “estilos diversos y coloridos en constante cambio”, producidos por la nueva industria de la moda con velo (Gökarkınel & Secor, 2010: 121). Sin embargo, la adopción del *tesettür*<sup>8</sup> urbano y moderno no garantiza necesariamente la aprobación de las fracciones seculares de la misma clase económica. Como lo afirman Sandıkçı y Ger, “a medida que los medios de comunicación seculares enfatizan la falta de gusto de las mujeres *tesettürlü*, la preocupación de estas últimas por el gusto aumenta. Las clases medias y altas islámicas, percibidas por ellas mismas y por otras como carentes de un tipo particular de capital cultural, se vuelven progresivamente más ansiosas por adquirirlo, especialmente a medida que aumenta su capital económico. Así, emerge un ciclo repetido de transformación: el discurso de la fealdad, el atraso y la amenaza impulsará los intentos de embellecer, de ser modernos y de estar a la moda; estos, a su vez, cambiarán tanto el proceso de adquisición de prendas como las formas de vestir y exhibirse” (Sandıkçı y Ger, 2010: 27). En este contexto, las marcas que comercializan los velos adoptaron, para estos, unos estilos llamativos y visibles; no obstante, en nuestro estudio, las mujeres altamente educadas de la clase media alta tienden a mostrar una insatisfacción explícita con tales estilos. Por ejemplo, Sibel, hija de un abogado miembro del Parlamento y una empleada de un banco, y que tiene mucha confianza en sí misma y en sus gustos en lo referido a la ropa, sugiere lo siguiente:

8 *Tesettür* es la moda islámica moderna en Turquía, siendo las mujeres *tesettürlü* aquellas que la adoptan (N. del T.).



*Sibel:* Los nuevos ricos siempre tienen estilos extravagantes. Esto no es exclusivo de los grupos en los que las mujeres se velan. Este arribismo no tiene que ver con ser incapaces de entenderlo, se relaciona con el trasfondo cultural.

*Entrevistador:* ¿Qué piensa acerca de los estilos de las nuevas marcas de velo?

*Sibel:* Si veo la ropa de estas marcas en alguien, o al pasar por las tiendas, me digo: “Oh Dios mío, por favor, salva mis ojos, o los perderé por culpa de ese brillo”. ¡Una palabra es suficiente para describirlos, repugnantés!

El deseo de compensar el capital cultural a menudo conllevaría un compromiso excesivo con las tendencias más de moda, lo que se opondría a los gustos de simplicidad y sencillez de las mujeres conservadoras y cultas. Las nuevas marcas de moda de velo tienen, como objetivo, proporcionar estilos en el vestir que podrían responder a esos “intentos de embellecer, ser modernos y estar de moda”, pero Sibel utiliza las líneas brillantes, llamativas y extravagantes de esos diseños para ejemplificar la esencia de un gusto conservador de baja estofa, bajo nivel. Sibel no se percibe a sí misma como carente de capital cultural, y no siente que tenga que hacer gala de su estatus frente a los grupos seculares -u otros piadosos- manteniéndose al día de los nuevos y pretenciosos estilos de velo. De manera similar, Mehtap también concibe la simplicidad, la sencillez y la naturalidad como las condiciones estéticas que conceptualizarían lo que significa el buen gusto:

*Mehtap:* Usar la talla más grande de todo no hace que el resultado sea elegante. Quiero decir, podrías ser más sencillo y parecer más elitista... No me gustan las cosas brillantes. Creo que aquellas personas que no confían en sí mismas usan cosas brillantes. Quiero decir, lo usan para ser más visibles. Si uno tiene confianza en sí mismo, no se esforzará por captar la atención.

*Entrevistador:* ¿Dices que las cosas brillantes se refieren a algún tipo de falta?

*Mehtap:* Creo que un color extravagante, el maquillaje y los vestidos son la prueba de los intentos de uno por llamar la atención. Las personas que están seguras de su cerebro y de su cultura no necesitan nada de esto, con solo una frase que digan, pueden colocarse un paso por delante de cualquiera de esas personas.

Al categorizar los estilos chillones como indicativos de mal gusto, Mehtap también explica qué la hace considerar la simplicidad como un indicador de buen gusto. Su posición de clase y los recursos de los que dispone en la actualidad la otorgan una confianza en sí misma muy reconocible, y espera que esta confianza se convierta en la encarnación, a nivel corporal, de un estilo sencillo. De la narrativa de Mehtap se deduce que tiene la disposición de mantenerse alejada de la ropa y las prácticas que la den un aspecto pretencioso y llamativo, debido al hecho de que los otros tendrían razones para dudar de sus competencias culturales. Es importante tener en cuenta que las entrevistadas piadosas de la clase media alta hacen referencia al vínculo entre los recursos que tiene uno y el buen gusto, pero el énfasis está siempre en la importancia de lo cultural respecto a lo económico. Parece que la movilidad ascendente rápida y colectiva de las fracciones conservadoras ha creado un campo simbólico competitivo, que requiere que los miembros establecidos de las clases medias altas hagan una distinción cultural constante. Por ejemplo, Funda se distingue claramente de los consumidores de las nuevas marcas de velo, enfatizando sus habilidades para construir un estilo elegante y claro:

*Funda:* Hay muchas mujeres que tienen los recursos económicos, pero no pueden hacerlo bien. Quiero decir, en términos de la combinación de colores, en términos de su propia posición corporal o en términos de la combinación de prendas. Se ven desaliñadas debido a esta incapacidad de combinar bien y de los accesorios que eligen usar. Hacen que el atuendo se vea muy ordinario porque solamente les preocupan los nombres de las “marcas” que eligen, especialmente estas nuevas marcas de velo (*nota: lenguaje corporal de desaprobación*). Sin embargo, yo puedo crear una apariencia muy agradable teniendo en cuenta los detalles. Puedes

usar un atuendo muy sencillo y hacerlo más visible solo con tus zapatos, o con algo que te pongas en el cabello o en la muñeca... Creo que, a medida que aumenta el nivel cultural, se prefieren estilos y colores más sencillos.

Las mujeres cubiertas con alto capital cultural no solamente pretenden distinguir su estilo de otras cuyo capital económico excede al cultural, sino también de otras mujeres piadosas con las que están en contacto. Por ejemplo, en nuestra entrevista, Demet dio ejemplos para sugerir que sus gustos y costumbres son originales en comparación con sus vecinas y amigas veladas de la escuela secundaria. Por ejemplo, Demet piensa que el ejercicio físico es crucial, le gusta seguir las revistas de decoración del hogar, prioriza la presentación estética de los alimentos y trata de mejorar su escala de gustos en la moda ampliándola a colores y cortes que son poco comunes entre sus viejas amigas. Demet se refirió a su (presunto) conocimiento de las formas correctas de presentar el cuerpo vestido ante los demás:

La familia de mi esposo vive en un barrio pobre. Todos llevan el mismo estilo, como si se pusieran todos de acuerdo. Todos llevan faldas grandes, generalmente con estampados florales, y una blusa corriente, y también un *tülbent*<sup>9</sup>. ¡Es increíble, todos se ven iguales! ... No son muy avanzados en muchos sentidos, ya sabes. No tienen ningún sentido estético o preocupación por combinar bien la ropa. Habitualmente, tengo ropa específica para esas visitas; compro cosas ordinarias solo para usarlas allí. Ellos me conocen, conocen mi estilo. Se me acercan como si yo fuera de la alta sociedad (*risas*). Pero ellos ven y sienten la diferencia entre nosotros de forma clara. Los familiares de mi esposo nos envían a sus hijos e hijas antes de que ellos (los hijos) soliciten un trabajo; quieren que salgamos de compras con ellos. Para asegurarse de que van a lucir bien en las entrevistas de trabajo.

Tanto Demet como los familiares de su esposo están de acuerdo en que son las prácticas que ha incorporado Demet las que producirían un cuerpo con un valor simbólico más alto. La legitimidad de su gusto en el vestir es ampliamente reconocida en otros campos sociales, como el del empleo, lo que la hace tener la suficiente confianza como para ubicar las prácticas de los otros como inferiores y "subdesarrolladas". Sin embargo, es importante tener en cuenta que, hasta ahora, hemos explorado el gusto conservador únicamente desde la perspectiva de las mujeres altamente educadas, que pretenden distinguirse de las mujeres piadosas que han experimentado recientemente un proceso de movilidad ascendente desde un origen de clase popular. ¿Hasta qué punto esta jerarquía es entendida de la misma manera por mujeres piadosas con un capital cultural y económico limitado? ¿Creen ellas que la diferencia de clase opera dentro del gusto conservador? Como se ha demostrado en otra publicación, las prácticas en el vestir de las mujeres con recursos limitados están altamente estructuradas con una comprensión clara de la dicotomía entre lo público y lo privado ([Karademir Hazir, en prensa](#)). Esta distinción es aún más fuerte para las entrevistadas veladas, que parecen tener un entendimiento explícito de cómo los juicios basados en la apariencia determinan el tratamiento que reciben por parte de los extraños.

*Serpil*: En general, me presto atención a mí misma; quiero decir que me arreglo cuando salgo, porque soy consciente de... (silencio). Por ejemplo, voy con mucha frecuencia a la escuela de mi hijo, me presento ante los maestros. Nunca puedo ir desaliñada. No puedo ir con mi atuendo normal, como el que tengo sobre mí ahora (*señala su chándal*). Las actitudes de la gente definitivamente cambian en esos casos. Por ejemplo, cuando vas al hospital, si estás bien arreglado, te tratan de una manera diferente.

Dicha estrategia solo puede desarrollarse si uno es consciente de que existe una jerarquía de valores en el campo del gusto y estilo conservadores. También es importante señalar que estas mujeres no enmarcan esta jerarquía en términos de la plasmación de una brecha entre una corporeidad conservadora frente a una secular, a pesar de la tensión aparente entre estos dos *habitus*. En su lugar, se refieren a la posición de clase de la persona que creen

9 El *tülbent* es un pañuelo estampado típico de Turquía (N. del T.).

que los juzga y tienen competencia para conocer los códigos del buen gusto en el vestir. Por ejemplo, Ceylan explica por qué cree que ella no puede ser una de esas mujeres al referirse a su propio *habitus* de clase, lo que no le permite crear, normalmente, esa apariencia moderna y modesta a la que aspira:

*Ceylan:* Las mujeres que trabajan, generalmente usan ropa moderna, se mantienen bien físicamente. Sus zapatos y bolsos siempre están a juego. Quiero decir, cuando tomas el autobús por la mañana, todas esas mujeres de negocios son elegantes, se ven bien, se preocupan por su cabello y por su apariencia.

*Entrevistador:* ¿En qué crees que se diferencian?

*Ceylan:* Tal vez uno pueda aprender cómo hacerlo correctamente, pero no puede hacerlo tan bien como aquellos que ya lo llevan en la sangre. Puedes mejorar solo hasta cierto punto, después ya no avanzas. Pero el que lo tiene ya dentro se las arregla para que todo combine bien todo el tiempo.

Esta sección ha demostrado cómo las mujeres de la clase media alta se sienten seguras de sí mismas con sus estilos sencillos, conservadores y a la vez modernos, y devalúan los gustos de las mujeres piadosas tradicionales y de las que están experimentando una movilidad social ascendente. Las mujeres con recursos limitados que tienen gustos más tradicionales saben que son los gustos de sus hermanas de clase media alta los que generan valor simbólico en los intercambios interpersonales cotidianos. Si bien las transformaciones políticas y económicas en las últimas décadas abrieron vías para la construcción de una identidad religiosa propia, la capacidad de producir valor simbólico se estructura también aquí de manera estratificada, excluyendo y marginando ciertas fracciones de los consumidores piadosos.

## CONCLUSIÓN

En este artículo, nos hemos centrado en las recientes transformaciones que están teniendo lugar en el terreno del consumo en Turquía, visibilizando las distintas tensiones que surgen a medida que las fracciones conservadoras de la sociedad turca comienzan a poner su identidad piadosa islámica en relación a los bienes de consumo. La perspectiva relacional de Bourdieu y conceptos como los de campo, capital y *habitus* nos ayudan a mostrar las maneras en las que el campo político y económico termina influyendo en el consumo. Para arrojar luz sobre la rápida transformación de los estilos de vida conservadores en las últimas dos décadas de Turquía, construimos esquema de relaciones de tipo ideal entre la política y el gusto. El énfasis en las luchas políticas no debe llevarnos a pensar que la transformación examinada es unidimensional. Más bien, el creciente impacto de la globalización, internet, las redes sociales y la producción cultural secular deben verse como el trasfondo de la transformación, políticamente activada, del gusto conservador.

La victoria política de una nueva ideología islámica orientada al mercado permitió a las fracciones conservadoras acumular capital, y alterar así sus posiciones en el campo de la economía y la cultura. Como resultado, el gusto conservador tradicionalmente reaccionario y ascético ha comenzado a tomar una forma y una función más conspicuas. Su repertorio se ha ido ampliando a medida que comenzaron a comercializarse nuevos productos y servicios destinados a los consumidores piadosos. Como en el caso del establecimiento de la República Turca secular, los cuerpos de las mujeres y las prácticas de consumo se han convertido de nuevo en espacios de luchas simbólicas. Los nuevos intermediarios culturales, como las revistas para mujeres islamistas, comenzaron a establecer el tono del nuevo perfil del gusto, ya que asesoran a sus lectoras sobre las formas en que una puede ser una consumidora cumplidora tanto de los preceptos religiosos como ostentadora de un buen gusto. También

ayudaron a legitimizar la integración de la lógica capitalista orientada al mercado con las disposiciones religiosas.

La teoría de Bourdieu es a menudo criticada por no permitir ningún espacio para el cambio, y por su énfasis excesivo en la reproducción de las posiciones sociales. Sin embargo, en nuestro caso, sus conceptos de trayectoria de clase y las diferentes composiciones de capital (económico versus cultural) nos permitieron entender bien la estructura de las tensiones que han surgido con el auge de este nuevo gusto conservador. Parece que hay una tensión muy marcada entre las fracciones que recientemente han experimentado una movilidad social ascendente, las fracciones ya establecidas como clase alta y las fracciones tradicionalmente conservadoras. Estas tensiones se vuelven evidentes cuando las mujeres conservadoras describen y posicionan su gusto frente a otras mujeres piadosas. Las nuevas marcas y estilos, que a menudo se anuncian en las nuevas revistas, se consideran demasiado ostentosas para las mujeres ya ancladas familiarmente en la clase media alta. También parece que las mujeres con menores capitales y una trayectoria de pertenencia a la clase popular no se han beneficiado de la pluralización del mercado de consumo islámico. Estas últimas parecen tener una comprensión explícita de los tipos de desigualdades que surgen cuando una no puede estar al día en lo que serían las nuevas definiciones de buen gusto en el espacio del conservadurismo. En otras palabras, el nuevo gusto conservador, que surgió para trazar los límites entre el estilo de vida tradicional (reaccionario) y el estilo secular, se ha estratificado internamente, generando nuevas tensiones culturales de clase.

Finalmente, concluiremos señalando que este estudio contribuye a la literatura académica al enfatizar que, en el caso de Turquía, los patrones de consumo están moldeados por las luchas políticas y por los resultados de dichas visiones y divisiones sociales, así como por el capital económico y cultural. Más que operar con unos esquemas que Bourdieu desarrolló en *La distinción* a través de la historización del espacio social en Francia como si fuesen algo universalmente dado, la tarea de los investigadores del consumo debe seguir siendo la de reconstruir los espacios sociales concretos, examinándolos desde una perspectiva históricamente fundamentada.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akçaoğlu, A. (2017). *The Making of Conservative Habitus: The Case of an Upper-middle Class Neighbourhood in Ankara*. Tesis doctoral inédita, Middle East Technical University, Ankara.
- Aslan, H. (2013). "Stil-in." *Aysha* 7 (Temmuz), pp. 94-96.
- Bora, T. (2017). *Cereyanlar: Türkiye'de siyasi ideolojiler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Çak, Ş. (2013). "Dekorröportaj: Ünlüler onun evinde yaşıyor." *Âlâ* 27 (Ekim), pp. 62-68.
- Çarkoğlu, A. y Kalaycıoğlu, E. (2009). *The Rising Tide of Conservatism in Turkey*. Nueva York: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230621534>
- Çınar, A. (2005). *Modernity, Islam, and Secularism in Turkey*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Çınar, M. y Duran, B. (2008). The Specific Evolution of Contemporary Political Islam in Contemporary Turkey and its 'Difference'. En Ü. Cizre (ed.), *Secular and Islamic Politics in Turkey: The Making of the Justice and Development Party* (pp. 17-40). Oxon: Routledge.

- Coşkun, M. K. y Şentürk, B. (2012). "The Growth of Islamic Education in Turkey: The AKP's Policies toward Imam Hatip Schools", en Inal, K. & Akkaymak, G (eds.), *Neoliberal Transformation of Education in Turkey: Political and Ideological Analysis of Educational Reforms in the Age of the AKP*, pp. 165-177. [https://doi.org/10.1057/9781137097811\\_13](https://doi.org/10.1057/9781137097811_13)
- Ekiz, S. (2013a). "Ramazan telaşı, davet telaşı, ne giysem telaşı..." Âlâ 24 (Temmuz), p. 72.
- Ekiz, S. (2013b). "Sonbaharın ayak sesleri." Âlâ 27 (Ekim), p. 57.
- Erbakan, N. (2014). *Davam: Ne Yaptıysam Allah Rızası İçin Yaptım*. İstanbul: MGV Yayınları.
- Gökarıksel, B. y Secor, A. (2010). Between Fashion and Tesettür: Marketing and Consuming Women's Islamic Dress. *Journal of Middle East Women's Studies*, 6(3): 118-148. <https://doi.org/10.2979/MEW.2010.6.3.118>
- Gökarıksel, B. y McLarney, E. (2010). Muslim Women, Consumer Capitalism and the Islamic Culture Industry. *Journal of Middle East Women's Studies*, 6(3), 1-18. <https://doi.org/10.2979/MEW.2010.6.3.1>
- Horal, M. Ş. (2012). "Kur'an-ı Kerim'e hürmet ederek kendi imparatorluğunuzu kurun: Tıpkı Osman Gazi gibi." Şems-i TÛBA 2 (Kasım), pp. 36-37.
- Karademir Hazır, I. (en prensa). 'How to Get it Right': Class Cultural Narratives of Good Taste in Clothing. *International Journal of Fashion Studies*.
- Karademir Hazır, I. (2017). Wearing Class: A Study on Clothes, Bodies and Emotions in Turkey. *Journal of Consumer Culture*, 17(2): 413-432. <https://doi.org/10.1177/1469540516631152>
- Karademir-Hazır, I. (2014). How Bodies are Classed: An Analysis of Clothing and Bodily Tastes in Turkey. *Poetics*, 44, 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2014.04.001>
- Kayacan, N. (2012). "Her yönüyle Tayland" Şems-i TÛBA 2 (Kasım), pp. 84-92.
- Kılıçbay, B., Binark, M. (2002). Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle: Fashion for Veiling in Contemporary Turkey. *European Journal of Communication* 17(4): 495-511. <https://doi.org/10.1177/02673231020170040601>
- Kurtoğlu, A. (2013). "Sofra", *Aysha* 7 (Temmuz), p. 102.
- Lewis, B. (2002). *The Emergence of Modern Turkey*. New York: Oxford University Press.
- Lewis, R. (2015). *Muslim Fashion: Contemporary Style Cultures*. Durham: Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv125jq4>
- Navarro-Yashin, Y. (2002). The Market for Identities: Secularism, Islamism, Commodities. En Saktanber, A., Kandiyoti, D. (eds.), *Fragments of culture: The everyday of modern Turkey* (pp. 221-253). New Brunswick, NJ: Rutgers University Press. <https://doi.org/10.5040/9780755611881.ch-010>
- Öncü, A. (1999). Istanbulites and Others: The Cultural Cosmology of Being Middle Class in the Era of Globalism. En Ç. Keyder (ed.), *Istanbul: Between the global and the local* (pp. 95-119). Nueva York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Özbudun, E. (2006). From Political Islam to Conservative Democracy: The Case of Justice and Development Party in Turkey. *South European Society and Politics*, 11(3-4): 543-557. <https://doi.org/10.1080/13608740600856561>
- Pınarbaşı, G. (2013). "Ramazan'da ziyaret edilecek kutsal mekanlar." *Aysha* 7 (Temmuz), pp. 120-124.

- Saktanber, A. (2002). *Living Islam: Women, Religion & the Politicization of Culture in Turkey*. Londres: I. B. Tauris & Co. Ltd.
- Sandıkçı, Ö. y G. Ger (2010). Veiling in Style: How does a Stigmatized Practice Become Fashionable? *Journal of Consumer Research*, 37(1), 15-36. <https://doi.org/10.1086/649910>
- Şeni, N. (1995). Fashion and Women's Clothing in the Satirical Press of Istanbul at the end of 19<sup>th</sup> Century. En Ş. Tekeli (ed.), *Women in Modern Turkish Society* (pp. 25-45). Londres: Zed Books.
- Shively, K. (2002). *Body and Nation: The Female Body, Religious Radicalism and Nationalist Discourse in Modern Turkey*. Tesis doctoral, Brandeis University.
- Simmel, G. (1997[1905]). The Philosophy of Fashion. En D. Frisby, M. Featherstone (Eds.), *Simmel on Culture: Selected Writings* (pp. 187-205). Londres: Sage.
- Tuğal, C. (2009). *Passive Revolution: Absorbing the Islamic Challenge to Capitalism*. Stanford: Stanford University Press. <https://doi.org/10.1515/9780804771177>
- Veblen, T. (1970[1899]). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. Londres: Unwin Books.

## NOTA BIOGRÁFICA

**Aksu Akçaoğlu**, trabaja actualmente en el Departamento de Sociología de Çanakkale 18 Mart University. Investiga en Teoría Sociológica, Sociología Política y Sociología Urbana. Su más reciente publicación tiene como título: 'Practice and symbolic power in Bourdieu: The view from Berkeley.' Este artículo se encuentra publicado en el *Journal of Classical Sociology*, (<https://doi.org/10.1177/1468795X16682145>).

**Irmak Karademir Hazır** es profesora de sociología del Departamento de Ciencias Sociales de Oxford Brookes University. Antes de unirse a Oxford Brookes, dio clases en la Universidad de Manchester y en la Middle East Technical University en Ankara, Turquía. Entre sus últimas publicaciones destaca el libro *Exit Arts, Enter Culture?* (2019), co-escrito con Semi Purhonen et al y publicado por Routledge.





Sección monográfica / *Monographic section*

## “La vida se ha vuelto más feliz, camaradas”: la construcción de la cultura del consumo soviética

### *Life Has Become More Joyous, Comrades: the construction of the Soviet consumer culture<sup>1</sup>*

Jukka Gronow 

Universidad de Helsinki, Finlandia  
jukka.gronow@helsinki.fi

Sergey Zhuravlev

Instituto de Historia Rusa de la Academia Rusa de las Ciencias, Moscú, Rusia  
svzhuravlev@mail.ru

Recibido / Received: 20/04/2020  
Aceptado / Accepted: 26/05/2020



#### RESUMEN

En este artículo, el objetivo es el de describir el origen y construcción de la cultura del consumo en la Unión Soviética, prestando atención particular a uno de sus ejemplos icónicos, como es la cultura alimentaria. Nuestro texto se dividirá en tres secciones. En la primera, haremos referencia a la peculiar y original construcción de la sociedad de consumo soviética, en pleno estalinismo. En la segunda, nos concentraremos en el espacio concreto del consumo alimentario, con referencia en particular a dos cuestiones: el desarrollo de los servicios de restauración y algunos de los bienes asociados a esta nueva cultura de consumo, como el champán. Finalmente, la última sección de conclusiones se hará una valoración crítica de esta peculiar forma de sociedad de consumo.

**Palabras clave:** Cultura de consumo; URSS; socialismo; consumo alimentario; lujo.

#### ABSTRACT

In this article, our aim is to describe the emergence and consolidation of the consumer culture in the Soviet Union, paying particular attention to one of its iconic examples: the food culture. Our text will be divided into three sections. Firstly, we will refer to the peculiar and original development of the Soviet consumer society at the height of Stalinism. Secondly, we will focus on the specific space of food consumption, with a reference to two specific issues: the development of catering services and the launching of goods associated with this new culture of consumption, such as champagne. Finally, the concluding remarks will focus on a critical assessment of this peculiar form of consumer society.

**Keywords:** Consumer culture; USSR; socialism; food consumption; luxury.

\*Autor para correspondencia / *Corresponding author:* Jukka Gronow, jukka.gronow@helsinki.fi

Sugerencia de cita / *Suggested citation:* Gronow, J. y Zhuravlev, S. (2020). “La vida se ha vuelto más feliz, camaradas”: la construcción de la cultura del consumo soviética. *Revista Española de Sociología*, 29 (3, supl. 1), 231-244. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.67>

1 Este texto ha sido editado y traducido por Carlos Jesús Fernández Rodríguez a partir de una serie de materiales facilitados por Jukka Gronow, el autor principal de este artículo. Mi agradecimiento a Riie Heikkilä por sus sugerencias en relación a la versión final del texto en castellano (N. del T.).

## INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos más peculiares de la hoy extinta Unión Soviética a ojos de un observador extranjero eran los contrastes existentes en el terreno del consumo. Los pocos turistas y visitantes extranjeros que, a finales de la década de los sesenta, paseaban por Moscú (y de esto puede dar fe uno de los autores de este artículo<sup>2</sup>) podían visualizar de forma relativamente habitual dos fenómenos contrapuestos. El primero tenía que ver con algo que prácticamente todo ciudadano procedente del Occidente capitalista había escuchado alguna vez, en los medios de comunicación y en las crónicas de las personas que habían conseguido acceder al opaco universo de la URSS: la escasez y mala calidad de los bienes de consumo. Las largas colas que se formaban ante las generalmente desabastecidas tiendas moscovitas eran, sin duda, una de las estampas más conocidas del mundo soviético, y estas de alguna manera representaban, en el mundo capitalista, el ejemplo visible de las disfunciones de las economías socialistas. La calidad de los bienes que se encontraban a la venta era, además, muy inferior a los estándares habituales occidentales, con escasa diferenciación entre los productos disponibles. Esto no solamente influía en una sensación, para el visitante, de una estética profundamente uniforme, sino que además incitaba la formación de un enorme mercado negro en el que se intercambiaban productos occidentales como medias o pantalones vaqueros, en muchas ocasiones adquiridos a los turistas alojados en los hoteles para extranjeros. Esta escasez, en comparación con los estándares de consumo medios en Occidente, era evidente y afectaba a la mayor parte de la ciudadanía de la URSS (Osokina, 2001).

Sin embargo, había otros elementos en la cultura de consumo soviética que causaban mayor perplejidad al visitante, y que tenía que ver con la abundancia y refinamiento de ciertos bienes, particularmente en el terreno de la alimentación. Por ejemplo, el champán se vendía y se bebía en grandes cantidades, y no solamente en los restaurantes más selectos dirigidos a los turistas, sino también las tiendas de alimentación más modestas, donde incluso se vendía por copas desde primera hora de la mañana hasta la noche. Se vendían bocadillos de caviar en prácticamente todas las cafeterías de museos, teatros y salas de conciertos. Y se servían opíparos menús de tres platos y sus correspondientes bebidas incluso en las cantinas más modestas y en pequeños restaurantes locales. En algunas de las tiendas de alimentación más grandes se vendían notables surtidos de decenas de chocolatinas distintas, y diversas tartas y pasteles. Estos ejemplos mostraban una evidencia mayormente desconocida en Occidente, y era que pese a los problemas de desabastecimiento crónicos, con colas kilométricas ante las tiendas y baja calidad de la mayoría de los productos destinados al consumo de la ciudadanía, la cultura de consumo soviética se encontraba también permeada, paradójicamente, de un cierto gusto por el lujo, una suerte de lujo plebeyo o cercano al hombre común, que introducía interrogantes sobre la peculiar conformación de una sociedad de consumo en un lugar donde las modas estimuladas por el mercado estaban, evidentemente, ausentes (Gronow, 2003).

En este artículo, nuestro objetivo va a ser el de tratar de describir el origen y construcción de la cultura del consumo en la Unión Soviética, prestando atención particular a uno de sus ejemplos icónicos, como es la cultura alimentaria. Las políticas culturales eran una parte esencial e importante de la construcción del socialismo en la Unión Soviética. La sociedad socialista, y más aún la próxima sociedad comunista, no solamente exigía la industrialización del país y altos niveles de desarrollo económico y técnico: presumía también la creación de un nuevo tipo de ciudadano, con nuevas y más desarrolladas necesidades y capacidades.

<sup>2</sup> Jukka Gronow, sociólogo nacido en Finlandia pero con antepasados de origen ruso, relata en el prefacio a su magnífico libro *Caviar with champagne* (Gronow, 2003) sus visitas a la Unión Soviética, particularmente la primera en el verano de 1968, siendo uno de sus recuerdos más vívidos el de disfrutar, en un café moscovita, de champán soviético y bocadillos de caviar, lujos aristocráticos al alcance de todos los bolsillos en la URSS de Brézhnev (N. del T.).

Esto significó que, en la política soviética, el fomento y cultivo de los gustos de los ciudadanos de la URSS tuviese un papel especial. La cultura alimentaria no fue, evidentemente, una excepción. Nuestro artículo, basado en algunas investigaciones previamente publicadas (ver sobre todo Gronow, 2003; Gronow y Zhuravlev, 2011; Gronow y Zhuravlev, 2015), tiene como base documentación obtenida en diferentes archivos situados en la Federación rusa, que preservan gran cantidad de material de la época soviética. Debido a la naturaleza centralizada de la gestión de la economía en la URSS, se preservaban con celo todos los documentos relacionados con las medidas económicas, desde informes de los comisarios políticos hasta cartas del Ministerio de la Industria Alimentaria a diversas unidades administrativas, tiendas y fábricas locales. Se han consultado archivos ministeriales que, en general, siempre han estado abiertos a los investigadores al contener información técnica y no políticamente sensible. Adicionalmente, se han consultado algunas de las publicaciones periódicas que editaban algunas de las unidades económicas del momento (por ejemplo, *Izobillie*, traducible como *Abundancia*, que era la revista del conglomerado de fabricación de bebidas Abrau-Diurso) o las más ideológicas revistas ministeriales, como por ejemplo *Organizatsiia i tekhnika sovetskoi torgovli* (Organización y técnicas del comercio soviético). Todas estas publicaciones incluían numerosa información en relación a listas de productos y precios, planes y objetivos de producción, campañas políticas y demás. Toda esta información de archivo se ha visto acompañada de fuentes secundarias procedentes de reconocidas investigaciones sociohistóricas y económicas de reputados especialistas en ese período de la Unión Soviética.

Este texto se dividirá en tres secciones. En la primera, hacemos referencia a la peculiar y original construcción de la sociedad de consumo soviética, en pleno estalinismo. En la segunda, nos concentramos en el espacio concreto del consumo alimentario, con referencia en particular a dos cuestiones: el desarrollo de los servicios de restauración y algunos de los bienes asociados a esta nueva cultura de consumo, como el champán; finalmente, la tercera sección se dedica a concluir el texto dando cuenta de algunos de los avatares posteriores de esta peculiar sociedad de consumo.

## EL NACIMIENTO DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO SOVIÉTICA

Los historiadores especializados en la Unión Soviética han documentado que, en la década de los treinta del siglo pasado, se produjo una importante transición dentro de la política cultural de la URSS (ver Stites, 1992; Fitzpatrick, 1999; Timasheff, 1946). Tras un período previo en el que se había ensalzado, en la vida pública, una determinada cultura propia del proletariado –caracterizada por un ideal ascético asociado al trabajador que se sacrificaba por la revolución–, a mediados de los años treinta se empezaron a observar cambios notables que tenían, evidentemente, una relación directa con las transformaciones sociales derivadas de la consolidación del estalinismo. De forma progresiva, y tal como ya denunciaran en su momento muchos comunistas, incluido el propio León Trotsky, en el socialismo estalinista estaba emergiendo una nueva clase burocrática, lo que establecía un nuevo orden social jerárquico en el que se pasaban a permitir diferencias culturales y de gustos entre las personas. La consolidación de dicha clase social era el resultado de los programas de industrialización organizados dentro de los planes quinquenales, con los que el Estado soviético debía cumplir la obligación no solamente de alimentar y vestir a la población sino de superar, en términos tecnológicos e industriales, al capitalismo. Nada podía oponerse a este camino, y se utilizó el terror como un recurso disciplinario para alcanzar los objetivos marcados (Hoffman, 1993). Además de una oleada de represión sin precedentes frente a los traidores que sabotaban los objetivos marcados por el Partido y Stalin, se marcaron una serie de líneas específicas destinadas a incrementar la producción industrial. El progreso

técnico y económico exigía contar con técnicos preparados y con trabajadores dispuestos a alcanzar ciertos objetivos de producción, lo que tuvo como consecuencia el progresivo abandono de los ideales ascéticos e igualitarios que habían dominado hasta entonces el imaginario soviético.

Por otra parte, el extraordinario coste humano del Primer Plan Quinquenal, que había colectivizado la agricultura y puesto el énfasis en una industrialización frenética concentrada en particular sobre la industria pesada, había tenido consecuencias importantes en la forma en que la nueva sociedad socialista empezaba a consolidarse en la URSS. Las diferencias sociales empezaron a aumentar, paradójicamente, dentro de un sistema económico ahora orientado a alcanzar resultados satisfactorios en un contexto de planificación económica total. La industrialización debía, así, completarse con éxito, y ello exigía personal cualificado y motivado. Una generación de técnicos con educación superior procedentes de las clases campesinas y proletarias pasó a desarrollar carreras profesionales en la industria en la década de los treinta, reemplazando a la anterior *intelligentsia* burguesa (que había sufrido una dura represión a partir del juicio propagandístico de Shajty en 1928) y experimentando, así, una movilidad social ascendente; de este modo, pasan a convertirse, para el régimen, en el nuevo grupo social de referencia frente al proletariado (Fitzpatrick, 1999). Por otra parte, se estimularon comportamientos individualistas en el espacio de la fábrica, con una promoción del productivismo personificada en el modelo estajanovista, que idealizaba el productivismo individualista frente al énfasis anterior en las brigadas de trabajo, de espíritu colectivo. Los objetivos que se perseguían por parte de las autoridades del Partido eran los de estimular la productividad para alcanzar, en distintos sectores productivos, objetivos fantasiosos (Thurston, 1993). Ante los fracasos en cumplir con dichos objetivos, el régimen, que contaba con un poder omnímodo resultado de un totalitarismo asfixiante pero que, al mismo tiempo, se sentía vulnerable ante la opinión de las masas, reaccionó tácticamente. a través de una doble vía: por un lado, culpando a traidores y saboteadores de esa imposibilidad de alcanzar los objetivos (lo que provocó durante toda la década purgas continuas, cuya máxima expresión fueron los Procesos de Moscú); y por otro, persiguiendo, sin pausa, el mostrar a las masas que sus estándares de vida habían efectivamente mejorado. Ante la incapacidad de lograr efectivamente mejorar el nivel de vida del pueblo soviético de un modo general y coherente, al menos se pretendía alcanzar éxitos parciales mediante la provisión de ciertos bienes de consumo específicos, cuyo prestigio simbólico hiciera sentir que la prosperidad, de alguna forma, había llegado finalmente a la Unión Soviética.

De este modo, la necesidad de premiar y castigar dentro del socialismo a aquellos que contribuían o frenaban el desarrollo de la industria soviética fue la base de una serie de medidas políticas y económicas, que contribuirían al aumento de las desigualdades sociales. Ello vino además acompañado por otros cambios significativos, como cambios legislativos que permitían el regreso de los títulos académicos, los rangos en el ejército o las distinciones honorarias (por ejemplo el título de “Héroe de la Unión Soviética”) abolidas en la década anterior, o una política de mayor estratificación de los ingresos basada en factores como el lugar de trabajo y el espacio geográfico (permitiendo más ingresos en Moscú y otras ciudades grandes en comparación con lugares más pequeños) (Gronow, 2003). En general, la primera mitad de la década de los treinta significó, fundamentalmente, un abandono de los ideales igualitarios en la URSS, cuya cultura material estaría, a partir de entonces, dominada por una clase media soviética con empleos cualificados y que, de acuerdo con la visión del estalinismo, necesitaría una cultura de consumo acorde a este nuevo escenario, que la incentivase de alguna manera a involucrarse en la construcción del socialismo en un solo país.

Por tanto, y como han señalado algunos autores (Fitzpatrick, 1999; Hessler, 2004), en esa etapa se produce una “transformación de los valores” culturales de gran calado. No solamente está despegando un nuevo modelo económico basado en la industrialización a ultranza,

sino que, paralelamente, el régimen va a propiciar un cambio de cultura en términos de la relación del ciudadano soviético respecto a la cultura y al consumo. El Partido abandonará la línea de arte proletario para convertir en obligatorio el realismo socialista, favoreciendo por un lado un neoclasicismo inspirado en la alta cultura clásica (promocionando el ballet, la pintura didáctica o la música clásica, y rechazando los estilos vanguardistas) y, a la vez, una cultura de masas que incluía novelas de entretenimiento, películas, o música de bandas militares accesibles para todos (Stites, 1992). Paralelamente se persigue la construcción de una sociedad de consumo que sirva para colmar las aspiraciones de esa nueva clase media compuesta por burócratas y profesionales. Estas personas viven bien y están ganando dinero, pero no hay nada en qué gastar dicho dinero. El desarrollo de nuevos productos con mayor calidad era, de acuerdo a algunos autores (Fitzpatrick, 1999; Dunham, 1976), una aspiración de esas nuevas élites soviéticas, que quieren visibilizar de algún modo su nuevo estatus social. Sin embargo, este análisis es, a nuestro juicio, incompleto. Como ya se ha argumentado en otro trabajo (Gronow, 2003), la realidad es que, pese a que los principales consumidores de estos nuevos productos de calidad fuesen, a la larga, los miembros de esa nueva *intelligentsia*, detrás del impulso a esas nuevas industrias latía la gran promesa de la abundancia socialista, y en la mente de los creadores y planificadores de los productos de consumo, no aparecían como destinatarios los miembros más afortunados de la sociedad sino todos los ciudadanos soviéticos leales, decentes e industriosos.

Un objetivo fundamental en la creación de dicha sociedad de consumo era la de proyectar una imagen diferente de la sociedad soviética, que hasta entonces había sufrido, en particular tras el Primer Plan Quinquenal y la colectivización de la tierra, situaciones de total desabastecimiento en los comercios. La producción, orientada hacia el desarrollo de la industria pesada, marginaba la fabricación de bienes de consumo, los cuales eran de muy mala calidad y se limitaban a cubrir las necesidades básicas sin preocupación alguna por la estética. Las crónicas sobre la uniformidad de los vestidos soviéticos, su baja calidad, y su grisura y tristeza, eran frecuentes tanto por parte de observadores extranjeros (ver Gidé, 1937) como de los propios dirigentes del régimen (Mikoyán, 1971), y esta opinión se extendía a prácticamente todos los (pocos) objetos de consumo disponibles. Sin embargo, desde mediados de la década de los treinta, hay un intento por revolucionar los estándares de calidad de los productos, de forma que pudieran rivalizar con los occidentales y así mostrar al mundo que el trabajador soviético podía también aspirar a una vida mejor y más cómoda.

Un momento decisivo aquí va a ser el año 1936, cuando Stalin acuñó un famoso eslogan: “La vida se ha vuelto mejor, la vida se ha vuelto más feliz, camaradas” (Petroni, 2000; Gronow, 2003). Como se anunciaba en ese momento, la Unión Soviética abandonaba oficialmente el racionamiento, lo que parecía implicar que había alcanzado, por fin, una etapa de abundancia generalizada, y sus ciudadanos, tras una larga espera, podían finalmente disfrutar del bienestar material tras años de sacrificio. Coincidiendo de forma irónica y trágica con una ola de represión política extraordinaria, las autoridades soviéticas propagaron entre la población, durante la segunda mitad de la década de los treinta, la idea que la felicidad debía sustituir al sacrificio y al ascetismo, organizando así numerosos desfiles y celebraciones populares en los que se consumían bebidas y alimentos y se disfrutaba del baile, en una atmósfera relajada (Petroni, 2000). La organización de buena parte de estas nuevas políticas destinadas a la felicidad de los habitantes del pueblo recaerían en varios dirigentes, en particular Anastás Mikoyán, que desde el Comisariado de la Industria Alimentaria desarrollaron un proyecto histórico, que es realmente un caso único: la construcción de una cultura material desde la nada, en la que absolutamente todas las decisiones relacionadas con la producción de cualquier objeto pasaban a tomarse desde las altas esferas del gobierno y la administración (Gronow, 2003).

Este anuncio de Stalin llegaba tras un período bastante duro para los habitantes del enorme país socialista, que habían pasado por varias etapas en lo que a patrones de consumo

se refiere. Así, durante la Guerra Civil después de la Revolución, el bando bolchevique introdujo el llamado “Comunismo de guerra”, que implicó la confiscación de alimentos y que, combinado con las inclemencias del conflicto, provocaron situaciones de hambre a gran escala. La NEP (Nueva Política Económica) de mediados de la década de 1920 permitió una cierta mejora en las condiciones de vida al permitir mercados limitados de alimentos, pequeñas explotaciones agrícolas, tiendas privadas y restaurantes a pequeña escala; no obstante, en la transición a la década siguiente y coincidiendo con la puesta en marcha del Primer Plan Quinquenal, se liquidaron todas las “tiendas comerciales” y cooperativas, imponiendo un estricto racionamiento centralizado de alimentos. En este nuevo sistema, todos los alimentos se distribuyeron de acuerdo con un sistema de *nomenklatura*, que clasificaba a toda la fuerza laboral de acuerdo con su importancia económica, geográfica y política. Los efectos se hicieron notar de forma dramática. Tras las incautaciones de alimentos por parte del Estado y la colectivización forzosa del campo, la población campesina y rural pasó a vivir casi en un nivel de pura subsistencia que, a principios de la década de los treinta, culminó de forma catastrófica con una gran hambruna que provocó millones de muertes (golpeando de forma particularmente intensa a los campos y aldeas de Ucrania), y generando incluso problemas de abastecimiento en las grandes ciudades. Salir del círculo vicioso del racionamiento se convirtió en una prioridad para las autoridades soviéticas, y Stalin percibió que la puesta en marcha de una sociedad de consumo incipiente podría ser un buen “acuerdo” entre el poder y la nueva generación de técnicos (educados y urbanitas) y trabajadores cualificados.

Como las autoridades e ideólogos soviéticos insistieron en repetir en esos momentos, la Unión Soviética había dejado de ser por fin una “sociedad de cuartel”, donde todas las personas vivían de la misma forma y compartían los escasos recursos destinados al consumo, y pasar a una nueva fase en la construcción del socialismo caracterizada por una mayor abundancia. Con un mayor bienestar material, las necesidades de las personas también aumentaron, y se desarrollaron de forma consecuyente. Surgieron de hecho nuevas necesidades, más elevadas y más cultivadas, para sustituir a los antiguos y muy austeros estándares. Sin embargo, en la propaganda soviética solo se justificaban aquellas necesidades que eran racionales y que contribuían al desarrollo de una personalidad armoniosa y equilibrada, una que podría hacer una valiosa contribución a la construcción del socialismo. De este modo, todos los deseos que fuesen “excesivos” pasaban a ser vistos como perjudiciales: uno tenía que aprender a ser moderado, y evitar los extremos. En última instancia, el Partido Comunista o sus representantes, los funcionarios superiores del Partido (a través de las instituciones estatales de planificación), pasaron a decidir qué necesidades y bienes eran los apropiados y cuáles serían los excesivos e indeseables (Gronow, 2003).

Este interés por desarrollar nuevos productos de consumo implicó importantes cambios, desde la proliferación de electrodomésticos y equipos de audio, a nuevas prendas de vestir, perfumes (“el regalo de Stalin a las damas”), bicicletas o, de forma particular, una cultura culinaria que apostaba por incrementar la variedad de ciertos productos que podrían ser considerados como placeres. Este era el caso de los chocolates, el caviar, ciertas bebidas alcohólicas como el coñac, el vino y, particularmente el champán. Todos estos productos iban dirigidos a unas nuevas clases medias, que tenían ciertas aspiraciones materiales pero que a la vez compartían, como ciudadanos leales al Partido, una suerte de conciencia cultural (*kulturnost*) (Attwood, 1999; Kelly y Volkov, 1998) que tenía dos características principales. Por un lado, tenían que mostrar un deseo de realización personal, apareciendo ante los demás como individuos cultivados y capaces de disfrutar de las bellas artes, la música clásica y la literatura y mostrando, además, “buen gusto” en la selección de sus ropas y por supuesto buena conducta. Y por otro lado, se hacía a la vez una llamada a mantener una cierta “modestia”, un ascetismo casi puritano (Vainshtein, 1996; Gronow y Zhuravlev, 2015) identificado con la cultura socialista. Esta tensión existente entre una tendencia a



la estandarización y lo modesto frente a ocasionales resistencias, expresadas en estilos más llamativos mantenía, de forma peculiar, una relación homológica con el campo más amplio de la cultura del consumo soviético, donde en general coexistía la mala calidad, fealdad, pobreza y grisura de casi todos los productos disponibles con ocasionales destellos de belleza y lujo. El ejemplo más clásico es el de la cultura culinaria soviética, donde una extraordinaria estandarización va a acompañarse de la producción de consumos asociados al gusto aristocrático, como el caviar y el champán.

## LA CULTURA CULINARIA SOVIÉTICA

La consolidación del estalinismo tuvo lugar a finales de la década de los veinte, cuando la vieja guardia bolchevique que había acompañado a Lenin fue marginada y derrotada dentro del PCUS por las maniobras de Stalin, que terminó convirtiéndose en el líder absoluto del país. La política alimentaria, así como la política económica en general, experimentaron en ese momento muchos cambios drásticos, que tuvieron su efecto en la provisión y distribución de alimentación. Se optó por una planificación central, de forma que desde mediados de la década de 1930, todos los restaurantes de la URSS pasaron a trabajar bajo la estrecha orientación de la Administración Central de Restaurantes y Cafeterías, dependiente del Comisariado de Comercio. Los menús de los restaurantes, así como todos los platos y bebidas vendidos, pasaron a partir de entonces a ser aprobados oficialmente por el Estado, incluyendo además las cantidades exactas de carne, patatas, repollo, etc. que debía contener cada plato. Así, los órganos estatales controlaban, literalmente, todos los ingredientes, e incluso la cantidad de platos de carne en los menús diarios de los restaurantes y cantinas (Gronow y Zhuravlev, 2011).

Esto no significaba que no pudiera haber una cierta variación y renovación de sus contenidos, debido a la iniciativa de individuos y grupos profesionales activos en el campo de la gastronomía; después de todo, era obvio que en las doctrinas básicas del marxismo-leninismo no se ofrecían muchos consejos concretos o detallados en cuestiones culinarias u otros debates relacionados con el gusto. Una de las peculiaridades de la política alimentaria soviética era la estricta regulación, mediante normas estatales, de las recetas utilizadas en la restauración pública: regulación ésta hasta el último detalle, que especificaba hasta las cantidades de ingredientes que se necesitaban para preparar un plato o producto. Los mismos estándares eran válidos en toda la Unión Soviética, desde Asia Central hasta las Repúblicas Bálticas, y cubrían absolutamente todo, desde vinos y chocolates hasta el repollo o las salchichas. Estas normas estatales se renovaban periódicamente, y las normas para las recetas utilizadas en restaurantes y cantinas se ajustaban en consecuencia. En la década de 1930, la proporción de personas que, en la URSS, disfrutaban de sus comidas principales en el lugar de trabajo y en las cantinas escolares era mayor que en casi cualquier otro lugar del mundo.

Sin embargo, la centralización había venido acompañada de una baja diversidad gastronómica. Como se afirmaba en un estudio, un ejemplo típico era el de la cantina de la planta química en Nizhny Novgorod en 1932: durante los veinticinco días hábiles de febrero, los trabajadores recibieron sopa de col (*shchi*) bajo diferentes nombres en cinco ocasiones; también hubo *borsch*, una sopa hecha de col y remolacha, ofrecido otras cuatro veces durante el mes. Otras sopas estaban hechas de guisantes, patatas y pasta. Mientras tanto, el plato principal solo contenía carne y pescado unas seis veces en todo ese mes. Durante el resto del mes, la mitad de los días, para ser precisos, los trabajadores comían simplemente pasta y cereales: alforfón (cuatro veces) o papilla de mijo (cinco veces). Estos menús y la cantina, sin embargo, fueron nominados para el concurso de la mejor cantina de la región.



La escasez era, así, generalizada, y las materias primas, incluso para algunos de los alimentos más modestos, simplemente no se podían encontrar o, si estaban disponibles, solo era de manera irregular. La comida en un restaurante de primera clase “real” era, en general, algo mejor y más sabrosa que en las cantinas. Estaba compuesta de ingredientes de mejor calidad, muchas de los cuales nunca estaban disponibles en las tiendas de alimentos, sino que solo se distribuían a los restaurantes de primera clase y a unos cuantos comedores pertenecientes a espacios de trabajo altamente privilegiados.

Sin embargo, a pesar del hecho de que los precios eran mucho más altos y, por lo tanto, más caros para los trabajadores soviéticos comunes, la calidad de la comida y el servicio en muchos de los restaurantes más refinados no mejoraba tanto respecto a las cantinas como se podría suponer. Una gran proporción de la población, además, no tenía otra alternativa más que acudir a los servicios de restauración pública durante un período sustancial de sus vidas. Este fue el caso de millones de niños y adolescentes en las denominadas “instituciones estatales cerradas” (orfanatos, internados), así como en los jardines de infancia y escuelas ordinarias: todos ellos recibieron al menos sus almuerzos y refrigerios en las cantinas de sus comedores educativos. Otros dos grandes grupos de población, los que realizaban el servicio militar y los presos en diversas instituciones penitenciarias, desde las cárceles hasta los campos de trabajo, se vieron obligados a confiar más o menos totalmente en los servicios de restauración pública para satisfacer sus necesidades nutricionales básicas. La comida servida y los estándares de servicio en todas estas instituciones “cerradas” fueron, por regla general, de muy mala calidad. En el mejor de los casos, podría decirse que garantizaba el mínimo de necesidades nutricionales. Existían además otras carencias. Las cantinas, en su mayoría, no disponían de cuchillos y tenedores, proporcionando únicamente cucharas de aluminio. Presentaban así un marcado contraste con los ideales y modelos representados por los mejores restaurantes soviéticos y con las guías culinarias oficiales de la época.

Y es que, frente a esta estandarización masiva y de baja calidad, tan representativa del consumo soviético, la cúpula del partido con Stalin a la cabeza quería promover el desarrollo de un consumo más atractivo, y por supuesto el campo alimentario no fue una excepción. El dirigente del PCUS Anastás Mikoyán fue particularmente activo en el desarrollo de esta planificación de las necesidades (si bien el propio Stalin se implicó personalmente en algunas ideas y sugerencias). Mikoyán fue decisivo particularmente en lo que fue el diseño de los modelos e ideales del consumo de alimentos en la URSS, así como del consumo en general, gracias a sus viajes a diversos países (Francia, Estados Unidos) de donde obtuvo inspiración para el diseño y desarrollo de productos específicos. Un caso muy llamativo es, sin duda, el relacionado con los signos tradicionales de lujo: el champán, los chocolates y el caviar, que se convirtieron, a fines de la década de 1930, en una parte esencial de la cultura soviética. El objetivo era que algunos elementos de lo que había sido la representación simbólica del consumo ostentoso de la vieja aristocracia rusa se convirtieran en un producto masivo, accesible para el proletariado (Gronow, 2003). Esto supuso que se hicieran esfuerzos enormes por parte del Comisariado dirigido por Mikoyán para desarrollar nuevas industrias alimentarias, priorizándose por parte de las autoridades la inversión en productos como los chocolates, el caviar, los vinos de calidad, helados, coñac, champán, etc. Estos productos, que estarían disponibles en tiendas especializadas como las nuevas *Gastronom* y *Bakaleia*, ideadas por Mikoyán, también se servirían en restaurantes, los cuales empezaron a servir menús con tres platos, o en cafeterías de inspiración vienesa donde se pudiese disfrutar de una taza de café y un trozo de pastel. Estos nuevos hábitos se convirtieron en modelos, para las clases urbanas, en términos culinarios (Rothstein y Rothstein, 1991). El régimen pasó a anunciar, regularmente, que una nueva época había llegado, y en el Segundo Plan Quinquenal se planificaron grandes cifras de producción que, a la larga, se demostraron poco realistas.

Sin embargo, hubo algunas tensiones interesantes, integradas en estos ideales ahora ansiosamente propagados de la buena vida. En primer lugar, estos productos en teoría deberían estar disponibles para todos al mismo tiempo, o al menos para todos los ciudadanos decentes y trabajadores de la Unión Soviética y no, como en el caso del capitalismo, solo para los pocos miembros de la clase dominante. En la práctica, sin embargo, estos consumos de mayor calidad solamente estaban, en muchos casos, disponibles para la vanguardia urbana e industrial de la clase obrera soviética, así como para sus autonombrados representantes, que era por supuesto la élite gobernante del Partido Comunista, la *nomenklatura*, y otros altos funcionarios públicos, casi todos ellos residentes en Moscú y otras grandes ciudades. Y en segundo lugar, estos lujos deberían, idealmente, ser producidos en masa, esto es, a nivel industrial. Por supuesto, hubo problemas en lo relativo al servicio a las masas trabajadoras en los mejores restaurantes o cafés, pero en lo que respecta a los productos alimenticios, al menos ya no existía ninguna contradicción entre el aura de rareza o exclusividad, generalmente característica del lujo “burgués”, y las versiones masivas y baratas de tales artículos. En el socialismo, estos lujos estarían disponibles para todos, a un precio eso sí barato. En la nueva “estética de los productos básicos” soviéticos oficiales, el hecho de que los bienes se produjeran industrialmente según las últimas técnicas se convirtió, de hecho, en un valor añadido adicional y un signo de finura socialista, en lugar de un marcador de inferioridad cultural y social como sucedía en los regímenes de consumo del capitalismo (Gronow, 2003).

Además, ya desde finales de la década de 1920, nuevas ideas progresistas y científicas de la nutrición habían empezado a dominar el discurso soviético sobre una alimentación adecuada. En 1929 se abrió en Moscú un Instituto Científico de Nutrición. Los expertos nutricionistas soviéticos expresaron gran confianza en el desarrollo de nuevas soluciones científico-técnicas para los problemas de nutrición. Promovieron enormes cocinas y comedores de fábrica estandarizados como soluciones ideales para atender efectivamente las necesidades nutricionales básicas de la población trabajadora. Del mismo modo, pusieron grandes esperanzas en el desarrollo de nuevos alimentos sintéticos producidos industrialmente, como los sustitutos de proteínas derivados de las habas de soja. Los representantes radicales de la ciencia natural moderna desafiaron los cánones tradicionales de nutrición, y pidieron una nueva dieta racional contrastada científicamente, basadas en el nuevo conocimiento de las cantidades adecuadas de calorías y vitaminas necesarias para mantener el cuerpo humano saludable y poder realizar en condiciones el trabajo. Para ellos, el arte culinario y los placeres sensuales asociados al acto de comer eran un “anacronismo del pasado burgués”. Por ejemplo, M. Dubyanskaya afirmó en su libro *Zdorovaya pishcha i kak yeyo gotovit* (Alimentos saludables y cómo cocinarlos) que el uso de especias y vinagre eran hábitos poco saludables y restos del pasado que solo conducían a comer en exceso. En las instrucciones culinarias en la prensa popular, la nueva ciencia de la nutrición, sin embargo, en su mayoría unió fuerzas con la antigua gastronomía. A partir de 1923, la revista mensual de mujeres trabajadoras soviéticas *Rabotnitsa* comenzó a publicar recetas de alimentos regulares bajo el título general *domovodstvo* (limpieza). A pesar de la popularidad de la nueva doctrina de la nutrición racional, la revista también publicó recetas bastante elaboradas de la cocina aristocrática “pasada de moda”. Es bastante notable que el nuevo énfasis puesto en el buen gusto de los alimentos coincidiera con la colectivización de la agricultura y el establecimiento de comedores colectivos en los *koljoses*, a finales de los años veinte y principios de los treinta. Por ejemplo, en su libro de cocina dirigido a cocineros profesionales en los comedores del *koljós*, la Sra. Zarina enfatizó la necesidad de prestar especial atención al sabor de los alimentos, ya que el buen sabor fomentaba el buen apetito y la mejor absorción de nutrientes en el cuerpo humano. Prestar atención al sabor de la comida y al placer culinario no se consideraba, por lo tanto, necesariamente como un signo

de una actitud burguesa reaccionaria. La nueva ciencia de la nutrición desempeñó un papel importante, pero limitado, en la ideología y la política de los alimentos a lo largo de la era soviética (Gronow y Zhuravlev, 2011).

Lo cierto en todo caso es que Mikoyán y otros líderes del estalinismo fueron fundamentales en la construcción de la cultura alimentaria soviética, siendo el gusto de dichos líderes una variable muy concreta que acababa afectando a la vida cotidiana de sus ciudadanos. El propio Mikoyán, Comisario del Pueblo para la Industria Alimentaria, señalaba que no se permitía la producción de ciertos alimentos en ninguna empresa antes de que dicho producto se fabricase a su gusto. Afirmaba con rotundidad: “¡Los probé todos!”. En este sentido, el champán soviético fue probablemente el mejor ejemplo de este “cambio de valores”. La producción en masa de champán también comenzó a mediados de la década de 1930, y sus promotores estaban totalmente convencidos de que, debido a la moderna tecnología utilizada en su producción, no solo tenía la misma calidad que su modelo francés, sino que a menudo incluso lo superaba gracias a su excelente sabor y otras cualidades organolépticas. Resulta enormemente interesante observar que, tras unos años en los que la desnutrición y las hambrunas habían sido la tónica constante, las autoridades soviéticas, con el liderazgo de Stalin, hubiesen dedicado su esfuerzo a la producción de vino espumoso. Las autoridades soñaban con mostrar destellos de ese paraíso futuro que estaba por venir en un contexto marcado por la escasez, y para ello asumieron medidas de calado extraordinario y muy caras económicamente para conseguir alcanzar dicho objetivo. Stalin dio su bendición y Mikoyán se implicó personalmente en el desarrollo de la industria del champán, visitando Francia como inspiración y reorganizando las fábricas bajo una dirección centralizada. Nada ni nadie se interpondría en ese camino, lo que costó purgas y detenciones en la empresa pública vinícola: este esfuerzo ni siquiera se detendría durante la II Guerra Mundial. El resultado fue que, a finales de los años treinta, el champán soviético se había convertido en un objeto de consumo muy popular (aunque no se alcanzaran ni de lejos los objetivos de producción), estando disponible, al menos en las grandes ciudades, antes de las grandes celebraciones. Representaba, quizá como ningún otro bien, la “buena vida” aunque pronto se hicieron esfuerzos similares con otros productos de lujo (Gronow, 2003).

En el sector de la restauración, mientras tanto, en el que la racionalización técnica no se podía conseguir tan fácilmente al no poder aplicarse los principios de mecanización y estandarización que operaban en la industria alimentaria, la tendencia general era otra: construir grandes espacios, grandes comedores en los lugares de trabajo, grandes salas de restaurantes con cientos de mesas, o grandes cafés. Sin embargo, lo que había cambiado, en comparación con la década de 1920, era que los comedores de gran tamaño y de trabajo pasaron a ser el nivel más bajo de la restauración soviética. Desde mediados de la década de 1930 estuvieron acompañados por restaurantes y cafés más caros, que contaban con productos y servicios de mayor nivel. En algunos de estos espacios, hubo una oferta regular de algunos de los productos antes citados como el champán, el caviar y otros productos, además de generosos menús de tres platos. Algunos bares de autoservicio y cervecerías, donde los clientes consumían alimentos y bebidas de pie, se sumaron a la lista de las instalaciones soviéticas de restauración, siendo su menor tamaño compensado por una rotación de clientes más rápida.

Después de la Segunda Guerra Mundial, se hizo además un esfuerzo por ampliar la paleta de gustos con la apertura a otras gastronomías. En la cocina soviético-rusa, la cocina caucásica, y en particular la cocina georgiana desempeñó un papel muy similar al de la cocina mediterránea en Europa occidental, presentando una gastronomía étnica sabrosa, picante y algo exótica como complemento de la cocina ruso-europea. Estos platos se servían también en los mejores restaurantes soviéticos. Las ciudades soviéticas más grandes tenían,

a menudo, uno o dos restaurantes caucásicos especiales que contaban con un clásico menú caucásico, así como vinos georgianos y aguardientes armenios en su lista, aunque esto no significaba que siempre estuvieran disponibles para la venta. Moscú tenía toda una cadena de restaurantes étnicos; de hecho una para casi todas las repúblicas soviéticas inauguradas en las décadas de la posguerra, además de los restaurantes georgianos, armenios, azeríes, uzbekos, ucranianos y bielorrusos. También tenía una cadena de restaurantes dedicados a las cocinas de los países socialistas hermanos, como los restaurantes *Praga*, *Budapest*, *Habana* o *Pekín*. Este último se convirtió en un espacio problemático después de que el cisma entre la Unión Soviética y China se profundizara en los años cincuenta: no se cerró, pero pasó a servir comida del Lejano Oriente ruso. Otras ciudades soviéticas, incluidos centros tan importantes como Leningrado o Kiev, tenían que contentarse con un restaurante genérico europeo, aunque Kiev pudo presumir de un restaurante alemán, llamado Leipzig, que en los años sesenta y setenta sirvió, entre otros platos, los famosos filetes empanados *Schnitzels*, acompañados por cerveza checa de la marca *President* (Gronow y Zhuravlev, 2011).

Asimismo, la publicación intensiva de libros de cocina, tanto generales como enfocados en especialidades nacionales en los decenios de 1950 y 1960, tanto en ruso como en otros idiomas que se hablaban en la Unión Soviética, sin duda contribuyó enormemente a la unificación de los hábitos alimenticios soviéticos al ofrecer un repertorio estándar, pero también amplio, de cocina y hábitos culinarios a todos los ciudadanos soviéticos interesados a lo largo y ancho del vasto país, independientemente de sus orígenes étnicos o nacionales (Piretto, 2009). También contribuyó a la diversificación gradual de la cocina soviética, ofreciendo nuevas recetas étnicas e internacionales más exóticas. La naturaleza centralizada del sistema soviético de distribución de alimentos y servicio de comidas, con su limitada cantidad de alternativas y su preferencia por los platos producidos industrialmente, ciertamente supuso una barrera al espíritu innovador de muchos cocineros aficionados, y llevó a una cierta uniformidad forzosa en los hábitos alimenticios de la URSS. Las alternativas a la comida soviético-rusa estándar se promocionaron del mismo modo, de forma que la imagen común de otras cocinas étnicas y regionales entre los consumidores soviéticos ordinarios fue probablemente, al menos, tan estereotipada como en los mercados de alimentos más comerciales del occidente capitalista.

En todo caso, fue obvio que el mercado y la cultura alimentarios soviéticos se fueron haciendo cada vez más variados, y que tanto la disponibilidad como la calidad de los alimentos mejoraron. Los ciudadanos soviéticos también tuvieron la oportunidad de degustar algunos alimentos y bebidas extranjeros después de la Guerra, desde el queso finlandés hasta la cerveza checa e incluso la Pepsi-Cola norteamericana. En todo caso, la proporción de las importaciones de alimentos, excepto materias primas, fue bastante modesta a lo largo de toda la era soviética (Gronow y Zhuravlev, 2011). En general, la población de la URSS se enfrentó, de forma cotidiana, a una escasez atávica de bienes de consumo y a una estandarización de ciertos bienes en un formato muy poco atractivo, que ocasionalmente se compensaba con la puesta a la venta a precios asequibles de ciertos productos de mayor calidad que, en todo caso, rara vez estaban disponibles fuera de las grandes ciudades.

## CONCLUSIÓN

Como hemos señalado anteriormente, la cultura del consumo soviética no ha sido siempre tan gris y aburrida como generalmente se ha descrito, al menos en Moscú y otras grandes ciudades. La creación de una economía de bienes de lujo es un ejemplo de que existían importantes matices y complejidades en la sociedad de consumo que estaba siendo

promovida por el estalinismo. Muchos productos relativamente atractivos y sin embargo asequibles se comercializaron y estuvieron disponibles para el consumidor ordinario. Es importante señalar además el elemento *kitsch* presente en esta peculiar situación: los trabajadores soviéticos, que viven en la pobreza y sufren unos déficits permanentes en prácticamente todo lo relacionado con los estándares de consumo ordinario, tienen a la vez a su alcance productos como el champán o el caviar que, en Occidente, se encuentran fuera del alcance del obrero capitalista de la época (Gronow, 2003). El hecho de que la economía fuese planificada y absolutamente todo lo susceptible de ser producido se decidiese en las esferas de la dirigencia implicaba que no existiese una economía que conectase como en el mercado necesidades y producción, lo que conllevó, en muchos casos, decisiones como la fabricación de champán, que implicaban movilizaciones masivas de recursos de otras áreas, generando importantes problemas de asignación de recursos y, habitualmente, una enorme insatisfacción entre la población. Esta culpaba, con enorme resignación, de estos problemas al Partido / Estado que, a su vez, buscaba chivos expiatorios en diversos traidores y saboteadores, sobre todo durante el período estalinista (Thurston, 1993).

Las reglas de esta economía se mantuvieron completamente ajenas a los ritmos y tendencias existentes en el capitalismo, donde las presiones de la moda y la necesidad de obsolescencia eran cruciales para el funcionamiento del sistema de mercado. En el espacio socialista no existían modas en el sentido estricto del término, sino que eran las autoridades las que interpretaban qué debía fabricarse para satisfacer las necesidades de la población. Simmel (1991) argumentaba que la moda era un síntoma de la modernidad por excelencia, donde los procesos de imitación social y diferenciación individual se reforzaban mutuamente, lo que permitía una mediación entre lo social y lo individual; en las sociedades socialistas, esta tensión se organizaba, sin embargo, de forma muy diferente. De ahí el impulso desde las autoridades a la creación de una esfera de cultura material que representaría una nueva forma de vida socialista, aunque esta concesión al individualismo siempre se encontró con importantes frenos.

Aunque Zygmunt Bauman (1990/1991) ha argumentado que el desarrollo de necesidades y demandas por parte de los consumidores fue un elemento decisivo en la disolución del socialismo, este no fue exactamente el caso de la URSS de Stalin, porque el proceso de individualización se encontraba constreñido por otras normas sociales. Por ejemplo, la *kulturnost* o decencia implicaba evitar ciertas desviaciones respecto a una norma general de “buenas maneras”; la lógica de los favores internos, casi de clan, en la distribución de lo poco disponible también generaba adhesiones y cierres grupales; y, finalmente, prácticamente todo lo ofertado respondía a lo que Stalin y sus lugartenientes definían como “lo que debería ser el gusto de la gente corriente”, lo que generaba un enorme control sobre las posibles diferencias que el sistema permitía desplegar, reduciendo las expresiones individuales a un límite. Al final, la conformidad fue un elemento clave en la sociedad de consumo soviética, aunque incluso esto debe ser matizado. La ciudadanía soviética, en su mayoría, no eran creyentes en el comunismo ni cínicos que habían perdido la fe en todas las promesas de las autoridades. Los que tuvieron la oportunidad trataron de disfrutar de los lujos que se les ofrecían a la vez que soportaban la escasez en otros aspectos de la vida, con la idea de la esperanza en un futuro mejor o, simplemente, ante la imposibilidad de poder hacer otra cosa (Gronow, 2003).

Lo cierto es que el estalinismo fue capaz de impulsar una sociedad de consumo peculiar, diferenciada desde luego de la existente en el mundo capitalista, y por supuesto plagada de contradicciones. Tras el fin del racionamiento y los enormes sacrificios asociados a la reestructuración de la economía soviética, las autoridades declararon que habían llegado tiempos mejores, y pusieron todo su esfuerzo en prometer un mejor nivel de vida. Esto exigió

grandes proyectos, propaganda y anuncios para crear nuevos productos que literalmente no existían en aquel momento, para satisfacer a un mercado enorme de 150 millones de personas. Esto evidentemente, era casi imposible de cumplir, pero sirvió para que al menos una serie de productos peculiares y lujosos pasaran a fabricarse y se convirtieran en asequibles para la población. Y al mismo tiempo, generó una serie de tensiones importantes dentro del socialismo, ante el riesgo inherente de una restauración del modelo mercantil. Y es que al final, la satisfacción de los deseos de los consumidores implicaba riesgos importantes para el sistema, que amenazaban los objetivos básicos del socialismo soviético tal y como se había constituido: control del Estado de los medios de producción, igualdad ente los ciudadanos y seguridad militar dentro del país. Sin duda, un campesino o un comerciante implicado en esa mejora de los productos de consumo podía llevar, en su interior, el alma de un corrupto capitalista; además, si se permitía una mayor capacidad de elección, el Estado sería incapaz de satisfacer las necesidades diferenciadas de sus habitantes. Estas contradicciones entre mantener un control centralizado de la producción de recursos y permitir las diferencias en el consumo marcaron la sociedad de consumo soviética, perfilando de forma evidente los límites de un modelo que, finalmente, rara vez pudo cumplir unas promesas habitualmente poco realistas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Attwood, L. (1999). *Creating the New Soviet Woman: Women's Magazines as Engineers of Female Identity, 1922-53*. Basingstoke: Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780333981825>
- Bauman, Z. (1990/1991). Communism: A Post Mortem. *Praxis International*, 10(3/4): 185-192. <https://doi.org/10.1177/0725513609353713>
- Dunham, V. (1976). *In Stalin's Time*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fitzpatrick, S (1999). *Everyday Stalinism. Ordinary Life in Extraordinary Times. Soviet Russia in the 1930s*. Oxford: Oxford University Press.
- Gide, A. (1937). *Back from the USSR*. Londres: Martin Secher and Warburg.
- Gronow, J. (2003). *Caviar with Champagne. Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin's Russia*. Oxford: Berg. <https://doi.org/10.5040/9781350050747>
- Gronow, J. y Zhuravlev, S. (2011). The Book of Tasty and Healthy Food: The Establishment of Soviet Haute Cuisine. En J. Strong, (ed.) *Educating Tastes. Food, Drink, and Connoisseur Culture* (pp. 24-57). Lincoln: University of Nebraska Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1df4fx7.5>
- Gronow, J. y Zhuravlev, S. (2015). *Fashion meets Socialism. Fashion Industry in the Soviet Union after the Second World War*. Helsinki: SKS. <https://doi.org/10.21435/sfh.20>
- Hessler, J. (2004). *A Social History of Soviet Trade. Trade Policy, Retail Practices and Consumption, 1917-1953*. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400843565>
- Hoffman, D. (1993). The Great Terror on the Local Level: Purges in Moscow Factories, 1936-1938. En J. A. Getty, R. T. Manning (Eds.), *Stalinist Terror. New Perspectives* (pp. 163-167). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511626012.008>
- Kelly, C. y Volkov, V. (1998). Directed Desires: Kul'turnost' and Consumption. En C. Kelly, D. Shepherd (Eds.), *Constructing Russian Culture in the Age of Revolution: 1881-1940* (pp. 291-313). Oxford: Oxford University Press.



- Mikoyán, A. (1971). “Dva mesiatsa v SShA” SShA. *Ekonomika, politika, ideologiya*, 10.
- Osokina, E. (2001). *Our Daily Bread: Socialist Distribution and the Art of Survival in Stalin's Russia, 1927-41*. Armonk, NY: Sharpe.
- Petrone, K. (2000). *Life Has Become More Joyous, Comrades: Celebrations in the Time of Stalin*. Bloomington: Indiana University Press.
- Piretto, G. P. (2009). Tasty and Healthy: Soviet Happiness in one Book. En M. Balina, E. Dobrenko (eds.), *Petrified Utopia. Happiness Soviet Style* (pp. 79-96). Londres: Anthem Press. <https://doi.org/10.7135/UPO9781843318170.006>
- Rothstein, H. y Rothstein, R. A. (1991). *The Beginnings of Soviet Culinary Arts*. En M. Giants, J. Toomre (eds.), *Food in Russian History and Culture* (pp. 162-176). Bloomington: Indiana University Press.
- Simmel, G. (1991). Fashion. En G. B. Sproles (ed.), *Perspectives on Fashion* (pp. 130-155). Minneapolis: Burgess Publishing.
- Stites, R. (1992). *Russian Popular Culture. Entertainment and Society since 1900*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thurston, R. (1993). “The Stakhanovite Movement: The Background to the Great Terror in the Factories, 1935-1938”. En J. A. Getty, R. T. Manning (Eds.), *Stalinist Terror. New Perspectives* (pp. 142-160). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511626012.007>
- Timasheff, N. S. (1946). *The Great Retreat: The Growth and Decline of Communism in Russia*. Nueva York: E. P. Dutton and Company.

## NOTA BIOGRÁFICA

**Jukka Gronow** es Emeritus Professor en el departamento de investigación social de la Universidad de Helsinki. Especialista en sociología del consumo, entre sus obras más destacadas se incluyen *Caviar with champagne* (Berg Publishers, 2003), *Fashion meets socialism* (SKS, 2015, en co-autoría con Sergey Zhuravlev) y *Deciphering Markets and Money: A Sociological Analysis of Economic Institutions* (HUP, 2020)

**Sergey Zhuravlev** es Professor of History en el Instituto de Historia Rusa de la Academia Rusa de Ciencias, Moscú. Es especialista en historia rusa de los siglos XX y XXI. Entre sus trabajos destaca *Fashion meets socialism* (SKS, 2015, en co-autoría con Jukka Gronow).



---

**Reseñas de libros e informes /**  
*Books and Reports Review*

---



Reseñas de libros e informes / *Books and Reports Reviews*

**Análisis sociológico del discurso: enfoques, métodos y procedimientos. Benno Herzog y Jorge Ruiz (eds.). Valencia: Universitat de Valencia, 2019**

**Araceli Serrano Pascual** 

Universidad Complutense de Madrid, España  
araceli@cps.ucm.es

**Ángel Zurdo Alaguero** 

Universidad Complutense de Madrid, España  
angel.zurdo@ccinf.ucm.es

El libro que edita la Universidad de Valencia de la mano de Benno Herzog y Jorge Ruiz posee un interés incuestionable, al constituir uno de los escasos textos en castellano que aborda un acercamiento cartográfico (aunque sea sin ambición de exhaustividad) a las diversas aproximaciones teóricas y metodológicas en torno al análisis de textos y discursos. La compilación presta una especial atención a los enfoques sociológicos, incorporando miradas que se inscriben en tradiciones tan diversas como la española, la anglosajona, la francesa y la alemana.

Muchas son las compilaciones y los manuales sobre análisis del discurso que han sido editados en el ámbito anglosajón. Contamos con numerosas y muy recomendables aportaciones, entre otras, la compilación realizada por Tannen, Hamilton y Schiffrin, o la de Angermuller, Maingueneau y Wodak, sin olvidar la ya clásica aportación de Gee y Handford. También podemos localizar compilaciones orientadas, prioritariamente, a la revisión de las perspectivas teóricas más 'clásicas', articuladoras iniciales del actual campo del análisis del discurso, como son las de Jaworski y Coupland, o la de Wetherell, Taylor y Yates. Sin embargo, en lengua castellana tienen un carácter realmente excepcional aquellos aportes que aspiran a recoger y articular la pluralidad de enfoques existentes, siendo textos que suelen obviar la valiosa aportación que se ha realizado desde la sociología cualitativa española, no atendiendo a su especificidad, a las diferencias y afinidades que presenta con respecto a otras tradiciones de análisis del discurso. En el contexto español, tan solo puede referenciarse la compilación de Lupicínio Íñiguez (publicada a principios de los años 2000), obra que, en su momento, supuso una relevante contribución a la literatura en castellano sobre análisis del discurso, al incorporar y revisar algunas de las perspectivas más conspicuas dentro del campo (sociolingüística, etnografía de la comunicación, análisis conversacional, análisis crítico del discurso y psicología discursiva). Este texto, activa su 'mirada' desde la psicología social, pero no incorpora parte de las aportaciones más relevantes que han empujado el desarrollo del campo del análisis del discurso en los últimos lustros. También en el ámbito académico catalán, encontramos contribuciones que han dado lugar a obras de aproximación práctica al análisis del discurso como la de Calsamiglia y Tusón, texto que destaca –como Van Dijk señala en su prefacio–, por la valiosa integración que realiza de distintas tradiciones: anglosajona, francesa, española y latinoamericana.

Muchos han sido los ámbitos de la investigación y teorización social en los que el análisis del discurso ha desplegado toda su potencialidad: el poder, el género, las migraciones, las élites, los medios, las artes, las redes sociales, la publicidad, el deporte, el

silencio, el miedo, el espacio, la política, los políticos, los partidos políticos y un largo etcétera; en definitiva, un amplio espectro de esferas, fenómenos y procesos sociales. Pero, esta proliferación de estudios del discurso, tanto teóricos como empíricos, también se ve acompañada –y frecuentemente enmarañada– por la abundancia de aproximaciones multidisciplinares, por la incorporación y compatibilización (no siempre consistente) de tradiciones muy diversas, el hincapié en dimensiones y lógicas analíticas muy diferentes, y el recurso a definiciones un tanto ‘volátiles’, imprecisas y multiplicadas del concepto ‘*Discurso*’. Se genera, de esta manera, la impresión de ser un ámbito saturado, pero, al mismo tiempo, fragmentado, desordenado, y hasta falto de rigor, caracterizado por propuestas atomizadas que, con frecuencia, se niegan y desdennan, que no dialogan desde sus presupuestos, un espacio donde no se desarrolla una ‘dialéctica’ articulada a partir de espacios de debate y reflexiones cruzadas. Es, precisamente, esta ‘hipertrofia caótica’ (teórica y metodológica) en el desarrollo del campo del análisis del discurso (paralizante para el no iniciado), la que trata de enfrentar y clarificar la compilación de Herzog y Ruiz. Esta obra constituye un espacio, a la vez complejo y accesible, reflexivo y productivo, que complementa y actualiza la exigua literatura en castellano, en un intento por aunar y ofrecer un marco de comparación e interconexión de distintas tradiciones.

En el texto se incluye, de manera destacada, la fructífera y solvente tradición española en el campo del análisis del discurso, a partir de las aportaciones inscritas en la conocida como *Escuela Cualitativista de Madrid* (con una orientación *sociohermenéutica*), que es incorporada en esta obra a través de representantes de la que podemos considerar segunda generación de la escuela (Luis Enrique Alonso y Fernando Conde), y autores de la tercera (Manuel Rodríguez Victoriano y Jorge Ruiz) e, incluso, cuarta generación (Marina Requena). Dentro de esta perspectiva de análisis se presentan dos capítulos de especial interés. En uno de ellos (el segundo capítulo del libro) escrito por Ruiz y Alonso, se exponen los fundamentos teóricos a partir de los cuales cristaliza el conocido como *análisis sociológico del discurso*, que implica la incorporación de la hermenéutica social ligada a la práctica de una sociología comprensiva. Asimismo, se revisan sus principales aportaciones y se incluye una reflexión sobre sus límites. Una segunda aportación desde esta escuela (recogida en el noveno capítulo) se orienta hacia el más concreto y aplicado concepto *análisis sociológico del sistema de discursos*, especificando algunos de sus procedimientos, herramientas y conceptualizaciones: conjeturas analíticas, estilos discursivos, posiciones discursivas, asociaciones, condensaciones, desplazamientos, configuraciones narrativas o espacios semánticos. Nos referimos al capítulo elaborado por Requena, Conde y Rodríguez, que retoma de forma sintética parte de los aportes contenidos en el conocido texto de [Fernando Conde \(2009\)](#) enmarcándolos en la Escuela Cualitativista y en sus referentes teóricos.

Por su parte, la aportación de Benno Herzog incorpora la tradición frankfourtiense del análisis como crítica social orientada a la transformación, lo que supone la incorporación de la tradición más clásica en el seno de la epistemología crítico dialéctica al campo del análisis del discurso, apuntando elementos de análisis claves como son la *demanda de reconocimiento* o los *discursos silenciados*.

Con una orientación muy plural, la compilación introduce al lector o lectora a otros enfoques contemporáneos alejados de la perspectiva sociohermenéutica, como puede ser el *análisis postfundacional* (de filiación postestructuralista), identificado habitualmente con la denominada ‘Escuela de Essex’, en este caso, a través del texto de Emilia Palonen y Taavi Sundell. En una línea relativamente confluyente, con reminiscencias foucaultianas, se integra el denso y, en ocasiones, abstruso capítulo firmado por Johannes Angermüller, una de las figuras más visibles de la corriente postestructuralista, quien, desde su complejo *constructivismo deconstructivista*, intenta comprender el orden social desde la consideración de los actores como efectos discursivos, prestando especial atención a la organización de las prácticas interpretativas. Desde una tradición que se desarrolla en paralelo, y en

buena parte convergente, el capítulo final del libro, escrito por Andrea Bührmann y Werner Scheneider incorpora la tradición foucaultiana, retomando una de las conceptualizaciones más productivas de la misma, la noción de ‘dispositivo’ (muy característica de la llamada *Escuela Francesa*).

La tradición clásica e inaugural identificada como *análisis cuantitativo del contenido* también se incluye en el texto. Aunque enmarcada en una perspectiva epistemológica contrapuesta a las anteriormente consideradas, se incorpora y actualiza esta tradición, a través de dos aportaciones. Por una parte el texto de Ronny Scholz, se centra en los procesos de operacionalización y cómputo lexicométrico, característicos de la *lingüística del corpus* para analizar textos (que no discursos, desde nuestra perspectiva) apuntando las posibilidades de las nuevas tecnologías en la “recogida” y tratamiento de información cualitativa y como paso exploratorio previo a otras formas de análisis. Por otra parte, en el séptimo capítulo, se incluye un texto enmarcado en aproximaciones que sitúan en el centro de los análisis las relaciones entre elementos: sujetos, entidades, instituciones, en definitiva, nodos, con los que Joan Miquel Verd nos introduce en el análisis reticular del discurso. Se reincorporan así, de forma actualizada, las aportaciones clásicas en los nuevos contextos hiperconectados a través de redes rastreables.

Por otra parte, siguiendo esta línea que vincula formas de análisis a dispositivos de producción y “recolección” de información (análisis de redes, análisis lexicométrico) el texto incorpora espacios que, en los contextos anglosajones, están generando un ingente volumen de publicaciones: el análisis del discurso desde la metodología etnográfica. Los aspectos discursivos han sido tradicionalmente descuidados por la etnografía al priorizar, de forma cada vez más reflexiva, los elementos observacionales de la interacción, así como aquellos vinculados a la cultura material. Este ajuste de cuentas de las aproximaciones etnográficas con los elementos discursivos, queda apuntada en el texto de Felicitas Macgilchrist y de Tom Van Hout en el que se combina análisis observacional, análisis de contenido clásico y análisis asistido por ordenador en la grabación sistemática en formato vídeo, en un estudio de caso desarrollado en una redacción de un periódico en Bruselas.

Por último, aunque en realidad se trate del primero de los capítulos, el texto incluye una mirada sobre el análisis del discurso, aplicada a un área concreta del pensamiento sociológico, una de las más clásicas y relevantes en la sociología contemporánea que es la Sociología del Conocimiento. Acompañados en este trayecto por Reiner Keller, el texto nos introduce en las principales reflexiones que desde este ámbito se han ido generando, trabajando para ello con conceptos clave como son los de patrones de interpretación, clasificaciones, estructura de los fenómenos o estructuras narrativas.

Esta diversidad de enfoques queda entretejida y articulada en el capítulo introductorio que nos ofrecen los editores (Herzog y Ruiz) y que constituye un indispensable marco de (relativa) sutura a la hora de conectar y confrontar las distintas tradiciones, vertebradas muy frecuentemente a partir de presupuestos teóricos y metodológicos no solo heterogéneos e irreductibles, sino, en aspectos cruciales, incompatibles y hasta contradictorios. Los editores recogen la naturaleza multidisciplinar del análisis del discurso, que se proyecta necesariamente sobre la problemática, poliédrica y difusa definición de discurso; partiendo de su etimología, se atiende fundamentalmente a su enorme ‘polifonía’ teórica. Se hace referencia, también, a cómo el discurso debe ser considerado desde una triple articulación, que incorpora el lenguaje, las prácticas y el contexto –micro, meso y macrosocial– remitiéndose en este caso a la obra de Angermüller.

En esta introducción resulta reseñable la revisión de las dificultades a la hora de delimitar qué es o no discurso, qué es discursivo y qué extradiscursivo, y qué es o no *un* discurso concreto y cómo diferenciarlo de otros y caracterizarlo. La constatación de esta dificultad y la distancia entre la construcción teórica de los límites del discurso y las dificultades prácticas

de delimitación en los contextos empíricos concretos, constituye un elemento que nos hace comprender una parte importante de los problemas de abordaje del campo de los discursos que son puestos de relieve en los diversos capítulos de este libro, así como las diferentes vías de enfrentarlo y concretarlo en análisis específicos.

En este sentido, el texto en su conjunto, armado a partir de una lúcida selección de enfoques y autores, hace que nos encontremos ante un aporte realmente necesario, no solo interesante y, en general, accesible, sino también actualizado con respecto al complejo espacio disciplinar del análisis del discurso, aunque no figure entre sus pretensiones construir una cartografía completa y exhaustiva del mismo, labor por otra parte imposible en una obra de extensión limitada.

Es quizá la propia estructura del libro lo que a nuestro juicio constituye el elemento que hemos considerado mejorable en esta compilación. Una organización de los capítulos que desbordara la simple secuencia y a la que se dotara de alguna estructura significativa, que agrupara perspectivas epistemológicas, tradiciones confluyentes, o niveles de aproximación al análisis, que diferenciara unas aportaciones y tradiciones de otras, hubiera facilitado la articulación de un espacio de reflexión donde considerar más nítidamente variantes, transformaciones e hibridaciones o diversidad de acentos, frente a espacios de debate que implican miradas contrapuestas o divergencias conceptuales. Así, se habría podido potenciar una síntesis creativa derivada de la propia lectura. En esta línea, se puede echar en falta un mayor grado de 'intertextualidad' entre los capítulos, que entretejiera un espacio de encuentro dialogado y dialéctico de posiciones, que permitieran al lector ubicarse en sus prácticas o en sus aprendizajes. Es posible que un ordenamiento de los capítulos con sentido epistemológico que confluyera con un diálogo abierto en el seno de y entre las diversas aproximaciones permitiera a las lectoras y lectores introducirse en el complejísimo espacio del análisis del discurso, con más criterio para poder valorar, situar y criticar cada uno de los aportes. Quizás sea esto pedirle mucho a un texto, que considerado en los contextos en los que habitualmente se desarrolla el conocimiento, hubiera encontrado los obstáculos del tiempo disciplinante y un esfuerzo ímprobo, que los espacios académicos contemporáneos y sus exigencias productivistas no permiten.

También en el espacio de los deseos, el texto podría haber incluido aproximaciones críticas con respecto a modalidades hegemónicas de análisis del discurso, que en buena parte de los contextos de reflexión en Occidente constituyen el *mainstreaming*, como son la Teoría Fundamentada o el Análisis Conversacional, así como una crítica a la frecuente tendencia a hablar de 'datos cualitativos' en referencia a los materiales susceptibles de análisis desde las aproximaciones del Discurso. Por último, podría haber sido interesante, incluir algunas de las aproximaciones al análisis de los discursos que se están incorporando desde perspectivas epistemológicas que abogan por un cruce de saberes que incorpore el propio autoanálisis de los objetos de conocimiento (convertidos en sujetos), como se está trabajando desde perspectivas participativas, feministas o decoloniales. Lógicamente este horizonte, imposible en un solo texto, no es más que un deseo, que de haberse cumplido (labor por otra parte inalcanzable), hubiera hecho mutar la atención hacia otra potencial falla, necesariamente constitutiva de toda obra temporalmente cerrada para su publicación.

Otro comentario final que queríamos añadir hace referencia al título de la obra. La decisión tomada al nominarlo *Análisis sociológico del discurso*, podría llevar a una confusión entre lo que viene a ser la confluencia de una diversidad de aproximaciones desplegadas fundamentalmente desde campos próximos a la Sociología y lo que está convirtiéndose en un concepto más o menos cristalizado y densificado que sirve para denominar una manera de aproximación al discurso (más bien a los discursos) vinculada a la fructífera tradición de análisis socio-hermenéutico en que confluyen los diversos autores encuadrables en la llamada Escuela Cualitativista de Madrid y en la cual el concepto de *análisis sociológico del*

*sistema de discursos* adquiere un peso fundamental a través de la obra Fernando Conde, uno de los autores del libro que aquí se presenta.

En definitiva, el texto que reseñamos constituye una profunda, compleja y atrevida aproximación a una cartografía tentativa (no exhaustiva), actualizada y que hace justicia con aproximaciones no frecuentemente reconocidas en el campo del análisis del discurso. Estamos convencidas de que este texto supone un trabajo imprescindible para todas y todos aquellos que tienen interés en este amplio y complejo espacio de los estudios sobre el Discurso y constituirá, a buen seguro, el inicio de espacios de reflexión necesarios que ahonden en las potencialidades y limitaciones, en los ámbitos y los contextos de aplicación de las diversas aproximaciones, tradiciones y variantes del análisis de textos y discursos.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Conde, F. (2009). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.





**Reseñas de libros e informes / Books and Reports Reviews**

***Internet como modo de administración de encuestas.*  
**Vidal Díaz de Rada Igúzquiza, Juan Antonio Domínguez Álvarez y Sara Pasadas del Amo. Madrid: CIS Cuadernos metodológicos nº 59, 2019****

**Valentín C. Martínez Martín**  
 Centro de Investigaciones Sociológicas, España  
[valentin.martinez@cis.es](mailto:valentin.martinez@cis.es)

Como en muchos ámbitos, internet se está convirtiendo en un medio de uso generalizado por parte de la población. Este hecho hace que se abran nuevas posibilidades de interactuar con los usuarios y, ¿por qué no?, realizar una encuesta. En este sentido, recuerda la irrupción de las encuestas telefónicas como medio de recogida frente a los métodos presencial y postal, donde el teléfono aportaba una gran flexibilidad a la hora de contactar con la persona/hogar seleccionado para la encuesta, sin olvidar la importante reducción de los tiempos medios empleados en la recogida de la información, así como en los costes asociados. Enmarcado en un contexto tecnológico, que los autores observan como ventaja, la encuesta por internet ha llegado para quedarse y, pese a contar con algunas debilidades propias de la encuesta postal, estas pueden ser minimizadas estableciendo una serie de protocolos que refuercen la colaboración de los individuos seleccionados y, por tanto, mejorar las tasas de colaboración que mostraban las encuestas postales.

El manual se organiza en cuatro capítulos que abordan desde aspectos más teóricos relacionados con la investigación a través de una encuesta web, en comparación con otros modos de administración de encuestas, hasta recomendaciones prácticas de algunos procedimientos como resultado de la recopilación de los trabajos y experiencias de muy diferentes autores, así como propia como es el caso del proyecto PACIS del IESA, tal como se muestra en la bibliografía que lo acompaña.

Cada capítulo se estructura en diferentes epígrafes que avanzan en la definición de los elementos que configuran una encuesta, trasladando los procesos de recogida de información de los encuestados al nuevo medio que internet ha propiciado. En este sentido, resulta de interés la incorporación de aplicaciones prácticas en una plataforma de fácil acceso como es e-encuesta.com, de esta manera el lector puede ir familiarizándose con las nuevas herramientas que se emplean en las encuestas web. Adicionalmente, al final de cada capítulo, se facilita un resumen breve del mismo, así como de los conceptos utilizados.

En el primer capítulo se recogen aquellos elementos generales relacionados con los procesos de investigación mediante encuesta, haciendo especial hincapié en los diferentes medios de administración utilizados en la recogida, y ya consolidados en la práctica habitual, de manera que se asienten sobre ellos los conceptos que se desarrollan en los tres capítulos posteriores: planificación, diseño del cuestionario y los procesos de recogida. De ellos, el diseño del cuestionario se trata con mayor amplitud y profundidad pues es el elemento clave en la articulación de la recogida de la información de los individuos entrevistados. En este sentido, frente a los modos clásicos de administración -presencial, telefónico y postal-, internet se revela como una mixtura entre la característica de autoadministración, bien conocida por las encuestas postales, y las características de los formatos electrónicos que constituyen en la actualidad las encuestas presenciales y telefónicas -CAPI y CATI-.

Como resultado de esta nueva plataforma, los autores planean un recorrido por las diferentes áreas, o segmentos de población, donde la encuesta por internet puede encontrar más fortalezas, pues como ocurrió en un pasado no muy lejano con las encuestas telefónicas, la cobertura de internet dista, en estos momentos, de ser universal. En todo caso, incluso en algunas encuestas donde su uso general no es aconsejable, como serían las encuestas a población general, la encuesta por internet puede ser una de las modalidades a utilizar en la recogida, sobre todo pensando en aquella parte de la población para la cual internet es en la actualidad un medio de uso habitual. La cuestión fundamental, si se emplean diferentes modos de administración, es tratar de conseguir el mayor grado de homogeneidad entre ellos, de lo contrario se favorece la aparición de sesgos y, por tanto, se afecta significativamente a las estimaciones que se realicen a partir de la información recogida.

El segundo capítulo, la planificación de una encuesta web, recoge tanto su empleo exclusivo o como una de las alternativas de recogida, en lo que ahora se define como estrategia multicanal de la recogida de la información. De su contenido, los autores resaltan la importancia de establecer con detalle el protocolo de contacto con los informantes, ya sea a través de carta, correo electrónico o sms. La forma y contenido de la información que se envíe en este primer contacto, así como el empleo de recordatorios durante el período de recogida, será fundamental para el buen desarrollo de la encuesta. En este sentido, y más estando en un medio como es internet, resulta fundamental trasladar a los informantes todos aquellos aspectos que hacen referencia a la seguridad y privacidad de la información que faciliten.

El tercer capítulo, el diseño del cuestionario, constituye la parte más significativa de este manual. En el modo autoadministrado, el cuestionario es el elemento clave y, al enmarcarse en el entorno de internet, es posible incorporar toda una serie de elementos que redunden en una mayor colaboración, así como en la medición y calidad de las respuestas, por parte de los informantes, sobre todo si se tiene en mente los cuestionarios habitualmente empleados en las encuestas postales.

Es aquí donde se recoge la mayor parte de las recomendaciones con el objetivo de que el entrevistado se encuentre cómodo y no abandone la entrevista. Y el listado de elementos, y sus recomendaciones a partir de la literatura existente y experiencia propia, se organiza en cinco áreas que son: las “nuevas normas” que implica el entorno de internet –su lectura no puede compararse con un documento en papel, permite la introducción de recursos visuales, audios, aleatorizar las distintas opciones de respuesta,...-; la implementación como cuestionario continuo (scrolling) o segmentado en páginas (paging) – en el primer caso el informante puede conocer todo el contenido del cuestionario cumplimentándolo más tarde, y en el segundo las respuestas van controlando el flujo de las preguntas que vendrán a continuación como en CATI o CAPI-; el propio diseño del cuestionario – elementos que se incorporan en la página o páginas, los tamaños de letra, continuar o retroceder,...-; las normas que deben cumplir las preguntas en el entorno de internet – la utilización de preguntas abiertas y su disposición, las preguntas cerradas y sus formatos, preguntas semiabiertas, preguntas en batería, ....; y, no hay que olvidar, la adaptación a los diferentes dispositivos y tipos de pantalla - ordenador, tableta, teléfono móvil, ...- desde donde el informante pueda interactuar de manera óptima.

En el cuarto capítulo se desarrollan las estrategias de recogida de la información, así como alternativas de tratamiento de los datos obtenidos. Como ya se comentó, el establecer un protocolo de contacto, de seguimiento –recordatorios, apoyo a través de teléfono o correo electrónico-, así como introducir incentivos conducirá a lograr una mejor tasa de colaboración por parte de los informantes. Por otro lado, al igual que en CATI o CAPI, se introducen controles de depuración que posibilitan la generación de un conjunto de respuestas válidas y coherentes con otras respuestas. Una vez generado el fichero de datos

depurado queda la realización de las estimaciones que se pueden ver favorecidas por la incorporación de información auxiliar a través de la utilización de diferentes técnicas de postestratificación o calibrado.

Por último, queda dejar constancia del esfuerzo realizado por los autores en la recopilación de las fuentes y documentos metodológicos incluidos en la bibliografía. De este modo, se ofrece a los lectores, tanto a aquellos que se inician como aquellos con más experiencia, una base amplia de contribuciones, así como de diferentes alternativas metodológicas, que les puede servir como guía de referencia en el desarrollo de futuras investigaciones mediante encuesta a través de internet.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, F. y Porras, J. (2010) *Effects of rotation groups, interviewing modes and interviewers on the LFS estimates*. INE Working Papers 5/2010

Beukenhorst, D. and Kerssemakers, F. (2013) *Data collection strategy*. CBS-Statistics Netherlands



***Refugees, Migration and Global Governance. Negotiating the Global Compacts.***  
**Elisabeth G. Ferris y Katharina M. Donato. London: Routledge, 2020**

**Lorenzo Cachón Rodríguez**  
 Universidad Complutense de Madrid, España  
[lcachonr@ucm.es](mailto:lcachonr@ucm.es)

El 19 de septiembre de 2016 la Asamblea General de Naciones Unidas aprobó la “Declaración de Nueva York para los refugiados y los migrantes”. Esa declaración pasó inadvertida no solo para el gran público, sino para muchos académicos que trabajan en el campo de las migraciones internacionales. Tenía un precedente el objetivo 10.7 de la “Agenda 2030 para el desarrollo sostenible”, aprobada en el mismo foro el año anterior. En él se planteaba la necesidad de “Facilitar la migración y la movilidad ordenadas, seguras, regulares y responsables de las personas, incluso mediante la aplicación de políticas migratorias planificadas y bien gestionadas”. Dos años después de la Declaración de Nueva York, en diciembre de 2018, Naciones Unidas, con el apoyo de la mayoría de los países del mundo, aprobó el Pacto Mundial sobre Refugiados (PMR) y el Pacto Mundial para la Migración Segura, Ordenada y Regular (PMM). Ambos pactos, pero especialmente el PMM, suponen un logro histórico hacia una gobernanza multilateral de las migraciones internacionales. No hay que olvidar el momento y el contexto en que se han pergeñado, negociado y aprobado estos pactos: a la tragedia de los refugiados causada por la brutal guerra de Siria, hay que unir el desgarrón de las costuras de la Unión Europea por la mal llamada crisis de los refugiados y la creciente llegada al escenario internacional de dirigentes xenófobos capitaneados por Trump, que llegó a la presidencia de Estados Unidos tres meses después de la Declaración de Nueva York. El momento (de los desplazamientos de refugiados y de migrantes) hacía estos pactos necesarios, el contexto (político) los hacía (casi) imposibles. Y, sin embargo, Naciones Unidas adoptó esos pactos sobre refugiados y migraciones que ponen las bases para una nueva gobernanza de los desplazamientos de personas en el mundo.

*Refugees, Migration and Global Governance. Negotiating the Global Compacts* es un libro que ayuda a comprender los pactos, su proceso de formulación y los desafíos que han de abordar a partir de ahora. Sus autoras son dos profesoras estadounidenses de referencia de la Universidad de Georgetown en Washington D.C. Elisabeth Ferris es profesora de investigación en el Institute of Study of International Migration y ha trabajado en cuestiones ligadas a los refugiados en la Secretaría General de Naciones Unidas; Katharina Donato es profesora de Migraciones Internacionales y directora del Institute of Study of International Migration.

Las autoras hacen un análisis de los pactos desde la lógica “realista” de los regímenes de gobernanza global donde los principios, normas y procesos de decisión vienen a reflejar los *intereses* de los estados más poderosos en el sistema (frente a una posible visión “constructivista” en la dicotomía de regímenes de gobernanza global que presentó S. Krasner, en la que primarían las *expectativas* de las partes). El “régimen internacional de refugiados” y el “régimen internacional de migraciones” han nacido, sobre todo, en respuesta a los intereses de estados poderosos en el orden internacional, especialmente de Estados Unidos y países europeos. Pero los procesos de negociación de los dos pactos mundiales “indican

– señalan las autoras – que estaba en juego una *convergencia* de intereses más matizada entre los países del norte y del sur. Los pactos mundiales no solo reflejan el interés de los países desarrollados poderosos; las preocupaciones de los países en desarrollo por un reparto de responsabilidades más efectivo y por más acciones para defender los derechos de los migrantes se manifiestan claramente en los documentos finales”.

Tras aportar un breve y claro resumen de las tendencias recientes en el campo de las migraciones y de los refugiados, analizan el contexto político en que se llegó a la Declaración de Nueva York y que resumen como “xenofobia creciente” en la cual “el tema de la inmigración se ha convertido en un tema político candente, el tema político más candente, en los Estados Unidos y en Europa, y es quizás el desafío central para el orden mundial liberal. La inmigración ha sido retratada como un desafío existencial a la pieza clave del sistema internacional, la soberanía nacional”. Ese fue el contexto en el que, sin embargo, se aprobó la Declaración de Nueva York de 2016 y se puso en marcha la negociación de los dos pactos.

Pero ¿qué desafíos afrontaban los regímenes internacionales de refugiados y de la migración internacional en ese momento (y en el momento presente)? La situación era (y es) muy distinta tanto por el marco normativo en que se basan como por los actores que participan en cada uno de estos regímenes. El régimen de refugiados, cuyo origen tras la Segunda Guerra Mundial se explica muy bien en el libro, tiene como pieza fundamental la Convención de refugiados de Ginebra de 1951 y el Protocolo de 1967. La Convención establece una serie de derechos de los refugiados, especialmente el de “no devolución” (*non-refoulement*) a su país de origen. 148 países han ratificado esta Convención. Además, algunas áreas como la África, América Latina o la Unión Europea han complementado la Convención. El actor internacional en este campo es ACNUR (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados). Pero el régimen internacional de refugiados tiene una serie de desafíos que Ferris y Donato sintetizan en seis aspectos: 1) el hecho de que los actores humanitarios no pueden responsabilizar a los gobiernos cuando provocan desplazamientos de refugiados y la dificultad de resolver conflictos por parte de la ONU; 2) la ausencia de cualquier monitoreo del cumplimiento por parte de los gobiernos de sus obligaciones legales bajo la Convención de 1951; 3) la ausencia de un mecanismo robusto para compartir responsabilidades por los refugiados (que tiene que ver tanto con la financiación como con el reasentamiento de refugiados) (¿es necesario recordar aquí el rotundo fracaso de la UE en el reparto de los refugiados que llegaron en 2015?); 4) la necesidad de mayor coordinación entre los actores de desarrollo y los actores humanitarios; 5) la ausencia de un marco para el apoyo a las personas desplazadas dentro de su propio país (IDP, por sus siglas en inglés), y 6) la necesidad de reforzar ACNUR.

Tanto el marco normativo como los actores relevantes del régimen internacional de las migraciones son muy diferentes. A pesar de dos Convenios sobre migraciones laborales aprobados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), a pesar de la idea que se barajó a mediados del siglo pasado de hacer que la OIT actuara como agencia de Naciones Unidas en el campo de las migraciones internacionales, y a pesar de la adopción por parte de la Asamblea General de Naciones Unidas de la Convención internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migrantes y de sus familias en 1990, puede decirse que no hay (hasta la aprobación del PMM) un marco normativo para la gobernanza de las migraciones internacionales. Tanto los convenios de la OIT (el 97 y el 143) como la Convención de Naciones Unidas de 1990 tienen muy pocos estados signatarios como para que puedan considerarse normas efectivas a nivel mundial. El régimen internacional de las migraciones tampoco ha tenido, como sí ocurre con el de refugiados, una agencia de referencia. Varias agencias de Naciones Unidas relacionadas sobre todo con derechos humanos han abordado competencias dispersas sobre diferentes ámbitos ligados a las migraciones internacionales. Porque esa agencia de referencia no ha sido la Organización Internacional de las Migraciones (OIM), una organización intergubernamental creada en 1989 a partir del



Comité Intergubernamental Provisional para los movimientos de los Migrantes desde Europa (PICMME, por sus siglas en inglés) que se había puesto en marcha en 1951. Como sintetizan las autoras, “A diferencia del régimen internacional de refugiados, el sistema de migración global carecía en el siglo XX de un marco normativo fuerte y centralizado. El principal actor organizacional, OIM, carecía de un mandato de protección, lo que comprometía su posición”.

Pero en 2014-2015 estos dos regímenes se van a ver confrontados a crisis comunes que los desafían a los dos a la vez: refugiados y migrantes de Centroamérica llegan a la frontera sur de Estados Unidos; refugiados sirios y migrantes de otras nacionalidades llegan a las fronteras de la Unión Europea. Todos viven peligrosas experiencias del viaje, a veces trágicas, todos usan las mismas vías y a veces se apoyan en los mismos traficantes. En noviembre de 2015, la Asamblea General aborda la cuestión en dos ocasiones. Los títulos de sus convocatorias son muy significativos: “Conciencia global sobre la tragedia de los migrantes irregulares en la cuenca mediterránea con énfasis en los solicitantes de asilo sirios” y “Formas de avanzar en una respuesta integral a la crisis global humanitaria y de refugiados”.

*Refugees, Migration and Global Governance*, describe de modo detallado el complejo proceso de elaboración del PMR y del PMM, con la Declaración de Nueva York de 2016 como punto formal de inicio del proceso. Es importante señalar que, desde el principio, ambos pactos de conciben como no vinculantes jurídicamente (respetando la soberanía de los estados), pero inspirados por el principio de cooperación internacional.

Los dos pactos son muy diferentes en objetivos y alcance, y reflejan el distinto momento de desarrollo de los regímenes internacionales de refugiados y de las migraciones. El PMR es un documento pragmático, desarrollado en un momento particular en el tiempo, que ha prestado atención al reparto de responsabilidades y a la incorporación de un conjunto de actores directos. Por su parte, el PMM presenta por primera vez, un nuevo marco general para abordar la migración con un doble énfasis: proteger los derechos humanos de los migrantes, y apoyar a los gobiernos en la gestión de sus fronteras. Tienen razón Ferris y Donato al señalar que el PMR es “es bastante conservador al tratar de preservar el marco existente, y hay pocas novedades en él (...) los dos logros más importantes son su afirmación de la necesidad de compartir la responsabilidad y su reconocimiento de la necesidad de los comprometer a muchos actores, no solo a ACNUR (...) En conclusión, el PMR refuerza en gran medida el statu quo (que dado el contexto antiinmigrante y antirefugiado en el que se negoció es probablemente lo mejor que se podría esperar)”.

La valoración del PMM debe ser muy distinta. El PMM contiene 23 objetivos y en ellos hay hasta 187 acciones que recogen, con amplitud y profundidad, una amplia panoplia de prácticamente todas las cuestiones relevantes para una gestión de las migraciones internacionales de modo más seguro, ordenado y regular. Como Cachón y Aysa han señalado, “el PMM ni es un tratado (y, por tanto, no es de obligado cumplimiento), ni presenta un conjunto de reglas (normas jurídicas) que haya que seguir o implementar en el derecho interno de los países, ni contiene objetivos específicos que los estados deban alcanzar en una fecha determinada, ni aporta compromisos presupuestarios. El Pacto de autodefine como ‘un marco de cooperación no vinculante jurídicamente’. (Pero) lo que sí hay en el Pacto son claras guías para la acción (política y social) en la gestión de las migraciones internacionales; es decir, claros compromisos políticos (y morales) asumidos por los Estados miembros de Naciones Unidas”.

Las autoras recogen algunas limitaciones del PMM que han sido puestas de relieve en la literatura académica: que no aborda de modo suficiente la cuestión de la migración irregular (aunque esta crítica es matizable porque el PMM hace numerosas referencias a la cuestión), que la debilidad con el que se apuntan vías de migración legal (difícil por la diversidad de sistemas de regulación nacionales existentes), la falta de contundencia respecto a la detención de menores migrantes, o la ya señalada falta de mecanismos de cumplimiento.

Otras críticas, que han impedido que el PMM tenga un mayor apoyo, vienen de dirigentes con marcado cariz antiinmigración que critican que el PMM ponga tanto el acento en los beneficios de las migraciones y en los derechos humanos de los migrantes y que señalan (sin fundamento) que el PMM atenta contra la soberanía de los estados en su capacidad para (intentar) regular las migraciones que llegan a sus fronteras.

Hay, además, dos importantes cuestiones de la movilidad de las personas que no han sido abordadas en estos dos pactos: es la problemática ligada a personas que no son refugiados pero que tienen necesidad de protección, y “el gran número de personas desplazadas dentro de las fronteras nacionales y la posibilidad de que esas personas soliciten protección y asistencia en otros países”. Esta referencia a las IDP que entrecorramos está en la Declaración de Nueva York y, sin embargo, ninguno de los dos pactos ha abordado la cuestión.

Al final de libro Ferris y Donato hacen un balance de los pactos y señalan el camino a seguir: “La adopción de los dos pactos mundiales durante una época de xenofobia desenfadada fue una gran victoria para el multiculturalismo. Aunque estén lejos de ser perfectos, los pactos ofrecen oportunidades para una mayor acción colectiva sobre quizás el mayor desafío de nuestro tiempo: el movimiento de personas a gran escala. Hubiera sido un duro golpe para el multiculturalismo y para la ONU si no hubiera logrado adoptar estos dos pactos. Ahora que existen, queda por ver si conducirán a un reparto más eficaz de responsabilidades en la cuestión de los refugiados y a una migración menos irregular y más segura, ordenada y regular. El potencial ciertamente existe, pero los estados, las organizaciones internacionales, las ONG y otras partes interesadas. tendrán que mostrar la misma obstinada dedicación a la implementación de los pactos que la que tuvieron durante los dos años que llevó su adopción. Si lo hacen, los pactos globales habrán contribuido a un mundo mejor”.

El libro de Elisabeth Ferris y de Katharine Donato nos permite adentrarnos en el contexto en que se produjo la Declaración de Nueva York y el proceso de negociación de los pactos mundiales sobre refugiados y sobre migraciones. Y proporciona una excelente introducción a la compleja dinámica de la gobernanza global de los desplazamientos de personas en el siglo XXI y los desafíos que plantea para la defensa de los derechos humanos de refugiados y migrantes. A la vez que pone de manifiesto el impresionante paso adelante que es el PMM, al adoptar por primera vez un marco multilateral sobre el que construir la cooperación internacional en la gobernanza de la migración.

El “tema de nuestro tiempo”, que diría Ortega y Gasset, es la pandemia producida por el covid-19. Y cabe preguntarse si estos pactos de Naciones Unidas, y especialmente el PMM, son adecuados para la gestión de las migraciones en estos tiempos (¿nuevos?) de las migraciones internacionales. La respuesta es que hoy, sin duda, los pactos marcan el camino que debería seguirse en la gobernanza de las migraciones. Porque si algo ha puesto de manifiesto esta pandemia es la urgencia de garantizar los derechos de los migrantes y refugiados, la necesidad de tener las sociedades receptoras de inmigrantes en muy distintas áreas, la conveniencia de regularizar a inmigrantes en situación irregular, o los beneficios de las migraciones para todos si se llevan a cabo de modo seguro, ordenado y regular.

# Normas editoriales para colaboradores en la Revista Española de Sociología (RES)

La Revista Española de Sociología (RES) es la revista oficial de la Federación Española de Sociología (FES). Es una publicación de la principal asociación científica de los profesionales de la sociología de España, independiente de los poderes públicos y al servicio de la comunidad sociológica.

Los artículos y notas de investigación originales que se reciben para ser publicados en la RES siguen un proceso de selección y evaluación que responde a estrictos criterios de calidad, garantizando en todo momento el anonimato de los evaluadores expertos como de los autores.

## I. Secciones de la revista

**Artículos.** Textos científicos originales cuyos temas se insertan en el ámbito de la sociología con una extensión máxima de 10.000 palabras, incluyendo cuadros, gráficos, notas al pie y referencias bibliográficas.

**Notas de Investigación.** La RES también publica notas de investigación, cuya extensión máxima será de 5.000 palabras, incluyendo cuadros, gráficos, notas al pie y referencias bibliográficas.

Los artículos y notas de investigación recibidos serán sometidos a un proceso de revisión por pares “doble ciego”.

**Reseñas.** La RES incluye una sección de Reseñas (normalmente de libros, pero que pueden centrarse en encuestas, informes y otros tipos de publicaciones). El texto tendrá un máximo de 2.500 palabras, y en la cabecera del texto deberá especificarse el autor, título, editorial, lugar y fecha de la publicación reseñada. El equipo editorial tendrá la potestad exclusiva de encargar las reseñas a miembros de la comunidad sociológica. No se publicarán reseñas no solicitadas expresamente.

**Debates.** La RES dispone también de espacios abiertos de contenido variable que puede ser dedicado a diferentes secciones. Una de ellas es la de los debates, a los que se invita a los miembros de la comunidad sociológica a proporcionar su opinión experta en relación a diversos temas de máxima actualidad sociológica. Los debates serán encargados por el equipo editorial a un coordinador, deben tener el formato de artículos cortos, y están sujetos a un proceso de evaluación por parte del Consejo de Redacción de la RES.

**Números monográficos.** En la RES existe la posibilidad de publicar números monográficos. La aceptación de un número monográfico está condicionada por las posibilidades de financiación del coste extra de edición para la revista. Para ello se estudiará la posibilidad de cofinanciación por parte de los coordinadores o grupos de investigación que promuevan el número monográfico. Todos los artículos y notas de investigación publicados en los números monográficos están sujetos a evaluación por pares independiente. Para obtener información más detallada sobre el proceso de coordinación y evaluación por pares de un número monográfico, los interesados deben contactar con el equipo editorial de la RES en la dirección [res@fes-sociologia.com](mailto:res@fes-sociologia.com)

**Secciones monográficas.** Finalmente, en la RES existe también la posibilidad de publicar secciones monográficas con un espacio limitado (máximo de cuatro artículos), sujetos a evaluación por pares. Las secciones monográficas se dedican a difundir trabajos de investigación sobre temas de relevancia social, especialmente los realizados por colectivos pertenecientes a la Federación Española de Sociología como los Comités de Investigación. Esta sección también está abierta a propuestas de la comunidad sociológica.

Para obtener información más detallada sobre el proceso de coordinación de una sección monográfica, los interesados deben contactar con el equipo editorial de la RES en la dirección [res@fes-sociologia.com](mailto:res@fes-sociologia.com)

El equipo editorial de la RES puede organizar calls for papers para captar artículos en sus monográficos o secciones monográficas sobre temas de relevancia sociológica en la actualidad.

## II. Proceso de Evaluación

Para Artículos y Notas de Investigación:

**Selección previa.** Los originales, anonimizados, serán estudiados por al menos dos miembros del Equipo Directivo o del Consejo Editorial, que comprobarán la adecuación del manuscrito al ámbito temático de la revista, su adecuación a las normas de publicación de la misma y su calidad general. Se excluirán aquellos trabajos cuyo contenido sea ajeno a la sociología, carezcan de la estructura de un texto académico o no cumplan las normas de publicación (puntos 3 y 4 de las Normas para Colaboradores referidas a formato, extensión y referencias bibliográficas). Los autores de trabajos que no superen esta selección recibirán notificación de tal circunstancia.

**Evaluación externa.** Los originales que superen la selección previa serán evaluados por, al menos, dos especialistas ajenos al Consejo Editorial, de forma anónima. Estos evaluadores emitirán un informe motivado sobre la calidad científica de los textos, recomendando su publicación, con o sin modificaciones, o su rechazo.

**Decisión sobre la publicación.** El Equipo Directivo decidirá sobre la publicación teniendo en cuenta los informes de los evaluadores externos y recurriendo, en caso de duda, al asesoramiento del Consejo Editorial. La decisión, con sus motivos, será comunicada a los autores con la mayor prontitud posible. Junto a la resolución adoptada, los autores recibirán las observaciones, anónimas, de los evaluadores externos.

**Textos a modificar.** Los autores de originales publicables con la condición de ser modificados dispondrán de dos semanas para comunicar si acceden a realizar las modificaciones. El texto revisado se acompañará de una explicación en nota aparte de los cambios realizados. El Equipo Editorial volverá a considerar el texto a la vista de estas modificaciones, recurriendo si procede al asesoramiento del Consejo Editorial.

Los trabajos presentados a otras secciones de la revista (“Debates”, “Reseñas”) serán evaluados directamente por el Equipo Editorial y el Consejo de Redacción de la RES.

## III. Instrucciones para colaboradores en la Revista Española de Sociología

### 1. Envío de originales

1. El envío de un original a la RES supone la aceptación de sus normas editoriales y de evaluación.
2. Las contribuciones deben ser enviadas directamente a la revista a través del sistema de gestión editorial Open Journal System (OJS) <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/information/authors>.
3. Deberán acompañarse de una carta solicitando la publicación. En la carta se hará constar que no han sido publicadas ni enviadas para su publicación a otra parte, ni lo serán mientras dure el proceso de evaluación en la RES. La RES acusará recibo de modo inmediato.
4. Deberá enviarse una versión anonimizada del manuscrito en la que se supriman todas las referencias que permitan la identificación directa del autor o inferir su identidad.

5. En un documento aparte denominado “Hoja de identificación” se incluirá la siguiente información en el formato que se indica a continuación:

**Título del manuscrito:** Debe ser conciso e informativo. Evitar abreviaciones, comillas y uso de fórmulas siempre que sea posible. Los títulos son elementos clave en los sistemas de búsqueda de información.

**Nombres, correo electrónico y afiliación institucional de los autores:** Indicar claramente el nombre y apellido de cada autor del manuscrito. Inmediatamente debajo de cada nombre indicar el ORCID, la filiación institucional y el correo electrónico, que se debe incluir en este orden: el nombre del grupo (si procede), o departamento (si procede), centro o instituto (nombre completo y acrónimo, si existe), institución de la que depende, dirección postal, ciudad, y país:

Ejemplo:

Departamento de Sociología. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Calle Pirotecnia s/n1. 41013 Sevilla, España.

Se recomienda firmemente incluir el nombre del centro o instituto en el idioma original, que es lo correcto desde un punto de vista lingüístico. Incluir el nombre del centro traducido al inglés es una práctica común entre algunos investigadores para facilitar la visibilidad internacional de su centro. Sin embargo, para evitar la proliferación de variantes y nombres no homologados, se recomienda hacerlo sólo si el centro cuenta con un nombre normalizado previamente aceptado por la institución y siempre acompañado de las siglas correspondientes al nombre del centro en la lengua original para garantizar su adecuada identificación.

**Autor para la correspondencia:** Claramente indicar quién será el autor/a responsable de la correspondencia en todos los momentos del proceso de evaluación, publicación y post publicación. Esta responsabilidad incluye futuras preguntas acerca de la metodología y datos utilizados en el artículo. Asegúrense de que el e mail y los detalles de contacto están correctamente actualizados.

**Agradecimientos:** En una sección a parte enumerar todas las personas que han proporcionado algún tipo de ayuda o soporte durante la investigación (pruebas de lectura, revisión bibliográfica, etc.)

**Financiación:** Enumerar las fuentes de financiación de la manera normalizada que se indica a continuación para cumplir con los requisitos y exigencias de las instituciones financiadoras:

## FINANCIACIÓN

Este trabajo ha sido financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad [referencia del proyecto aaaa]; por la Fundación.... [referencia del proyecto aaaa]; y por el Instituto.... [referencia del proyecto aaaa].

**Nota biográfica:** Incluir una breve nota biográfica de cada uno de los autores, de no más de 150 palabras, la cual incluirá el nombre completo, la filiación institucional (nombre completo y oficial de la institución, seguido del país entre paréntesis), los grados académicos más altos y la institución o instituciones donde se obtuvieron, el cargo o tipo de contratación actual, un listado con las principales publicaciones y las áreas de investigación principales. La RES se reserva el derecho de publicar dicha nota biográfica, completa o resumida.

### 2. Lenguas de la revista

La RES publica artículos en los idiomas español e inglés.

Es posible solicitar la evaluación de manuscritos originales en inglés, portugués y francés y en cualquiera de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas del Estado

Español, ofreciendo a los autores la posibilidad de que traduzcan sus artículos una vez han sido aprobados para publicación. En todo caso, los autores deben responsabilizarse de la traducción del artículo al español o inglés una vez evaluado.

La edición on-line de la revista ofrece la posibilidad de publicar la versión bilingüe del artículo en inglés y español, siempre sujeto a las posibilidades técnicas y económicas de la revista.

### 3. Formato y extensión de los artículos

1. Los textos se presentarán en formato Word, a doble espacio, con un tipo de letra Times New Roman de tamaño 12.
2. El texto de los artículos tendrá una extensión máxima de 10.000 palabras, incluyendo cuadros, gráficos, notas al pie y referencias bibliográficas. Las notas de investigación, un máximo de 5.000, incluyendo también cuadros, gráficos, notas al pie y referencias bibliográficas. La RES, como revista de la Federación Española de Sociología, publica textos de sociología, en cualquiera de sus campos de especialización.
3. Los artículos (tanto el documento de la “versión anonimizada” como el de la “hoja de identificación”), notas de investigación y textos de los debates incluirán la siguiente información:

**Título original en español e inglés.** El título debe escribirse en letras minúsculas, tipo oración tanto en la versión española como en inglesa.

Un breve resumen de entre 100 y 150 palabras en español e inglés. El resumen en español llevará como título RESUMEN y en inglés ABSTRACT

Cinco palabras clave separadas por comas en español e inglés que llevarán como título Palabras clave: Palabra 1, palabras 2, palabras 3

**Keywords:** Palabra1, palabra 2, palabra 3

Con el fin de aumentar la visibilidad de su artículo sugerimos las siguientes recomendaciones:

**El título** debe ser claro y descriptivo. Debe reflejar el contenido del trabajo e incluir los términos más relevantes (que se utilizarán también como palabras clave). Se debe utilizar el menor número de palabras posibles y no utilizar acrónimos, códigos, abreviaturas o palabras entrecorilladas.

**El resumen** debe incluir las palabras clave o sinónimos de las mismas (los robots de búsqueda de información utilizan las palabras claves y sinónimos). Por ejemplo, para saber si un documento es adecuado para una búsqueda que utilice la expresión “derechos humanos”, el buscador considerará más relevantes los documentos que también contengan términos como “democracia”, libertad”, “justicia” Debe evitarse la inclusión de referencias bibliográficas en el resumen siempre que sea posible.

4. En lo que se refiere al **estilo del texto** del manuscrito que se envía, se debe:
  - a) Emplear un sólo tipo y tamaño de letra: Times New Roman 12, espacio 1,5
  - b) No justificar el texto.
  - c) No sangrar el comienzo de los párrafos.
  - d) Todas las abreviaturas estarán descritas la primera vez que se mencionen.
5. Los distintos apartados del texto **no deben ir numerados** y se escribirán como sigue:
  - (a) **MAYÚSCULA NEGRITA, espacio arriba y abajo**
  - (b) **Minúscula negrita, espacio arriba y abajo**
  - (c) **Minúscula cursiva negrita, espacio arriba y abajo**

6. Todas las **tablas y figuras** estarán numeradas correctamente (números arábigos para tablas y figuras).

Las imágenes, figuras o gráficos se denominarán siempre con el término “Figura” y deberán aportarse en un fichero individual (en su formato original: excel, jpg, tif, png, avi, pdf, ...en color o en blanco y negro) con la máxima calidad (300ppp). Llevarán un título conciso y estarán debidamente numeradas. En el cuerpo del texto se indicará donde se colocará cada imagen con la indicación [FIGURA 1 AQUÍ]

**Leyenda:**

**Figura 1** Título de la tabla (Times New Roman, tamaño 11. Primera letra en mayúscula)

*Fuente:* Esta es la fuente (Times New Roman, tamaño 11)

Los títulos de las Figuras no deben de formar o estar incluidos en la misma. Deben situarse como textonormal en el lugar donde se desea colocar la imagen.

Los autores son responsables de obtener los oportunos permisos para reproducir material (texto, tablas o figuras) de otras publicaciones o de otra procedencia (bibliotecas, archivos...) y de citar correctamente dicha procedencia de la siguiente manera en el pie de la imagen: © [Poseedor de los derechos].

Las **tablas** deberán insertarse en su lugar en el texto. Deben tener un formato editable (word), y no pegarse como imágenes. Los títulos de las tablas no deben ser parte de las mismas, esto es, incluirse e una de las filas de la tabla. Deben situarse encima de la misma como texto normal.

Traten de limitar al máximo el número de tablas para evitar la redundancia con la información ya contenida en el texto del manuscrito. Así, no deben duplicarse los resultados ya descritos en otras secciones del artículo, nota o debate. Por favor, siguiendo el modelo APA para las tablas traten de evitar el uso de las líneas verticales y el sombreado de celdas.

**Leyenda de las tablas:**

**Tabla 1** Título de la tabla.

*Fuente:* Esta es la fuente

7. Las **notas al texto** se numerarán correlativamente con formato de número arábigo y se situarán **a pie de página**.
8. Los agradecimientos y menciones a la financiación de las investigaciones sobre las que se basan los trabajos publicados se incluirán en la primera página del artículo en un párrafo aparte.
9. **Nota importante:** Los textos que no se ajusten al formato de la revista serán devueltos a sus autores para que hagan los oportunos cambios.

**10. Citas y referencias bibliográficas**

**10.1. Sistema de citación APA (American Psychological Association):**

Las citas en el texto se harán siguiendo el modelo APA.

**Citas de un solo autor/a:** Se indica entre paréntesis el apellido del autor/A, seguido del año y en su caso de la página de publicación. Ej: (Simon, 1945)



—Si el nombre del autor o la fecha aparecen como parte de la narración, citar únicamente la información ausente entre paréntesis. Ej: Simon (1945) afirmaba que Citas de múltiples autores/as: Los documentos con dos autores se citan por sus primeros apellidos unidos por “y” (Leiter y Maslach, 1998). Para los documentos con más de dos autores se abreviará la cita indicando solamente el apellido del primer autor seguido de “et al.” Ejemplo: Kahneman et al. (1991)

## 10.2. Sistema de referenciación APA

Las referencias bibliográficas se insertarán al final del texto siguiendo el orden alfabético de los autores, y salvo en el caso de libros indicarán las páginas inicial y final.

Su estructura debe ser la siguiente:

### a) Libros:

Thomas, W. I., Znaniecki, F. (1984). *The Polish Peasant in Europe and America*. Chicago: University of Illinois Press.

### b) Artículo de Revista:

#### Un solo autor:

Ku, G. (2008). Learning to de-escalate: The effects of regret in escalation of commitment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 105(2), 221-232. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2007.08.002>

#### Dos autores:

Knights, D., Willmott, H. (1989). Power and subjectivity at work: From degradation to subjugation in social relations. *Sociology*, 23 (4), 535-558. <https://doi.org/10.1177/2F0038038589023004003>

#### Más de dos autores:

Van Vugt, M., Hogan, R., Kaiser, R. B. (2008). Leadership, followership, and evolution: Some lessons from the past. *American Psychologist*, 63(3), 182-196. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.63.3.182>

### c) Capítulo de un libro:

Labajo, J. (2003). Body and voice: The construction of gender in flamenco. En T. Magrini (Ed.), *Music and gender: perspectives from the Mediterranean* (pp. 67-86). Chicago, IL: University of Chicago Press.

### d) Referencias de internet:

Spencer, H. (2001). *The Sociology of Herbert Spencer* (en línea). <http://www.spencer/info/sociology/opus5.pdf>, acceso 1 de Abril de 2011.

Se ruega a los autores de los originales enviados que adapten su bibliografía al modelo APA. Los textos que no se ajusten a este formato serán devueltos a sus autores para que hagan los oportunos cambios.

#### **IV. Corrección de pruebas**

El autor cuya contribución haya sido aceptada recibirá las pruebas de imprenta en formato PDF. Para su corrección tendrá un plazo de 7 días. Es responsabilidad del autor la consulta del correo electrónico. Si no se obtuviese respuesta en el plazo fijado, se considerará que el autor no tiene nada que corregir.

#### **V. Derechos de copia**

Todos los derechos de explotación de los trabajos publicados pasarán a perpetuidad a la Federación Española de Sociología. Los textos no podrán publicarse en ningún formato, impreso o electrónico, salvo con autorización expresa de la FES, siempre citando su procedencia. La FES podrá difundirlos por cualesquiera medios, impresos o electrónicos, y disponerlos para consulta on line, impresión en papel o descarga y archivo. Los autores conservan la propiedad intelectual de sus obras, que podrán ofrecer en sus webs personales siempre que remitan a la publicación en la RES y añadan el enlace a la web de la RES.

