

Ocio, consumo y deporte entre los estratos superiores: aportes para la elaboración de un campo problemático

Leisure, consumption and sport between the upper strata: contributions to the development of a problematic field

Rodolfo Iuliano

Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales
FaHCE, UNLP - CONICET
Centro de Investigaciones Etnográficas
Universidad Nacional de San Martín

Resumen

Este artículo tiene como propósito abordar un campo de preocupaciones que giran en torno a la productividad social de los espacios y prácticas del ocio, el consumo y el deporte, en particular en lo relativo a los estratos superiores y sus formas de sociabilidad. En esta dirección, se desarrolla un trabajo crítico en torno a las principales perspectivas sobre ocio y consumo, poniendo de relieve los supuestos normativos subyacentes en algunos casos, y los aportes conceptuales relativos a la positividad del ocio y el consumo como terrenos de estructuración de las categorías sociales, en otros. Finalmente, el artículo analiza los aportes de la sociología y la antropología del deporte para el estudio de la relación entre prácticas deportivas y posiciones sociales, argumentando a favor de la jerarquización del estudio de los fenómenos relativos al deporte, el ocio y el consumo como campos legítimos de investigación de las transformaciones recientes en la estructura social, y en particular, en lo referido a los estratos superiores.

Palabras clave: ocio, consumo, deporte, estratos superiores

Abstract

The purpose of this article is to deal with various problems concerned with the social productivity of the spaces and practices of leisure, consumption and sport, particularly referring to the upper strata and their sociability. Following



consumo y del tiempo libre al terreno de la necesidad o de la pura enajenación.

En el segundo apartado, procuro abordar la relación entre sociabilidad del tiempo libre y estratos superiores poniendo el foco en el campo de los fenómenos deportivos. En este sentido, voy a sostener que en las sociedades contemporáneas el deporte y sus espacios de sociabilidad son un ámbito privilegiado para conocer los procesos de conformación y transformación de las clases y los estratos sociales, a la vez que una dimensión estructurante, en algún grado, de dicho proceso.

Se ha arribado a algunos consensos disciplinares en torno a que el fenómeno deportivo no es una dimensión subsidiaria o derivada de otras con mayor densidad sociológica, sino que en las sociedades contemporáneas adquiere un relieve destacado tanto por su masividad y su función socializadora, como por sus cruces con las concepciones del cuerpo y la salud, el espectáculo y la industria cultural. En esta dirección también se mueve mi argumento, enfocado especialmente hacia el análisis del fenómeno deportivo entre los estratos superiores, con el propósito de aportar a la jerarquización del estatuto sociológico de la pregunta por los procesos de estratificación social, desde el ángulo de la sociología del deporte, en el marco de una comunidad académica aún fuertemente orientada aún hacia la sociología política.

Dos operaciones son necesarias para concluir el artículo: por un lado, una de orden más bien sincrónica o estructural donde se trabaja la relación entre deporte y estratificación social como una relación entre un sistema de posiciones, y otra, de orden más bien diacrónica o procesual, donde se apela al discurrir de la historia para matizar los procesos a través de los cuales determinados deportes son identificados con determinados estratos sociales.

Perspectivas sobre ocio y consumo en los estratos superiores

En este apartado vamos a reflexionar sobre una serie de problemáticas que considero centrales para el estudio de las prácticas de consumo y tiempo libre en torno a los sectores privilegiados, aunque no exclusivamente.

Una revisión de la literatura referida a estos temas permite identificar por lo menos tres nudos problemáticos que han estructurado este campo de preocupaciones: 1) las actividades del tiempo libre y el consumo han sido representadas o bien como técnicas de emulación/ostentación, o bien como experiencias dotadas de positividad; 2) las prácticas de consumo han sido concebidas o bien como la realización de necesidades biológicas, o bien como realización de necesidades construidas culturalmente a partir de diferentes clivajes de clase, de género o de etnia, entre otros; 3) el consumo y las prácticas del tiempo libre han sido representados o bien como efectos de dispositivos sobre agentes manipulados, o bien, como agenciamientos con grados variables de libertad.

Las líneas que siguen formulan una aproximación crítica en torno a los nudos problemáticos mencionados.

El consumo clasificante

En la misma dirección que muchos discursos periodísticos o ensayísticos, algunas producciones eruditas han desarrollado interpretaciones que emparentan a las prácticas de consumo, tanto como a las de esparcimiento y tiempo libre de los sectores privilegiados con las estrategias de distinción.

Sin llegar a conformarse como un campo autónomo, durante mucho tiempo el problema del consumo fue abordado por las ciencias sociales, y en particular por la antropología, a partir de los supuestos heredados de la tradición judeo-cristiana (Lima, 2008: 52-53): la división del cuerpo y del alma, que señala negativamente a la vida de la materia y los placeres del cuerpo como elementos pecaminosos, al tiempo que reserva el plano de la salvación para las cosas del alma. Este esquema normativo opera como la plataforma en la que se inscribe parte de la literatura en ciencias sociales que abordó el problema del consumo en las sociedades occidentales, a partir de una ponderación negativa de la adquisición de bienes, que muchas veces implicaba establecer una distancia refractaria con el objeto de investigación.

El trabajo de Veblen resulta un interesante punto de entrada a la literatura sobre consumo producida por las ciencias sociales, especialmente en torno a la dimensión que es objeto del presente trabajo: el consumo y el tiempo libre como elementos estructurantes de la sociabilidad de los estratos privilegiados. En su *Teoría de la clase ociosa*, Veblen conceptualiza a las prácticas de consumo de la categoría social en cuestión como prácticas de ostentación, dilapidación y derroche (Veblen, 1985: 87). El caso paradigmático son las capas superiores norteamericanas y su consumo ostentoso, cuyas prácticas pecuniarias y de consumo operarían como modelo para los grupos subordinados, que aspiran a ascender en la escala de status a través de la imitación del estilo de vida de los sectores privilegiados. Como veremos en el apartado siguiente, esta representación del consumo y las prácticas del tiempo libre en términos de ostentación y emulación ha sido fuertemente discutida desde el campo de la antropología.

Veblen sostuvo que el consumo de bienes y la acumulación de riqueza por parte de las capas superiores norteamericanas eran elementos de status y de diferenciación social. Sin embargo, estos sectores se habrían encontrado amenazados por la masificación del consumo de bienes, donde las diferentes capas sociales tienen cada vez menos restricciones para acceder ciertos consumos que antes eran exclusivos de los sectores privilegiados. Según el autor, sería por ese motivo que uno de los símbolos más destacados de la jerarquía social en las sociedades modernas es, precisamente, el ocio: no solamente por la capacidad diferencial de contar con mayor o menor tiempo libre, sino debido a las prácticas distintivas en cuanto a “refinamiento” que los diferentes grupos pueden desarrollar en torno a dicho tiempo libre.

Si bien Veblen realizó un aporte al elaborar una noción de consumo no biologicista, donde rompe con la referencia al consumo como satisfacción de necesidades, vale la pena señalar que su trabajo se apoya en un supuesto que postula una diferencia natural u objetiva entre el consumo necesario y el consumo suntuario. Este supuesto es analítico a la vez que normativo ya que condena a un conjunto de prácticas por ser “improductivas”¹, “viciosas”, “de lujo”, “de ostentación”, evaluándolas desde una mirada exterior que bien podría estar actualizando la clasificaciones moral de las prácticas propia de la tradición judeocristiana (Lima, 2008: 57-58), y por ese camino achatando la multiplicidad de motivos, intenciones y sentidos que se ponen en juego en torno a las prácticas de consumo y tiempo libre.

Esta inflexión normativa del análisis de matriz vebleniana, que caracteriza a la burguesía norteamericana de acuerdo con sus patrones de consumo ostentoso, podría estar expresando no sólo una afinidad con las moralidades judeocristianas sino, a su vez, una afinidad con las moralidades implícitas en la matriz weberiana de análisis del desarrollo capitalista que atribuye a la burguesía la tarea del ahorro y la capitalización como pilares para la inversión y el desarrollo de la economía (Weber, 1996). De acuerdo con este tipo ideal de burguesía y de desarrollo capitalista, el consumo ostentoso estaría desviando a las burguesías de su destino histórico, cuyo papel ha sido representado por una larga tradición del pensamiento moderno -desde Marx y Engels (1998), pasando por Prebisch (1949) hasta Aspiazu y Nochteff (1994), Basualdo (2006) entre otros- en tanto sujeto responsable de motorizar a las fuerzas productivas del capitalismo.

Desde una óptica bastante próxima a la de Veblen, Bourdieu (1998) desarrolla su teoría del gusto donde propone una relación entre las diferencias sociales y las prácticas de distinción a través del consumo y las afirmaciones estéticas. Se trata de un sistema de homologías donde las diferencias sociales aparecen legitimadas a través de su traducción simbólica en el terreno del gusto estético. Esta perspectiva ha sido revisada y criticada por los efectos miserabilistas de su matriz de análisis legitimista (Grignon y Passeron, 1991: 31). En la medida en que se conciben las prácticas de consumo de los agentes subordinados como respuestas a la necesidad y las de los sectores dominantes como efectos de su libertad, se elabora una representación del consumo popular como subordinado a las coordenadas culturales hegemónicas, siempre operante desde la carencia. A partir de esta crítica, surge un modelo de análisis capaz de comprender las prácticas de los agentes que ocupan posiciones subordinadas en su positividad, en su significatividad, aunque reconociendo los límites de su acción fruto de la

¹ Otro trabajo clásico que hacia principios del siglo XX (1933) repara en la función social del gasto improductivo en las sociedades contemporáneas es “La noción de gasto” de Georges Bataille (1987).

desigual distribución de recursos (Grignon y Passeron, 1991: 112-113).

A los fines de este artículo resulta interesante considerar que el modelo bourdieano que supone el monopolio de la estetización de la vida en las manos de las clases dominantes, ha sido criticado desde una óptica que busca poner en valor aquello que este modelo invisibiliza respecto de los sectores populares, su cultura y su relativa capacidad de agencia. Sin embargo, considero relevante señalar que se trata de un modelo que a su vez tiene algunas dificultades para dar cuenta de la multiplicidad y heterogeneidad de los gustos, las prácticas del tiempo libre y el consumo en los sectores dominantes, en la medida en que hipertrofia su capacidad de agencia, a la vez que postula una estructura de dominación (y en algunos casos una hegemonía) muchas veces enunciada más que demostrada empíricamente.

De este modo, más allá de las profundas diferencias que existen entre las perspectivas teóricas de estos autores, la estrategia de analizar las particularidades de las diferentes categorías sociales de acuerdo a sus pautas de consumo, de distinción, de estatización pone en juego una matriz de análisis que nos permite conceptualizar al consumo y las prácticas del tiempo libre en términos clasificatorios de las categorías sociales.

El consumo en clave antropológica

Desde el campo antropológico se han abierto múltiples interpretaciones sobre el consumo que tensionan las hipótesis de la emulación y la conquista de estatus social. En este sentido, ya los trabajos de Mauss (2009) y Malinowski (2001) permitían pensar la relación con los objetos, su uso, su intercambio y su consumo, como procesos de producción de lazo social, como procesos de entramado social.

En similar dirección se inscribe el trabajo de Douglas e Isherwood (1990), donde el consumo es interpretado desde la teoría del ritual, el cual funciona produciendo un marco de sentido para la vida colectiva, un conjunto de clasificaciones y valores compartidos a partir de los cuales los individuos se orientan en sus prácticas.

En este sentido, los autores cuestionan los preconceptos y el supuesto racionalista implicados en la tesis vebleniana de la emulación de las clases medias respecto del consumo y el ocio de las elites norteamericanas, por amalgamar la multiplicidad de las motivaciones de los agentes sociales en cuanto a sus prácticas de consumo y tiempo libre.

Tomando esto en cuenta, Douglas elabora su perspectiva sobre el consumo a partir de una doble ruptura: por un lado, se aparta de las interpretaciones (de cepa economicista) que lo consideran como un acto libre del individuo; y por otro lado, se distancia de las interpretaciones que lo conciben como un acto

privado (Sunkel, 2002). Su aporte reside en poner en evidencia que el consumo es una arena práctica donde los sujetos, con libertad y poder relativos, se realizan y construyen sus identidades, a la vez que establecen sus arreglos comunicativos y simbólicos con otros integrantes de la sociedad (Douglas e Isherwood, 1990) Estos trabajos realizan, en definitiva, un aporte enriquecedor para la elaboración de una perspectiva de análisis donde el consumo se divorcia de la necesidad, abonando el camino explicativo que parte de clivajes culturales o sociales, como por ejemplo las clases o los estratos sociales.

Consumo, experiencia y positividad

La preocupación por el consumo, especialmente por los consumos culturales, tuvo uno de sus puntos seminales en los estudios culturales británicos, especialmente en torno a la Escuela de Birmingham.

En una síntesis apretada puede sostenerse que los estudios culturales pusieron en discusión las tesis de la manipulación vertical operada desde los productores de la industria cultural hacia los consumidores y las audiencias, representadas hasta ese momento como reproductoras pasivas sin capacidad de contestación (García Canclini, 1992: 30).

Frente a las perspectivas deterministas de la dominación que atribuyen toda la capacidad de agencia a los emisores restándosela a los receptores, los estudios culturales han sostenido que a través del consumo los receptores asimilan, resignifican o contestan los mensajes de la industria cultural. En este sentido, los mensajes, los discursos, los objetos de la industria cultural son leídos e interpretados de acuerdo a diferentes contextos de recepción, relativos a instancias microsociológicas como son la familia, los grupos de afinidad, etc. (García Canclini, 1992: 31)

Desde una perspectiva antropológica y sociológica (García Canclini: 30-31) se han realizado una serie de observaciones críticas en torno a los supuestos que informan a los trabajos de los estudios culturales. En este sentido, se ha planteado que una perspectiva que supere el enfoque de la alienación en las prácticas de consumo debe a su vez contemplar un estudio de la articulación entre la dimensión comunicacional-simbólica del proceso (la circulación de los objetos) y la dimensión social-grupal.

Si bien este conjunto de trabajos se ha enfocado en grandes líneas en los consumos y las prácticas culturales de los sectores populares y las clases trabajadoras (sólo desde hace algunas décadas comienzan echar luz sobre las clases medias) su énfasis en la positividad de las prácticas culturales y de las experiencias subjetivas de los dispositivos de la industria cultural resulta un aporte muy provechoso para nuestro propósito de conceptualizar las prácticas de consumo y tiempo libre de los sectores privilegiados.

Sin embargo, considero que este aporte se potencia en la medida en que conseguimos hacer extensiva la precaución antepuesta por Grignon y Passeron al legitimismo bourdieano, pero refractada por la preocupación por las capas superiores: así como el gusto y las opciones estéticas de los agentes dominantes no pueden ser interpretados sólo a la luz de la libertad (frente a la necesidad de los subordinados), sus prácticas de consumo y del tiempo libre tampoco deberían ser asimiladas a elecciones por completo autoconcientes y transparentes fruto de una voluntad siempre autoregulada.

“Del mismo modo que la lingüística espontánea de las clases dominantes constituye el acento dominante como ausencia de acento, acento cero, respecto del cual los acentos regionales o populares se escuchan y definen como *deformaciones* más o menos pintorescas, la estilística espontánea de los modos de vida tiende a constituir las marcas de que son portadores los dominantes (y que indican a la vez dominación y restricciones vinculadas al ejercicio de la dominación) como falta de marcas, a partir de las cuales se ven las deformaciones de los cuerpos y de los rostros populares. Para el análisis estilístico, que en tanto tal debe permanecer indiferente a las funciones sociales de dominación de los marcadores, no le cabe juzgar de modo diferentes al bronceado del ocio que al tostado del trabajo: uno y otro son estigmas vinculados a restricciones sociales” (Grignon y Passeron, 1991: 122-123)

Si asumimos que el poder no es un amuleto sino un ejercicio relacional (Elias, 1999), nuestro enfoque para el estudio del consumo y las prácticas del ocio entre los sectores privilegiados no puede dar por sentada, sino que tiene que superar, la imagen reificada de nuestros sujetos de investigación como burgueses que digitan maquiavélicamente los contenidos de la industria cultural, o en todo caso, como consumidores exclusivos y liberados que se realizan y legitiman a través de la apropiación de los bienes culturales, galvanizando simbólicamente la reproducción de su condición de clase.

Asumir la dimensión relacional del poder permite enfocar la investigación de los estratos superiores y sus prácticas de consumo y esparcimiento en el contexto de las prácticas de otras categorías de agentes. Nos permite interrogarnos cuáles son los mecanismos que los establecidos disponen para evitar la contaminación por parte de los que están en ascenso (Elias, 2000); cómo regulan el ejercicio del poder sobre otros grupos y a la vez sobre el propio grupo establecido; cómo se actualizan las múltiples determinaciones sociales y simbólicas que, aunque diferencialmente, enmarcan las prácticas y las representaciones de los grupos y categorías sociales situadas en diferentes segmentos de clase.

En definitiva, este conjunto de trabajos sobre la relación entre los grupos sociales y la apropiación de los bienes culturales (entre los que podemos incluir a las prácticas del tiempo libre) han hecho un aporte a las investigaciones que aspiran a restituirle la capacidad de agencia a los sectores subordinados, pero a la vez pueden habilitar una relectura que induce a resituar dentro del propio objeto de investigación a los límites y las características de la agencia de los sectores dominantes.

Ocio y consumo: del epifenómeno vergonzante al terreno de producción y reproducción de las configuraciones sociales

Del mismo modo que las prácticas de consumo en la sociedad de masas han sido conceptualizadas como prácticas de cosificación, y reconceptualizadas como momentos positivos de realización de identidades y de experimentación de diferentes condiciones y dispositivos, las prácticas del tiempo libre y actividades del ocio han sido concebidas en toda su negatividad, como zonas disponibles para la reproducción de la fuerza de trabajo del capitalismo contemporáneo.

Situar al fenómeno del ocio y las actividades recreativas como centro de un análisis sociológico implica problematizar, en primera instancia, la separación polar entre trabajo y ocio, en la medida en que el uso corriente dentro del sentido común sociológico importa una clasificación moral -análoga a la que presentábamos más arriba respecto del consumo- donde existe un universo del deber y de los altos valores morales; y otro que es el del ocio, asociado a la haraganería (Elías y Dunning: 87). Este análisis, donde el ocio sería un anexo moralmente inferior del trabajo, opera como una limitación para un abordaje sociológico del ocio, pero esto se debe más al punto de vista normativo heredado que a las evidencias que ofrece el mundo contemporáneo.

Para demarcar y precisar las nociones que estamos discutiendo, Elias y Dunning (89-90) clasifican las actividades del tiempo libre en cinco áreas que no son absolutamente excluyentes: 1) *trabajo privado y administración familiar*: se refiere a las actividades domésticas de aprovisionamiento del hogar; 2) *descanso*: actividades que se basan en no hacer nada en concreto, además de dormir, y que como veremos más adelante sólo parcialmente pueden denominarse ocio, ya que no comparten las características *miméticas* propias de las actividades recreativas como el teatro o el deporte; 3) *satisfacción de necesidades biológicas*: comer, ir al baño, etc.; 4) *sociabilidad*: se refiere a un conjunto de actividades que si bien no son trabajo formal, implican un esfuerzo importante, como las visitas a jefes y compañeros de trabajo, estar con personas sin ningún fin más que el de estar, ir a un bar, a un club, a una fiesta, etc.; 5) *actividades miméticas o de juego*: son las propias actividades del ocio, siempre y cuando uno sea un partícipe o espectador no profesional.

De acuerdo con los autores, es necesario superar la división trabajo-ocio para pensar que ambos campos están configurados a partir del mismo proceso civilizatorio, lo cual implica un desplazamiento en el foco de análisis, para centrarse en el estudio del proceso de regulación de las pulsiones.

La teoría eliasiana tiene un componente funcional muy importante: en la medida en que las sociedades complejas y diferenciadas se apoyan en rutinas cotidianas donde se controlan los impulsos y los estados de ánimo, el espacio del ocio cumple un papel funcional ya que recrea un escenario imaginario donde las pulsiones pueden fluir legítimamente, y con mayor grado de libertad. El ocio es el espacio donde emerge la excitación, que puede remitir a los acontecimientos y sentimientos del orden de la vida rutinaria y laboral, pero sin los peligros que implicaría liberar esos impulsos en el entorno de la vida seria.

“En las sociedades industriales avanzadas, las actividades recreativas constituyen un reducto en el que, con la aprobación social, puede expresarse en público un moderado nivel de emoción” (Elias y Dunning: 85). “En una sociedad en la que han disminuido las inclinaciones hacia la emoción de tipo serio y amenazador, aumenta la función compensadora de la emoción lúdica” (Elias y Dunning: 93). Es debido a su naturaleza de actividades *miméticas*, en tanto que evocan, promueven y liberan tensiones-emociones de la misma naturaleza que las actividades serias de la vida, que las actividades recreativas tienen esta dimensión funcional y compensadora.

La actividad deportiva forma parte de las actividades recreativas o del ocio, siendo un tipo particular de la tipología eliasiana de las actividades del tiempo libre, que también incluye a las actividades de gestión familiar, descanso, sociabilidad, entre otras. Nos centramos sobre el fenómeno deportivo en el apartado siguiente.

Perspectivas sobre deporte entre los estratos superiores

Si en los apartados anteriores intenté elaborar un ángulo de análisis que conjugue las dimensiones del consumo y el ocio para la investigación en torno a los estratos superiores, en este apartado procuro calibrar nuevamente ese ángulo de análisis a partir de la puesta en consideración de las prácticas deportivas entre los miembros de esas categorías sociales.

El deporte y el juego social presente en el mismo han conquistado cierta legitimidad teórica y empírica en tanto aspectos sustantivos en la constitución de los perfiles de los grupos sociales y nacionales (Alabarces, 1998, 2000; Alabarces y Rodríguez, 1996; Archetti, 1985, 1998). Uno de los corpus bibliográficos más relevantes sobre la relación entre deporte y clases sociales, en particular en lo referido a los estratos superiores, es que el produjeron Bourdieu y su grupo de colaboradores. De acuerdo con Bourdieu para el análisis del fenómeno depor-

tivo hay que operar un análisis homológico, un análisis de las correspondencias existentes entre las prácticas deportivas y las posiciones sociales:

“el trabajo del sociólogo consiste en establecer las propiedades socialmente pertinentes que hacen que un deporte esté en afinidad con los intereses, los gustos, las preferencias de una categoría social determinada.” (Bourdieu, 1996: 174).

De acuerdo con Bourdieu, las diversas clases sociales tienen percepciones propias sobre los beneficios de los deportes, en función de sus definiciones del cuerpo legítimo y de sus estilos de vida. Las clases dominantes definen su patrón de belleza a partir de elegancia, la presteza, la agilidad, donde el cuerpo es un fin en sí mismo. Las clases medias, en cambio, definen su patrón de belleza en base a un criterio higienista, y eligen la gimnasia o los deportes que están directamente orientados a la salud. Se trataría de deportes que no ofrecen ninguna satisfacción competitiva, sino que son actividades altamente racionalizadas, practicadas por los beneficios diferidos que el cálculo racional promete para el futuro, como es el caso de la protección contra las enfermedades relacionadas con la vejez. Por su parte, las clases trabajadoras tienen una relación instrumental con el cuerpo, buscan un cuerpo fuerte y musculoso.

“No hay ninguna duda de que entre los profesionales y la bien establecida burguesía mercantil las funciones saludables y estéticas [de los deportes] están combinadas con las funciones sociales; los deportes ocupan su lugar, junto a los juegos de palabras y los intercambios sociales (recepciones, cenas, etc.), entre las ‘gratuitas’ y ‘desinteresadas’ actividades que posibilitan la acumulación de capital social” (Bourdieu, 1993: 81-82)

Un conjunto de autores (De Saint-Martin, 1989; Elias y Dunning, 1995) han estudiado la relación existente entre espacio social y espacio deportivo, remarcando el papel central que jugó el deporte en la vida de la nobleza europea hacia fines del siglo XIX y principios del XX al promover las disposiciones y los valores tradicionalmente asociados a su posición privilegiada, estableciendo una distancia con las emergentes fracciones de las clases burguesas. Sin embargo, de acuerdo con estos autores, las propias clases aristocráticas contribuyeron a convertir a sus prácticas corporales en deportes modernos a través del establecimiento de academias y de la institucionalización de las prácticas deportivas como un espacio curricular en los colegios e institutos educativos, volviéndose accesibles a las nuevas fracciones de la burguesía. En un movimiento analítico, que promueve el ingreso de la historia en la estructura (Sahlins, 1997) algunos autores muestran que este proceso de largo aliento

derivó en una creciente popularización de los deportes tradicionalmente asociados a los estratos privilegiados como el golf, el tenis o el polo (Suaud, 1989), rompiéndose todo vínculo de exclusividad entre categorías sociales y tipos de deporte.

De acuerdo con el propio Bourdieu, las ganancias de distinción fruto de la práctica de un deporte elegante o selecto aumentan en relación directa con la popularización de deportes que fueron de elite en su origen, y que se han tornado “vulgares”, más aun cuando esta diferenciación se relaciona con la condición de practicante (más asociada a los “deportes selectos”) o con la de consumidor-espectador masivo (más vinculada a los deportes “populares”). A su vez, el autor sostiene que dado este proceso de popularización, la práctica de aquellos deportes que conservan su original sentido aristocrático conlleva ganancias de distinción. “La práctica de deportes como el tenis, la equitación, la vela o el golf debe sin duda parte de su “interés”, tanto en nuestros días como en sus inicios, a su función distintiva, y más precisamente, a las ganancias de distinción que conlleva (no es casualidad que la mayoría de los clubs más selectos, es decir, selectivos, se organicen en torno a actividades deportivas que sirven como foco o pretexto de encuentros electivos)”. (Bourdieu, 1993: 67-68)

Sin embargo, y situando una distancia crítica con este análisis de Bourdieu, algunos autores (Waser, 1989) sostienen que esta “democratización” de los deportes de elite pone en evidencia que las diferencias de clase ya no se expresan tan marcadamente entre diferentes tipos de deporte, sino en las formas y los estilos con que se practica un mismo deporte.

Siguiendo el programa de estudios del deporte propuesto por Bourdieu (1990, 1993, 1996) algunos autores se han abocado al estudio etnográfico de las prácticas e instituciones deportivas tradicionalmente asociadas a los estratos superiores. Maldonado (2006, 2007) recalca la importancia de las imágenes y prácticas de distinción que los miembros de los exclusivos clubs sociales y deportivos mexicanos despliegan y performan para crear y recrear sus posiciones de clase y estatus, estableciendo fronteras identitarias frente a una serie variable de alteridades. Enfocando su análisis en los clubs de golf, otros autores (Di Donato, 2006) estudian el modo en que se reproducen las diferencias sociales cuando se flexibilizan las condiciones de acceso en dichos clubs de golf; Zevenbergen, Edwards y Skinner (2002) han analizado el papel que juegan los rituales comprendidos en la práctica del golf en la inculcación de un ethos y unas disposiciones que operan legitimando las posiciones de privilegio; finalmente, Cerón-Anaya (2010) propone un interesante horizonte analítico al destacar que la reciente expansión global del golf expresa la modificación de los estilos de vida y las prácticas de distinción, pero fundamentalmente da cuenta de la productividad social de este deporte en tanto espacio de sociabilidad, porque se presenta como un espacio privilegiado para el entramado de redes sociales.

En este apartado procuré articular una serie de nudos problemáticos referidos a la relación entre prácticas deportivas y estratos superiores. En esta dirección, los aportes de la teoría de la práctica han permitido abordar a las prácticas deportivas haciendo sistema con el diagrama de las posiciones sociales. Pero al mismo tiempo, un conjunto de investigaciones sobre la popularización de ciertos deportes originariamente exclusivos, ha revelado algunas de las limitaciones de esta perspectiva al momento de conceptualizar estas dimensiones en términos de homologías, descuidando que las afinidades entre posiciones y prácticas deportivas, no son unívocas, y en muchos casos el régimen de diferencias se explica mejor por la forma y el estilo de practicar un determinado deporte que por el tipo de deporte que se practique.

Consideraciones finales

Uno de los desafíos de este trabajo ha sido interpelar a un conjunto de investigaciones que nos permitieran desplazarnos desde los análisis unidimensionales a los multidimensionales, y en este sentido preguntarnos cómo se expresa el prestigio y las distribuciones desiguales de recursos en el terreno del ocio, el consumo y los espacios de sociabilidad.

Buena parte de la investigación empírica local en torno a las clases altas y los estratos superiores ha enfocado sus análisis en torno a la formación profesional de los grupos de poder, las elites y las clases altas. En este artículo he intentado poner en evidenciar la productividad de un abordaje que desplace en algún grado el foco de análisis, desde sus espacios de socialización profesional hacia sus prácticas deportivas, de consumo y tiempo libre, de modo tal de contribuir a la formulación de interrogantes sobre los mecanismos operantes en la producción y reproducción de estas categorías sociales, así como también sobre la lógica de sus circuitos de circulación, sus principios de distinción y legitimación.

Asumiendo que los grupos sociales no son entidades discretas ni primordiales sino que se estructuran históricamente, a partir de los contactos entre diversos agentes (Pacheco de Oliveira, 2004), donde se disputan sus fronteras sociales y simbólicas (Leach, 1976; Boltanski, 1987), nuestro trabajo aspira a abonar el terreno del estudio de los procesos de estructuración de estos agrupamientos sociales a partir de la investigación de sus prácticas de consumo y tiempo libre.

Finalmente, tomando en cuenta el crecimiento de las prácticas del tiempo libre en las sociedades contemporáneas, y en la nuestra en particular, este trabajo ha intentado poner de relieve la productividad heurística de una perspectiva analítica capaz de indagar sobre las formas de sociabilidad que se estructuran en torno a las prácticas relativas al ocio, al consumo y al deporte como un terreno privilegiado para conocer las transformaciones recientes en la composición, las prácticas y las representaciones de los estratos superiores.

Bibliografía

- Alabarces, Pablo y Rodríguez, María Graciela (1996). *Cuestión de pelotas. Fútbol, deporte, sociedad, cultura*, Buenos Aires, Atuel.
- Alabarces, Pablo (1998). “¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte?”, en *Nueva Sociedad*, N° 154, Caracas, marzo-abril.
- _____ (2000). “Los estudios sobre deporte y sociedad: objetos, miradas y agendas”, en Alabarces, P. (comp.), *Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*, Buenos Aires, CLACSO-ASDI.
- Archetti, Eduardo (1985). *Fútbol y ethos*, FLACSO, Serie investigaciones, Buenos Aires.
- _____ (1998). “Prólogo”, en Alabarces, P. et al (comps.), *Deporte y Sociedad*, Buenos Aires, Eudeba.
- Aspiazu, Daniel y Nochteff, Hugo (1994). *El desarrollo ausente. Restricciones al desarrollo, neoconservadurismo y elite económica en la Argentina. Ensayos de Economía Política*, Buenos Aires, FLACSO.
- Basualdo, Eduardo (2006). *Estudios de Historia Económica Argentina desde mediados del siglo XX a la actualidad*, Buenos Aires, FLACSO-Siglo XXI.
- Bataille, Georges (1987). “La Noción de Gasto”, *La parte maldita*, ED. Icaria, Barcelona.
- Boltanski, Luc (1987). *The making of a class. Cadres in French Society*, Cambridge University Press, Cambridge
- Bourdieu, Pierre (1990). “¿Cómo se puede ser deportista?”, en *Sociedad y Cultura*, Grijalbo, México.
- _____ (1993): “Deporte y clase social”, en *Materiales de sociología del deporte*, Ediciones de La Piqueta, Barcelona.
- _____ (1996). “Programa para una sociología del deporte”, en *Cosas dichas*, Gedisa, Barcelona.
- _____ (1998). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Ediciones Santillana, Santa Fé de Bogotá.
- Ceron-Anaya, Hugo (2010). “Golf, habitus y elites. La historia del golf en México (1900 – 1980)”, en *Esporte e Ceron-Anaya, Hugo, Sociedade*, año 5, n° 15, jul/oct.
- De Saint-Martin, Monique (1989). “La noblesse et les ‘sports’ nobles”, en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Vol 80, N° 1, 22-31.
- Di Donato, Arianna (2006). *I confini dell'esclusione sociale nel mondo del golf. Un'indagine etnografica e statistica nella comunità golfistica della provincia di Bologna*, Tesi di laurea in Sociología dei Processi Culturali (mimeo).

- Douglas, Mary e Isherwood, Baron (1990). *El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo*, Grijalbo, México.
- Elias, Norbert y Dunning, Eric (1995). “La búsqueda de la emoción en el ocio”, en *Deporte y ocio en el proceso de civilización*, FCE, México.
- Elias, Norbert (1999). *Sociología Fundamental*, Gedisa, Barcelona.
- _____ (2000). “Introducción. Ensaio teórico sobre as relacoes estabelecidos-outsiders”, en Elias Norbert y Scotson, John, *Os Estabelecidos e Os Outsiders. Sociologia das relacoes de poder a partir de uma pequena comunidade*, Río de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 19-50.
- García Canclini, Nestor (1992). “Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores”, en *Diá-logos*, N° 32, Felavacs, Lima.
- Grignon, Calude y Passeron, Jean-Claude (1991). *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y literatura*, Nueva Visión, Buenos Aires.
- Leach, Edmund (1976). *Sistemas políticos de la Alta Birmania. Estudio sobre la estructura Social Kachin*, Anagrama, Barcelona.
- Lima, Diana Nogueira de Oliveira (2008). *Sujeitos e objetos do sucesso: antropología do Brasil emergente*, Rio de Janeiro, Garamond.
- Maldonado, Andrea (2006) “A Member’s Only ‘Fortressed’ Paradise: The Meaning of Space and Community within Social Clubs in Mexico City”, en *Canadian Association of Latin American and Caribbean Studies Conference*, Panel: Elites, Networks and Power in Mexico, University of Calgary, Calgary, Canada, 28 de sep.
- _____, (2007). *A Members’ Only Community: Distinction and Performance of Self and Other within Social Clubs in Mexico City*, Tesis de Maestría (en mimeo)
- Malinowski, Bronislaw (2001). *Los argonautas del pacífico occidental*, Península, Barcelona.
- Marx, Karl y Engels, Friedrich (1998). *Manifiesto comunista*, Buenos Aires, Cuadernos Marxistas.
- Mauss, Marcel (2009): *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*, Katz Editores, Buenos Aires.
- Pacheco de Oliveira, Joao (2004). “¿Una etnología de los ‘indios misturados’? Situación colonial, territorialización y flujos culturales”, en Grimson, Alejandro, Lins Ribeiro, Gustavo y Semán, Pablo (comps.), *La antropología brasileña contemporánea. Contribuciones para un diálogo latinoamericano*, Buenos Aires, Prometeo.
- Prebisch, Raúl (1949). *El desarrollo de América Latina y sus principales problemas*, CEPAL.

- Sahlins, Marshall (1997). *Islas de historia. La muerte del capitán Cook. Metáfora, antropología e historia*, Gedisa, Barcelona.
- Suad, Charles (1989). “Espace des sports, espace social et effets d’age”, en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Vol 79, N° 1, 2-20.
- Sunkel, Guillermo (2002). “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”, en Mato, Daniel (compilador), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela, disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>
- Veblen, Thorstein (1985). *Teoría de la clase ociosa*, Hyspamérica, Buenos Aires.
- Waser, Anne Marie (1989). “Le marché des partenaires”, en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Vol 80, N° 1, 2-21.
- Weber, Max (1996). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Editorial Entrelíneas, Buenos Aires.
- Zevengergen, Robyn; Edwards, Allan y Skinner, James (2002);, “Junior golf club cultura: a bourdieuan análisis”, Vol 5, issue 1, <http://physed.otago.ac.nz/sosol/v5i1/v5i1bordeau.html>