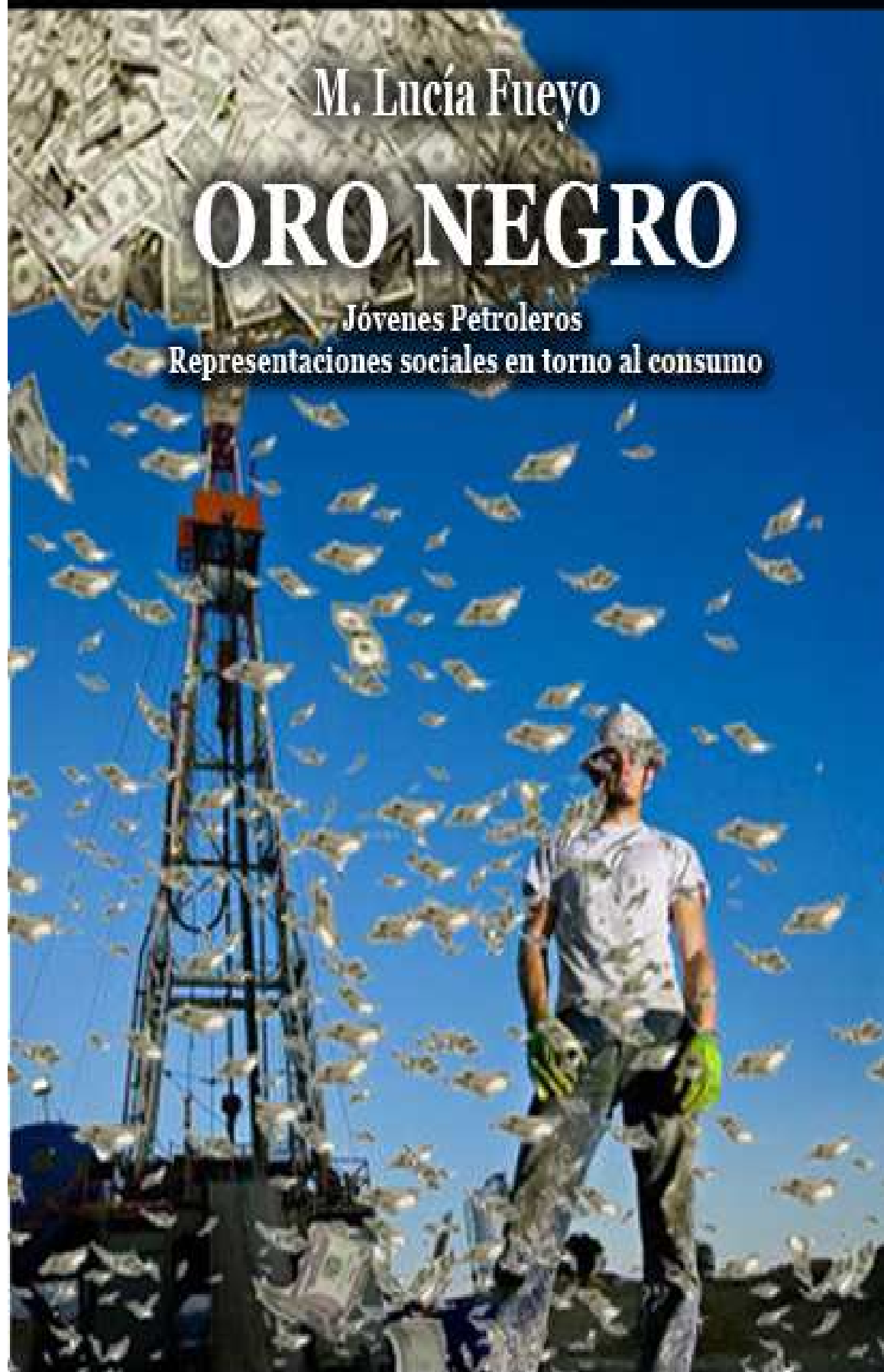


Tesis de Grado

M. Lucía Fueyo

# ORO NEGRO

Jóvenes Petroleros  
Representaciones sociales en torno al consumo



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA  
FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACION SOCIAL

## **Tesis de grado**

**Título: Oro negro. Jóvenes petroleros, representaciones sociales en torno al consumo**

**María Lucía Fueyo**

**Legajo N° 15079/7**

**Domicilio: De Girolamo 2996, Comodoro Rivadavia**

**Teléfono: (0297) 154178316 – (0297) 4483626**

**E-mail: [lula\\_fue@hotmail.com](mailto:lula_fue@hotmail.com)**

**Sede de la carrera: La Plata**

**Directora: Dra. Florencia Saintout**

**Co-Directora: Dra. Brígida Baeza (Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco)**

**Co-Directora: Lic. Ayelén Sidún**

**Programa de investigación en el que se inscribe la tesis: Comunicación, Prácticas Socioculturales y Subjetividad.**

**Fecha de presentación: Mayo de 2010.**

# Agradecimientos

En principio quiero agradecer a todas las personas que colaboraron para la realización de esta tesis. A los 27 entrevistados que expresaron sus significaciones sobre este fenómeno y que se mostraron predispuestos a que indague sobre sus universos, sus formas de vida, su pasado, su presente y su futuro.

En el aspecto académico, agradezco a Ayelén Sidún, co-directora de esta tesis, que supo guiarme en la construcción de un análisis comunicacional con un tema difícil y desconocido.

Fundamentalmente a Brígida Baeza, co-directora, quién desde la distancia se comprometió fervientemente y fue mi cable a tierra para no caer en el sentido común tan tentador cuando se analiza algo que uno conoce y para lo cuál no sólo tiene prejuicios sino también sentimientos que lo unen.

A Pablo Bilyk, a quien tuve la fortuna de conocer en el 2009 y que tuvo la generosidad de aportar sus conocimientos y apreciaciones para lograr un buen trabajo.

En el plano sentimental y vital, a mis padres por darme la oportunidad de venir a estudiar a esta ciudad increíble y de poder seguir mi vocación, algo tan importante en la construcción personal. Por bancarme todos estos años, económica y sentimentalmente. Por confiar en mis virtudes y alentarme durante toda la carrera. Y sobretodo por ser mi espejo para saber cómo manejarme en la vida, tomar las decisiones que crea correctas y tratar de ser día a día una mejor persona y un orgullo para ustedes.

A mi hermano Diego, a Santi y a Gonza, por compartir una convivencia grata y ser un gran apoyo. Por compartir estudio, charlas, mates y demás.

A mi novio, que ha sido una pieza elemental en este año y medio tan difícil para mí, con muchos cambios. Su apoyo, su amor y comprensión hicieron que tenga fuerzas para seguir en momentos en que las ganas se van agotando.

Qué decir de mis amigas/os... simplemente que gracias a ustedes pasé los mejores años de mi vida. Fui muy afortunada en poder compartir este período tan hermoso con todos y haber conocido gente tan espectacular con la crecí cotidianamente. Mis amigas de la facu que sin dudas no podría haber terminado tan rápido esta carrera sin su compañía en este camino.

Gracias a todos por haber aportado para que hoy pueda culminar esta etapa tan importante.

*A mi abuelo Vladi*

# ÍNDICE

Resumen	8
Introducción	
Acerca de la elección del tema	9
Estructura de la tesis	13
<u>Primera parte</u>	
Capítulo 1: Contexto	
Comodoro Rivadavia Capital Nacional del Petróleo	18
Una Familia llamada YPF	19
La era nefasta	24
Convertibilidad: esperanza y cambio	27
El trabajo en el petróleo	27
Descripción de tareas en el campo	28
Paralelismo de la situación actual con lo que ocurría en YPF	29
Manchas que no se borran	32
Jóvenes petroleros: nuevos ricos	36
Introducción a la relación petróleo-consumo	37
Consumo e inflación	38
Capítulo 2: Marco Teórico	
Porqué analizar el consumo desde la comunicación	42
El consumo	49
Problemática sobre la concepción de clase	60

Los jóvenes	68
-------------	----

### Capítulo 3: Marco Metodológico

Herramientas metodológicas del trabajo de campo	73
Elección de objeto de estudio y técnicas utilizadas	74
Técnicas utilizadas	76
La observación	76
Las entrevistas en profundidad	81
El análisis de los medios acerca del objeto de estudio	86
Técnicas no utilizadas	90

### Segunda parte

#### Capítulo 4: El consumo y las causas

Trabajo amargo, plata dulce	92
No es lo mismo	99
El mercado que impone sus reglas	104
La familia como espejo	110
Historias de vida	111
El dinero que desborda	118

#### Capítulo 5: Una sociedad de consumidores

Mi auto, mi hijo	121
El consumo en la noche	129
El otro lado del consumo	134
El casino	135
La droga	136
Clubes Nocturnos	140

## Capítulo 6: El consumo para pensar los entramados sociales contemporáneos

El poder del dinero	145
El dolor de caer	150
El problema de la vivienda	154
“No todos son petroleros”: el problema de la inflación	156
Cuestión de clase	160
Comodoro, mi país	165

### Tercera parte

Consideraciones Finales	172
Bibliografía	182
Anexos	188

# Resumen

**“Oro Negro. Jóvenes petroleros, representaciones sociales en torno al consumo”**, es un trabajo de investigación contextualizado en Comodoro Rivadavia, ciudad petrolera por naturaleza e historia. Surge a partir del interés personal por el fenómeno desatado por un nuevo boom de la industria, que a partir de la reactivación económica en 2003, presenta un fuerte contraste entre la crisis vivida hasta el momento en la ciudad y la irrupción de un trabajo bien remunerado que se expresa fundamentalmente en el consumo que realizan.

Analizar el consumo desde la mirada de los jóvenes petroleros de Comodoro Rivadavia, implica ir más allá de la mirada reduccionista del mercado, para complejizar los entramados sociales que se vislumbran a partir del fenómeno. Implica además aportar una visión poco explorada hasta el momento, que es analizar el consumo de estos jóvenes petroleros desde su aspecto comunicacional, es decir lo que representa socialmente para ellos obtener y usar ciertos bienes; los significados que se encuentran en el acto de consumo.

■ **Palabras clave:** consumo / mercado/ jóvenes / Comodoro Rivadavia / actividad petrolera / representaciones sociales / concepciones de “clase”



# INTRODUCCIÓN

## Acerca de la elección del tema

Cuando me propuse pensar en un tema para la realización de la Tesis de Grado, decidí que quería abordar una problemática que fuera particular, es decir, que no haya sido investigada con anterioridad en la facultad y por supuesto que sea una problemática posible de abordar desde el campo de la comunicación, lo cual significa utilizar las herramientas teórico-conceptuales y metodológicas adquiridas y puestas en práctica a lo largo de mi formación de grado.

Con esta perspectiva, mis ideas me mudaron hacia mi ciudad de origen, Comodoro Rivadavia, petrolera por naturaleza y con un presente soleado, en contraposición a la situación de gran parte del país.

La rentabilidad generada por la productividad de la industria petrolera a partir del año 2003, produjo un fenómeno inusitado que puede ser analizado desde varias aristas. Mi propuesta fue analizar una temática particular que hasta este momento no había sido abordada con detenimiento en otras investigaciones: el consumo.

Mi interés académico surgió a partir de indagar sobre los estudios hechos acerca del fenómeno petrolero en Comodoro y observar que los aportes rondaban en torno a los mismos temas: lo que significa la actividad petrolera en la región, especialmente a nivel económico; la experiencia *ypefiana*; y en la actualidad la problemática de la inflación aspecto que evalúa las consecuencias del consumo pero no indaga sobre las causas. La investigación que realicé, a diferencia de otras, consta de un análisis desde los sujetos, desde los sentidos representados por ellos en el contexto actual.

Creí necesario que se investigara a los verdaderos protagonistas de este fenómeno: los jóvenes petroleros, los “nuevos ricos” de la región. Es por eso que busqué una temática específica que los uniera y que me permitiera abordar un problema determinado como el consumo para entender el sentido macro del fenómeno. El consumo, si bien se encuentra claramente sobre la superficie para ser analizado no ha sido abordado con detenimiento desde su aspecto sociocultural en investigaciones

previas, a excepción de algunos artículos periodísticos. Hablamos de un tema que se presenta en un primer plano a partir de los ingresos económicos que permite la industria, y que encierra un universo de análisis que va más allá de la pregunta base de esta tesis: ¿en qué gastan lo que ganan los jóvenes que trabajan en empresas petroleras? Para preguntarnos ¿Qué razones podemos hallar al mirar en qué gastan lo que ganan?

La problemática del consumo propone un abordaje interesante para pensar otras cuestiones que se encuentran intrínsecas en la sociedad comodorense y cuyo análisis permite entender los modos de relación y comunicación entre los diferentes sectores de la población. La propuesta es indagar sobre las representaciones sociales que construyen éstos jóvenes en torno a sus nuevos hábitos de consumo.

A su vez, considero que esta investigación puede resultar un gran aporte desde el planteo del consumo como fenómeno comunicacional, entendido como lo plantea la línea de pensamiento de Néstor García Canclini, como un “conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y usos de los productos” (Canclini, 1995, p. 42), perspectiva teórica que brinda la posibilidad de afrontar la problemática del consumo tomando como eje fundamental a los protagonistas, los “consumidores”, y su interpretación del mercado, el dinero, sus adquisiciones y su entorno, desde una perspectiva de análisis sociocultural y, sobre todo, la construcción de identidades en base al fenómeno del consumo. Plantear el problema desde esta perspectiva, implica complejizar acerca de las relaciones sociales y los imaginarios que se construyen en una sociedad determinada. La idea también es intentar percibir cómo la comunicación juega un doble papel: por un lado, desde lo que está legitimado tradicionalmente por la clase hegemónica, y por otro lado, el consumo “no legitimado” que comunica otros aspectos de la sociedad. El consumo en este contexto determinado y adquirido por estos protagonistas, los petroleros, se vuelve “no legítimo”, por parte del discurso hegemónico, porque los cuestionamientos de legitimidad/ilegitimidad son puestos por “no petroleros” que etnocéntricamente juzgan a estos sujetos. Y son legítimos por parte de sus protagonistas, cuyas representaciones sociales en torno a este consumo, permiten un análisis de comunicación con la irrupción de un nuevo discurso. En este sentido es válido retomar la explicación de Pierre Bourdieu cuando dice que: “La existencia de lo que se llama legitimidad cultural consiste en que todo individuo, lo quiera o no, lo admita o no, es y se sabe colocado en el campo de aplicación de un sistema de reglas que permiten calificar y jerarquizar su comportamiento bajo la relación de la cultura” (Bourdieu, 1988: 163).

En el análisis aparecen los distintos tipos de consumo elegido por los jóvenes petroleros, por un lado autos, tecnología, viajes; como así también la proliferación del consumo de drogas, casinos, cabarets, departamentos “vip”, éstos últimos como nueva modalidad de servicios para el hombre. Y el análisis busca desentrañar cuáles son las cuestiones imbricadas en la elección de los consumos, para entender que todo consumo tiene su lógica y que no existe el “consumo sin sentido”, sino que esta aseveración es una construcción impuesta.

Vale aclarar que si bien el fenómeno económico de la industria petrolera genera consecuencias similares a las de otras regiones que basan su economía también en el petróleo, el estudio sólo se remite al consumo de los jóvenes petroleros de Comodoro Rivadavia porque la ciudad presenta características particulares que resaltan el interés de la temática en su análisis, características en parte previamente conocidas por mi condición de nativa, lo cual permite explicar además mi interés personal sobre esta delimitación. Algunas de estas particularidades se sustentan en el hecho de ser una ciudad demográficamente grande con cerca de 300 mil habitantes en la actualidad; el hecho de que haya recibido constantes migraciones permanentes y temporarias, que han jugado un papel crucial en la construcción de identidad del “ser comodorense”; que haya pasado por ciclos extremos al punto de ser reconocida como la ciudad con mayor índice de desocupación en 1993 o estar entre las tres más ricas en 2006.

Las condiciones de selección del tema se pueden encuadrar en una reflexión de Juan Samaja: “la elección de un tema es una elección condicionada. En un sentido general, se puede afirmar que todo proceso de investigación se da en el marco de un contexto -cultural, social, político, económico e institucional- que configura las condiciones históricas que lo hacen posible. Un problema siempre se define y construye a partir de un tema más amplio. (Samaja, 2002)

Por otro lado, mi interés por la temática recae no sólo en dar a conocer un problema que no ha sido explorado con detenimiento y que presenta una perspectiva comunicacional interesante, sino también la necesidad de desentramar un conflicto personal con la ciudad. Mi observación como nativa cuando era más chica era de una población enfrentada y resentida, cuya estratificación de clases en la década del 90’, cuando yo iba al colegio, se dividían por un límite muy fino, pues muchas de las personas que habían pertenecido a la clase media, se vieron afectados fuertemente por las políticas neoliberales y debieron resignar muchos hábitos de vida, especialmente el barrio, debiendo emigrar a nuevos sectores edificados con planes de viviendas que se

superpoblaron ante la emergencia tanto de las clases bajas como de las nuevas medias bajas.

Desde entonces viví en una sociedad segmentada en donde predominaba el maltrato y el rechazo hacia los más empobrecidos y el resentimiento de éstos hacia el resto. Además de crecer en una ciudad que presentaba el mismo panorama que el resto del país, con gran parte de la población que vivía bajo la línea de la pobreza y otra gran parte que vivía “con lo justo”, situación opuesta a un pequeño sector que pasaba por su mejor momento. Este contexto de realidades extremas, aumentó aún más la marginalidad de gran parte de la población, resignificándose viejas nociones de status creadas a partir de la situación social “intergrupos” que ocasionaron las distintas migraciones de principios y mediados de siglo. Inmigrantes europeos, urbanos del centro del país, norteños, donde predominaron riojanos y catamarqueños, y de países limítrofes, principalmente chilenos, construyeron una parte de la historia de Comodoro, desde cuyo análisis social y estructural se pueden comprender ciertos dispositivos de distinción que operan actualmente entre los grupos de la ciudad.

Si bien la situación económica cambió considerablemente con el auge del petróleo a partir del 2003, los procesos vividos quedaron impregnados, y las diferencias asentadas en el imaginario social. Esto se reflejó en el rechazo de quienes no pertenecen a la rama ante el incipiente mejoramiento de la calidad de vida de los nuevos petroleros, muchos de los cuales habían vivido en condiciones adversas en la década anterior. En contrapartida, se generó un sentimiento de “revancha” por parte de éstos últimos por todo lo vivido anteriormente.

En este contexto mi interés personal por la temática deviene de una deuda pendiente que tengo con mi ciudad, cargada de prejuicios que no me detuve a analizar hasta que decidí investigar este fenómeno del consumo, entendiendo que las formas y posibilidades en las que se produce éste, provocan determinados prejuicios. No es que el consumo se presente como la causa de todas las problemáticas, sino que su análisis permite entender ciertas construcciones sociales que hacen a la sociedad comodorensis, como ya expliqué en los primeros párrafos.

El resultado de esta tesis no sólo contribuye a desentrañar un problema social a partir de un fenómeno particular como el consumo, sino que también me sirvió como una especie de “reconciliación” con mi propia ciudad, tratando de entender su génesis.

## **Estructura de la tesis**

El armado de la tesis no es fácil de diagramar, puesto que sus elementos tienen que estar perfectamente organizados para que se entienda a qué se quiere apuntar. A su vez es un proceso donde el investigador continúa aprendiendo y redefiniendo lo que investigó, por ello “se puede presentar a la investigación como un proceso sistemático y organizado por medio del cuál se busca descubrir, interpretar o analizar ciertos hechos, y cuyo producto es un mayor conocimiento de éstos” (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 71).

El Objetivo general de esta investigación fue analizar qué representaciones sociales construyen los hombres, jóvenes, de Comodoro Rivadavia que trabajan en las empresas petroleras, en torno a su consumo, para dar cuenta de los diferentes modos de consumo que se establecen y ver qué representan.

Para ello fue necesario designar objetivos específicos: conocer cuál es el tipo de consumo que poseen los jóvenes de Comodoro Rivadavia que trabajan en las empresas petroleras y caracterizar cuáles son las implicancias del contexto socio-económico actual en la ciudad, en comparación con el período anterior, que influyen en las prácticas de consumo. Y a estas categorías de análisis se sumó la necesidad de analizar qué elementos se encuentran en la construcción identitaria de la sociedad comodorense, que emergen en el entramado de la problemática que se analiza en esta tesis.

El resultado fue una investigación dividida en seis capítulos:

Capítulo 1: Contexto del problema

Capítulo 2: Marco teórico

Capítulo 3: Marco metodológico

Capítulo 4: Primera parte: El consumo y sus causas

Capítulo 5: Segunda parte: Una sociedad de consumidores

Capítulo 6: Tercera parte: El consumo para pensar los entramados sociales contemporáneos

A ellos se le suma la introducción, las consideraciones finales, la bibliografía y los anexos.

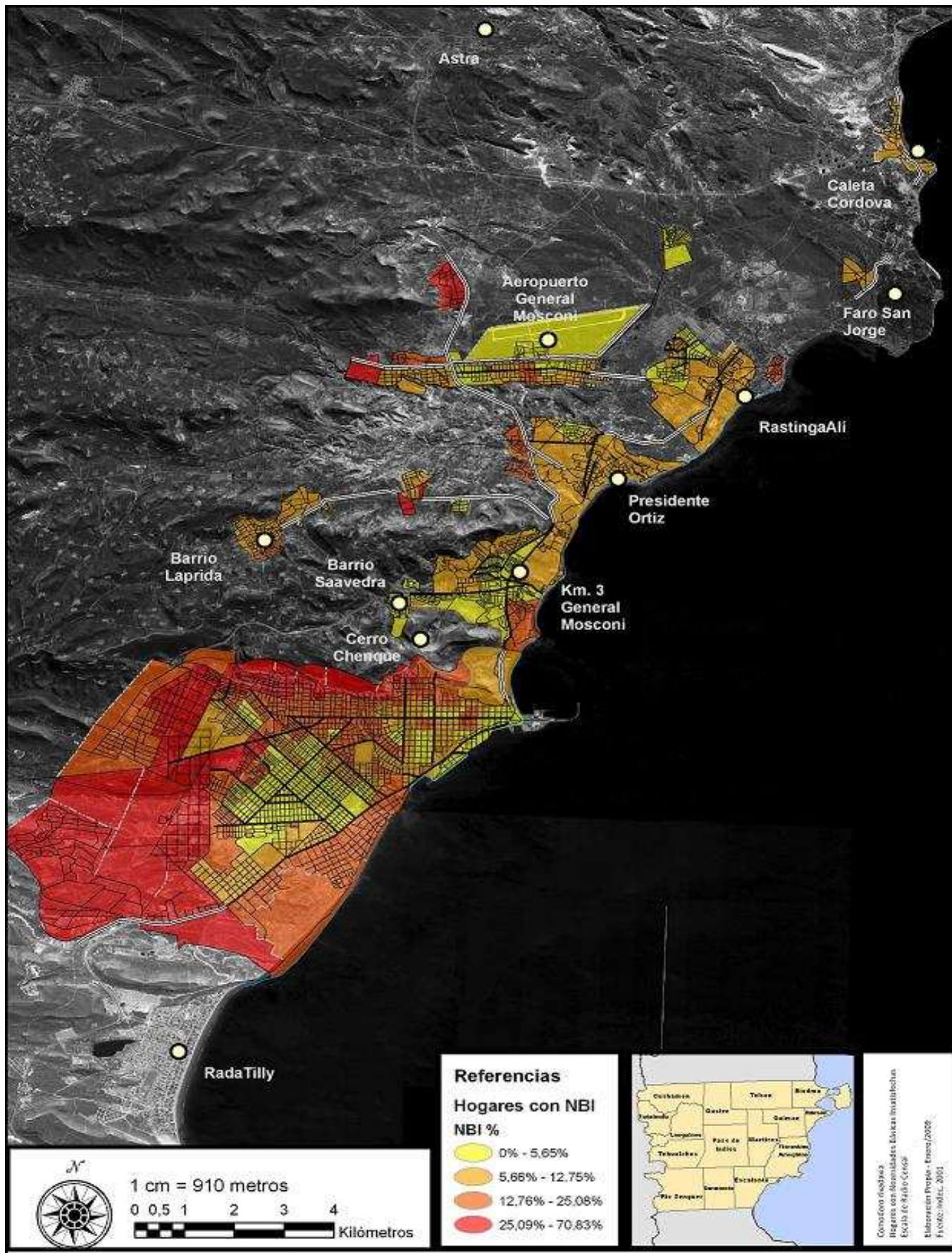
En el “capítulo 1: contexto del problema”, se brinda una descripción geográfica, histórica, social y cultural de la ciudad para entender el contexto en el que está inmerso el problema que se aborda, como así también una explicación sobre el funcionamiento histórico y actual de la actividad petrolera para entender cuestiones que se encuentran

dentro del análisis y que pueden resultar desconocidas y confusas para el lector que no conozca acerca de esta industria.

En el “capítulo 2: Marco teórico”, se incluye la línea teórica argumental del trabajo y la conceptualización de los ejes principales: comunicación, cultura, consumo, concepciones de “clase” y jóvenes.

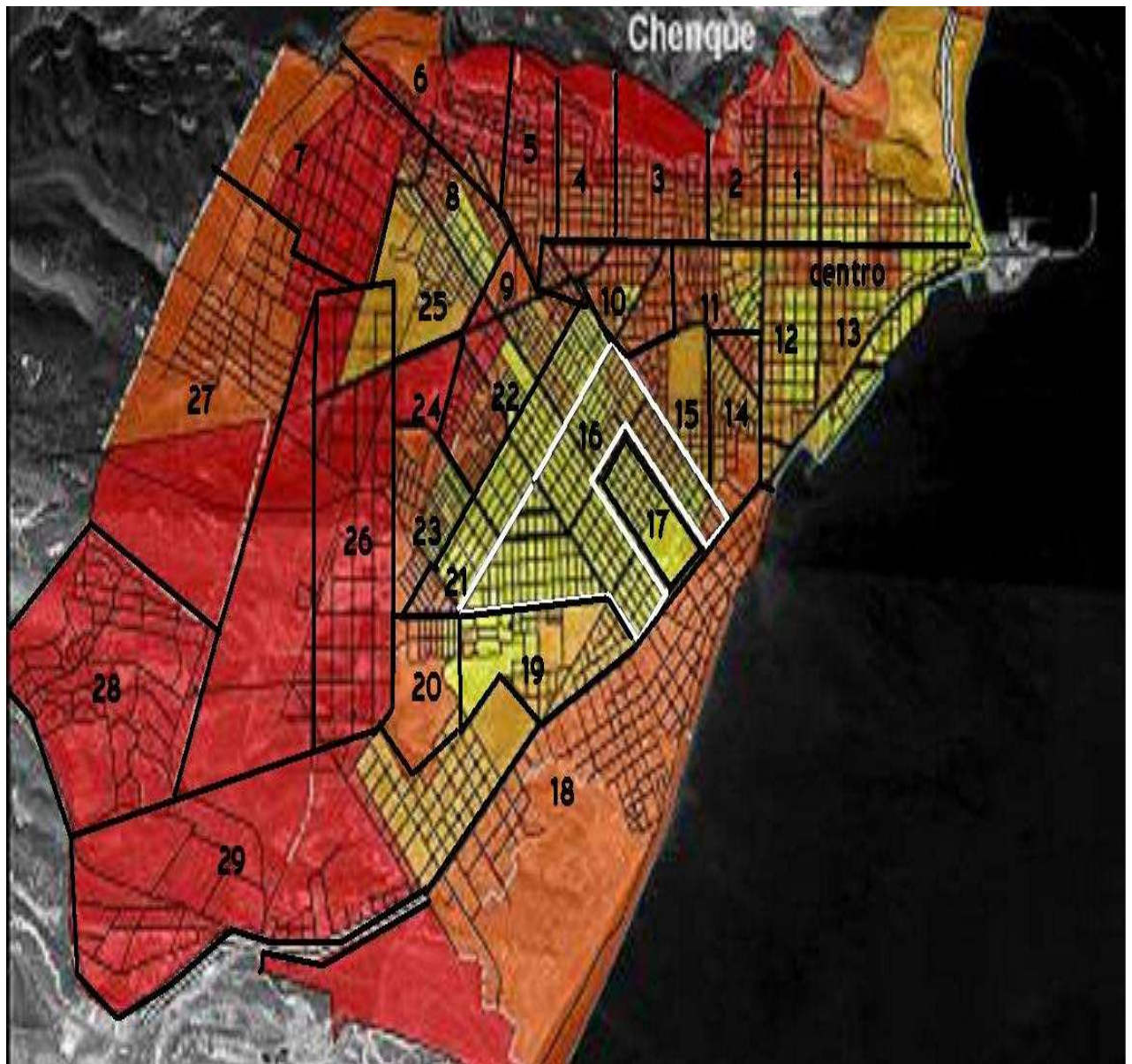
En el “capítulo 3: Marco metodológico”, se exponen los métodos y técnicas utilizadas y el porqué de la elección de los mismos, como así también detalles del proceso empírico y cómo fue variando el curso de la investigación a medida que se avanzaba en la misma.

Los capítulos 4, 5 y 6 corresponden al análisis del trabajo de campo realizado. Durante la escritura decidí dividirlo en 3 capítulos y disolver lo que había empezado porque consideré que de esa manera se entendería mejor la exposición de la temática como problema de investigación, estableciendo el eje de la misma, el consumo, en el capítulo cinco, donde se explicitan consumos específicos, las formas en que los adquieren y lo que representa para estos jóvenes. A su vez, este capítulo se divide en dos partes: por un lado el consumo que ensayo llamarlo “legitimado”, siguiendo a Bourdieu (Bourdieu, 1988, p.1), y por otro, el que elijo llamarlo “no legitimado”, siempre en términos socioculturales. En el capítulo previo, el cuatro se discuten las posibles causas que incentivan a determinado tipo de consumo y en el capítulo seis, posiblemente el más complejo, sus consecuencias en un sentido macro que incluye no sólo un efecto en los consumidores, sino lo que genera el fenómeno socialmente, destapando conflictos socio-culturales intrínsecos en la sociedad comodorense, principalmente relacionados con la cuestión de “clase” y que salen a la luz con el análisis de un fenómeno particular como el consumo.



Mapa de la ciudad de Comodoro Rivadavia con índices de hogares según Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI).





- |                                 |                                     |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| 1- Barrio Pietrobelli           | 16- Pueyrredón                      |
| 2- Jorge Newbery                | 17- Roca                            |
| 3- Las Flores                   | 18- Stella Maris                    |
| 4- La Floresta                  | 19- 30 de octubre (1008 viviendas)  |
| 5- San Martín                   | 20- Abel Amaya                      |
| 6- Máximo Abásolo               | 21- Juan XXIII                      |
| 7- Extensión del Máximo Abásolo | 22- Isidro Quiroga (1311 viviendas) |
| 8 y 9- San Cayetano             | 23- Cerro solo                      |
| 10- Ceferino Namuncurá          | 24- Argimiro Moure                  |
| 11- 13 de Diciembre             | 25- San Cayetano                    |
| 12- Oeste (la loma)             | 26- Cordón Forestal                 |
| 13- Centro                      | 27- Malvinas Argentinas             |
| 14- 9 de julio                  | 28- Bella Vista Sur                 |
| 15- José Fuch                   | 29- Industrial                      |

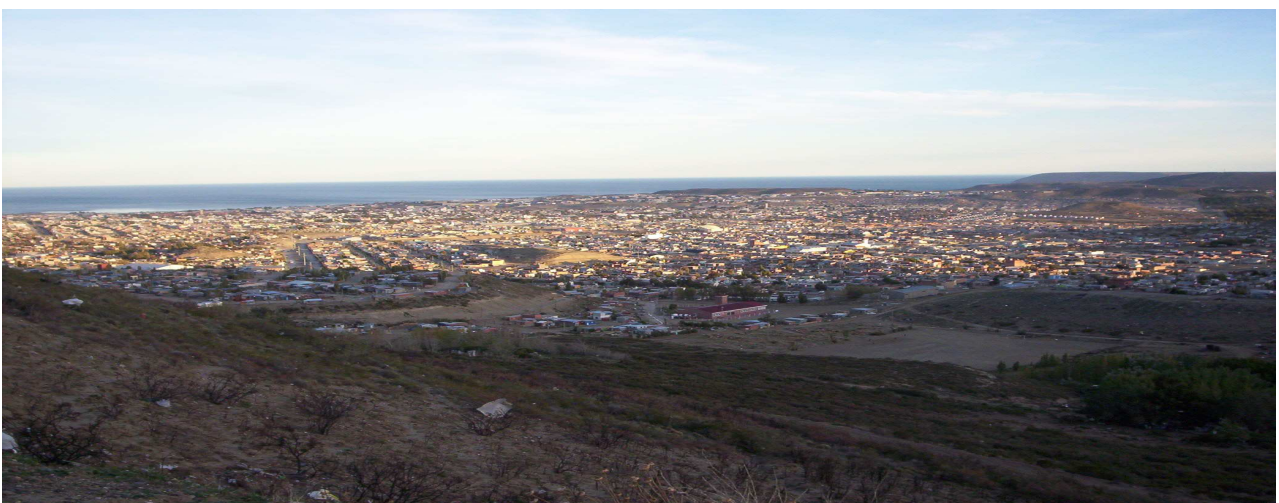




Vista del centro de Comodoro Rivadavia.



Vista de la zona suroeste de la ciudad. A la derecha, la extensión del barrio Máximo Abásolo. A la izquierda el Máximo Abásolo y delante de este se observa el barrio San Cayetano.



Vista desde el cerro Chenque, de la parte sur de la ciudad. En frente el barrio Máximo Abásolo, Al lado sobre la izquierda se Ubican los barrios San Martín, La Floresta, Las Flores y Pietrobelli, todos sobre la ladera del cerro.

## *Primera parte*

# Capítulo 1 Contexto

### **Comodoro Rivadavia: Capital Nacional del Petróleo**

La ciudad de Comodoro Rivadavia, ubicada al sur sobre la costa este de la provincia de Chubut, casi al límite con Santa Cruz, se fundó oficialmente el 23 de Febrero de 1901. Ya en 1903 comenzaron las exploraciones en la zona para encontrar agua, con el argumento de que los manantiales de agua dulce del Lago Muster, ubicados a 160 kilómetros al oeste, eran insuficientes para abastecer a la población comodorenses. Pero los intentos fueron desafortunados hasta 1906, cuando enviaron una máquina desde Alemania y comenzó a perforar un año más tarde.

Al llegar a 500 metros bajo tierra sin que brote una gota de agua, el encargado de la obra dio la orden de continuar inclusive pasando el límite de la máquina.

Este relato sobre el descubrimiento del petróleo quedó impregnado en la memoria popular, retroalimentada por los medios de comunicación. Pero muchos aseguran que desde la historia este discurso no es aceptado, pues resulta muy extraño que se haya dedicado tanto esfuerzo, incluso con la contratación de equipos técnicos alemanes para buscar agua. A su vez, muchos trabajos académicos indican que cuando se llegó al límite de profundidad que se recomendaba con la máquina especializada, se dio la orden de continuar perforando y que se manejen con precaución.<sup>1</sup>

Hay investigaciones que avalan que ya desde fines del siglo XIX se conocía de la existencia de combustibles en la Patagonia y hasta el propio perito Moreno había

---

<sup>1</sup> Uno de los académicos que aborda este tema es Adrián Duplatt, en “El mito del petróleo” en Suplemento Especial del Diario Crónica “108° Aniversario de Comodoro Rivadavia”, 23 de febrero de 2009.

anunciado que Comodoro sería una ciudad impulsada por el puerto y la explotación del kerosene.

El 13 de diciembre de 1907 se había conseguido alcanzar los 540 metros cuando comenzó a salir un líquido aceitoso con olor a kerosene.

A partir de ese momento, Comodoro Rivadavia, pasó a ser la primera ciudad en el país en ser denominada la “Capital Nacional del Petróleo”. Este no es un dato menor ni propio de la época. La historia de la ciudad está íntegramente relacionada con este recurso económico que se plasma en una serie de características socio-culturales específicas, y en una matriz societaria particular.

### **Una familia llamada YPF**

Desde que se encontró petróleo en 1907, la ciudad se fue construyendo en torno a los campamentos que se levantaban alrededor de los pozos que se iban abriendo. Es por eso que su localización se encuentra encerrada entre el mar y el cerro Chenque, dividiendo a la ciudad en zona norte y sur y sin una planificación determinada.

La instalación de Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) a partir de 1922, en distintos puntos del país, incluyendo Comodoro, fue el motor económico-productivo de todas las zonas petroleras durante gran parte del siglo XX, hasta su privatización en 1992. El rápido crecimiento demográfico refleja la expansión de las actividades de YPF no sólo en materia laboral sino con un proyecto de desarrollo social que incluía una serie de beneficios que involucraban a los trabajadores con la empresa, generando una identificación persistente hasta la actualidad.

Como destacó Leticia Muñoz Terra, “la vida familiar y social del trabajador del YPF empezó a girar entorno a la empresa, quienes compartían cotidianamente con sus esposas e hijos el fuerte sentimiento de pertenencia que los unía a la compañía petrolera” (Muñoz Terra, 2007, p. 6). La empresa estatal se impuso como estandarte de un conjunto de símbolos generados a través de acciones, que generaban en sus empleados una identidad como trabajador y como integrante de YPF. Identidad vista como un nexo que se comparte pero que a la vez diferencia, colocaba a los *ypefianos* en una postura de orgullo personal y grupal, con la empresa, y de distinción respecto de quiénes no trabajaban en ella. Trabajar en YPF incluía la apropiación de una identidad simbólica.

Esta situación se genera sobre todo en tres períodos fructíferos para la actividad: de 1922 a 1930, coincidente con la creación de YPF; de 1944 a 1955 favoreciendo el emprendimiento de obras públicas, infraestructura para la expansión petrolera y la ejecución del gasoducto a Buenos Aires; y el denominado “boom petrolero” de 1958 a 1963 con la aprobación de la Ley de Hidrocarburos y un nuevo estatuto orgánico de YPF que favorecía la instalación de empresas extranjeras como Pan American Oil Co., South Eastern y Amoco Argentina Oil Company (Baeza, 2007, p. 396). Esta fue la etapa más fuerte de crecimiento respecto a la industria y cuando finalizó mucha gente se quedó sin trabajo y sin vivienda o emigraron, aunque YPF siguió cumpliendo las funciones de empresa estatal, saneando en cierta forma el vacío dejado por las empresas extranjeras. Un modo de vida vinculado a la explotación petrolera se transmitió por generaciones.

Por esta cuestión, cuando la empresa se privatiza en 1992, no sólo se pierde la fuente económica, el empleo, sino que se quiebra toda la construcción de significados enarbolados en torno a la familia *ypefiana*, cuyo “padre” era naturalmente la empresa estatal. “En los años que formaron parte de la empresa, los empleados desplegaron sus construcciones identitarias previas y las resignificaron en su trabajo cotidiano con otros trabajadores petroleros, hasta que la privatización de YPF quebró sus trayectorias laborales y eclosionó la fuerte identidad socioprofesional que habían construido” (Muñiz Terra, 2007, p. 17).

De esta manera, tanto en Comodoro como en muchas ciudades del país que vivían de la explotación petrolera la crisis se afianzó con crudeza. Económicamente, la mayoría se quedó sin trabajo y debió jubilarse a una edad temprana en comparación con la estipulada en cualquier ámbito laboral, y tardía en cuanto a la posibilidad de encontrar un nuevo empleo. Familias que se encontraban en una buena posición y que habían transmitido por generaciones los valores adquiridos en YPF se quedaron en la calle. El neoliberalismo acabó con décadas de camino construido en torno al valor del trabajo y todo lo ligado a él.

La década del 90 se presenta con historias similares en toda la República. Al finalizar el año 1992 eran ya 5200 los trabajadores que en Chubut y Santa Cruz se habían ido de la empresa, después de aceptar los abultados montos que se les ofrecía a cambio de su retiro voluntario<sup>2</sup>. En Comodoro Rivadavia el golpe se sintió de lleno y

---

<sup>2</sup> En diario El extremo sur de la Patagonia. Nota: “Una historia de contradicciones. Comodoro, 25 años turbulentos”. Segunda época. N°83. Noviembre-Diciembre de 2008. Pág. 13.

provocó una sociedad que vivió con incertidumbre, nostalgia, lucha y resentimiento, en ese orden.

Esto se profundizó en el trato hacia “el otro”, ante la heterogeneidad de la población que por las inmigraciones internas, como diversos grupos de aborígenes cordilleranos a principios de siglo y las comunidades extranjeras, provocaron una ciudad culturalmente híbrida. De acuerdo a un censo realizado por Yacimientos Petrolíferos Fiscales en 1926, los españoles representaban un 24,9%, los argentinos un 21, 3%, los portugueses un 26, 9% entre los grupos mayoritarios. Los chilenos sólo representaban un 1,0% pero a esto se modifica a partir de 1944, cuando de una población de más de 10 mil personas, los inmigrantes chilenos ocupan el segundo lugar con 654, luego de los españoles, el grupo más numeroso (Baeza, 2007, p. 394). Ya para el período desarrollista, en Comodoro Rivadavia, con 80 mil habitantes aproximadamente, 35 mil de ellos eran chilenos o hijos de chilenos, A su vez se calcula que el porcentaje de chilenos que vivían en los denominados “barrios de emergencia” representan el 70% del total de la población de esas áreas, generalmente sobre la ladera sur de la continuación del cerro Chenque, en el sector oeste de la ciudad, en los barrios Pietrobelli, Jorge Newbery, Las Flores, La Floresta, Ceferino Namuncurá y José Fuchs (Budiño, 1971, pp. 70 y 73), que luego se extendieron y conformaron otros barrios emergentes como el San Martín y el Máximo Abásolo, hoy el de mayor dimensión. Esta marginación social de los chilenos se remite a la convivencia intergrupos que vivió la ciudad a mediados del siglo XX con la presencia de un conglomerado heterogéneo de habitantes compuesto por inmigrantes europeos, urbanos del centro del país, norteños y de países limítrofes, principalmente los chilenos que como se explica, fueron aumentando cada vez más su grupo en la sociedad comodorenses. Éstos últimos, que principalmente vinieron en busca de trabajo, rápidamente pasaron a constituir el último escalón del sistema de estratificación de la comunidad (Mármora, 1972, p. 49), reflejando una gran diferencia entre ellos y los norteños (que se encontraban en un escalón más arriba en la estratificación social pero con escasas posibilidades de ascenso), con los inmigrantes europeos, en general con un ascenso económico bastante marcado, que llegaban con ideas netas de progreso. Existía en los grupos europeos y urbanos (que en general son descendientes de europeos), “una predisposición hacia el grupo de migrantes nativos del norte que se podría encuadrar en los primeros umbrales del prejuicio” (Mármora, 1972, p. 59). El grupo de los chilenos no sólo era visualizado económicamente como el de más bajo estrato, sino que además, debido a una fuerte

cohesión endogrupo fortalecido por factores nacionales, se mantiene marginal respecto a los sectores culturales y sociales de la comunidad y aún al sistema de estratificación como tal. Los criterios que permitían clasificar cada una de las clases sociales variaban: si bien en los estratos más altos el criterio preponderante era el prestigio del cargo, al llegar a las capas medias era el factor ingresos el que aparecería como fundamental y a medida que se bajaba en la escala social, el lugar de origen simbolizado por el “color de la piel” era el que establecía barreras invisibles en cuanto al posible ascenso, terminando en el último estrato con la categoría social nacionalidad, como criterio básico para la determinación del grupo que cierra por debajo el espectro social de la comunidad (Mármora, 1972, p. 61). En una investigación cuantitativa realizada por Lelio Mármora en 1972, acerca de las injerencias de los endogrupos de inmigrantes, surgió como resultado una cuestión que tiene relación directa con concepciones de clase que se fueron trasladando durante las siguientes etapas, y se pueden vislumbrar en la actualidad con la estigmatización hacia el petrolero y hacia los nuevos inmigrantes que vienen a la ciudad en busca de trabajo. En una encuesta realizada por Mármora a inmigrantes de los distintos grupos, un gran número de europeos y urbanos señalaban como el conjunto de menor influencia en la sociedad a los chilenos, pero el grupo de mayor porcentaje con esta respuesta fueron los norteros, donde un 57% visualizaba al chileno como el grupo de menor influencia social. En palabras de Mármora, “que sea este grupo social (norteros) donde es mayor el porcentaje de respuestas encontradas en la categoría chilena, es explicable en términos de “cercanía de status”, ya que es en los norteros donde se encuentra una búsqueda de diferenciación mayor respecto a los chilenos” (Mármora, 1972, p. 66). En el caso de los migrantes chilenos como grupo marginal en la comunidad de Comodoro Rivadavia, el análisis se centró en dos variables claves para la comprensión del fenómeno: la variable social, que no varía en análisis respecto a cualquier otro grupo que se encuentre en el último escalón de la estratificación social dentro del sistema capitalista; y la variable nacional, que es donde el fenómeno comenzó a tener particularidades diferenciadoras cuando se encontró que junto a una situación social definida aparecía una característica nacional, que lleva al manejo de categorías sociales como causales. Y esto se puede vislumbrar en las respuestas de los grupos no chilenos ante la indagación de cuáles era las causas de la marginalidad chilena para ellos. Las dos respuestas preponderantes fueron “por la baja educación de los chilenos” y por “características propias de su naturaleza humana” (Mármora, 1972,

pp. 90-91), atribuyendo una característica “racial” a este grupo social que se mantuvo activa hasta el presente como se podrá percibir en el análisis de esta investigación.

Es importante resaltar que en Comodoro Rivadavia, desde aquella época, el criterio a través del cuál se mide la pertenencia a una elite es el del “cargo”, por lo cuál el prestigio que proporciona el cargo representativo de un poder exterior a la comunidad pesa más en la ubicación de un individuo en la escala de estratificación social, que el ingreso que un individuo obtenga (Mármora, 1972, p. 58). Por eso actualmente se puede observar que se desvaloriza la situación económica del nuevo petrolero, en el sentido de que, quienes se encuentran fuera del sector, no asocian el factor económico al ascenso en el estrato social.

Actualmente los residentes chilenos en Chubut y sus hijos nacidos aquí superan en la actualidad las 40 mil personas, en su gran mayoría en esta ciudad.<sup>3</sup> La finalización del período de “boom petrolero” en 1963 generó la competencia por los puestos de trabajo en la sociedad comodorenses. Esto acrecentó los rasgos de discriminación de distintos grupos sociales en relación a la población migrante chilena, dado que competían por ubicarse socialmente en una sociedad básicamente compuesta por inmigrantes europeos y ‘norteños’ argentinos (Baeza, 2007, p. 396). Estos rasgos discriminatorios tendrán fuerte influencia en la construcción identitaria de la sociedad, retomada en párrafos más adelante.

La era *ypefiana* permanece en la memoria colectiva de sus ex trabajadores hasta la actualidad. Y es que esta ciudad fue construida y poblada en torno al petróleo como actividad principal. El crecimiento y la hibridación social provocada por las inmigraciones europeas y limítrofes (principalmente los chilenos a mediados de siglo), y migraciones del norte y centro del país, se dieron por la explotación del recurso. De hecho cuando se privatizó YPF y otras empresas, gran parte de la población retornó a su lugar de origen provocando un “vaciamiento” en la ciudad, pues la identificación era con la empresa y no con el lugar. Aunque esta fue una construcción social casi mítica que se hizo acerca del “desarraigo” y no todos los casos fueron así. Muchos construyeron lazos de pertenencia y se quedaron.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> En diario “El Vecindario”. “Un diario que piensa como la gente”. N° 3. Septiembre de 2008. Editorial. P. 2.

<sup>4</sup> Para una lectura más amplia, Daniel Cabral Marques. “Entre la revitalización de la memoria y la reactualización de las identidades locales: una mirada sobre símbolos de pertenencia en la ciudad de Comodoro Rivadavia en los años 90, en Brígida Baeza, Edda Crespo, Gabriel Carrizo: compiladores (2007). “Comodoro Rivadavia a través del siglo XX”. Ob. Cit.

La historia de Comodoro fue, es y será construida alrededor de la explotación petrolera. Por eso, y puesto que la radicación de YPF en Comodoro Rivadavia, fue el eje dinamizador de la actividad económica, social y cultural de la ciudad, es evidente que la reforma del Estado, expresada en la desregulación económica y las privatizaciones, instaurada por el gobierno nacional a partir de 1990, no pasó con indiferencia en la localidad y, que los cambios en la estructura de propiedad de la empresa, trajeron consecuencias sobre la actividad socioeconómica de la ciudad. El impacto más evidente fue la contracción de los mercados laborales locales, el incremento de la desocupación, la subocupación y el cuentapropismo. Se abrió paso al aumento de la precariedad laboral y en consecuencia, a la experimentación de gran parte de los sectores populares locales de situaciones de marginalidad y exclusión social (von Storch, pp. 2 y 7).

### **La era nefasta**

La privatización de YPF y demás empresas petroleras, principal fuente de ingresos de la ciudad, convirtió a Comodoro en 1993 en el conglomerado con mayor índice de desocupación en el país con un 14,8%. La Capital Nacional del Petróleo pasó a ser llamada por sus propios habitantes como la Capital Nacional de la Desocupación (Marques, 2007, p. 329). Esta manifestación de cifras elevadas “comenzaron a erosionar el histórico imaginario social de la región construido sobre los términos de la posibilidad de sostener una plena región laboral y social en situaciones de estabilidad y formalidad” (Marques, 1999, p. 100).

En el ámbito local, la privatización de YPF, trajo aparejado costos sociales que no fueron pasajeros, sino estructurales. Entre ellos, la reducción creciente del número de individuos que pueden tener cabida en el circuito productivo a través del acceso a un empleo formal. Esto por supuesto, sucedió en otras localidades del país con las privatizaciones de empresas claves para la economía como Altos Hornos Zapla en Palpalá y Somisa en San Nicolás (Marques, 1995, p. 8).

Se iniciaron una serie de cambios en el espacio y en las percepciones que hacen de él los diferentes actores sociales afectando sus prácticas y hábitos, es decir, “sistemas de esquemas de percepción y apreciación” (Bourdieu, 1996, p. 134). La vergüenza, la humillación y la bronca son sentimientos que se impregnaron en todos los que conformaron la “familia ypefiana” desde 1990 con los retiros voluntarios y los despidos



masivos, por un Estado que a través de la teleología de la localización generó desde principios del siglo XX sujetos nativos, sujetados y afiliados a la nación argentina y a un cierto Estado, sin prepararlos y sin considerar, cómo puede hacer un *ypefiano* para romper con los lazos atávicos que durante más de 80 años trascendieron generaciones y familias (Pacheco, 2007, p. 286).

Este proceso de privatizaciones tuvo un anclaje perjudicial muy fuerte. “La desestabilización de este sector significativo de la población de la región, que en períodos anteriores había alcanzado todas las ventajas inherentes a la posesión de un empleo estable y relativamente bien remunerado dentro de la actividad, asociadas a la seguridad que otorgaban los dispositivos institucionales propios del Estado Benefactor” (Marques, 1999, p.100).

A su vez, el proceso de despidos y “retiros voluntarios” ante la inminente privatización de YPF se dio de manera desorganizada, sobre todo en el plano social. La mayoría de los trabajadores recibió las indemnizaciones sin contar con nociones concretas para invertirlas. Sin empleo fijo, la desesperación provocó la búsqueda de una salida rápida y efectiva, aunque en rubros de escaso interés, nulo conocimiento y gran improvisación por parte de los ex *ypefianos*. La ciudad se superpobló de taxis, kioscos y casas de comida. Muchos incluso, como en todas las crisis, volvieron a su territorio de origen pero también con inversiones similares. De esta manera “el cuentapropismo”, es decir el trabajo sin relación de dependencia con ofrecimiento de un servicio específico, “fue la salida más corriente para quienes se desvincularon de la petrolera estatal. Un enorme contingente de operarios, de difícil estimación, con diversas edades y variados niveles de calificación optó por canalizar sus recursos hacia la actividad comercial o los servicios personales promoviendo la aparición de una extendida atomización empresaria conformada por unidades de escaso tamaño, muy baja productividad y permanentes dificultades financieras y comerciales (...). La profunda recesión que atravesó la región hacia 1995, contribuyó a aventurar la crisis de estas iniciativas económicas, resultado en un agravamiento de las condiciones de subsistencia de aquellos que habían optado por esta vía” (Marques, 1999, p. 104). Esta situación a su vez impulsó la inserción ocupacional de otros miembros de la familia, ante la preocupación por la inestabilidad laboral y la precarización de los ingresos, con un aumento excesivo del empleo informal por deterioro del formal.

Como resaltan algunos autores que investigaron sobre el proceso *ypefiano* (Márquez 1995; Crespo, 2007), el desarrollo perjudicial de la privatización no hay que

observarlo sólo desde el punto de la pérdida del trabajo y de un ingreso económico que, aunque primordial, está además inserto en la pérdida de todo un cúmulo de relaciones y valores sociales que giraban en torno a la vida laboral en YPF. Al quebrarse la empresa estatal, se quiebra todo el marco de referencia en el que se inscribía, lugares a los que se concurría, productos que se consumían, personas a las que se veía y que, no sólo se restringen por cuestiones económicas sino también emocionales, de hábitos que conformaban parte del contexto recepcional de cada trabajador de YPF y que al privatizarse la empresa, se quiebran valores sociales que repercuten profundamente en la sensibilidad. “La desaparición de Yacimientos Petrolíferos Fiscales producto de una política gubernamental definida hacia la privatización de las empresas estatales, fue un claro indicio de la desarticulación de un mundo, una simbología que por años fue otorgando sentido a la vida comodorenses, ha impactado de tal manera al interior de la sociedad que ha generado una sensación de inseguridad en torno al presente y a las perspectivas de desarrollo a futuro”, describían Daniel Márquez y Mario Palma Godoy pocos años después de la privatización (Márquez, Palma Godoy, 1993, p. 9).

A su vez, se produce un quiebre significativo en la “esencia” del plano colectivo, pues esta idea era impulsada y giraba en torno a la vida en la empresa. Bajo la nueva realidad se desgasta el sentido de las pertenencias colectivas, acentuando la individualidad, en su carácter de aislamiento, aunque no deseado, sino producido por la sensación de exclusión. En un diario de tirada regional se explicitaba: “Con ingresos menores a los 500 pesos mensuales, en total fueron unos 20.000 los habitantes que cayeron por debajo de la línea de la pobreza entre 1996 y 2000”<sup>5</sup>.

“El quinquenio 1998 – 2002, estuvo dominado por una crisis económica nacional, originada por las propias limitaciones estructurales del plan de convertibilidad, que no dejó a ninguna región exenta de sus efectos devastadores. Esta crisis daba cuenta del agotamiento de la burbuja que había conseguido su expansión a través de dicho plan y las reformas estructurales que se hicieron en los noventa, fundamentalmente las privatizaciones. En el 98 el precio del barril estaba a 9 dólares, algo que certifica la grave situación de las regiones petroleras”. (Von Storch, 2005, p. 9)

Durante toda la década de los 90’, sólo algunos sectores resultaron beneficiados, mientras que el resto de la población se sumía en la pobreza o mantenía una vida “con lo justo”, entre los afortunados. Ana Wortman sostiene que: “La publicidad renovada de

---

<sup>5</sup> En diario El extremo sur de la Patagonia. Nota: “Una historia de contradicciones. Comodoro, 25 años turbulentos”. Segunda época. N°83. Noviembre-Diciembre de 2008. Pág. 13.

la sociedad de consumo atrajo poderosamente a la gente que tenía recursos y trabajo para comprar, y a los que no los empujó a la humillación en el sentido de los vagabundos de Bauman, como metáfora evocadora del tipo de pobreza que ha generado la globalización capitalista neoliberal en los últimos años” (Wortman, 2004, p. 18).

Este período socavó en el 2001, cuando la crisis explotó en todo el país y con ella el orden social. En Comodoro, sus dos grandes empleadores, el petróleo y la pesca casi ni existían. Era una ciudad “muerta”, sin futuro.

### **Convertibilidad: esperanza y cambio**

Sin embargo, causas externas e internas hicieron reactivar la producción petrolera. Por un lado, la invasión de Estados Unidos a Irak disparó el precio internacional del crudo e hizo mucha más rentable la explotación en Comodoro. Por otro lado, la devaluación del 2002 permitió la posibilidad de que el país deje de importar y comience a reflotar en diversas ramas, una de ellas, la petrolera. El cambio en las condiciones económicas a partir de la salida de la convertibilidad, planteó un nuevo esquema que favoreció a las actividades extractivas y exportables, como el petróleo y la siderúrgica (Von Storch, 2005, p. 10).

En la actualidad hay 10 mil personas afiliadas al Sindicato de Petroleros Privados y 3000 trabajadores de la UOCRA que se desempeñan en el yacimiento Cerro Dragón. Multiplicado el número total de trabajadores de la industria por los cuatro integrantes de una familia tipo, se alcanza la cifra de 52 mil personas. Ese número de hombres, mujeres y chicos constituye aquello que algunos llaman todavía la «gran familia petrolera», y representa algo así como la cuarta parte de la población total de Comodoro Rivadavia, si se considera un número de alrededor de 200 mil personas<sup>6</sup>, aunque en realidad la cifra estimada en la actualidad es de 300 mil personas.

### **El trabajo en el petróleo**

Con el dólar en alza, favorable para la exportación del petróleo y la posterior venta del barril de crudo, se asentaron nuevas empresas de extracción y servicios y sorprendentemente, a partir de 2003, la ciudad de, por entonces 150 mil habitantes

---

<sup>6</sup> En diario El extremo sur de la Patagonia. Nota: “La vida en el pozo. Riqueza y pobreza de los petroleros”. Nueva época. N°77. Julio-Agosto de 2007. Pág. 9.

“revivió”. Las demandas del mercado laboral se incrementaron. Comenzaron a tomar gente, especialmente hombres para trabajar en el campo, en un pedido cuasi masivo. No sólo ingenieros o técnicos que tenían un puesto asegurado en la compañía que prefieran, sino cualquier trabajador, para emplear en todas las ramas de la producción petrolera y de servicios, teniendo en cuenta que hay pocas empresas operadoras como Repsol, Panamerican Energy (antes Pan American Oil Company, instalada desde el “boom petrolero” del 58’), Tec Petrol, Enap Sipetrol y Oxi, entre las más importantes, dueñas de los yacimientos que explotan a través de las empresas de servicios. Éstas últimas constituyen la gran mayoría, y donde trabajan el mayor porcentaje de los trabajadores, sobre todo los más jóvenes, capaces de realizar los trabajos que soporten fuerza y frío.

Las empresas de servicios tienen una base administrativa en la ciudad pero en ella trabajan pocas personas. Entre las más importantes están DLS, San Antonio (ex Pride), Weatherford, Good Group, Key Energy. La mayoría “sube”, como se suele llamar en la jerga petrolera, todos los días al “campo”, el yacimiento donde se encuentran los pozos, y se realizan las tareas de perforación, terminación, pulling, operaciones especiales, entre otros. Y luego “bajan” a la ciudad.

### **Descripción de tareas en el campo**

Los perforadores son los que crean los pozos que pueden ser productores o inyectoros. Los productores (de crudo, gas o agua a través de las bombas, más conocidas como “cigüeñas” por su aspecto físico) son los que traen el petróleo hacia la superficie, van a la planta y se separa el agua, el gas y el petróleo. Los inyectoros se crean al lado de los pozos productores para inyectar agua con elementos químicos que ayuden a alivianar el producto y que pueda extraerse con fluidez. Alrededor de un pozo productor puede haber cuatro pozos inyectoros. Se perfora mediante explosivos para abrir las capas, que pueden llegar a ser quince, porque se puede llegar hasta 3000 metros de profundidad. La implementación de los pozos inyectoros es actual, pues en zonas donde no se extrae la cantidad necesaria de petróleo, comenzaron a utilizarlo para limpiar la zona. Terminación o work over, es un proceso más simple y lo que hace es dejar el pozo listo para producir. Baja la instalación selectiva en caso de los pozos inyectoros y las varillas de bombeo en el caso de los productores. El equipo de terminación bajo la instalación selectiva, constituida por mandril y Packer. Los packer son gomas que sellan los “tubing” y aíslan las capas para que, mediante los reguladores,

se regule el caudal. El “Pulling” hace las reparaciones cuando un pozo se rompe. Es decir están los “tubing”, caños que se fisuran o se pinchan, lo cual implica que el agua que se inyecta por ejemplo, vaya a otra zona. Y muchas veces estas fisuras producen contaminación. Perforación, terminación y pulling son las actividades más comunes dentro del circuito.

A diferencia de las empresas de servicios, en las operadoras se realizan trabajos más administrativos, aunque algunos de lo que trabajan allí, deben ir a supervisar al campo el trabajo de los empleados de las empresas de servicios contratadas para trabajar los pozos y el tratamiento del material obtenido.

A partir de la reactivación surgieron cada vez más empresas dedicadas a invertir en cualquier rama relacionada con el petróleo cuyo precio de exportación crecía en alza. Durante la última parte de la década menemista, el precio en un mercado débil fue de 30 dólares por barril, y a partir de 2003 hasta fines del 2008, el precio del barril de petróleo se ha triplicado e incluso cuadruplicado.

### **Paralelismo de la situación actual con lo que ocurría en YPF**

Si bien se habla de la realidad actual en la que la ciudad vive una situación favorable y particular, como un fenómeno nunca visto con anterioridad, en referencia a los altos ingresos en la actividad petrolera y su destino excesivo hacia el consumo, varios son los autores que hablan de una situación que se repite.

Cuando en el 58' con la irrupción de las empresas extranjeras durante el desarrollismo se da lo que se denominó el “boom petrolero”, en referencia a un período próspero en la industria hidrocarburífera, hubo como hoy una transformación en la estructura social y dinámica de la comunidad. “La fiebre de las ganancias fáciles y rápidas, el acceso a las más altas posiciones mediante el acrecentamiento de los ingresos, la necesidad de multiplicar las actividades con el fin de adecuarse a los nuevos niveles de oferta y demanda, produce en gran escala lo que se llama el ‘efecto de demostración’, o sea una propensión al consumo en detrimento del ahorro, y un factor de ‘autoconvencimiento’ que lleva a realizar inversiones que se consideran rentables, explica Lino Budiño, un sociólogo que estudió el fenómeno de YPF en Comodoro. Y amplía que ante “la movilidad social se hace más permeable, debido a que la incorporación a los puestos tiende a seguir el sistema de adquisición, antes que el de

adscripción y esto posibilita que mayores sectores de la población –entre muchas causas más- incrementen sus ingresos y adquieran mayor status ” (Budiño, 1971, p.39).

En este apartado podemos observar que en la última gran época de florecimiento de la industria (más allá de que el trabajo en el petróleo continuó hasta la privatización de YPF pero con algo de inestabilidad), se daba un fenómeno similar al actual, por el cuál se tomaba la mayor cantidad de hombres posible que fueran aptos para lo trabajos requeridos, sin importar prestigio familiar, apellido, título, que ocasionaba la inclusión social de muchas familias a través del hombre de la casa que recibía un sueldo rentable. A su vez, también podemos ver que el tema del consumo no es un fenómeno actual, sólo vinculado a las implicancias del mercado y su cada vez mayor renovación de productos, sino que tiene que ver con un proceso histórico cultural que deviene de la idea de desarrollo a fines de la década del 50 y que, aunque con otras características en cuanto a las formas, representaba un sentido de pertenencia al trabajo en el petróleo y de crecimiento en la escala social.

Algo que sí ha cambiado son los modos de valorizar los ingresos y adquisiciones. La principal atracción de trabajar hoy en el petróleo es la remuneración económica, y de hecho la mayoría de los entrevistados afirma que pese a no gustarle el trabajo, lo hace por el monto económico que significa. Antes, en cambio, los sueldos elevados eran tomados más como un “agradecimiento” a la empresa YPF y sus beneficios no eran sólo económicos, como ya se ha explicado, sino también socioculturales, que transformaban la visión del trabajo en algo gustoso, como se rescata en el siguiente relato: “Vivíamos en comunidad, compartiendo lo que no era nuestro sino de YPF pero lo sentíamos como propio. Nuestras casas, nuestro gas, nuestra electricidad, nuestras escuelas, nuestro cine, nuestros micros eran de un gran patrón. Era YPF pero teníamos conciencia que YPF éramos nosotros”<sup>7</sup>. Ahora no existe una identificación plena con la empresa, aunque sí con la actividad, pero el sentido que se le da a las ganancias es una reflexión sobre el gran esfuerzo que realizan en un trabajo nada agradable, es decir, una cuestión de merecimiento que enarbola la figura individual de cada uno y no a la empresa en la que trabajan.

La privatización de YPF es vista en Comodoro Rivadavia como la peor política del gobierno menemista como destaca la investigadora Mirta Mas: “La industria

---

<sup>7</sup> Nota incluida en Márquez, Daniel y Palma Godoy, Mario (1993). “Comodoro Rivadavia en tiempos de cambio”. Comodoro Rivadavia, Ediciones Proyección Patagónica.

petrolera de Comodoro Rivadavia fue, desde 1907, impulsora de crecimiento y motor de desarrollo regional. Constituye el sector más dinámico de su actividad económica con impacto importante en la región y en el país. Pero los cambios estructurales de los 90' provocaron una situación de crisis con efectos sociales muy negativos" (Mas, 2002, p. 109). Pero aún habiendo sido una decisión desfavorable para un importante sector de la población del país que quedó desempleada, además de las consecuencias en que derivaron estas políticas netamente económicas con análisis social nulo, ya a fines de la década del 80', la empresa no se encontraba en buenas condiciones y la burocratización provocaba resultados perjudiciales a largo plazo. En una entrevista realizada por Daniel Márquez a personal directivo de varias empresas, se describe esta situación: "se pusieron salarios muy altos y después pagaron las consecuencias... lamentablemente YPF encasilló a la gente y la mal acostumbró. Si por ejemplo le decís a un chofer que tiene que ir a pintar, te dicen y ¿por qué tengo que ir a pintar si yo soy chofer?, acostumbrados a la mentalidad de YPF en donde tenían una categoría y punto, ya no podía hacer otra cosa" (Marques, 1999, p. 102). En la actualidad, si bien se aprenden oficios en algunos puestos, como maquinista por ejemplo, en otros lo imprescindible es la fuerza para soportar las máquinas pesadas y los fríos helados del campo. Uno de ellos es el "boca de pozo", que incluso quienes no trabajan en ese sector afirman que es un trabajo que nunca harían no sólo por las condiciones ya explícitas sino porque "es un trabajo en donde no tenés que usar la cabeza para nada, te atrofia y después no servís para ninguna otra cosa", resaltó Marcelo, uno de los jóvenes petroleros entrevistados en esta tesis. Esta declaración coincide con la expuesta por ex *ypefianos* en el contexto de privatización ocurrido casi 20 años atrás. Cuando comenzaron los despidos y retiros, la situación fue mucha más crítica aún para quienes dentro de la empresa habían ejercido tareas específicas de baja calificación: "mi tío estuvo 15 años en YPF, trabajaba de boca de pozo y cuando apareció lo del retiro le dijeron que no le convenía. Después le llegó el despido en 1993 y le afectó mucho porque siempre había querido trabajar ahí y luego se tuvo que ir a Mendoza, donde le dijeron que había más posibilidades porque acá se tuvo que poner a trabajar de remisero"<sup>8</sup>, relata un hombre que vivió de cerca el proceso.

La gravedad de la situación no se limitó a la precarización laboral, que reorganizó la cotidianeidad de los sujetos y familias, en la que sucumbieron los

---

<sup>8</sup> Entrevista sin referencia exacta en Cabral Márquez, Daniel. "Entre la crisis del valor social del trabajo y la fragilidad de la identidad del trabajador: Cuenca del Golfo San Jorge", en Salvia, Agustín (compilador, 1999). "La Patagonia de los 90. Sectores que ganan sociedades que pierden". Buenos Aires, Editorial La Colmena. Pág. 105-106.

trabajadores y la rotación por distintos oficios cuasi improvisados, sino la pérdida de una estabilización laboral y sobretodo económica. Al darse este proceso bajaron notablemente los ingresos de cada familia que vieron perjudicados sus ideales en calidad de vida. Familias que tenían la tranquilidad de un empleo rentable pasaron a vivir ajustadamente y muchos hasta debieron empeñar pertenencias y hasta la propia casa o dejar sus alquileres imposibles de solventar. Muchos debieron mudarse a los nuevos barrios formados por viviendas estándar inscriptas en planes del gobierno provincial. Lo que se quería obtener, que en la época *ypefiana* se podía obtener, fue reemplazado por obtener lo que se pueda. “Cuando mi papá trabajaba en YPF nos podíamos comprar ropa más seguido, y ya estábamos acostumbradas... y con esto que pasó queríamos algo y no podíamos y nos teníamos que arreglar con lo que teníamos...”<sup>9</sup>, relata la hija de un ex operario de la empresa, entrevistada por Daniel Márquez.

La crisis que se vivió terminó con todo un marco laboral que generaba seguridades y certezas y que hizo emerger un nuevo escenario con cambio de mentalidad. Una población acostumbrada a las crisis en torno a su motor económico, el petróleo, forjó una mentalidad basada en el presente y el sobrevivir cómo se pueda y, si es posible, lo mejor que se pueda, frente a la incertidumbre del futuro. Y si bien hablamos de generaciones distintas, elementos que pertenecen a la memoria colectiva se van transmitiendo. De esta manera, la situación actual encuentra respuestas que no son extraídas sólo desde las lógicas del mercado, sino que se esconden en los procesos socioculturales históricos de la comunidad. Los jóvenes petroleros quizás encuentren hoy en el consumo, una forma de vivir el presente y aprovechar los beneficios de gozar actualmente de salarios altos. Pero desde otros sectores de la sociedad, se condena al consumo como traducción del “no ahorro”, por interpretarse como una despreocupación por consolidar un bienestar a largo plazo, que les permita soportar una posible crisis, como las que han afectado a la ciudad en épocas anteriores. Estas diferencias en las formas de pensar e interpretar la realidad comodorenses se ven reflejadas en los comentarios de los diarios que se encuentran expuestos entre las páginas 140 y 143.

### **Manchas que no se borran**

---

<sup>9</sup> Entrevista a hija de ex operario de YPF en diciembre de 1995, en *Ibid.* Pág. 106.

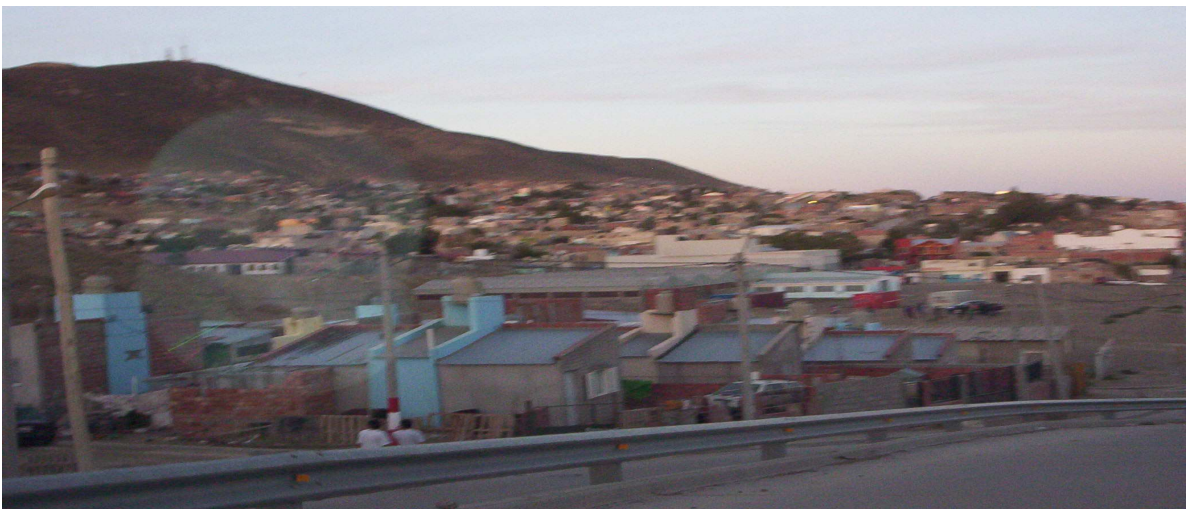




El barrio Máximo Abásolo, ubicado en las laderas del cerro Chenque, vive el contraste. En la foto se puede observar una vivienda en remodelación y ampliación, con dos camionetas estacionadas afuera.



Postal del barrio San Martín, ubicado entre el Máximo Abásolo y La Floresta.



Postal de los Barrios San Martín y La Floresta

Familias que durante los 90, habían vivido en la pobreza extrema, reclamando ante el Concejo Deliberante bolsones de comida, sumándose a las protestas, paros, huelgas y piquetes que acontecían a nivel nacional, pasaron en poco tiempo a formar parte del modelo productivo y del mercado laboral. Y no de una manera normal y paulatina, sino que muchos pasaron de estar desocupados o tener un ingreso mínimo a tener un básico mensual de más de tres mil pesos, sumado a los ingresos por viajes, horas extra, viandas, que llegan a triplicar ese básico, lo cuál es algo impensado en la actualidad en otras zonas del país.

Con el barril de crudo rondando entre los 64 y 70 dólares en los mercados internacionales, la ciudad comenzó a atravesar una etapa voraz, como no hubo quizás en casi medio siglo.<sup>10</sup>

En este proceso, muchos crecieron económicamente y donde más se notó es en aquel sector marginado durante la década anterior que pasó de vivir en la pobreza, soñando con cosas que nunca tendrían, a poder tenerlas, a través de un trabajo fijo y un sueldo cómodo, aunque éste rendiría mucho más en cualquier otra ciudad del país. En Comodoro los precios son muy altos y la ciudad se duplicó en menos de 5 años, en un tiempo demasiado corto para la capacidad de cambio de la ciudad, al punto que hoy se habla de casi 300 mil habitantes permanentes, aunque el gobernador de la provincia de Chubut, Mario Das Neves, rechaza esta cifra y la reemplaza por una mucho menor que asume un crecimiento sólo del 36% desde el 2001, cuando la población no superaba los 150 mil habitantes.<sup>11</sup> Aunque el gobernador nunca aceptó la realización de una nueva y necesaria medición –razón por la cuál no existen datos oficiales de este crecimiento-, el intendente de Comodoro, Martín Buzzi, afirma que en la ciudad viven actualmente 250 mil personas.<sup>12</sup>

Pero los años de neoliberalismo anclaron fuertemente en la sociedad de Comodoro. Entre 1998 y 2002 se vio lo que claramente tiene que ver con la desaparición de una serie de representaciones sociales que estructuraban la vida cotidiana de los habitantes de la ciudad (entre ellas la desaparición del trabajo como expectativa futura y segura, y el estudio como condición necesaria para conseguir empleo). Desestabilización que se produce en un contexto de desestructuración familiar,

---

<sup>10</sup> Nota en Clarín: El boom del petróleo (11/09/05).

<sup>11</sup> La cifra no es oficial. La versión de Das Neves fue afirmada en nota del Diario El Patagónico: “En total Chubut aumentó un 40%, según afirmó ayer Das Neves” (28/07/09).

<sup>12</sup> En diario El patagónico. Nota: Intendente Buzzi: “Cada joven al que le damos otra opción de vida significa un enorme éxito” (22/06/09).

falta de contención, pérdida de valores en el que la juventud debió formarse. (Von Storch, p. 14).

De esta manera. Si bien este fenómeno ocasionado por el boom petrolero influyó en todos los sectores sociales y etéreos, chocó con una estructura social que se encontraba en crisis desde hacía una década, donde la modificación de valores, la falta de educación y la precarización hicieron que muchos de los nuevos trabajadores no supieran cómo optimizar sus ganancias.

A su vez, los resultados sociales de la década anterior dejaron una ciudad endeble respecto a la unión de sus habitantes. Con la crisis del modelo neoliberal emergieron los cimientos de la hibridación cultural de todo el siglo XX y principios del XXI. Apareció con fuerza la diferenciación del “nosotros-ellos”: comodorenses (nacidos)-foráneos (sean nacionales o internacionales); no petroleros-petroleros; educados-ignorantes. Las cuestiones raciales se profundizaron y el lenguaje se impregnó de negación hacia el otro, impulsado a su vez por la heterogeneidad poblacional explicada en párrafos anteriores. Estas cuestiones persisten actualmente pese al florecimiento económico de la ciudad. Al trabajador petrolero, en muchas ocasiones se lo denigra moral y éticamente mediante un discurso que subestima y menosprecia: son “negros”, “petros”, “petrolitos”, “petrococ” y todos sus derivados. Y con más énfasis en aquellos que vinieron de otro lugar para trabajar. Muchos ven a este proceso de crecimiento, no como algo favorable para la ciudad, sino como una superpoblación de gente que no es oriunda de Comodoro. En el peor de los casos, son vistos como “mersas”<sup>13</sup>, una palabra utilizada despectivamente para aludir a personas que no son “bienvenidas en la sociedad”: se los acusa de venir a aprovechar un recurso que no les pertenece e impregnar a la ciudad de personas indeseables. La “inseguridad” emergente en los últimos años es atribuida por muchos a éste proceso de masividad que vive la ciudad, en el cuál se deduce que los robos, muertes, violaciones y demás delitos son ocasionados por quienes no son de la ciudad.

Por otro lado quiénes trabajan en la industria hidrocarburífera, defienden el proceso que produjo la reactivación económica en Comodoro, el cuál ha permitido a muchos pasar de sufrir la desocupación o precarización laboral a trabajar en una rama aparentemente (o ilusoriamente) estable y con buenos sueldos. La posibilidad de que alguien sin estudios universitarios y hasta en algunos casos sin secundario completo,

---

<sup>13</sup> Ver página 147: comentarios en los diarios.

pueda ganar más que alguien que se dedica a otra rama, incluso habiendo estudiado, genera un resentimiento social creciente (ver comentarios en página 146).

### **Jóvenes petroleros: nuevos ricos**

Cuando comienza a estabilizarse la ciudad, para los varones jóvenes, apenas salidos del secundario, la atracción de tener tanto dinero en la mano les cegaba la posibilidad de otra alternativa. Las empresas a su vez, buscan a los jóvenes porque tienen más vitalidad, resistencia y menos espíritu sindical. Tal fue así que la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, tuvo una deserción notable que se fue acentuando en los años posteriores, pues la mayoría de los jóvenes, sobre todo aquellos que provienen de los estratos sociales más bajas, prefieren aprovechar el presente y sus beneficios económicos. A la Universidad concurren aquellos que ya se encontraban en una posición económica mas o menos estable, antes de la crisis, o aquellos que ven en el futuro una posibilidad aún más promisorio con un título universitario, a la hora de conseguir trabajo. Por eso la carrera de ingeniería por ejemplo, es una de las más convocantes dentro del, cada vez más acotado, número de estudiantes.

En este panorama de abrupta mejoría económica, los “nuevos ricos” -concepto que será utilizado en referencia a los jóvenes petroleros- no sólo eran los que en otra época habían sido pobres. Los jóvenes también lo eran y más aún, en la mayoría de los casos, sin la obligación de mantener una familia ni una vivienda.

Las calles no dieron a basto con tantos autos, ni tampoco los terrenos y casas. La demanda aumentó destacadamente y la inflación se disparó ante la imposibilidad física de concretar ofertas a corto plazo.

Hoy Comodoro es la segunda ciudad del país con menos pobres y es la ciudad industrial con menor desocupación con el 2,5%<sup>14</sup>. La riqueza generada por el petróleo facilita el día a día en una región inhóspita de incesantes vientos helados y fue la apuesta de numerosas familias. Y se nota un boom paralelo al del petróleo: es llamativo el número de niños nacidos el último año o la cantidad de mujeres embarazadas que se ve por las calles. Como explica Marcio Rezende en un diario Nacional, La industria petrolera cambia lo cotidiano. Antes y después del horario comercial, faltan taxis y

---

<sup>14</sup> Dato extraído del diario Crónica de Comodoro Rivadavia. Nota: “En Chubut bajaron los índices de pobreza e indigencia” (24/05/08).

remises en la ciudad. Todos se dedican a llevar y a traer a los empleados del sector petrolero. En los diarios, los avisos de empleo se multiplican. Piden técnicos, supervisores, ingenieros, todos los días. El que quiera salir de noche sin reservar, difícilmente encontrará lugar en restaurantes, cafés o pubs que están siempre colmados. Las compañías aéreas mantienen cada vez más frecuencias de vuelos ante una demanda que no deja de crecer.

El precio elevado del crudo se evidencia en ostentaciones materiales. Diversas concesionarias en el barrio industrial exhiben los modelos más sofisticados. Las 4 x 4 desfilan por la ciudad. Es lo que comienza a denominarse movimiento nuevo rico. "Los sueldos petroleros son muy superiores a los de otros segmentos de la clase media tradicional. Con eso, gente que no tenía acceso a ciertos consumos y lugares, hoy adquiere nuevas costumbres. Hay un cambio en la conducta de la población. Es un auténtico movimiento 'nouveau riche' del petróleo".<sup>15</sup>

### **Introducción a la relación Petróleo-consumo**

La principal actividad donde se visualizan estas posibilidades es en el consumo. Un informe publicado por el diario El Cronista Comercial sostiene que en el contexto nacional, Chubut es la provincia que durante el primer cuatrimestre de 2009 registró más ventas en supermercados. Mientras el promedio de consumo por cada 1.000 habitantes chubutenses es de \$260, en el otro extremo de las estadísticas se encuentra Formosa con apenas \$2,7 por cada 1.000 habitantes. Incluso un 15% por encima de Capital Federal, donde la media registrada fue de \$223,5.<sup>16</sup>

Pero esta representación en torno al consumo no se puede ver sólo de manera lineal, por la apropiación de mercancías. Aquí se deben tener en cuenta las nociones de consumo por autores que han brindado un análisis nuevo para el contexto mundial y latinoamericano en el que se re-visionaron los conceptos, durante los últimos años del siglo XX.

Como teoriza Jean Baudrillard, es necesario analizar el consumo como un sistema de signos, un modo de decir donde actúan dos lógicas unidas entre sí: la de la

---

<sup>15</sup> Rezende, Marcio. "Comodoro Rivadavia: La vida al ritmo del petróleo", en Diario Clarín, domingo 04 de Febrero de 2007. Accedido el 5/10/08, URL:

<http://www.cesarherrera.com.ar/article.php?story=2007020611415870>

<sup>16</sup> En diario El Patagónico. Nota: "Un estudio confirma que en el sur del país se consume más que en el resto pero que los costos también son mayores" (10/07/09).

comunicación, ligada a este valor signo que poseen los objetos, bienes, mercancías, cada práctica de consumo inscriptas en un código que las dota de sentido. Y por otro lado, la lógica de la diferenciación, pues las mercancías implican valores de status jerárquico. Esta concepción binaria será desarrollada más adelante.

También Mary Douglas habla del doble papel de las mercancías: “como proporcionadoras de subsistencias y establecedores de las líneas de las relaciones sociales (...) el consumo de cualquier tipo de mercancías como una *práctica cultural* en tanto las mercancías ‘sirven para pensar’, para construir un universo inteligible”. (Douglas e Isherwood, 1979, p. 75).

Asimismo, García Canclini va a definir el consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini, 1999). Desde este lugar es que es necesario analizar el contexto en el que se realizan las prácticas de consumo en los jóvenes de Comodoro Rivadavia.

Jesús Martín Barbero también realiza un aporte a esta nueva mirada sobre el consumo, necesaria para el presente análisis. Ve al consumo como producción de sentido y advierte que “el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los *usos* que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales” (Barbero, 1987, p. 231).

Esta mirada de la sociedad a través del consumo, es el eje de la investigación.

En Comodoro Rivadavia, en relación al ejercicio laboral, si bien, las estadísticas dicen que no es un gran porcentaje de la población la se dedica al trabajo petrolero, toda la actividad económica gira en torno a ello, los comercios, los edificios públicos, los alquileres. Según datos del Sindicato de Petroleros Privados, 10 mil son los que se encuentran afiliados a él, que representa sólo al personal no jerárquico. Los jerárquicos se encuentran afiliados al Sindicato del Personal Jerárquico y Profesional del Petróleo y Gas Privado de la Patagonia Austral.

### **Consumo e inflación**

Los productos de los comercios están destinados al trabajador del petróleo, por eso los precios se mantienen altísimos. Comodoro hoy en día tiene casi pleno empleo, es la tercera ciudad más rica del país, después de Capital Federal y Río Grande (Ushuaia)

pero la calidad de vida también es una de las más caras del país. Los precios han aumentado considerablemente cada año. Los alquileres son muy elevados. Un departamento pequeño ubicado en el centro cuesta más de 1.500 pesos argentinos, mientras que hace cuatro años costaba entre 500 y 750 pesos<sup>17</sup>, y una casa en el centro, zonas aledañas o barrios residenciales, entre 2.500 y 3.000 pesos como mínimo. Comprar comida hecha requiere de un alto presupuesto: la docena de empanadas sale más de treinta pesos en la mayoría de las rotiserías, al igual que el pollo a las brasas que ronda entre cuarenta y cincuenta pesos. Comer en restaurante demanda entre 100 y 200 pesos por pareja. En el supermercado llenar el “changuito” supera los 300 pesos y depende de la calidad de alimentos que se consuman. La diferencia mayor respecto a otras provincias del país se encuentra en los productos frescos, principalmente lácteos, y la carne: el asado de tira cuesta alrededor de cuarenta pesos el kilo.

Estos precios se mantienen en alza por la demanda que exige cierto sector de la sociedad que puede acceder a ellos. El sueldo petrolero tiene un básico de \$3.000 como mínimo, según afirmó el Secretario Gremial del Sindicato de Petroleros Privados, Ángel Capurro. A eso se le suman los pagos extra ya especificados, por lo cuál el sueldo mínimo de un trabajador petrolero es de alrededor de \$7 mil.

Pero para quiénes no trabajan en el rubro, los precios elevados significan un problema con el que luchan todos los días. Si bien el empleo es casi pleno en la ciudad, la brecha es muy amplia entre quiénes trabajan en el petróleo, los profesionales y el resto de la sociedad que vive de la pesca, el comercio, la construcción o el sector público municipal, provincial y estatal, entre los más ocupados. Todos ellos sufrieron un deterioro salarial porque más allá de los aumentos, la inflación aumentó considerablemente, sin poder así paliarse la situación. Los costos de vida provincial oscilan entre los cuatro mil y los seis mil pesos.<sup>18</sup>

Entre los jóvenes, si uno circula por las principales calles de la ciudad o ingresa a las casas de muchos petroleros, es curioso observar la clase de consumo que adquieren, que poseen. Abundan los Peugeot 206 que es uno de los autos más costosos, y que se puede obtener por licitación. Comodoro aumentó un 470% el patentamiento de autos en 5 años y en 2008, el 47% de las patentes registradas en Chubut se realizaron en

---

<sup>17</sup> Nota en Clarín: “El boom del petróleo” (11/09/05).

<sup>18</sup> Dato obtenido del diario “El Patagónico”. Nota: Con una adhesión de alrededor del 50% se realizó en Comodoro Rivadavia el paro convocado por ATECH” (22/08/08)



Comodoro con 6.874.<sup>19</sup>; el plasma, el último celular que salió al mercado, home theater, dvd, cámaras digitales; mucha concurrencia a boliches, casinos y cabarets. Todos elementos que ocupan los primeros lugares en los consumos materiales adquiridos y que tienen una significación social muy fuerte. Representa el acceso a una clase, teniendo en cuenta que muchos de estos jóvenes pertenecieron a las clases más bajas de la población durante la década del 90.

Este ascenso social es representado a través del consumo, que como bien describen los autores, es centro de luchas de poder y símbolo de distinción (Bourdieu, 1988).

Sin embargo la crisis internacional impacta también en la economía comodorense por la baja en el precio del crudo. En este sentido, la ciudad también está sufriendo las consecuencias de la crisis estructural histórica. Después de más de diez años de la privatización de YPF, no se evidencia la articulación de una respuesta alternativa superadora de la monodependencia.<sup>20</sup> Con la crisis actual, el barril bajó de 150 dólares a 35 en su nivel más bajo, aunque luego subió casi hasta el doble sin alcanzar nunca el nivel más alto logrado en años anteriores. Esto ha ocasionado que varias empresas de servicios hayan “bajado” equipos, sobre todo los que hacen trabajos de perforación, pulling y terminación en referencia al pozo, puesto que las operadoras que demandan el servicio cada vez perforan menos porque económicamente no les conviene.

Existe una diferencia respecto al boom de los años 60', cuando YPF era la esencia de la industria y pieza fundamental del Estado y éste velaba por la seguridad laboral de los trabajadores: en la actualidad, con el nuevo “boom”, las empresas de capitales extranjeros responden a las fluctuaciones del mercado a nivel internacional, lo cuál le quita certeza al futuro laboral inmediato.

Ante esta dependencia y la realidad que emerge en cuanto a la explotación de un recurso no renovable, ya se han realizado estudios en el mar con resultados viables para que en poco tiempo comiencen a penetrar en la zona marítima en busca del oro negro. De todas maneras en la presente tesis me aboco a los años de crecimiento que van del 2003 al 2008, sin abarcar los efectos de la crisis que aún son inciertos y podrían

---

<sup>19</sup> En diario “El Patagónico”. Nota: Según datos de la Dirección Nacional de Registros Automotores, esta es la ciudad patagónica de mayores índices en la materia”. (09/12/08)

<sup>20</sup> Diario “El Patagónico” (18/08/03) en Lic. von Storch, María Victoria: Artículo “Análisis comparado de los impactos de las privatizaciones de Altos Hornos Zapla en Palpalá, Somisa en San Nicolás e YPF en Comodoro Rivadavia, a la luz de los cambios post convertibilidad”. CONICET - CEUR



perjudicar el tema principal de la investigación que refiere al consumo en los jóvenes que trabajan en las empresas petroleras en Comodoro Rivadavia.

# Capítulo 2

## Marco teórico

### Por qué analizar el consumo desde la comunicación

A principios de la década del 80, las transformaciones sociales, la crisis de los paradigmas en las ciencias sociales, las dictaduras en el continente, producen que desde estas ciencias se comience a dar un viraje en las miradas adoptadas hasta el momento. Así la antropología, la sociología, la psicología, y por supuesto la comunicación, comienzan a marcar nuevos pasos en la construcción de un nuevo campo de estudio que pueda volver a mirar lo popular, lo local, los procesos internos en sus respectivos contextos. Hasta ese momento, el análisis se remitía a cuestiones estructurales, o mejor dicho, problemáticas que, autores consagrados europeos que se retomaban en nuestro continente, tomaban como bibliografía global.

Los Cultural Studies, surgidos en Inglaterra y el pensamiento gramsciano, son las vertientes teóricas que nutren las investigaciones de recepción y el estudio cultural en América Latina para poder colocar a la cultura en el análisis principal de la vida cotidiana y de las relaciones humanas. A partir de esto, tiempo después se crea en América Latina la necesidad – y se dan las condiciones - de formar estudios culturales propios que reflejen ya no problemáticas globales, sino las vivencias locales, propias de los contextos latinoamericanos.

Los estudios de la Universidad de Birmingham en Inglaterra, cuyos principales representantes eran Stuart Hall y Raymond Williams tenían como objetivo central la revisión de la comunicación desde el plano subjetivo. Se interesaron por la vinculación entre los hombres y los procesos comunicacionales en la vida social, dando lugar a un nuevo enfoque que permite leer culturalmente a la sociedad desde los procesos de intercambio, a nivel cualitativo e interdisciplinario (Martín, Díaz, Navarro, p.13). Las reflexiones de Antonio Gramsci brindaron aportes fundamentales para que en ciencias sociales se comience a dar interés a la cultura popular al observar que el papel de la hegemonía no se da mediante una imposición desde el exterior sino que se produce a través de intereses que en alguna medida las clases subalternas reconocen como suyos. Es un hecho no sólo de fuerza sino también de apropiación del sentido. Los

investigadores de la recepción en América Latina han tomado esencialmente su trabajo sobre la hegemonía y sobre la capacidad de réplica de las culturas subalternas (Saintout, 1997, p.122).

De este modo, en el campo de la comunicación, un grupo de autores serán los encargados de embanderar este nuevo proceso de pensamiento de comunicación/cultura, de correr la mirada hacia los procesos socioculturales, lo que implica comenzar a mirar la comunicación desde la cultura. Esto no quiere decir “ver el papel de la comunicación en la cultura” sino tomar la relación comunicación/cultura como inseparables en su abordaje y construcción.

Jesús Martín Barbero, Nestor García Canclini, Héctor Schmucler y Armand Mattelart fueron algunos destacados que comenzaron a cuestionar e interpelar acerca de estos procesos, en la década de los 80'. Luego se sumarían los nuevos aportes a cargo de Guillermo Orozco Gómez, Mario Margullis, Rossana Reguillo, entre otros. Todos ellos intentarían problematizar y discutir los conceptos de acuerdo a la realidad latinoamericana. Modernidad, posmodernidad, consumo, jóvenes, clases sociales, identidades, ciudad, tiempo y espacio, serían los objetos más trabajados. Esto, por supuesto, sin desligarse de lo propuesto por autores de renombre, como Pierre Bourdieu, Michael Foucault, Jean Baudrillard, Berger y Luckman, Clifford Geertz, a partir de la década del 60'. Es decir, estudiosos de distintas disciplinas de las ciencias sociales que se encargaron de comenzar a problematizar los conceptos imbricados en la vida cotidiana, desde otra mirada.

Desde la antropología Geertz había ya roto con el esquema de la cultura tradicional, utilizada en la enseñanza primaria que hace referencia a un concepto abarcativo pero endeble, sin análisis. Lo que él llama “complejos de esquemas concretos de conducta”, es decir, costumbres, usanzas, tradiciones, conjunto de hábitos, para ampliarlo en la idea de “una serie de mecanismos de control que gobiernan la conducta, es decir, planes, recetas, instrucciones, reglas, de los cuáles el hombre es quién más depende de ellos. Para Geertz, la cultura no se construye cotidianamente sino que se nos es dada, pues el pensar no consiste en sucesos que ocurren en la cabeza por sí solos sino en un tráfico de símbolos significativos ya establecidos que incorporamos al nacer y que continúan existiendo con algunos agregados, sustracciones y alteraciones parciales a las que el hombre puede haber contribuido o no, después de su muerte. (Geertz, 1973, pp. 51-52)

Desde esta perspectiva hablará la Antropología en discusión con otras conceptualizaciones existentes. Pero los nuevos estudios culturales, si bien no descartarán las propuestas establecidas, profundizarán desde la comunicación en los distintos objetos de estudio ya no para ser diferenciados entre las distintas disciplinas sino para ser construidos y complejizados desde una mirada más amplia que abarque todos los elementos que interactúan en la sociedad. La comunicación vendrá a ocuparse de la cultura dentro de los nuevos contextos, siempre en relación con las distintas disciplinas de las ciencias sociales que también vivieron procesos de cambio similares.

La noción de cultura se entendió como un desplazamiento: “no como mera reproducción, reflejo de las condiciones materiales de existencia, sino también como producción, re-creación social del sentido” (Mattelart y Neveu, 2002, p. 14). En este sentido, desde la comunicación, la cultura va a ser pensada como un sistema de representación, producción, reproducción y reelaboración simbólica. Es decir todo ello que se nos es dado pero también las distintas condiciones en las que se nos es dado; qué hacemos luego con aquello que se nos es dado y con lo que no se nos es dado. Es decir no desde los “medios de producción”- aunque sin dejar de tenerlos en cuenta- sino desde las prácticas sociales en donde son los sujetos los que construyen los sentidos en su vida cotidiana. El paso será de los medios a las mediaciones, como profundizará Barbero (Barbero, 1987).

Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero tomarán las definiciones antropológicas como puntapié para ampliar el marco de estudio en las ciencias sociales, pues la cultura era el objeto tradicional de la antropología y representaba, como dice Barbero, un todo. “Para la sociología, al contrario, significaba sólo un especializado tipo de actividades y de objetos, de prácticas y productos pertenecientes al canon de las artes y las letras. La separación que instauraba aquella doble idea de cultura se ve emborronada, de una parte, por el movimiento creciente de especialización comunicativa de lo cultural, ahora organizado en un sistema de máquinas productoras de bienes simbólicos ajustados a sus ‘públicos consumidores’, y de otra parte, porque es la vida social toda la que deviene cultura” (Barbero, 1987, pp. 13-14).

En el mismo sentido, Canclini explica que para no aislar el concepto de cultura del resto de los conceptos, como han hecho todas las disciplinas focalizándose sólo en su objeto de estudio, “preferimos reducir el término cultura a la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir todas las

prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido” (Canclini, 1986, pp. 41-44). Es decir, la cultura no puede ser estudiada aisladamente porque es un proceso social de producción, y por tal, se va construyendo. Está determinada por lo social e inserta en todo hecho socioeconómico.

Esto se puede explicar concretamente al hacer referencia a cualquier situación cotidiana porque “cualquier práctica es simultáneamente económica y simbólica: a la vez que actuamos a través de ella nos la representamos atribuyéndole un significado. Comprar un vestido o viajar al trabajo, dos prácticas socioeconómicas habituales, están cargadas de sentido simbólico: el vestido o el medio de transporte – aparte de su valor de uso: cubrirnos, trasladarnos- significan nuestra pertenencia a una clase social según la tela y el diseño del vestido, si usamos un camión o un coche, de qué marca, etc. Las características de la ropa o del coche, comunican algo de nuestra inserción social, o del lugar al que aspiramos, de lo que queremos decir a otros al usarlo” (Canclini, 1986, pp. 41-44). Es decir, que todo lo que hacemos conlleva un universo simbólico determinado por lo económico y lo social. Por eso la cultura es un proceso que involucra todas las prácticas de producción, circulación y, por supuesto, consumo, al que los diferentes receptores le otorgan un significado distinto. Canclini propone analizar lo que el consumo tiene de cultura, desde la visión de los sujetos: “esto no existe, o se transforma, sino porque los hombres nos relacionamos y construimos significados en sociedad” (Canclini, 1995, p. 14). Esto quiere decir que no se puede mirar el consumo sólo desde la mirada del mercado y la publicidad, o sea las ventas, cuando los sujetos viven en sociedad y es allí donde no sólo se adquiere lo que se consume sino que circulan y se reproducen los modos de significación en la interacción cotidiana.

Si nos abocamos al tema central de esta tesis, podemos decir que en Comodoro Rivadavia, contexto del problema, la crítica hacia el fenómeno del consumo en los jóvenes petroleros parte de esta visión de omnipresencia del mercado que no sólo cubre todas las demandas sino que se encarga de generar nuevas. A la visión de omnipresencia del mercado se le asigna además la noción de que los sujetos pasivos se deslumbran con la cantidad de dinero que ganan trabajando en la industria y los encandila aún más, que todo lo que ofrece el mercado está al alcance de sus manos, situación que es aprovechada por las empresas de venta, principalmente de electrodomésticos. Con esta perspectiva reduccionista se obtiene una teoría sobre las intenciones del mercado pero que resulta incompleta. La crítica que se hace corresponde a uno de los 6 modelos propuestos por García Canclini, los cuáles serán

expuestos más adelante, para explicar las nociones de consumo. Se trata del modelo 1: “El consumo como lugar de reproducción de la fuerza del trabajo y de expansión de capital” que explica que las necesidades de los trabajadores se organizan según la estrategia mercantil de los grupos hegemónicos. La incitación a consumir y a consumir determinados objetos, el hecho de que cada tanto se los declare obsoletos y sean reemplazados por otros, se explican por la tendencia expansiva del capital que busca multiplicar sus ganancias, visión que conduce a una noción maquiavélica del consumo. Por eso en esta tesis se retoma la línea teórica de Canclini, quien explica que, en realidad, la dimensión cultural del consumo y las formas de apropiación y usos deben ser tan centrales en la investigación del consumo como las estrategias del mercado. Es decir, no sólo analizar el modo en que se compran las mercancías sino también el conocimiento de las operaciones con que los usuarios seleccionan y combinan los productos y los mensajes (Canclini, 1993, pp. 25-26). Ya no se puede continuar con la noción del mercado como industria cultural en la que la ideología del consumo es impuesta a los dominados. Es necesario situarse en la mirada de los propios sujetos y el sentido que le asignan a sus prácticas que nunca son ingenuas. Sus actos y apropiaciones son parte de la cultura, concepto que se aleja totalmente de su homología a la cuestión de capacidades, conocimiento y culto.

Para Canclini, “lo cultural abarca el conjunto de procesos a través de los cuales representamos e instruimos imaginariamente lo social, concebimos y gestionamos las relaciones con los otros, o sea las diferencias, ordenamos su dispersión y su inconmensurabilidad mediante una delimitación que fluctúa entre el orden que hace posible el funcionamiento de la sociedad (local y global) y los actores que la abren a lo posible” (Canclini, 2001, pp. 62-63)

Como ya se dijo, a fines de los 80 se comienzan a percibir un cambio en las formas de mirar los sucesos: la caída del muro de Berlín, el fin de las dictaduras, el fin de un tipo de estado, el estado benefactor y la implementación de un estado neoliberal<sup>21</sup>. En este contexto, las investigaciones en el campo de la comunicación, fueron modificadas tanto teórica como metodológicamente y es allí cuando va asomando esta relación comunicación/cultura en los estudios de comunicación surgidos a fines de la década de los 80 en América Latina. “La comunicación se tornó cuestión de

---

<sup>21</sup> Para un mejor acercamiento a las consecuencias del final del Estado Benefactor, ver Isuani, Aldo “El Estado de Bienestar argentino”, cátedra de la Facultad de Sociología de la UBA, en [http://www.catedras.fsoc.uba.ar/isuani/Isuani\\_EB\\_Argentino.pdf](http://www.catedras.fsoc.uba.ar/isuani/Isuani_EB_Argentino.pdf)

mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por lo tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para re-ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos” (Barbero, 1987, p. 28). Los modos de recepción en tanto procesos socioculturales van a constituir el nuevo foco de análisis.

Históricamente se unió el concepto cultura de masas con el rol que los medios de comunicación tuvieron y tienen en los individuos receptores. Dice Barbero que la perspectiva histórica que él esboza, “rompe con esa concepción y muestra que lo que sucede en la cultura cuando emergen las masas no es pensable sino en su articulación a las reeducaciones de la hegemonía, que, desde el siglo XIX, hacen de la cultura un espacio estratégico en la reconciliación de las clases y reabsorción de las diferencias sociales” (Barbero, 1987, p. 190).

El modelo de vida consumista y sus consecuencias fueron impulsados por su fundador: los Estados Unidos. Desde este país se propició “la vida a crédito, en deuda y sin ahorros, modo correcto y apropiado de conducir los asuntos humanos en todos los estratos, tanto en las políticas de vida individuales como en las políticas de Estado que ha sido ‘oficializado’ por la autoridad que tiene las más exitosas y maduras de las actuales sociedades de consumo. Los Estados Unidos de América, ostensiblemente la economía más poderosa del mundo, modelo a seguir por todos los habitantes del globo que busquen la versión consumada de una vida gratificante y placentera, está más endeudado que cualquier otro país en la historia” (Bauman, 2007, pp. 111-112)

La propuesta de la comunicación es explorar cómo podría cambiar la visión del consumo y de la ciudadanía si se les examinara conjuntamente, con instrumentos de la economía y la sociología política, pero también como procesos culturales y por tanto con los recursos de la antropología para tratar la diversidad y la multiculturalidad. Como explica Canclini, “la necesidad es trascender la disyuntiva entre una antropología replegada en la “autonomía” de los barrios y una sociología o estudios comunicacionales sólo capaces de hacer afirmaciones globales acerca de la ciudad y las industrias culturales” (Canclini, 1995, p. 35).

En este contexto fue necesario dar un viraje total en los estudios comunicacionales existentes que se comportaban más como un departamento de emergencia que como un aporte al análisis social necesario, que llegaría después en Latinoamérica, cuando sus principales filósofos decidieron tornar la mirada hacia el interior y desalinearse de las

teorías universales que subsistían hasta ese momento como la denominada “teoría hipodérmica”; “la teoría de la acción”, elaborada por la psicología conductista que privilegiaba lo observable y clasificable; la hegemonía investigativa y analítica del modelo estímulo/respuesta y sus derivaciones; el “modelo laswelliano”, la “teoría matemática de la información” de Shannon y Weaver y por supuesto los aportes de La escuela de Frankfurt (Rivera, 1997, p. 63). Todos ellos son necesarios para el análisis histórico de la evolución de los estudios de comunicación, pero ante la nueva realidad latinoamericana presentada en los 70/80, se hizo necesaria una reestructuración de la base desde donde se paraban los teóricos para analizar sus contextos.

En esta nueva corriente aparece “una línea que analiza y describe las interrelaciones del conjunto de las prácticas de una sociedad, a partir de un concepto de cultura como amalgama de significados, valores y prácticas sociales” (Rivera, 1997, p. 77). La realidad debe ser analizada desde otra óptica, desde la cultura dentro de los procesos sociales, con especial énfasis en los protagonistas de esos procesos, que emiten representaciones de sentido que surgen de abajo hacia arriba.

Como explica Barbero, “del lado de la comunicación, lo que hoy necesitamos pensar es un proceso en el que lo que está en juego ya no es la sublimación del arte simulando, en la figura de la industria cultural, su reconciliación con la vida, como pensaban los de Frankfurt, sino la emergencia de una razón comunicacional, cuyos dispositivos- la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibrida- agencian el devenir mercado de la sociedad. Intentamos pensar la hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad”. Como retoma de Benjamin, es necesario pensar lo popular en la cultura no como su negación, sino como experiencia y producción (Barbero, 1987, pp. 13 y 52).

Retomo esta teoría para comenzar a analizar el proceso de consumo en los jóvenes petroleros con este criterio de construcción y re-conocimiento, contrario a la visión que se le atribuye al fenómeno en Comodoro, por parte de quienes no pertenecen a la industria hidrocarburífera. En lugar de ver el consumo como despilfarro e incapacidad del sujeto para administrar sus bienes, debe ser entendido a partir de procesos socioculturales históricos presentes en el fenómeno, y analizado en cuando a la recepción y resignificación de esos procesos que explican el consumo.

Aníbal Ford dirá que “los nuevos escenarios de la globalización (en definitiva una metáfora) plantean nuevas cuestiones para la investigación, y no precisamente en términos mediáticos, aunque con frecuencia suelen estar más presentes en la producción



de la industria cultural que en la propia investigación sociocultural: los flujos migratorios, el desempleo estructural, las formas de violencia marginal, la fragmentación religiosa, la incertidumbre frente al futuro” (Ford, 1994).

La globalización instauró nuevas formas de acción y reflexión respecto a las identidades, pues borró las barreras entre lo propio y lo ajeno, camino que si bien había comenzado con la llamada “internacionalización” de la cultura, (concepto utilizado por Canclini) a través de la apertura geográfica de cada sociedad para incorporar bienes materiales y simbólicos de otros, la mayoría de los mensajes se generaban en la propia sociedad. Ante la crisis de lo nacional, la globalización provocó la visión de que “lo mejor” siempre viene de afuera y eso se apropia. La transnacionalización de las tecnologías y de la comercialización de bienes culturales disminuyó la importancia de los referentes tradicionales de identidad, que fueron reemplazados por otros, creando tendencias universales que tienen más que ver con la moda, la publicidad y los estilos que traspasan los límites nacionales y con ellos toda costumbre autóctona pierde peso y eficacia en la construcción de identidades. Aunque esto no quiere decir que sean eliminadas y no puedan persistir, sólo que ahora se nutren de elementos multiculturales y multicontextuales que se construyen y reconstruyen con “el otro”.

### **El consumo:**

Seguendo a Barbero, “salvo algunas excepciones, el análisis cultural es separado del análisis de las relaciones de poder. Ello mediante una concepción de la cultura que, aunque supera sin duda el idealismo aristocrático, permanece amarrada al idealismo liberal que desvincula la cultura del trabajo como espacios separados de la necesidad y del placer, y conduciéndola a un culturalismo que acaba reduciendo la sociedad a cultura y la cultura a consumo” (Barbero, 1987, p. 48).

El avance de la comunicación implicó superar las fundamentaciones de las distintas disciplinas de las ciencias sociales y en ella no sólo se incluyen las concepciones desde la mirada antropológica sino también las de la sociología y sus “desigualdades”. Ya no se pueden explicar los procesos socioeconómicos y socioculturales sólo desde la “extracción de la plusvalía” de Marx como forma de opresión al obrero. Dice Canclini que “su explotación se organiza y se sostiene sobre múltiples mecanismos de producción a veces no tan claros si los buscamos en la producción y no en el consumo, sólo en la desposesión de los medios productivos y no en su relación con el lenguaje, la salud o el sistema de creencias” (Canclini, 1986, p.

58). Es decir, el análisis del consumo desde las nuevas miradas está ligado a la cultura y, por ende, a la comunicación y no sólo desde los medios de producción como si el receptor fuera un simple alienado y no construyera un significado de todo lo que lo rodea.

El consumo, aparece emergente derivado de todos estos procesos. García Canclini define al consumo como **“el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”** (Canclini, 1995, p. 42). Es decir, no refiere al simple hecho de adquirir bienes y utilizarlos con el fin para el que han sido creados, sino que en esa adquisición, entran en juego elementos de la cultura aprehendidos cotidianamente y que influyen en cada posesión y utilización. Y dentro de este proceso también hay una función muy determinante del mercado, sus leyes y sus formas de llegar a los posibles consumidores, jugando un papel crucial dentro de la cultura de las sociedades actuales.

Mata aporta a esta visión diciendo que, el consumo sería una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir con lo cual este comienza “a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales” (Mata, 1997, p. 7).

Barbero advierte que “el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales” (Barbero, 1987, p. 231), y ampliará retomando a Mary Douglas que de lo que se trata “[...] es de indagar lo que la comunicación tiene de intercambio e interacción entre sujetos socialmente contruidos, y ubicados en condiciones que son, de parte y parte aunque asimétricamente, producidos y de producción, y por tanto espacio de poder, objeto de disputas, remodelaciones y luchas por la hegemonía” (Barbero, 1999).

Canclini propone 6 modelos para analizar el consumo en relación con otras nociones afines como recepción, apropiación, audiencias y usos.

Modelo 1: el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza del trabajo y la expansión del capital. Desde esta perspectiva, el capital, que se expande buscando multiplicar sus ganancias es el que organiza el consumo de los trabajadores mediante las estrategias de los grupos hegemónicos. Esta visión, es demasiado economicista. No

explica de manera completa el problema, ya que no atiende los mecanismos de selección y apropiación por parte de los consumidores.

Modelo 2: *el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social*. Esta mirada transforma la del modelo 1 porque pasa de una visión vertical a un escenario de disputas en cuanto a la demanda, por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo. Desde esta mirada, si bien se tiene en cuenta al consumidor, la sobreestimación del nivel de conflicto social corresponde a una categoría distinta a la que se analiza en esta tesis, en referencia a lo que está imbricado entre el consumo y la producción.

Modelo 3: *el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos*. El consumo es el lugar fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales. Las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza. Es decir la mirada desde los signos que transmiten los objetos. La desigualdad económica hace depender más a los sectores subalternos de lo material, a experimentarlo como necesidad y hasta como urgencia; pero su distancia respecto de los grupos hegemónicos se construye también por las diferencias simbólicas.

Modelo 4: *el consumo como sistema de integración y comunicación*. Si bien el consumo a veces separa, hay ciertos bienes simbólicos con los que se vinculan todas las clases, aunque la apropiación sea diversa. A través de las maneras en que nos vestimos nos presentamos a los demás, somos identificados y reconocidos, construimos el personaje que deseamos ser, transmitimos información sobre nosotros y sobre las relaciones que esperamos establecer con los demás.

Modelo 5: *el consumo como escenario de objetivación de los deseos*. El ejercicio del consumo se realiza en condiciones socioeconómicas particulares. El deseo es fundamental en el análisis del consumo más allá de tener en cuenta el papel insoslayable que juega la publicidad en los mensajes que se intercambian.

Modelo 6: *el consumo como proceso ritual*. Canclini retoma a Douglas y Isherwood en “El consumo sirve para pensar” para decir que los bienes son “accesorios rituales” pues lo que le da importancia es la simbolización que se le otorga y no el bien en sí mismo. De esta manera el consumo sería “un proceso ritual que tiene la función de darle sentido al flujo de los acontecimientos” (Canclini, 1993, pp. 24-32).

Abordaré la temática de esta tesis a partir del modelo 3 de Canclini: **el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos**. Cuando

hablamos de representaciones sociales en torno al consumo, hacemos referencia al sentido social que se impregna en el acto de consumir, en esos usos y apropiaciones de las mercancías, interpelados por procesos socioculturales particulares que cooperan a su entendimiento y explicación. Como dice De Certeau, “Mercancías ya no sólo como datos a partir de los cuáles establecer los cuadros estadísticos de su circulación o señalar los funcionamientos económicos de su difusión, sino como el repertorio con el cual los usuarios proceden a operaciones que les son propias” (De Certeau, 1990, p. 37).

Al apropiarse de mercancías, que se convierten en bienes, los sujetos eligen cuáles y de qué manera lo hacen. Este motivo nunca es azaroso ni desinteresado. Las personas inscriben en los actos cuestiones de su vida cotidiana y que influyen en las relaciones sociales. Inclusive cuando se habla de una elección por gusto personal, se esconde atrás de ello todo un orden de significaciones que Bourdieu llama *habitus*. “El gusto pertenece a un orden abstracto que conforma nuestros criterios y disposiciones hacia las cosas, y en este orden, se definen las relaciones diferentes e incluso antagónicas con la cultura, según las condiciones en que hemos adquirido nuestro capital cultural y los mercados en los que podemos obtener de él, un mayor provecho”. Este orden es el *habitus*, al que Bourdieu hace referencia, que es el conjunto de prácticas generadas por las condiciones de vida de los grupos sociales así como la forma en la que éstas prácticas vislumbran una relación concreta con la estructura social, esto es, el ‘espacio de los estilos de vida’ (Bourdieu, 1988, pp. 10 y 477). Los *habitus* están diferenciados pero también son diferenciadores, son operadores de distinción, “estructuras estructuradas, principios generadores de prácticas distintas y distintivas y estructuras estructurantes, esquemas clasificatorios, principios de clasificación, principios de visión y de división, de gustos, diferentes. Operan distinciones entre lo que es bueno y lo que es malo, entre lo que está bien y lo que está mal, entre lo que es distinguido y lo que es vulgar, etc. Así, por ejemplo, el mismo comportamiento o el mismo bien puede parecer distinguido a uno, pretencioso a otro, vulgar a un tercero” (Bourdieu, 2003, pp. 33-34).

El *habitus* opera en las relaciones sociales, en la forma en que nos comportamos en nuestra vida cotidiana, en nuestras elecciones, en nuestra forma de vernos y de ver a los demás. De esta manera, las prácticas diferencian a las personas y se traslada a las clases. Al ser la clase hegemónica dominante quién impone determinados estamentos de la cultura, todo lo que se diferencie de esta clase, será catalogado por ella no sólo como opuesto, sino que será clasificado de forma peyorativa. Cuando se comparten las

mismas posibilidades de obtener determinado bien, “el ethos económico, valor de uso, deja paso al ethos estamentario, valor de prestigio, como instrumento de autoafirmación de las capas superiores” (Wortman, 2004, p. 45). En el contexto de Comodoro, la forma de rechazo hacia los “nuevos ricos” se inscribe en este sistema de diferenciación de gustos, incluso el auto tuneado, el mejor celular o el champagne más caro, pasan de ser objetos de elite a productos de alcance para todo aquel que pueda pagarlo, lo cuál, para la clase dominante, desvaloriza el bien, transformándolo no sólo en un producto estándar sino también calificándolo como “grasa” o “de negros”. Es decir se vuelve vulgar por el hecho de estar asociado a un grupo de gente considerado de otra clase social por la elite dominante. Y aunque no todos los petroleros sean de origen humilde, tengan los mismos hábitos de consumo, o mantengan similares maneras de incorporación al consumo, la catalogación del grupo por parte de los no petroleros, como consumidor de determinados bienes convierte a todos los que trabajan en el petróleo en sujetos consumidores, a los productos que consumen en vulgares y a sus inversiones en despilfarro.

Tal como explica Bourdieu, “el espacio social se presenta bajo la forma de agentes provistos de propiedades diferentes y sistemáticamente ligadas entre sí: los que beben champagne se oponen a los que beben whisky, e infinitamente más que los que beben vino tinto. Estas propiedades, cuando son percibidas por agentes dotados de las categorías de percepción pertinentes funcionan, en la realidad misma de la vida social, como signos: las diferencias funcionan como signos distintivos, y como signos de distinción, positiva o negativa, y eso fuera mismo de toda intención de distinción, toda búsqueda de la conspicuous consumption (consumo visible)” (Bourdieu, 2004, pp. 135-136). Es decir que el mundo social se presenta según la lógica de la diferencia y funciona como un espacio simbólico donde éstas se afianzan en los diferentes estilos de vida de grupos de status.

El acto de consumo no se puede reducir al simple hecho en sí mismo. Baudrillard retomará los estudios de la lingüística como disciplina para denotar cómo el consumo actúa al igual que la lengua, es decir, como un sistema de signos. Este análisis permite incluir al consumo dentro de la comunicación y la cultura. El consumo como un modo de decir donde actúan dos lógicas unidas entre sí: la de la comunicación, ligada a este valor signo que poseen los objetos, bienes, mercancías, cada práctica de consumo inscriptas en un código que las dota de sentido. Y por otro lado, la lógica de la diferenciación que viene dada por el hecho de que las mercancías implican valores de

status jerárquico. Como explica Baudrillard, “el valor signo no sólo actúa como rejilla de clasificación social, lógica de la diferencia y la diferenciación social, sino que actúa, fundamentalmente, como motor del propio desarrollo del consumo. Necesita justamente afianzarse en la diferencia para cobrar sentido” (Baudrillard, 1974, p. 46).

De esta manera se vuelve a desligar al consumo de la lógica de las necesidades y deseos como función de los bienes. El sentido que se le otorga al consumo en la sociedad actual va más allá de eso y refiere a un fenómeno que no se agota y se renueva constantemente y debe ser entendido en conjunto en relación a todo el sistema de signos que interactúan. “La lógica del consumo no se deriva de la realidad de las necesidades ni de la fuerza o prioridad que tengan. Tampoco de la funcionalidad y utilidad de los objetos, sino de las aspiraciones simbólicas instituidas por el sistema de signos. Las necesidades no producen el consumo. El consumo es el que produce las necesidades. Por lo tanto un objeto de consumo es al mismo tiempo un útil (lógica de utilidad), una mercancía (lógica del mercado), un símbolo (lógica del don) y un signo (lógica del status). Pero el objeto de la sociedad de consumo es precisamente el que se define sólo por la última lógica” (Baudrillard, 1974, p. 34). La lógica de la diferenciación derivada del sistema de signos otorgados al consumo es el aporte fundamental de Baudrillard. La necesidad no es la de consumir en sí sino la búsqueda a través del objeto de distinguirse del resto, marcar una posición social o pretender alcanzarla y es en este fenómeno donde el círculo se hace interminable pues quién se cree poseedor de un status superior luchará para mantenerlo y sobretodo no ser alcanzado, ni invadido. Y el resto buscará escalar para no quedarse sin ser parte. Allí entra en juego no sólo la cuestión de clase sino la constitución de gustos para afianzarla: los bienes pasan a ser signos distintivos de lo “distinguido” y lo “vulgar” vinculado al significado de status. Pues hay un código de diferencias y valores de status sobre el cuál se sitúan las prácticas de consumo en su función comunicadora.

No se consume si no se muestra y cuando se muestra se está diciendo algo. Este es uno de los puntos fundamentales en el análisis de Zygmunt Bauman, en “Vida de consumo” (Bauman, 1997). El autor analiza el impacto de los nuevos productos adquiridos por los sujetos y advierte que “no se puede culpar a la tecnología de las prácticas” aunque sí no se puede negar la función histórica del capitalismo, para cuya definición retoma a Habermas, que es la de “transformar el capital y el trabajo en mercancía, en bienes de cambio (...) que llevó de una sociedad de productores a una sociedad de consumidores” (Bauman, 2007, pp. 19-20).

Se tomará la definición de Bauman de sociedad de consumidores o de consumo para pensar la sociedad comodorense y su implicancia con el sentido del consumo en los jóvenes petroleros: “la ‘sociedad de consumidores’ implica un tipo de sociedad que promueve, alienta o refuerza la elección de un estilo y una estrategia de vida consumista, y que desaprueba toda opción cultural alternativa; una sociedad en la cual amoldarse a los preceptos de la cultura del consumo y ceñirse estrictamente a ellos es, a todos los efectos prácticos, la única elección unánimemente aprobada: una opción viable y por lo tanto plausible, y un requisito de pertenencia.” (Bauman, 2007, pp. 77-78). Continúa Bauman diciendo que esta sociedad de consumidores se construye en base a tres reglas de mercado: “Primero, el destino final de todos los productos en venta es el de ser consumidores por compradores. Segundo, los compradores desearán comprar bienes de consumo si y sólo si ese promete la gratificación de sus deseos. Tercero, el precio que el cliente potencial en busca de gratificación está dispuesto a pagar por los productos en oferta dependerá de la credibilidad de esa promesa y de la intensidad de esos deseos (...). Consumir es invertir en todo aquellos que hace al ‘valor social’ y la autoestima individuales” (Bauman, 2007, pp. 24 y 83)..

Este análisis realizado por el autor polaco se enfoca en la sociedad inglesa y refleja la parte más económica de la relación entre productor-consumidor, cuestión que no se puede negar que sea así, descrito como una especie de contrato entre el consumidor que desea y el productor que cumple. Pero si sólo se analiza esta relación en el sentido estrictamente económico, se describe de forma efímera, tomando a los receptores como seres irracionales a la hora de consumir. El acto de apropiación de algo no es sólo material sino también simbólico y nunca es una acción en sí misma: el comprar por comprar. Y más aún en sociedades donde la mayoría de la población ha vivido la supremacía del mercado como espectador más que como protagonista, pues en épocas de gran porcentaje de desempleo, en Comodoro Rivadavia, los sectores populares no tenían acceso a determinados bienes que sólo podían ser alcanzados por aquellos que tenían dinero para poseerlos.

Cuando se habla de consumo, muchas veces se asocian a él las nociones de lujo y exceso que dan lugar a una concepción, más que errada, simplista e incompleta. El lujo y el exceso son dos miradas subjetivas, aunque construidas socialmente, de los gustos y de las formas de mostrar una imagen, una identidad. Pero lo que hay que observar es lo que se encuentra detrás de ellos: fuertes concepciones de clase que emergen de la visión dominante, que es la que subraya las diferencias entre quiénes merecen tener y quiénes

no y de ello derivan luego concepciones banales como las del buen o mal gusto, siempre legitimados por el sector dominante.

En relación a esto dice Canclini dice que “cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad, en que combinamos lo pragmático y lo disfrutable” (Canclini, 1995, p. 19). De esta manera no se puede realizar un análisis del consumo si no lo consideramos como un proceso en el que se producen sentidos, siendo como dice Mary Douglas, la parte visible de la cultura, donde se inserta nuestra forma de interpretar el mundo y hace que realicemos ciertos actos y no otros, frecuentemos determinados lugares, nos vistamos de una manera, es decir, establezcamos, a través del consumo, modelos de discriminación mediante los cuáles elegimos ciertos bienes y desechemos otros.

Muchas veces el sujeto consumidor busca “ser alguien”. Explica Bauman que “los que deben desaparecer de la imagen final del producto son los rastros de la compra y la venta de las armas utilizadas en la construcción de la identidad (esa manifestación pretendidamente pública del “yo” que no es otra cosa que el ‘simulacrum’ de Jean Baudrillard, que sustituye ‘representación’ por aquellos que se supone que representa)” (Bauman, 2007, p. 29).

Lo que produce la apropiación y posesión de bienes es una sensación de estabilidad, de seguridad y no sólo económica sino social, al menos desde lo simbólico. De hecho Bauman explica que el placer y el confort provocados por el mismo deseo de los bienes fueron el objetivo de la sociedad de productores y a eso apuntaron, a crear la sociedad de consumidores. Pero aún así, en la era moderna de la sociedad de productores se planificaba más a largo plazo y no con la intención de disfrutar de los bienes en el momento como se aprecia en la actualidad. La mentalidad era que “sólo las posesiones verdaderamente perdurables, resistentes e inmunes al tiempo podían ofrecer la tan ansiada seguridad” (Bauman, 2007, p. 49). En cambio en la sociedad posmoderna, a la que Bauman llama modernidad líquida, la sociedad de consumidores como la llama él, el disfrute se caracteriza por ser inmediato pues la necesidad de ocupar un lugar en la sociedad es el impulso para ello.

Para ser más concreto, Bauman realiza una distinción entre principios del siglo XX y la actualidad: “Antes el ‘consumismo ostentoso’ tenía un significado distinto al que tiene hoy. Consistía en una exhibición pública de la riqueza sólida y durable, y no en una demostración de la facilidad con que la riqueza ya adquirida puede



proporcionarnos placeres inmediatos y satisfacciones al instante, ya que podemos gustarla, digerirla y disfrutarla hasta el fondo, o disponer de ella como mejor nos parezca, destruirla o dilapidarla” (Bauman, 2007, p. 49).

En estos procesos es necesario destacar la injerencia de la propia modernidad, que se presentó como la salvadora de todas las desigualdades y que no hizo más que aumentar las barreras de diferenciación para que luego la globalización las legalice y permita el disfrute para unos y la mera observación para otros. La modernidad no cumplió con los sueños que tenía preparados. “El tema de la globalización como representación cultural impregna las prácticas sociales, las decisiones personales, los usos del tiempo, las formas de consumo, los viajes, las vacaciones, etc.” (Wortman, 2004, p. 18).

De esta manera, ¿cómo el ser humano y social no luchará cotidianamente para ser protagonista y no espectador? Si el derecho de poseer queda reducido a las elites, éstas son las que deciden qué es lo que se produce y cómo circula y se usa determinado bien. El resto buscará o ser parte de ello o cambiar dicha “ley”. Diría Canclini, buscará ser ciudadano (Canclini, 1995) y para ello el mercado hoy se presenta como la puerta de acceso.

Por otro lado, si el consumo se analiza actualmente como un círculo que gira y se renueva constantemente, no es porque cada vez hay más consumidores, sino por la exigencia que inculcó el mercado de renovar los productos prácticamente al mismo tiempo de su salida al mercado, proceso cada vez más vertiginoso. (Bauman, 2007). De esta manera no sólo hay que analizar la apropiación sino el posterior desecho de los bienes para su reemplazo por otros nuevos. La teoría de Bauman está inmersa en las sociedades europeas, más precisamente en Inglaterra, lo cuál parece no coincidir con el contexto argentino/latinoamericano, pero en el caso tratado en esta tesis, veremos como coinciden ciertas prácticas y modos de consumir, aunque el análisis contextual pueda variar. Es interesante lo que dice Bauman sobre la sociedad de consumidores: “Es cierto que la vida ‘ahorista’ de los habitantes de la era consumista, el motivo del apuro radica en el apremio por adquirir y acumular. Pero la razón más imperiosa, la que convierte ese apremio en una urgencia, es la necesidad de eliminar y reemplazar (...). La búsqueda de la felicidad pasa de estar enfocada en producir cosas o apropiárselas para enfocarse en su eliminación (...). Si la urgente necesidad de adquirir y poseer no se complementase con la de eliminar y descartar, se transformaría en un problema de almacenamiento a futuro” (Bauman, 2007 pp. 57-58) Pero a su vez, la intención del mercado de generar

objetos deseables es lo que provoca este fenómeno de recambio constante. También el modelo 1 aportado por Canclini tiene relación con ello. Según él “la incitación publicitaria a consumir determinados objetos, el hecho de que cada tanto se los declare obsoletos y sean reemplazados por otros, se explican por la tendencia expansiva del capital que busca multiplicar sus ganancias” (Canclini, 1993, p. 25).

De todas maneras, como explica Barbero, “el mercado no puede sedimentar tradiciones ya que todo lo que produce se evapora en el aire dada su tendencia estructural a una obsolescencia acelerada y generalizada, no sólo de las cosas sino también de las formas y las instituciones” (Barbero, 1987, p.15). Esta es la visión que aporta el autor acerca del mercado, pero la cuál complementa con su análisis sobre su implicancia en las relaciones sociales, diciendo que “el mercado no puede crear vínculos societales, esto es entre sujetos, pues éstos se constituyen en procesos de comunicación de sentido. La socialización se genera en la trama de las relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse, que es a la vez el lugar anclaje de la praxis comunicativa, y el resultado de los modos y usos colectivos de comunicación y de sus relaciones con el poder. En este proceso las matrices culturales activan y moldean los hábitos que conforman las diversas competencias de recepción” (Barbero, 1987, p. 15). Y si esto se analiza desde el lado de los sujetos, en este caso, jóvenes petroleros de Comodoro Rivadavia, que siempre buscaron satisfacer necesidades pues el deseo estaba lejos de su alcance, ante la mínima posibilidad de cambiar ese rumbo, la necesidad pasa a ser algo no basto, que será suplantado por lo deseado, que define identidades. Las identidades actuales se configuran por el consumo porque dependen de lo que uno posee o pueda llegar a poseer. Pero el sentido de los bienes no se lo aporta el mercado, sino los propios sujetos en un sistema de comunicación. Los límites del mercado los componen los distintos tipos de recepción.

A su vez, es importante destacar el doble papel de los bienes al que hace referencia Mary Douglas. Por un lado es necesario ver a las mercancías como proporcionadoras de subsistencias, en un sentido socioeconómico, pero también como establecedoras de las líneas de las relaciones sociales, en un sentido sociocultural. Los bienes “sirven para establecer y mantener relaciones sociales” (Douglas e Isherwood, 1979, p. 75). Si no fuera así, no se explicaría el uso cultural de los regalos para las personas que apreciamos. En el consumo de los jóvenes petroleros de Comodoro Rivadavia, está muy presente esta necesidad. El consumo es un acto social en el que interviene los deseos personales pero también el uso para fomentar una relación con otra

persona, sea familiar, amigo, novia o alguien a quien de alguna manera necesitan demostrar cariño o interés y encuentran en los obsequios la forma más eficaz. El consumo es una forma de afianzar las relaciones sociales, aún cuando se trate de lazos inquebrantables, como el caso de Fernando, un petrolero de 23 años: “Gasto en regalos para mis hermanos. Le compré un cuatriciclo a mi hermano y una batería de música a mi hermana. Por ahí gustos que tenía de ‘pendejo’, ahora se los doy a mis hermanos”.

Aunque Bauman afirme que la sensación de ser feliz crece a medida que se incrementan los ingresos sólo hasta determinado umbral que es el de las necesidades básicas (Bauman, 2007, p. 69), esta perspectiva trasladada al contexto que analizo se discute. Con esta teoría pareciera que la gente no consume todo lo que consume porque le causa felicidad sino porque la propia sociedad de productores y su posterior, de consumidores, le crea la necesidad de consumir para que el ciclo siga funcionando. Es decir que el consumo, más allá de las necesidades básicas, aparece como un deseo impuesto, alienado del sujeto.

Esta postura se debe analizar de manera crítica, pues no puede asegurarse que en todas las sociedades el “consumismo” sea producido por un deseo impuesto, sino que si bien el mercado tiene su cuota fuerte de valor en este proceso, la recepción del sujeto es distinta en todos los casos y tiene que ver con los procesos socioculturales de los que hablamos. No se puede afirmar con tanta convicción que la felicidad es una especie de ilusión óptica creada por el mercado, cuando en una sociedad, los conflictos de clase enclavan profundamente en la apropiación y recepción de bienes que se transforman en simbólicos y dichos conflictos derivan de las relaciones de mercado. Esto ocurre mucho más en las sociedades en vías de desarrollo que en las occidentales, como la inglesa, analizada por Bauman, en donde el acceso es más igualitario. Las diferencias se acentúan más en los gustos que se imponen como símbolos de distinción que en las posibilidades de acceso de una clase social u otra, pues estas diferencias no emergen de forma tan marcada como en los países más endeblés económicamente.

Habría que situarse sobre las relaciones de fuerza que constituyen la estructura del espacio social en busca de legitimación. “La legitimación del orden social no es el producto, como algunos creen, de una acción deliberadamente orientada de propaganda o de imposición simbólica; resulta del hecho de que los agentes aplican a las estructuras objetivas del mundo social, estructuras de percepción y de apreciación que salen de esas estructuras objetivas y tienden por eso mismo a percibir el mundo como evidente (...). Las clasificaciones sociales a través de oposiciones dualistas, organizan la percepción

del mundo social y, en ciertas condiciones, pueden organizar realmente el mundo mismo” (Bourdieu, 2004, pp. 138-140). Estas son condiciones que ya están dadas, pues son producto de luchas anteriores que establecieron un poder simbólico a unos y no a otros. Aquí surgieron las divisiones sociales donde se impuso la visión de la clase dominante sobre el resto. Son aquellos que tienen el capital simbólico, y con ello, el poder de imponer su visión de mundo y legitimarla. De ahí en más, todos los intentos de la clase dominada por ejercer un papel protagónico, sea como contrahegemonía o como búsqueda de ascenso en las luchas de poder, serán rechazados y limitados.

Volviendo algunos párrafos atrás, si bien es cierto, que se produciría un grave estancamiento en la economía si el consumo no cumpliera el ciclo que cumple, el análisis sobre la apropiación de bienes y su recambio debe abarcar elementos específicos de cada sociedad y no englobar el fenómeno como algo universal, como lo describe Bauman, cuando en realidad está estudiado que el consumidor le aplica un sentido a su consumo que tiene que ver con profundos procesos socioculturales.

Lo que sí está en manos de los productores es la necesidad de buscar satisfacciones constantes “satisfacer cada necesidad/deseo/apetito de modo tal que sólo puedan dar a luz nuevas necesidades/deseos/apetitos. Lo que comienza como un esfuerzo por cubrir una necesidad debe conducir a la compulsión o a la adicción. Y es allí donde conduce, pues la necesidad urgente de buscar la solución a los problemas y el alivio de los males y angustias en los centros comerciales” (Bauman, 2007, p. 70). Es decir que la verdadera intención del mercado no es estimular las necesidades, que ya se encuentran en los sujetos, sino transformar esas necesidades en adicciones. En cambio desde el lado del consumidor, “la principal atracción de la vida de consumo es la oferta de una multitud de nuevos comienzos y resurrecciones (oportunidades de ‘volver a nacer’)” (Bauman, 2007, p. 74). El consumo simboliza esta necesidad y posterior satisfacción de sentir el ascenso social o la confirmación de un status.

Bauman retomará a Mary Douglas quien dice que “mientras no sepamos por qué y para qué la gente necesita lujos (vale decir, bienes más allá de lo indispensable para la supervivencia) no estaremos tratando los problemas de la desigualdad ni remotamente en serio” (Douglas, 1988, p. 47).

### **Problemática sobre el concepto de clase:**

Dice Bauman que “hoy, la capacidad como consumidor, no como productor, es principalmente la que define el estatus de un ciudadano” (Bauman, 2007, p. 113).

La hegemonía ha jugado un papel preponderante en la división de clases que agudizó las distancias entre unas y otras y profundizó el afán de pertenencia a una clase y de ascenso social.

Esta concepción del rol de la hegemonía deviene de las épocas burguesas en las que comenzó la división de clases, como tales. “Mucho antes que la Antropología se hiciera disciplina científica, la burguesía puso en marcha la “operación antropológica”, mediante la cuál su mundo se convirtió en el mundo y su cultura en la cultura. La idea de cultura va a permitirle a la burguesía escindir la historia y las prácticas sociales (moderno/atrasado, noble/vulgar) y al mismo tiempo reconciliar las diferencias, incluidas las de clase, de una sola cultura para todos” (Barbero, 1987, p. 123-124).

Aquí surgirán las marcadas diferencias societarias que se traducirán en “clases sociales”. Thompson define clase social como un modo de experimentar la existencia social y no un recorte casi matemático en la relación a los medios de producción. “La clase aparece cuando algunos hombres, como resultado de experiencias comunes (heredadas o compartidas) sienten y articulan la identidad de sus intereses entre ellos y contra otros hombres cuyos intereses son diferentes (y corrientemente opuestos) a los suyos” (Thompson, 1977, Vol.I, p.8). Agrega Barbero que clase es una categoría histórica más que económica. La clase ya no viste desde el modelo marxista anclado en las relaciones de producción y un sujeto alienado, ni desde la sociología funcionalista que estratifica a las clases según salarios o tipo de trabajos. (Barbero 1987, p. 96). Las clases no son entidades separadas que se ven como enemigas y comienzan a luchar sino que los sujetos se encuentran en una sociedad que ya está estructurada, en la cuál identifican sus propios puntos de interés por los cuáles luchan y recién allí se descubren como clase. (Thompson, 1984, p.37)

Pero la hegemonía directamente guiada hacia los receptores emergentes pasivos fue una innovación del siglo XX. Explica Barbero que “al final de la Primera Guerra Mundial, Estados Unidos entra en una era de formidable prosperidad económica en los años veinte. La combinación de progreso tecnológico con abundancia de créditos hace posible la producción masiva de una buena cantidad de utensilios abaratando su costo y abriendo las compuertas del consumo a las masas, inaugurando el ‘consumo de masa’. Pero el consumo requerido por la nueva estructura de la producción no era un hábito social antes. Por el contrario, se enfrentaba a la mentalidad de unas masas en gran parte sólo recientemente urbanizadas, y para las que la compulsión primaria era la tendencia al ahorro. El sistema requirió entonces educar a las masas en el consumo (...) La mejor

expresión de la manera como el consumo se hizo elemento de cultura se haya en el cambio radical que sufre la publicidad de esos años, su invadirlo todo transformando la comunicación entera en persuasión. Dejando de informar acerca del producto, la publicidad se dedica a informar los objetos dando forma a la demanda, cuya materia prima van dejando de ser las necesidades y pasan a ser los deseos, las ambiciones y frustraciones de los sujetos. El proceso de secularización iniciado siglos atrás, sólo ahora le llega verdaderamente a las masas: cuando el ideal de la salvación se convierta en el de bienestar, esa figura objetiva de la felicidad, ya que es la única comprobable y medible en objetos” (Barbero, 1987, pp. 192-193). Esta visión es apoyada por Wortman, quién dice que “tanto la nueva dinámica del trabajo como los valores promovidos por la nueva cultura comercial, estimulan valores de consumo e inmediatez. Valores como ahorro, educación, movilidad social, fueron reemplazados por otros como consumo, formación, permanencia social” (Wortman, 2004, p. 31).

En la sociedad comodorense, la realidad se adapta a este fenómeno del “hoy y ya” a través del consumo pero la causalidad no sólo remite a la sociedad de consumo impulsada en los últimos años, sino que refiere a características propias de la ciudad en relación a las crisis que ha sufrido la industria petrolera, motor económico, durante varios períodos del siglo XX que han impulsado una sociedad descreída del futuro y la estabilidad que, en consecuencia opta por aprovechar el momento en el que puede cumplir sus deseos, sin espera. A su vez, la explotación del trabajo en la industria con un sistema de producción similar al toyotismo que busca una identificación total del obrero con la empresa y un compromiso constante con el trabajo que se vuelve esquemático y genera una presión que absorbe al trabajador. El toyotismo la formación de “el mundo de la empresa”, “fórmula que sirvió para trasladar la competencia interempresa a la competencia-rivalidad entre los obreros. Por esta razón los obreros están forzados a compartir la suerte de la empresa”<sup>22</sup>. Si la empresa no obtiene ganancias, comienza con suprimir el personal, mentalidad que se encuentra instalada en los obreros y que les crea la necesidad de competencia para superar a sus compañeros y superarse él mismo y se traslada a todos los aspectos de sus vidas, incluso en la inversión de su tiempo libre. El trabajo de explotación genera un cambio en el carácter mismo de las personas, lo que Richard Sennett llama la “corrosión del carácter” y

---

<sup>22</sup> Albarello, María Florencia. Artículo publicado en la página del Observatorio de Conflicto: <http://www.nodo50.org/observatorio/>. “La experiencia Toyota”.

provoca la aparición de aspectos a los que el trabajador termina adherido, como la competencia en todos los ámbitos, que se traslada al mismo consumo.

Todo esto sucede con gran parte de quienes trabajan en empresas dependientes del petróleo y no sólo jóvenes y son los aspectos que conforman la base de las causas del consumo.

La mirada del “no ahorro” es visto de forma negativa por el resto de la población, aquellos que no trabajan en la rama o que sí lo hacen pero conllevan una cultura del ahorro previa desde la escuela o la cada familiar. La incapacidad de ahorro es resumida en palabras como un gasto desmedido en consumos materiales efímeros, que contribuyen a afianzar las diferencias entre “nosotros-ellos”.

Bauman, hablando de la sociedad de consumidores, dirá que “tamaño empresa sólo fue posible gracias a la anexión o colonización, por parte del mercado de consumo, de ese espacio que separa a los individuos, ese espacio donde se anudan los lazos que reúnen a los seres humanos y donde se alzan las barreras que los separan” (Bauman, 2007, p. 24). El origen de esta sociedad de consumo deviene del propio sistema, cuya ideología capitalista “se torna vertebradora de un discurso de masa, que tiene por función hacer soñar a los pobres el mismo sueño de los ricos” (Barbero, 1987, p. 226), en un mundo en el que las posibilidades de acceso son extremadamente desiguales.

Los países latinoamericanos fueron ejes depositarios de esta ideología, creando un universo de fantasía similar a un oasis, provocando la sensación de que todo lo que se quiere está al alcance de la mano, pero al momento del acceso, sólo queda la apropiación real para algunos, y sólo la ilusión para el resto. Este sistema tocó fondo durante la década de políticas neoliberales, en la cuál emergió la realidad del sistema a flor de piel, cuando se abrieron las ventanas oscuras que mucho no quisieron mirar y se vislumbró la pobreza extrema generada en gran parte de las poblaciones.

En Comodoro Rivadavia, la dependencia de un generador económico intermitente como la industria petrolera, provocó que en su decadencia, la ciudad se convirtiera en la de mayor índice de desocupación del país, aumentando las barreras en el acceso a posibilidades, traducidas en conflictos de clase. De esta manera, cuando la economía se reactiva y la industria generadora de empleo y riqueza renueva las esperanzas, el “sueño para todos” propiciado por la ideología capitalista se vuelve real en cuanto a las posibilidades. Este sistema se afianza aún más con la globalización que “se presenta como un conjunto de procesos de homogeneización y, a la vez, de fraccionamiento

articulado del mundo, que reordenan las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas” (Canclini, 2001, p. 49).

La idea de la diferenciación social está históricamente ligada al consumo, convirtiéndose ese espacio en un lugar al que todos quieren acceder en busca del status, el ascenso social, el ser incluido. Esta idea le otorga sentido a la sed de apropiación del consumidor, siendo alguien que le agrega significación a su consumo y no una simple marioneta alienada al mercado capitalista. Bauman continúa observando las apreciaciones que los intelectuales han hecho históricamente con estos sujetos. Sin negar que la soberanía del sujeto consumidor está en duda, aún así expresa que “la imagen de los consumidores que ofrecen las descripciones académicas de la vida de consumo los muestra dentro de un espectro que oscila entre considerarlos ‘dopados o tarados culturales’ o ‘héroes de la modernidad’. En un extremo los consumidores son tratados como cualquier cosa salvo como entes soberanos y en el otro extremo la apariencia del consumidor parece englobar la suma de las virtudes que la modernidad prohíja y encomia: racionalidad, sólida autonomía, inquebrantable capacidad de decisión y autoafirmación. (...). Lo que singulariza a la sociedad de consumidores de otros tipos de sociedad es justamente que las divisiones son borrosas y finalmente terminan por borrarse” (Don Slater, 1997).

En esta tesis se discutirá si esto último es realmente así, si dichas divisiones terminan por borrarse estando todos inmersos en una sociedad de consumo, cuando en realidad, el consumo simboliza status pero la cultura occidental ha implantado sus propios estereotipos de poder, marcando diferencias insoslayables entre los sujetos. Entonces, si bien para el mercado, todos los sujetos son iguales y bienvenidos, la realidad cotidiana encuentra otras profundidades sociales, intrínsecas que no se terminan con el ingreso al mercado, sino que, y más aún, acrecientan las distancias entre sujetos. Paralelamente esto “se refuerza” en el sentido de que el consumo es simbólico. En Comodoro Rivadavia, determinados elementos que adquieren un valor “extraordinario” como un (televisor) LSD para determinados grupos de “petroleros”, por ejemplo, refuerzan su estigmatización como grupo social “consumista” por otros pertenecientes a profesionales, clases medias o la misma burguesía local.

Bauman retoma a Russell Belk para decir que “los pobres son forzados a una situación en la que tienen que gastar más del poco dinero en objetos de consumo inútiles que en necesidades básicas para no caer en la humillación social más absoluta y convertirse en el hazmerreír de los otros” (Bauman, 2007, p. 81). En este sentido “se



bombardea a consumidores de ambos sexos, de todas las edades y extracciones, con recomendaciones acerca de la importancia de equiparse con éste o aquel producto comercial si es que pretenden obtener y conservar la posición social que desean, cumplir con sus obligaciones sociales y proteger su autoestima, y que a la vez se los reconozca por hacerlo” (Bauman, 2007, p. 81).

Las elecciones provocan clasificaciones de nosotros mismos y de los demás. Cuando Bourdieu hace referencia a *habitus*, al gusto, los reconoce como ‘sistema de esquemas de clasificación’. Dice que “el gusto es objetivamente referido a una condición social, a través de los condicionamientos sociales que lo han producido: los agentes se clasifican ellos mismos, se exponen ellos mismos a la clasificación, al elegir, conforme a sus gustos, diferentes atributos, vestimenta, alimentos, bebidas, deportes, amigos, que quedan bien juntos y que les quedan bien, o más exactamente, que convienen a su posición. Con más exactitud: al elegir, en el espacio de los bienes y de los servicios disponibles, los bienes que ocupan una posición homóloga en este espacio a la posición que ocupan en el espacio social. Así a través del *habitus*, tenemos un mundo de sentido común, un mundo social que parece evidente” (Bourdieu, 2004, pp. 134-135). Es por eso que emitimos juicios clasificatorios sobre la gente y nos diferenciamos de ellos o pretendemos acercarnos a través de las elecciones a determinado espacio social.

De esta manera, los que se encuentran en una posición inferior en la estructura social determinada no sólo económicamente, sino también socialmente, buscarán mejorar su status, y las clases que se encuentran más arriba en esta escala, buscarán lo mismo para diferenciarse de quiénes buscan parecerse a ellos en algún punto. En el problema planteado en esta tesis, estas cuestiones irrumpen desde la nueva estructura social en conflicto con la estructura de base que jerarquiza las clases. Es decir, cuando luego de varios años de fragmentación social producida por la crisis económica, se produce la reactivación de la producción petrolera y surge una amplia inserción laboral en la rama y, por ende, en otros rubros, las barreras económicas que separaban a las clases comienzan a borrarse. Pero lo que no se borran son las barreras sociales, que mantienen la necesidad de separación en la sociedad, esta vez reflejada en la división “petroleros-no petroleros”, y en donde la concepción de *habitus* emerge para resaltar esta diferencia.

Para los “nuevos ricos”, este reconocimiento opera como impulso a la hora del consumo. La búsqueda de ser alguien, de obtener un lugar en la sociedad, se traduce en

tener un lugar en la sociedad de consumidores porque desde allí es desde dónde el resto mira, pues no somos sino lo que los demás ven en nosotros, como destaca Michel Maffesoli: “soy quien soy porque los otros me reconocen como tal, mientras que la vida social empírica no es más que la expresión de sentimientos de pertenencias sucesivas” (Maffesoli, 2000). Ante esto dice Bauman que “la alternativa es una sucesión de rechazos, la exclusión definitiva o el camino por no haber sabido abrirse camino, por la fuerza o la argumentación, hasta el reconocimiento. Es necesario recordar, sin embargo, que en una sociedad de consumidores, donde los vínculos humanos tienden a estar mediados por el mercado del consumo, el sentimiento de pertenencia no se alcanza siguiendo los procedimientos administrados y supervisados por el ‘pelotón de la moda’ que el aspirante espera integrar, sino por la identificación metonímica del propio aspirante con ese ‘pelotón’” (Bauman, 2007, pp. 115-116)

Bauman ampliará sobre esto que “la amenaza al ostracismo y el miedo a la exclusión también se ciernen sobre aquellos que están satisfechos con la identidad que poseen y que se conforman con aquello que ‘los otros que importan’ piensan que ellos son. La Cultura consumista se caracteriza por la presión constante de ser alguien más (...) y esto se traduce en la asombrosa proeza de olvidar el pasado. Todo se reduce a un único pero verdaderamente milagroso cambio de la condición humana: la posibilidad, recientemente inventada de ‘nacer de nuevo’” (Bauman, 2007, pp. 137-138). Bauman llama a esto el salir de la “infraclass” pues “en una sociedad de consumidores la gente de la infraclass no tiene ningún valor de mercado, son hombres y mujeres no comercializables, y su capacidad de alcanzar el status de producto coincide con y deriva del hecho de su incapacidad para abocarse de lleno a la tarea de consumir (...) Ante todo, los pobres de hoy no son los desempleados, sino los ‘no consumidores’” (Bauman, 2007, pp. 168 y 170). Por ello la búsqueda de ascenso a través del consumo. El estar incluido o excluido es un límite determinado por la sociedad de productores y recepcionado y llevado a la práctica por la sociedad de consumidores. Pero aquellos que han vivido en este límite, en la búsqueda de pasar la frontera de la dignidad, llevan consigo todo su proceso sociocultural recorrido y que los ha impregnado. Y esto se ve en las conductas deslizadas una vez inmersos en la sociedad de consumo: la obsesión por la obtención de bienes como si ese “mundo feliz” pudiera acabar en cualquier momento. Por eso Bauman retoma a Edward Banfield para decir que “el individuo de clase baja vive el día a día [...]. Su conducta está gobernada por sus impulsos, ya sea porque no puede someterse a sacrificar el presente en pos de una satisfacción futura o

porque no tiene sentido del futuro en absoluto. Es por lo tanto radicalmente imprevisor, y considera despreciable todo aquello que no puede consumir de inmediato” (Banfield, 1968, pp. 34-35).

Pierre Bourdieu dijo hace ya dos décadas que “la coerción ha sido ampliamente reemplazada por la estimulación; los patrones de conducta obligatorios, por la seducción; la vigilancia de comportamiento, por las relaciones públicas y la publicidad, y la regulación normativa, por el surgimiento de nuevos deseos y necesidades” (Bourdieu, 2007, p. 124). Asimismo, Don Slater dirá que “la cultura consumista asocia satisfacción con el estancamiento económico: las necesidades no deben tener fin (...) Exige que nuestras necesidades sean insaciables y que sin embargo siempre busquemos satisfacerlas con productos” (Don Slater, 1997).

Notoriamente el consumo se analiza hasta como marca de época. Bauman por ejemplo, dice que “el síndrome consumista ha degradado la duración y jerarquizado la transitoriedad y ha elevado lo novedoso por encima de lo perdurable. Ha reducido abruptamente el lapso que separa no sólo las ganas de su satisfacción, sino también el lapso entre el momento del nacimiento de un deseo y el momento de su desaparición, así como entre la conciencia de la utilidad y el beneficio de las posesiones y la sensación de que son inservibles y dignas de rechazo (...) Por lo tanto, una sociedad de consumo sólo puede ser una sociedad de exceso y prodigalidad y, por ende, de redundancia y despilfarro” (Bauman, 2007, pp. 119-121). Esta discusión ya está planteada en párrafos anteriores. Si bien es cierto que los productos se transforman en no perdurables, esto tiene más que ver con la vertiginosidad con que el mercado lanza sus productos al mercado que con el sentido que el consumidor le da, por lo menos en el contexto de la tesis. Este “síndrome consumista” de velocidad, exceso y desperdicio, no es tal si se lo analiza en otras condiciones, en las condiciones de recepción y no de producción. Por supuesto que hablamos de un recambio de productos, pero habría que analizar particularmente cada producto pues no tienen todos el mismo valor, no sólo en el mercado sino en el simbolismo que le otorga el consumidor. Y además teniendo en cuenta desde qué lugar está impuesta históricamente la concepción negativa de este consumo, en la justificación “de un etnocentrismo de clase según el cuál las clases dominadas no tienen ideas, no son capaces de producir ideas” (Barbero, 1987, p. 92). Es por ende una negación cultural, una negación de sentido.

Bauman culminará con que “el consumismo actúa para mantener la contrapartida emocional del trabajo y de la familia. Expuestos a un continuo bombardeo

publicitario, los trabajadores son persuadidos de 'necesitar' más cosas. Para comprar lo que ahora necesitan, necesitan dinero. Para ganar dinero, trabajan más horas. Al estar fuera de su casa durante tantas horas, compensan su ausencia en el hogar con regalos que cuestan dinero. Materializan el amor. Y así se repite el ciclo (...) El despilfarro consumista, es el signo del éxito, una autopista que conduce directamente al aplauso público y la fama. También aprenden que poseer y consumir ciertos objetos y vivir de determinada manera son requisitos necesarios para ser felices; y como "ser feliz" se ha transformado en la marca de la decencia humana y el único título merecedor de respeto, tiende a convertirse también en condición necesaria de la dignidad y la autoestima humanas". (Bauman, 2007, pp. 163 y 175)

### **Los jóvenes:**

Muchos autores se han ocupado de analizar los cambios que se fueron generando en los jóvenes a raíz de los nuevos contextos de crisis estructural, y de estudiar con una mirada distinta los fenómenos en torno a ellos. Una de ellas es Rosana Reguillo quién describe el universo actual en el que actúan los distintos jóvenes.

La autora refiere a este proceso de cambio en el análisis, enmarcando su nacimiento a finales de la década de los ochenta y a lo largo de los noventa "cuando puede reconocerse la emergencia paulatina de un nuevo tipo de discurso comprensivo en torno a los jóvenes. De carácter constructivista, relacional, que intenta problematizar no solo al sujeto empírico de sus estudios, sino también a las "herramientas" que utiliza para conocerlo. Los jóvenes van a ser pensados como sujetos con capacidad para apropiarse (y movilizar) los objetos tanto sociales y simbólicos como materiales, es decir, como agentes sociales". (Reguillo, 2000, p. 36)

La juventud ya no va a ser analizada como un período de transición como en otras épocas sino como una etapa que no sólo tiene que ver con una cuestión biológica, etaria, sino con aprehensiones socioculturales muy diversas, relacionadas con la clase social de origen, pues los jóvenes de clase baja no se identifican como jóvenes de la misma forma que los de clase media y alta, aunque tengan la misma edad.

La que va a ser problematizada es la concepción de la juventud únicamente ligada a una franja de edad determinada. Desde la perspectiva que se retoma, se redefine el concepto: "La juventud no es una condición natural sino una construcción histórica que se articula sobre recursos materiales y simbólicos. La distribución social de estos recursos es asimétrica. Se es joven de diferentes maneras en función de la diferenciación

social, de parámetros como el dinero, el trabajo, la educación, el barrio, el tiempo libre” (Margullis, 1996, p. 133).

Esta visión se amplía con el aporte de Reguillo, quién dice que “joven” no tiene que ver sólo con una cuestión biológica, de edad, si no que también es una concepción social, moral, que está atravesada por procesos socioculturales ambiguos y que dependen del contexto en el que se inscriben: “la edad adquiere a través de ciertos procesos una densidad que no se agota en el referente biológico y que asume valencias distintas no sólo entre diferentes sociedades, sino en el interior de una misma sociedad. La edad, aunque referente importante, no es una categoría ‘cerrada’ y ‘transparente’ (...) Los jóvenes no constituyen una categoría homogénea, no comparten los modos de inserción en la estructura social: sus esquemas de representación configuran campos de acción diferenciados y desiguales.” (Reguillo, 2000, pp. 26-30).

El paso de la juventud a la adultez no va a ser vivido por todos los jóvenes de la misma manera. Las necesidades, urgencias y vivencias varían según el sector social que se considere. Los contextos en los que se desarrolla la vida de los distintos jóvenes difieren aunque se encuentren en un mismo lugar físico.

Para reafirmar esta visión, Margullis establece dos categorías: las de moratoria vital y moratoria social. “La materia de la juventud es su cronología en tanto moratoria vital; la forma con la que se inviste es sociocultural, valorativa, estética, en tanto moratoria social, con lo cuál se hace aparente y visible. El compuesto resultante es el cuerpo del joven. De esta manera, se puede distinguir a los jóvenes de los no jóvenes por medio de la moratoria vital, y a los social y culturalmente juveniles de los no juveniles, por medio de la moratoria social”. Margullis advierte que de esta forma se puede reconocer a jóvenes no juveniles, como es el caso de muchos jóvenes de sectores populares que no gozan de la moratoria social, y a los no jóvenes juveniles, como ciertos integrantes de sectores medios y altos que ven disminuido su crédito vital excedente pero son capaces de incorporar tales signos (Margullis, 1996, p. 22).

Como bien explica Margullis, la realidad constata que “los jóvenes de sectores medios y altos tienen, generalmente, oportunidad de estudiar, de postergar su ingreso a las responsabilidades de la vida adulta: se casan y tienen hijos más tardíamente, gozan de un período de menos exigencia, de un contexto social protector (...) Desde este punto de vista, los integrantes de los sectores populares tendrían acotadas sus posibilidades de acceder a la moratoria social por la que se define la condición de juventud; deben ingresar tempranamente al mundo del trabajo, a trabajos más duros y

menos atractivos, suelen contraer a menos edad obligaciones familiares” (Margullis, 1996, p. 17).

De esta manera no se pueden negar ninguna de las dos rupturas: ni la cronológica ni la sociocultural, pues aunque la condición de vitalidad proporcionada por la edad es innegable, la posición en el espacio social es determinante para ver en qué se invierte tal energía, si en estudiar y si es así qué y en dónde, si en trabajar, de qué y en dónde, cuánto tiempo se dedica al tiempo libre y cuáles son los consumos.

Aunque la edad no sea el determinante absoluto para asegurar la juventud, está socialmente impuesta la idea generacional divisora establecida por determinados polos de edad. Sin embargo, en cuanto a los jóvenes petroleros de entre 20 y 27 años, objetos de estudio en esta tesis, se presenta una disyuntiva a la hora de considerar su condición de juventud. A una edad en la que otros estudian o aún dependen económicamente de los padres, ellos trabajan en empresas operadoras o principalmente de servicios petroleros, donde se requiere gran cantidad de gente y sobre todo aptitud física para soportar la rudeza del trabajo en el campo. En ese sentido los jóvenes han acaparado la mayoría de los espacios de menor rango (pero que constituyen gran parte de los espacios) y se enfrentan ante dos señadores: los jóvenes que no son petroleros, y los adultos que trabajan en las empresas, “los viejos” como les dicen a quienes trabajan con ellos y les marcan su superioridad mediante la edad y la experiencia. Estos “viejos” tienen edades de entre 35 y 50 años, y son considerados tales por la cantidad de tiempo que llevan en la empresa y por su forma de dirigirse hacia los más jóvenes estableciendo una barrera de jerarquización<sup>23</sup>. En relación a esto, Reguillo explica esta visión en uno de los tres ejes temáticos de las ciencias sociales: los otros. La autora dice que “el tema de ‘el otro’ es recurrente para hacer referencia al ‘antagonista’, o ‘alteridad radical’, que otorga más allá de las diferencias, por ejemplo, socioeconómicas y regionales, un sentimiento de pertenencia a un ‘nosotros’” (Reguillo, 2000, p. 41). De esta manera, “nosotros los jóvenes petroleros” se presenta como un mecanismo simbólico de unidad pero también de distinción, de ellos hacia los demás, y más precisamente del resto hacia ellos, pues tanto por la moratoria vital frente a los “viejos” como por la moratoria social, frente a los no petroleros, se habitan mundos distintos.

Las crisis económicas estructurales de las últimas décadas han aumentado las barreras entre las clases provocando una violencia sociocultural muy profunda que se

---

<sup>23</sup> En la actividad petrolera, el trabajador se jubila con 25 años de servicio o 50 años de edad.

traduce en los modos de mirarse unos a otros, no sólo de manera diferencial sino también despectiva, como se puede observar tanto en las voces de los jóvenes petroleros cuando hablan de cómo los mira el resto de la sociedad, como también en los comentarios de los diarios donde se pueden observar las diputas de intereses existentes y expresadas a través de un trato despectivo hacia el otro. Las referencias verbales tienen antecedentes en las jergas urbanas y locales: pendejo, cabecita, villero, grasa, concheto, negro (en Comodoro, el “petro”) “han sido formas de nominar pero también de establecer separaciones y de interiorizar a otros. Todo distanciamiento lingüístico pretende instituir fronteras entre algo que se considera diferente y al mismo tiempo superior. Las palabras son los ladrillos simbólicos con los que se establecen las distancias aparentemente inobjetable. Barreras y etiquetamientos que apelan a formas de reconocimiento social convertidas en signos de referencia y a condenas motivadas por el origen racial.” (Margullis, 1996, p. 174).

El joven necesita verse ante él mismo y ante los demás de la manera que él desea. La búsqueda de distinción ha hecho que dichas barreras cada vez sean más gruesas y esto fue aprovechado y luego reproducido de manera constante por el mercado que obtuvo en los jóvenes el objetivo ideal para imponer sus propias normas, las del hoy, como modo de vida.

Dice Reguillo que “para los jóvenes el mundo está anclado en el presente, situación que ha sido finamente captada por el mercado” (Reguillo, 2000, p. 28). Esta relación del mundo juvenil con el consumo también será retomado por Mario Margullis, sobre todo en cuanto a la consolidación de las modas. “Cuando lo nuevo se impone como modalidad, entonces la tradición, las autoridades morales pierden su capacidad rectora y evidencian su trivialidad; el vacío resultante es llenado sin inconvenientes por el mercado, que impone en el centro a sus seres predilectos: los jóvenes. La inestabilidad de la sociedad moderna se tranquiliza en la supuesta igualdad y unificación que ofrece el mercado” (Margullis, 1996, p. 92).

Aquí los jóvenes aparecen como depositarios de lo efímero, del disfrute momentáneo ante la incertidumbre del mañana. Los plazos cortos son perfectamente leídos y reproducidos por el mercado quién fomenta a través del consumo, un deseo de adquisición que se renueva constantemente, con bienes, cuyo valor simbólico prevalece sobre el valor de uso y se mantienen en pie hasta la moda se masifique y lo haga desaparecer reemplazándolo por otro. Como se dijo antes, la modalidad que adquiere el consumo en los jóvenes es la distinción. Se busca separarse de unos e igualarse a otros.

“El sabor está en el acto mismo de consumir, que es la realización del consumismo: la fantasía de la plena libertad; pero también en la posesión de determinados artículos, tener para mostrar, portar “títulos”, obtener el reconocimiento de los otros. Objetos que se adquieren, pero no se atesoran; siempre habrá nuevos en detrimento de lo ya adquirido” (Margullis, 1996, p. 92).

Reguillo ampliará retomando los distintos modos en que se vive la juventud. “Los jóvenes en tanto sujetos empíricos no constituyen un todo homogéneo. Estamos ante una heterogeneidad de actores y prácticas. La libertad sexual, la paz, los derechos humanos, la defensa de las tradiciones, la expansión de la conciencia, el rock, se convierten en banderas, en objetos emblema que agrupan, que dan identidad y establecen las diferencias entre los jóvenes. Otros transitan en el anonimato, en el pragmatismo individualista, en el hedonismo mercantil, y el gozo del consumo; para otros no hay opciones, son los desechables. Sin embargo todos parecen compartir una idea precaria del futuro y experimentar la vivencia del tiempo discontinuo” (Reguillo, 2000, pp. 52 y 59).

Desde esta visión de joven, signado por las significaciones de las apropiaciones que establecen los jóvenes como actores parados en líneas diversas y diferenciadas de otros, es que voy a abordar a los sujetos protagonistas de la tesis.



# Capítulo 3

## Marco Metodológico

### Herramientas metodológicas del trabajo de campo

Desde una perspectiva general, se trató de un trabajo de campo basado en un tipo de metodología cualitativa, para concentrarme en la comprensión de los sentidos que emergen de las prácticas estudiadas, lo cuál escapa de una sistematicidad reglamentaria que exigen los análisis cuantitativos. Es un análisis más profundo que requirió ahondar en las representaciones buscadas por quiénes componen el universo de análisis, los jóvenes de Comodoro Rivadavia que trabajan en empresas petroleras, para realizar una investigación desde sus propias representaciones sociales como sujetos portadores de sentido producto de los procesos sociales ocurridos, y no desde una visión generalizadora que sólo exponga números sin ahondar en la profundidad de los resultados. De acuerdo al objetivo del método cualitativo, se buscó valorizar el sentido que adquieren las cosas o los hechos para los agentes.

En esta vía “advertiríamos una valorización preponderante de las significaciones, pues al interpretacionismo y a la hermenéutica les interesan las acciones dotadas de sentido, la profundización de contenidos generales que se expresan o manifiestan en términos de sentido (...) desde esta perspectiva hermenéutica se afirma que los objetos y los fenómenos del arte y de la comunicación mediática tienen relación con muchos aspectos heterogéneos de la vida, como la religión, la literatura, la política, lo cotidiano, etc., lo que significa que no podemos enfrentarlos sin intentar vinculaciones más profundas con ellos, sin intentar comprenderlos desde una perspectiva integradora, sin tratar de esbozar una interpretación que los contenga en toda su riqueza y diversidad” (Rivera, 1997, pp. 44 y 68).

Rivera en su libro “Comunicación, medios y cultura”, destaca ciertas características de la perspectiva cualitativa para su posible diferenciación con la cuantitativa. A grandes rasgos, dichas características recaen en que:

- 1) No se busca explicar sino comprender a los sujetos y fenómenos en sus propios contextos culturales, sociales, etc.,
- 2) No generaliza sino que profundiza en casos más reducidos
- 3) Incluye la subjetividad del observador y del observado

- 4) Prioriza para la construcción teórica antes una epistemología que una teoría a priori. (Rivera, 1997, p. 58).

Respecto al método cualitativo, Rodrigo Mendizábal brinda tres características: es indagatorio, porque indaga sobre el fenómeno hasta sus elementos mínimos; es interpretativa, porque describe y comprende un objeto en su totalidad o sus aspectos y es particularizante, porque los resultados no se pueden inferir a un universo. (Mendizabal, 1996, pp. 1-2)

En otras definiciones se explica que “las investigaciones llamadas cualitativas (no-estándar) se prestan habitualmente a diseños más flexibles: hay cuestiones que se pueden definir de antemano, pero hay muchas otras que no pueden ser definidas con anticipación y que deberán ser decididas a lo largo del proceso de investigación y en función del acercamiento a los objetos o sujetos de interés. Esto es así porque hay procesos, detalles, dimensiones fundamentales para la investigación que sólo pueden descubrirse mientras se observa directamente a los sujetos en sus espacios cotidianos, o cuando se entabla un diálogo con ellos” (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 77).

A diferencia de los métodos cuantitativos que trabajan en general con datos estadísticos, los métodos cualitativos se basan en observación, entrevistas, grupo focal, estudios de caso y análisis de discurso.

### **Elección del objeto de estudio y técnicas utilizadas**

Esta tesis tiene como objeto de estudio, analizar las representaciones sociales que se construyen en torno a los actos de consumo de los hombres, jóvenes, de Comodoro Rivadavia que trabajan en empresas pertenecientes a la industria petrolera, para dar nota de un fenómeno que causa muchas controversias en la ciudad y que se presenta con gran particularidad en el país. El trabajo de campo se realiza entre el 2007 y 2008, dos años en los que el auge del consumo se mantiene en alza y el empleo, estable.

En la tesis se utilizó la observación en los tipos que veremos más adelante, entrevistas en profundidad a 23 jóvenes de entre 20 y 27 años que trabajan en empresas de servicios petroleros<sup>24</sup>, ya sea personalizadas o dúos; a 2 empleados de una red de comercios de electrodomésticos y a dos encargados de Recursos Humanos de una empresa operadora. Las técnicas fueron utilizadas durante los meses de diciembre a

---

<sup>24</sup> La categorización de las empresas está explicada en el capítulo 1: contexto.

abril de 2009 y la cantidad de personas entrevistadas no fue una decisión tomada de antemano sino que todo el trabajo empírico se llevó a cabo buscando elementos que expliquen el fenómeno hasta notar una saturación en las respuestas, es decir hasta notar que lo expresado por los entrevistados satisface los objetivos de la investigación y las respuestas comienzan a ser redundantes (Salamanca Castro; Crespo Blanco, 2007, p.3).

La entrevista en profundidad, fue elegida cómo técnica porque fue considerada la mejor forma de lograr el objetivo de analizar las representaciones sociales a las que hago referencia. Para analizar el fenómeno en cuestión, era necesario indagar no sólo sobre el consumo específico, sino las causas y consecuencias que se encuentran en los procesos de consumo de cada uno de los entrevistados.

Los entrevistados fueron elegidos por ser empleados de distintas empresas de servicios, realizando roles diversos que permitieran analizar las diferencias entre unos y otros. No se eligieron jóvenes trabajadores de empresas Operadoras porque la mayoría no tiene el mismo régimen que en las empresas de servicio. Aquel que trabaja en operadoras realiza un trabajo más administrativo, desde la base, aunque pueden ir frecuentemente al campo a supervisar y varios tienen un régimen horario más flexible. Entonces era necesario contar con jóvenes que trabajen en empresas de servicios petroleros, que pasaran 12 horas en el campo, realizando tareas rudas, climas adversos, con muchos días sin poder disfrutar del tiempo libre, es decir que contasen con una serie de características que propiciaran la valorización del sueldo recibido y su posterior consumo. Es decir, cuando se hace referencia a jóvenes petroleros, en esta tesis, el rótulo abarca a quienes trabajan en el campo, en el pozo, pues si bien los que no lo hacen y se quedan en las oficinas, se incluyen en la categoría de petroleros, los que realizan el trabajo rudo en el campo sienten cierto rechazo por “los de la base”. El trabajo de petrolero se relaciona con las características de quienes se encuentran en el pozo y no con otras. En este estilo de vida entran en juego las identificaciones de los propios petroleros como así también las del resto de la sociedad, donde las personas se individualizan como “no petroleros” no sólo por no trabajar en la rama, sino también por no compartir ese estilo de vida al que califican de “consumista”, haciendo referencia a un consumo desmedido.

La elección de cada uno de los jóvenes también tuvo que ver con la vivencia de modos de vida distintos, aún teniendo la misma edad entre ellos y trabajando en la misma rama, lo que permite una analogía en los ingresos, que pueden ser considerados como “altos” con un parámetro de comparación con los sueldos del resto de la sociedad.

Se requirieron tanto jóvenes solteros que aún viven con sus familias, como otros de la misma edad, en pareja y/o con hijos, lo cuál permite observar una diferencia en los consumos entre ellos, pues el destino de los ingresos, en este último, es plural y no singular/personal; también, jóvenes que, previamente a ingresar en una empresa petrolera, eran considerados de clase media, y otros que en la misma condición, eran reconocidos como parte de una clase baja o media baja. Otros que terminaron el secundario y comenzaron a trabajar, o incluso algunos que no terminaron el secundario, otros que comenzaron una carrera universitaria y la dejaron para comenzar a trabajar y alguno que continúa estudiando en la universidad a la par de su trabajo. Muchos, al menos 18 de los 23 jóvenes petroleros entrevistados, ingresaron exclusivamente por una cuestión económica, pero otros poseen filiación con la histórica tradición petrolera en Comodoro, a través de su familia. En todas estas diferencias, se encuentran algunas aproximaciones a la problemática del consumo que, más allá de ser catalogada desde el resto de la sociedad, como un fenómeno estándar, presenta particularidades en los distintos jóvenes y en su mirada sobre el resto y sobre ellos mismos.

El objetivo de las elecciones fue observar algunas particularidades que giran en torno al consumo y su representación social: el cambio en la situación económica personal y familiar, los nuevos compromisos, la sensación de estabilidad en el trabajo que incentiva cierto tipo de consumo y no otro, así cómo también los deseos viejos y nuevos que tienen que ver con una situación de vida pasada, sumada al cambio con la situación actual de prosperidad, y la política del mercado de imponer un recambio constante de estos deseos.

## **Técnicas utilizadas**

### **La observación**

Además de las entrevistas, la observación es necesaria en un trabajo de campo. Para definirla podríamos decir que “En el ámbito de la ciencia, la observación es, por definición, el modo de establecer algún tipo de contacto empírico con los objetos/sujetos/situaciones de interés a los fines de su descripción, explicación, comprensión” (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 191). En cuanto al tipo de observación, varios fueron los tipos utilizados durante el trabajo de campo, dependiendo

de la situación específica. Esto fue necesario porque la observación, al igual que la entrevista es una técnica de contacto, y por lo tanto hay que determinar en qué situación se puede hacer evidente o no.

La observación no fue estructurada porque no contó con una delimitación y sistematicidad previa para observar el objeto de estudio, aunque sí fue, en parte, retrospectiva en las entrevistas (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p.193), lo cuál fue fundamental para entender el por qué consumen lo que consumen, puesto que encuentro una relación directa entre las vivencias de cada persona con el sentido actual de sus adquisiciones.

Suele distinguirse entre observación directa e indirecta. La *observación directa* se refiere a los casos en que el investigador se pone en contacto directo con el fenómeno de interés, ya sea de manera controlada, mediante experimentos por ejemplo, o no controlada, cuando se observa la situación en un ambiente natural sin alterar el contexto. Ésta última sería la observación de campo. A su vez puede ser *participante*, observándose el fenómeno desde adentro e involucrándose con el objeto de estudio, o *no participante*, adquiriendo una actitud externa, es decir “desde afuera” del objeto de estudio. La *observación indirecta* se da cuando el investigador adquiere conocimiento del objeto de estudio a través de observaciones previas realizadas por otras personas. (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 193). En el caso de esta tesis, una parte del trabajo de campo se realizó mediante observación directa no controlada porque se creyó necesario tener una lectura del contexto natural en la que los objetos de estudio, los “jóvenes petroleros”, no percibieran la presencia de la investigadora, rol que puede alterar su manera de actuar, por ejemplo en la situación específica de intervención mientras están realizando algún tipo de consumo.

A su vez, la observación fue *no participante*, “desde afuera”, pues no conllevó el involucramiento del investigador en una variedad de actividades, y por un período prolongado de tiempo, con el fin de observar a los miembros de una cultura en su vida cotidiana y participar en sus actividades facilitando una mejor comprensión de los mismos (Kawulich, 2005). Se creyó necesaria la observación no participante por el conocimiento previo del investigador acerca del contexto en el que se desarrolla la investigación. Si bien actualmente se ha ampliado el concepto de observación participante, que conlleva un involucramiento del investigador pero con conocimiento del acto de los sujetos investigados, sigue consistiendo en un trabajo de unión a un grupo por un tiempo determinado.

Hay cuatro tipos teóricos de observación: participante completo, participante como observador, observador como participante, observador completo.

En el presente trabajo, la observación no fue *participante completo* porque esta implicaba incluso aprender a desarrollar roles y tareas de la experiencia cotidiana de los observados, como si fuera uno de ellos. En esta tesis, la investigación no requería de una intervención con el objeto de estudio para conocerlo profundamente, porque al ser de la misma ciudad, conozco el contexto y hubiese sido difícil realizar un estudio y utilizar métodos de “extrañamiento” o similares. Como indica Jorgensen, “la observación participante es especialmente adecuada cuando se sabe poco del fenómeno de interés” (Jorgensen, 1989). Y esto se utiliza más cuando se desconoce el objeto de observación o cuando se quiere entender ciertas prácticas desconocidas. Aunque no desconozco la postura de otros autores como Roberto Da Matta en cuanto a lo que significa vestir la capa del etnólogo, sintetizada en la doble tarea de: “a) transformar lo exótico en familiar y/o b) transformar lo familiar en exótico para lo cuál (...) es necesaria (...) una vivencia de los dos dominios por un mismo sujeto dispuesto a interceptarlos y situarlos” (Da Matta, 2004). En este sentido, “pertener” a la misma sociedad que los protagonistas de mi investigación, me condujo a transformar “lo familiar en exótico” para poder lograr la distancia necesaria que amerita todo caso de análisis, así como la problematización que me permitiese trascender la mirada del sentido común o de la “conciencia práctica”, al decir de Anthony Giddens.

Esto no quiere decir que no haya tenido intervención alguna con los sujetos investigados. Aunque no haya estado pautado, la observación en lugares comunes como el boliche, los restaurantes y los comercios se dio de manera natural y también contribuyen a una participación del observador. Estas situaciones enriquecen el trabajo de campo porque sin que se note la intención del investigador se logran captar conductas similares en distintos ámbitos. En una “disco” por ejemplo, se puede observar y los entrevistados lo reafirman también, la actitud “interesada” de las mujeres frente a los petroleros para conseguir algo para tomar. Y no cualquier bebida. Aquellas que se acercan apuntan a lo más caro de la barra como champagne que ronda los noventa pesos y los vinos espumantes que valen entre 25 y 50 pesos, según la marca. Estas bebidas son las más elegidas porque “saben que el joven petrolero lo puede pagar”, según las voces de algunos entrevistados. Pero esta actitud no existiría si no hubiera una predisposición a que el deseo sea complacido. Algunos jóvenes encuentran en esa actitud, una forma de conocer chicas y aceptan el juego. Otros comienzan a charlar y cuando se dan cuenta de

que las intenciones de algunas chicas es que sólo esperan que les compren algo para tomar, las rechazan, a excepción de que le guste alguna de ellas, como el caso de Jonathan, un joven petrolero, que relata: “*A mi me pasó en el boliche, que estaba con un grupo de pendejas y te das cuenta cuando te quieren sacar tragos a morir. Al principio les comprás y después ya no*”. Otros incluso rechazan de ante mano cualquier acercamiento por considerarlo, desde el comienzo, interesado, como el caso de Marcelo: “*A mi por ahí vienen minas en el boliche directo a decirte “¿me comprás un trago?”, o “che, te podrías comprar un vino” y yo les digo que no*. Capaz que te compraste tres y ni te importa pero si te vienen a pedir les digo que no”. Por lo que relatan los entrevistados, ellos saben cuáles son las intenciones a la hora del acercamiento. De hecho hay jóvenes que se acercan ofreciendo una bebida de entrada, con la frase “¿chicas quieren tomar algo? Lo que quieran”. El tener dinero para pagar algo considerado “caro” es un símbolo de poder y es utilizado como tal, más allá de los resultados positivos o negativos. Me refiero con esto a si las mujeres aceptan o no.

Además del participante completo, existe otro rol de similares características, el de *participante como observador*, aunque, desde este concepto, tanto el observador como el sujeto observado son concientes de que la suya es una relación de campo (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 194). En este caso existió la conciencia de ambos pero en las entrevistas y no en la mera observación de actos en algún lugar determinado, por ejemplo un centro de ventas para observar el consumo. Consideré que si el sujeto investigado sabía que se lo estaba observando se corría el riesgo de que actúe con reactividad, que es la tendencia de los actores a modificar sus comportamientos habituales como consecuencia de saberse observados. Pero esto cambiaba según el ámbito.

Durante las entrevistas en profundidad, que fueron el método más utilizado, la observación también intervino en la forma en que cada una de ellas se desarrolló, los modos de hablar, las actitudes de los entrevistados, cómo estaban vestidos, con qué medio llegaron al lugar de la entrevista y, si se realizó en la casa de ellos, cómo era, qué elementos contenían en ella, cómo era la interacción de ellos en su hogar. Este tipo de observación no puede pasar desapercibida por el entrevistado y en este sentido sí influye el rol del participante como observador en dónde entrevistador y entrevistado saben que se trata de un trabajo de campo.

A su vez también utilicé el rol de *observador como participante*, limitando el trabajo de campo a la entrevista, con una actividad de observación formal y propia del

momento (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 194), que implica que no se den las condiciones para una participación informal a lo largo del tiempo, es decir, continuar observando sus conductas.

Existe también el rol del *observador completo*, que consiste en pasar inadvertido, sin interactuar socialmente con los sujetos investigados (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 194). Como ya se ha explicado, esto se dio a medias, ya que en una situación de lugar público, es pertinente, pero en una entrevista dónde se dan otras condiciones, cambia el rol. Cuando se ingresa a algún comercio, sobretodo de la rama de electrodomésticos, mediante la observación se pueden obtener datos precisos acerca de lo que elige el consumidor, aunque no de si se trata de personas que trabajen en el rubro petrolero, desde la mirada desprejuiciada del investigador. Sin embargo, los empleados de estos lugares que fueron entrevistados, admiten darse cuenta generalmente de qué tipo de cliente ingresa al local y suelen tener un trato diferenciado cuando se trata de aquel que trabajan en la industria petrolera: “Cuando entran te das cuenta que es petrolero y vas porque sabés que hay muchas posibilidades de que sea una buena venta”, confiesa un empleado del local de la red de comercios de electrodomésticos, Frávega.

Los ámbitos hacen a la elección del tipo de observación, por lo cuál mi rol como investigadora fue variando.

Por todo lo explicado, no pueden plantearse estos cuatro tipos de observación como compartimentos estancos en el trabajo de campo. Como dice Burgess, “el investigador puede adoptar distintos roles de observación y participación, a lo largo de un mismo estudio” (Burgess, 1984).

Por otro lado, Osorio (Osorio, 1999) distingue entre modos pasivos y activos de observación y de participación. Siguiendo la línea de Burgess, estos tampoco se pueden tomar de forma unilateral y rígida, pues pueden combinarse de acuerdo a la situación de observación que se pretende. En cuanto a la observación, el mirar para describir lugares, personas o situaciones y el escuchar, son modos pasivos que se distinguen de conversar, que es un modo activo. En esta tesis, para realizar una observación más amena y sin perturbar al sujeto investigado, se utilizó la conversación, para que él no pensara constantemente que era parte de un objeto de estudio y pudiera soltarse. Aunque de mi lado también fue necesario, por momentos, estar en situación pasiva para captar cuestiones interesantes de la charla.



A diferencia de la Antropología, donde la observación es lo primordial y la entrevista es un complemento de ella, en el resto de las ciencias sociales utilizamos la entrevista como técnica de recolección central, sin negar a la observación u otros tipos como complementarios (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p.216). En la investigación social se pretende conocer algo específico y la entrevista es una forma eficiente de lograrlo, a través de lo dicho por el entrevistado en una conversación profesional.

### **Las entrevistas en profundidad**

Siguiendo a Alonso, podemos definir la entrevista en profundidad como una forma especial de conversación entre dos personas, dirigida y registrada por el investigador con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional continuo y con cierta línea argumental por parte del entrevistado, acerca de un tema de interés definido en el marco de la investigación. “Se trata de un proceso comunicativo por el cual el investigador extrae una información de una persona, referida al conjunto de representaciones asociadas a acontecimientos vividos por él” (Alonso, 1998).

Por otro lado las entrevistas estuvieron compuestas por características de varios tipos. Si retomamos la definición de Rodrigo Mendizabal, entrevista *semiestructurada y esquemática* “parte de una pauta o guía de preguntas con los temas o elementos claves que se requieren investigar o profundizar luego de una exploración previa con el informante. Las mismas preguntas pueden ser planteadas de diferente manera a varios informantes si es el caso porque depende mucho de las preguntas dadas. El marco de realización debe ser abierto y en un ambiente de cordialidad” (Mendizabal, 1996, p. 13). Este tipo de entrevista fue el modelo base utilizado dentro de la entrevista en profundidad, puesto que, en un principio, existía una guía de preguntas básicas y amplias que se repetían a los distintos entrevistados. Una vez en la conversación con cada uno de ellos surgían otro tipo de preguntas, más detalladas y específicas, cuyo puntapié eran los aportes de los sujetos.

“En las entrevistas en profundidad, el contenido y orden específico de las preguntas no termina de develarse hasta tanto éstas no han sido realizadas. La entrevista es una actividad diseñada, y entre otras cosas esto se manifiesta en que se construye una guía orientadora, que será más específica y detallada cuanto más se sepa del tema y de los sujetos a investigar. Pero la guía, aún en los casos de máximo nivel de detalle posible, no incluye todas las cuestiones que probablemente emerjan durante la entrevista

ni prescribe un orden determinado para hacerlas” (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 76). Este tipo de entrevista permite la posibilidad de obtener cierta información con la que no se contaba previamente y que, mediante la espontaneidad del entrevistado a raíz de la fluidez de la conversación, se pueden advertir experiencias que resultan fundamentales para el objetivo de la investigación.

En esta tesis, se trató de generar entrevistas no estructuradas para motivar un mayor grado de espontaneidad. Cuando se habla de las entrevistas menos estructuradas se hace referencia con frecuencia a entrevista abierta, no directiva, no estandarizada, intensiva, cualitativa, hermenéutica, depende del autor (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p.218).

El trabajo de campo de esta tesis conllevó principalmente entrevistas en profundidad, porque al contar con conocimientos e información acerca de la ciudad, el trabajo en el petróleo y la clase de consumo que adquieren ya era posible contar con una guía detallada para obtener la información requerida pues, al tratarse de un tema personal como el consumo, era necesario indagar sobre gustos y gastos, es decir, cuestiones que muchas veces resultan embarazosas para el entrevistado si no están cuidadosamente planteadas por parte del investigador.

La guía de preguntas diseñada para las entrevistas fue la siguiente:

- 1) Nombre, edad, estado civil
- 2) Empresa en la que trabaja
- 3) Cantidad de años trabajando
- 4) ¿Trabajabas antes?
- 5) ¿Cómo empezaste en la empresa? ¿De qué se trata tu trabajo? ¿Horario?
- 6) ¿Cómo es la empresa?
- 7) ¿Cómo es tu relación con los jefes y compañeros?
- 8) ¿Cuánto aumentaron tus ingresos en los últimos años?
- 9) ¿A qué destinás tu dinero?
- 10) ¿Qué cambió en tu vida a partir de los beneficios que genera el petróleo?
- 11) ¿Qué cosas pudiste adquirir que nunca hubieras pensado poder tener?
- 12) ¿Por qué elegís comprar lo que te comprás?
- 13) ¿Cómo ves a los jóvenes petroleros respecto al consumo?
- 14) ¿Qué te aporta hoy trabajar en el petróleo que no te aportaría trabajar en otro lugar?
- 15) ¿Qué cosas buenas y malas conlleva trabajar en el petróleo?

16) ¿Solés irte de vacaciones? ¿A dónde? ¿Por qué?

17) ¿Cómo te ves de acá a 15 años? ¿Te ves trabajando en el mismo lugar?

De todas maneras, durante la entrevista también emergieron cuestiones de gran importancia que no estaban planteadas como posibles preguntas en la guía orientadora y que sin embargo tienen relación directa con el problema y tuvieron influencia en el desarrollo de la entrevista y el resto de la investigación. Por ejemplo, en algunas entrevistas surgió la cuestión de la droga, que no constituía parte del consumo pensado en las preguntas para el análisis, no porque se ignore su existencia en el mundo del petróleo, sino porque no se asociaba de la manera que luego se advirtió que se asocia. Uno de los entrevistados explicó: “Tenés todo, todo, todo. Y, capaz que está mal esto que te digo pero la plata se te empieza a abultar en un chanchito donde juntás moneditas y no sabés qué hacer, entonces ¿qué te queda? Y droga, ya está”. Esta respuesta que surgió a partir de una pregunta pasajera, se transformó en un tema importante dentro de la conversación, lo cuál obligó no sólo a concentrar la atención en él, sino a incluirla dentro de las siguientes entrevistas, más allá de que no será objeto central de esta investigación.

Estas situaciones se daban porque “en la entrevista en general se busca acceder a la perspectiva de los actores, para conocer cómo ellos interpretan sus experiencias en sus propios términos. O siempre que se trate de explorar el mundo de la vida cotidiana, o es perfectamente aplicable cuando se busca reconstruir acciones pasadas, estudiar representaciones sociales personalizadas, entre otros” (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 220).

Las preguntas no fueron preparadas para la “asociación libre del informante”, pero sí con la intención de tener permanente atención en las respuestas para la posibilidad de repreguntas y tener una categorización diferida, como explica Guber, que “se ejerce a través de la formulación de preguntas abiertas que se van encadenando sobre el discurso del informante, hasta configurar un sustrato básico con el cuál puede reconstruirse el marco interpretativo del actor. Este tipo de diálogo demanda un papel activo del entrevistador, por un lado, al reconocer que sus propias pautas de categorización no son la únicas posibles; y por otro lado, al identificar los intersticios del discurso del informante en donde “hacer pie” para reconocer/construir su lógica (...). No se trata de una espera pasiva sino activa en el cuál el investigador va relacionando, hipotetiza,

confirma y refuta sus propias hipótesis etnocéntricas” (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, pp. 84-85).

Como explica esta autora, la entrevista etnográfica sirve fundamentalmente para descubrir preguntas a partir de la oralidad del entrevistado que hace fluir en la charla elementos de su vida cotidiana. Esto fue fundamental en mi tesis sobre representaciones sociales en torno al consumo de los jóvenes petroleros, porque era necesario que el entrevistado relate situaciones vividas en su vida cotidiana para encontrar puntos clave que se asocien a lo que eligen consumir y por qué. “El descubrimiento de las preguntas significativas según el universo cultural de los informantes es central para descubrir los sentidos locales” (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 87).

En este sentido, también era importante armar un cuestionario que comience con preguntas más relajadas sobre la persona, su trabajo, su hogar, incluso aquellas cosas que parezcan de carácter secundario, para luego recalar sobre los puntos de interés de la temática, en este caso el consumo, como se puede observar en la guía expuesta anteriormente.

Es decir, se consideró importante el hecho de no dirigirme directamente al tema de análisis en un primer momento, lo cuál podía hacer que el entrevistado, sin haber aún entrado en confianza, se sienta incómodo o atacado y no esté dispuesto a responder lo que me interesaba para la investigación. De esta manera, esperaba el momento en que el entrevistado, sólo, comenzara a describir elementos significativos de su vida cotidiana y allí encontraba los momentos clave para hacer las preguntas significativas respecto al tema de interés. Por ejemplo, si en un momento de la conversación surgía que vivía en un barrio marginado<sup>25</sup>, daba el pie para preguntar sobre por qué no se iba del lugar o si pensaba ahorrar para irse de allí, cuestiones que, según las respuestas, se podían analizar de maneras distintas, ligadas a la identificación con el barrio, la incapacidad del ahorro reprochada por el resto de la sociedad, o la priorización de necesidades volcadas a bienes de fácil acceso.

Las preguntas variaron entre abiertas y cerradas. En algunos casos comenzaba con alguna abierta como por ejemplo: ¿en qué crees que gasten el dinero los jóvenes petroleros como vos?, para luego preguntarle a qué destina él mismo sus ingresos. O al revés, porque una pregunta cerrada y personal como ésta última, en ocasiones generaba sumisión o poca predisposición del entrevistado, sobretodo para explicar el por qué de

---

<sup>25</sup> Para afianzar la concepción de “barrio marginado”, ver adjunto de estadísticas.

su consumo, explicación que aparecía encerrada en una opinión sobre la pregunta siguiente: ¿en qué crees que gasten el dinero los jóvenes petroleros como vos? Por lo tanto, la elección del tipo de preguntas, aunque estuviesen previamente pautadas en la guía, variaba según la predisposición que notaba en los entrevistados.

Con este modelo surgían cuestiones interesantes en cuanto al “yo” y el “nosotros” o “ellos” como jóvenes. Por ejemplo y volviendo a la situación anterior, qué tipo de descripción hacían ante la pregunta ¿qué consumís con lo que ganas en tu trabajo, o en qué gastás tus ingresos? Y luego qué visión tienen del resto, pares, como jóvenes ante el mismo tema: ¿Cómo ves a los jóvenes como vos?, ¿crees que tienen los mismos gastos? La respuesta variaba justamente por lo que genera la visión de “el otro”, que aunque par, “es distinto a mí”, en la sociedad, dentro y fuera del ámbito petrolero. Por ejemplo, uno de los entrevistados, al hablar del consumo de los petroleros en general, se separó del batallón e hizo un análisis personal: “Es gente que le pegó de golpe el momento económico y se enloquecieron por la plata que les ingresa. Y pasó de ser quizás una familia humilde a una familia con un poder adquisitivo muy alto que sigue siendo humilde pero no se dan cuenta y malgastan la plata”.

O las representaciones del resto de la sociedad hacia los petroleros: “la gente lo toma así. Si vos ganás tanta plata, sos petrolero”. O de la propia familia: La gente que está fuera del marco de trabajo relacionado con el petróleo, te absorbe. Sos el nuevo rico de la familia y pasás a ser el boludo que paga todo y si no lo hacés ya sos un rata o te empiezan a decir “ahora que tenés plata ya no querés estar con tus amigos”.

Como se observa, existe un “nosotros-ellos” muy determinante en el mundo del petróleo y con una barrera muy fina para cruzar de un lado a otro. La familia es un nosotros desde el lado identitario pero a la vez es un ellos, al no pertenecer a la actividad generar climas de presión hacia el petrolero. Y también en referencia al consumo, aparece la visión del “otro petrolero” que siempre gasta más que yo y despilfarra lo que gana.

El análisis de las entrevistas las presentaré en el capítulo entre los capítulos 4 y 6. Esta aproximación sirve para dar cuenta de la metodología empleada en el trabajo de campo, a través de observación y entrevistas en profundidad realizadas durante los meses de diciembre-marzo de 2009.

Por otro lado, sí se realizó análisis de discurso pero no de un modo estructurado. La noción de análisis de discurso es ambigua y engloba una gran variedad de perspectivas pero el objetivo principal es estudiarlo en su contexto social (Marradi, Archenti,

Piovani, 2007, p.297). La idea no era evaluar de qué manera contestaban las preguntas sino indagar y analizar qué elementos de su proceso sociocultural influyen en su consumo.

### **El análisis de los medios acerca del objeto de estudio**

Por último, se utilizó la técnica de búsqueda de archivo o consulta de documentación que consiste en poner en contacto la realidad a estudiar con la que otros vieron y estudiaron sobre ella (Pérez Serrano, 1994, p.253). Se utilizó esta técnica para revisar el tratamiento de los medios de información y los trabajos de investigación realizados en la ciudad durante 2007 y 2008 y dar cuenta de la visión de realidad que reflejan los medios de información a través de sus publicaciones gráficas.

Los distintos medios de información de la región se han hecho eco del fenómeno del petróleo y sus consecuencias. Una de ellas es el consumo masivo.

Uno de los puntapiés iniciales que dieron impulso a la realización de esta investigación fue la falta de profundidad en el enfoque de los acontecimientos analizados por los diarios locales. No hay investigaciones hechas sobre la problemática del consumo inscripto en procesos socioculturales determinados. Los medios tampoco se detienen a indagar en este fenómeno particular en el país.

En general el análisis se reduce a las problemáticas que se encuentran sobre la superficie, a la vista, y que perjudican a las consideradas clases medias, como el tema de la inflación que perjudica a todos pero sobretodo a aquellos que no trabajan en la rama petrolera: *“El sueño de la casa propia muchas veces puede convertirse en una pesadilla. Más aún si hay que alquilar y el ingreso que se tiene no es el de un petrolero. Sucede que la demanda de casas y departamentos fue constante durante todo el 2007 lo que obligó al mercado a manejar precios en alza, que se escapan muchas veces de los bolsillos de un empleado de comercio, un docente o el trabajador de una fábrica”*, describe el Diario “Crónica” del 6 de enero de 2008.

Y la poca rentabilidad entre lo que se gana y los precios a pagar: *“El costo de vida en Comodoro Rivadavia no deja de elevarse. Cuanto más abajo de la pirámide, más hay que apretar el cinturón. Los jerarcas locales del sindicato mercantil sostienen que el costo de vida para una familia tipo en Comodoro Rivadavia, sin gastos de*

*esparcimiento, y considerando un alquiler promedio de 1500 pesos, alcanzó en mayo los 4600 pesos*”<sup>26</sup>, refleja el Diario “El extremo sur de la Patagonia”.

También la problemática del aumento de la población a raíz de la inmigración masiva, analizada además con deijos racistas que devienen de una condición histórica como ciudad cosmopolita, receptora de inmigrantes y que repercuten aún en la actualidad hacia el trato con el foráneo: *“Comodoro Rivadavia ha aumentado su cantidad de habitantes fuertemente en muy poco tiempo. Sin dudas, el fenómeno petrolero y sus industrias adyacentes tienen mucho que ver con la llegada de gente de muchos puntos del país a buscar una oportunidad laboral. Lo que no se comprende muy bien, es por qué llegan tantos extranjeros y se instalan en la ciudad sin pagar su tasa de radicación u obtener los permisos necesarios para habitar este suelo con todas las de la ley, además de –en muchos casos- ocupar terrenos de manera irregular”*<sup>27</sup>, plantea el diario “El vecindario”. Parte de esta concepción de hibridación cultural que deviene en múltiples formas de rechazo, está explicada en el capítulo de contexto donde se describe la configuración estructural de la sociedad comodorense.

Y el aumento de la población que deriva también en un planteo sobre la creciente inseguridad: *“Vecinos de barrio Pietrobelli reclaman una vez más, con cansancio, con indignación, pero sin resignarse por una situación que los afecta y los condiciona como barrio: el vandalismo”*<sup>28</sup>.

Las desventajas de Comodoro en cuanto a lo que debería recibir de regalías y no recibe, sumado a las elevadas retenciones impuestas a la industria: *“La provincia recibe escasos fondos de Coparticipación Federal y la ciudad padece un colapso social agravado por la inequidad en el reparto de las regalías petroleras. A Comodoro siempre llega el mismo porcentaje fijo de regalías, lo que se traduce en una exclusión evidente”*<sup>29</sup>.

Más contemporáneamente, el tema más abordado por los medios fue el de la problemática de la ocupación de tierras, muy difícil de controlar por la cantidad de gente que supera la capacidad de la ciudad. La cuestión de la “toma de terrenos” también se transforma en una discusión racista: *“Luego de recorrer el lugar donde*

---

<sup>26</sup> En diario “El extremo sur de la Patagonia”. Nota: La vida en el pozo. Riqueza y pobreza de los petroleros. Nueva época. N°77. Julio-Agosto de 2007. Pág. 9.

<sup>27</sup> En diario “El vecindario”. Nota: El crecimiento de la población va de la mano de un flujo migratorio sin control. N°3. Septiembre de 2008. Pág. 2.

<sup>28</sup> En diario “Crónica”. Nota: Vandalismo que indigna. 9 de enero de 2007.

<sup>29</sup> En diario “El extremo sur de la Patagonia”. Nota: Discriminan a Chubut y excluyen a Comodoro. Nueva época. N°66. Diciembre de 2006

*residen 26 familias de forma ilegal junto a la ladera del Cerro Hermitte, el titular de Tierras del municipio, Martín Galíndez, aclaró que las medidas adoptadas son parte del 'programa de prevención de asentamientos ilegales'. Habló de un alto porcentaje de 'familias formoseñas y salteñas, además de inmigrantes bolivianos y paraguayos'".* Si se retoman las teorías lingüísticas de análisis de discurso, se puede afirmar que cuando un medio coloca una cita directa, está inserta la opinión del medio allí, pues se elige determinada parte del discurso y no otra, lo cuál no puede tener una argumentación ligada al azar. Es decir que al lector, oyente y espectador le llega la información filtrada por el medio, que es generador de opinión pública. Con la cita recién expuesta, el diario no hace más que proyectar un discurso histórico en la ciudad de rechazo frente al foráneo, que muchos sectores de la sociedad lo adoptan como propio y lo refuerzan al recibir la información.

Lo mismo sucede en el caso del consumo. En los medios gráficos, la problemática del consumo es abordada con una mirada que se reduce a la descripción, por ejemplo, del aumento de las ventas en determinados locales, con el siguiente estilo: *"Comodoro aumentó un 470% el patentamiento de autos en 5 años y es la ciudad patagónica con mayores índices en la materia. Un promedio de 630 automóviles se patentan por mes. Se trata de 21 vehículos por día"*<sup>30</sup>; o en una única perspectiva de análisis con una visión negativa sobre el consumo, como en este caso en donde se expresa el diagnóstico de una psicóloga: *"Hoy en día, en lugar de gozar, la gente está sufriendo su poder adquisitivo. Los ingresos, en muchos casos, superan las posibilidades madurativas. Entonces tenemos muchos egos inflados e imágenes distorsionadas. Hoy viene gente a nuestra ciudad atraída por el dinero. Esto genera más avidez y tensión. Hay como una enfermedad de tener"*.<sup>31</sup> En este caso también se observa cómo el medio elige la palabra de un especialista, una psicóloga, para "dar un parte" del fenómeno tomado como una enfermedad. La nota parte de una situación de violencia que terminó con una muerte, luego de que dos personas discutieran por ganar el mismo lugar para estacionar y que finalmente uno arremetiera contra otro, ocasionándole la muerte. La psicóloga entrevistada por el diario considera la situación violenta como un producto de lo que genera el crecimiento en el nivel adquisitivo de las personas en los últimos años. El diario elige la opinión de un "autorizado" para mostrar su propia visión que luego es

---

<sup>30</sup> En diario "El Patagónico". Nota: Según datos de la Dirección Nacional de Registros Automotores, esta es la ciudad patagónica de mayores índices en la materia". (09/12/08)

<sup>31</sup> En diario "Crónica". Nota: Marina Alonso: "En Comodoro estamos ante la enfermedad de tener". 11 de abril de 2008.



adoptada por gran parte de la población y se genera el imaginario de que “los petroleros, que son los que tienen sueldos altos, se vuelven locos al relacionar dinero con poder.

El análisis más audaz llega a penetrar en el interior de ese gran conglomerado que integra a los trabajadores petroleros en su totalidad y que despierta la necesidad de dar aviso de la división estructural en la sociedad de ese grupo. Como advierte el Diario El extremo sur: *“Esa gran familia petrolera está partida en «clases sociales», en orden a las jerarquías impuestas por la organización laboral y las remuneraciones estipuladas dentro y fuera de los convenios en uso. Exceptuando a jerárquicos, cuadros profesionales y acomodados, alineados con los profesionales independientes y los acomodados urbanos, un denominador común de los petroleros es su vertiginosa transición ascendente en la pirámide social”*<sup>32</sup>.

A su vez se le da mucha relevancia a las negociaciones de los contratos petroleros, las ganancias de las empresas y lo que implica económicamente para la cuenca del golfo, generalmente abarcada en su totalidad y no sólo en Comodoro.

En estos ejemplos se observa que lo que reproducen los medios se reduce a una descripción de la realidad enfocada especialmente en los beneficios de la actividad petrolera y el realce de Comodoro como la ciudad más importante en cuanto a extracción y producción de crudo en el país, cuestión que provoca una demanda, de los propios medios como voceros políticos, sobre los merecimientos de la ciudad. De ahí que se haga tanto hincapié en el tema de las regalías, el impuesto a las ganancias, las responsabilidades de las empresas, la inflación y la ocupación ilegal de tierras. Pero son cuestiones que producen una contradicción para encontrar la solución a las problemáticas, porque el enemigo parece ser, por momentos, el gobierno, por otros las empresas, por otros los comerciantes y por otros los propios petroleros. Es decir una contradicción entre los beneficios y perjuicios de la actividad hidrocarburíferas, inmerso en la misma sociedad y reflejada por los medios.

La problemática del consumo sólo se analiza negativamente por el lado de la inflación, que no hace más que incentivar el rechazo de gran parte de la sociedad hacia los petroleros, englobados en un grupo generalizado, por ser los que más consumen y por ende provocan el aumento de los precios. No existe hasta hoy un enfoque analítico de las bases del consumo que indague sus causas para poder entender sus

---

<sup>32</sup> En diario “El extremo sur de la Patagonia”. Nota: La vida en el pozo. Riqueza y pobreza de los petroleros. Nueva época. N°77. Julio-Agosto de 2007. Pág. 9.

consecuencias. Es necesario indagar en los cimientos de las mismas para entender las problemáticas particulares de esta sociedad.

### **Técnicas no utilizadas**

No se realizó ningún focus Group, es decir entrevistas grupales que se caracterizan por la presencia simultánea de varios entrevistados que se relacionan a través de técnicas conversacionales (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 227).

Esta decisión fue tomada durante el desarrollo del trabajo de campo, a medida que se evaluaban los resultados de las primeras entrevistas. Se advirtió que en las entrevistas cara a cara con una sola persona, el sujeto comienza algo introvertido pero terminando dando información precisa no sólo sobre sí mismo sino también sobre sus compañeros y sobre los trabajadores petroleros según su punto de vista. Esto no se daba de manera tan natural en los dúos, puesto que en general un entrevistado se apoyaba en lo que decía el otro, aunque en algunos casos disentan entre sí, pero siempre ligados a un hilo conductor de la conversación, lo cuál no daba pie a que surjan comentarios muy espontáneos ante la presencia de alguien al lado, incluso siendo ambos amigos, es decir, personas con quienes se conocen y pueden compartir información y anécdotas.

Pero se pudo observar que la puesta en práctica de una dinámica como el Focus Group en un ambiente como el petrolero hubiera presentado varias dificultades. En principio, los horarios disponibles de los jóvenes son escasos y variados entre las distintas empresas. Por ende se presentaba dificultoso reunir a jóvenes que trabajasen en distintas empresas en un horario acorde y en el que coincidan todos. Por otro lado, si se trata de jóvenes de una misma empresa, se presentaba el obstáculo de realizar la entrevista en la propia empresa<sup>33</sup> y aunque se hubiese podido, el ambiente influía de manera negativa para el aporte de cierta información justamente relacionada con el lugar de trabajo. Finalmente, se resolvió que por el tipo de investigación profunda que se estaba realizando, no era conveniente reunir a varios entrevistados, con el riesgo de que en vez de contar sus experiencias y opiniones personales se oculten detrás de la postura de la mayoría que muchas veces constan de “frases hechas” y que no servían al objetivo de esta tesis.

---

<sup>33</sup> Se realizaron gestiones para el ingreso pero fueron denegadas.

Tampoco se realizaron encuestas porque determiné que el trabajo requería de métodos cualitativos para obtener una mejor aproximación a los objetivos. Las encuestas son técnicas donde prevalece lo cuantificable, más allá de que del análisis de las respuestas pueden obtenerse tendencias que favorezcan la resolución de las hipótesis previas. Pero el objetivo en este trabajo era indagar sobre un problema que no se resolvía en una respuesta directa sino que era necesaria inquirir profundamente en las vidas de los entrevistados.

En esta investigación no se pretendió objetividad absoluta. De hecho era casi imposible en mi caso no tener en cuenta la información con la que contaba previo a la investigación por haber nacido y vivido en la ciudad y conocer detalles de su estructura social. A su vez, aún si no hubiese una condición de nativa, todos estamos mediados por procesos socioculturales que nos permiten tener una concepción previa de determinados procesos. Aún así era necesario cuestionarme preconceptos adquiridos sobre el problema de investigación que fueron resueltos en parte con esta tesis. Desde este parámetro realicé lo que se denomina una *aproximación hermenéutica*: el acercamiento interpretativo a un objeto o fenómeno, sin pretensiones de objetividad absoluta (Marradi, Archenti, Piovani, 2007, p. 191).

Rivera explica que “este tipo de investigaciones y de análisis de base parecen especialmente pertinentes en un contexto en que la presencia omnipotente (y a la vez vagamente reflexionada) del mercado y del consumo están ejerciendo una hegemonía antes desconocida, por lo menos en una escala de intensidad equivalente. Conviene, por ejemplo, discriminar con mayor claridad la diferencia entre mercado y sociedad civil, o los modos en que se constituye la sociedad frente a los consumos de la oferta contemporánea, o cómo se verifica la apropiación material de bienes simbólicos que construyen o debilitan identidades, etcétera” (Rivera, 1997, p.122).

Desde la perspectiva hermenéutica, se puede analizar el significado de la “conciencia práctica” que poseen los agentes a la luz de una serie de categorías teóricas y determinadas posiciones metodológicas, que desnaturalizan las explicaciones de los propios agentes, sin recaer en una teoría globalizadora ni totalizadora del problema (Rivera, 1997, p.122). Esto es lo que separa al análisis del investigador de la opinión de la sociedad en general sobre el mismo.

## *Segunda parte*

# Capítulo 4

## El consumo y las causas

### Trabajo amargo, plata dulce

El trabajo en la industria petrolera no es fácil. Los que realizan tareas en el yacimiento, es decir la mayoría, deben padecer innumerables adversidades como el clima, los largos viajes, la extensa carga horaria, el poco tiempo libre y los trabajos rigurosos y riesgosos. En total, los trabajadores petroleros no jerárquicos, es decir hasta supervisión, son alrededor de 12 mil, de los cuáles 9 mil están afiliados al Sindicato, según Ángel Capurro, Secretario Gremial del Sindicato de Petroleros Privados. Los jóvenes solteros representan el 40% de los petroleros, explica Javier, Supervisor de Recursos Humanos de la empresa de servicios DLS, una de las más grandes. Pablo, trabajador de esta empresa realiza una descripción que denota el gran movimiento que genera el petróleo en la ciudad y que permite comenzar a visualizar las construcciones en torno a la relación petróleo/trabajo/Comodoro.

*“Las empresas de servicios básicas somos nosotros, como Pride, Key, Venver, empresas de equipos de torres se llaman, que son el primer servicio (realizan perforación, terminación y pulling). Alrededor del primer servicio que somos nosotros hay un montón, de lo que te imagines, desde gente que recicla desechos que producimos nosotros, hasta gente de comunicación, empresas que trabajan en productos químicos para estimular los pozos, que trabajan dentro de él, gente que te arregla una puerta para los trillers, no se, hay infinidades de lo que imagines y corremos todos alrededor del mismo lugar: el pozo” (Pablo 25 años).*

En los yacimientos son todos hombres: “Hay mujeres oficinistas, químicas, ingenieras, pero nunca se presentaron mujeres para los trabajos de equipo, aunque no existe ley escrita que las excluya”, aclara Javier. Es un trabajo abierto a los jóvenes porque de la categoría “ingresante” a la de “maquinista” no se necesita mano de obra calificada: “hoy en día el 40 % es gente sin estudio”.

Pasan más tiempo en el campo que en su casa durante casi toda la semana y cuando llega el día de franco, piensan en disfrutar el tiempo libre. Desde una primera mirada, podría valer una pregunta posible: ¿cuáles son las prioridades en este tiempo libre y cómo se puede suplir el tiempo que demanda el trabajo en el campo? El dinero que ganan sería un premio por todo el esfuerzo realizado en el mes y el depósito en los gustos una posibilidad de sentirse realizados. El consumo es un aspecto ineludible en el estudio de este fenómeno. Lo primero que cabría preguntarse es ¿cuáles son las variables que lo incentivan? La complejidad de este suceso social, económico y cultural es lo que se intenta problematizar en esta tesis.

Como puntapié inicial, se podría advertir que, si bien el mercado ocupa un lugar fundamental en el mundo actual, el consumo no sólo es incentivado por él, captador de deseos y generador de necesidades. Ni tampoco se podría aseverar una actitud impulsiva de los actores sólo motivada por deseos y posibilidades concretas de cumplirlos.

Para ir sobre la base, es necesario explicar la funcionalidad del trabajo petrolero y sus características que en parte también provocan una necesidad de inversión y disfrute del escaso tiempo libre. Al ocupar el trabajo el lugar más importante en la vida de los trabajadores petroleros, éste se transforma en mucho más que el medio para obtener ganancias, como lo resaltan los jóvenes entrevistados. El modelo de trabajo esquemático en el petróleo, exige una concentración y disciplina rígida, que incluye un trabajo en equipo constante donde cada obrero debe cumplir una función específica y de manera eficaz para que la tarea salga bien. De no ser así, se perjudica al resto de los trabajadores. Ésta es una característica heredada del toyotismo como sistema pionero en la formación de “el mundo de la empresa”, “fórmula que sirvió para trasladar la competencia interempresa a la competencia-rivalidad entre los obreros. Por esta razón los obreros están forzados a compartir la suerte de la empresa”<sup>34</sup>. Es decir que si la empresa no obtiene ganancias, comenzará con una serie de medidas que involucrarán a los trabajadores mediante la idea de flexibilización laboral, que genera una gran

---

<sup>34</sup> Albarello, María Florencia. Artículo publicado en la página del Observatorio de Conflicto: <http://www.nodo50.org/observatorio/>. “La experiencia Toyota”.

inseguridad en el trabajador respecto a su permanencia en el trabajo. En este sentido, es necesario que el obrero demuestre un férreo compromiso y lealtad con la empresa y una buena labor personal y en equipo, lo cuál estimula la competencia entre los trabajadores para garantizar su empleo. Estas características, propias del modelo toyotista se utilizan en las empresas petroleras provocando nuevos mecanismos de explotación, que muchas veces simulan estar ocultos detrás de la idea de “trabajo duro pero sueldo acorde”. *“Los de perforación son raros, ahí compiten entre los distintos turnos, para ver cuánto hace cada uno, si unos hacen 500 metros (de perforación), los otros quieren hacer 600 y así”* (Juan, encargado de turno).

No se puede desligar al consumo de su relación con el sistema de trabajo de explotación a los trabajadores petroleros, modelo que se encuentra acorde y funcionando en relación con un sistema de valores liberales que prioriza la competencia como modo de relación, no sólo a nivel de eficacia laboral sino que esta personalidad competitiva y ambiciosa se perpetúa en las relaciones sociales con los compañeros. Y el consumo se presenta como una forma concreta e interesante en donde se puede observar.

*“Por ahí te reunís y tomás unos mates y escuchás que compiten a ver quién tiene las mejores cosas. Y yo me pongo a pensar en lo que tengo yo y digo “ah, estoy lejos”, ¿viste? Todos tienen plasma, casa, auto super equipado. Mínimo, si no tenés sommier sos un muerto. Un aire acondicionado en la casa, ¿para qué lo querés acá en Comodoro? pero ellos lo tienen... No se, lo que te imagines”*... (Pablo, 25 años, trabaja en “work over” de la empresa DLS)

*“Yo tengo un amigo que me llamaba cuando venía del campo en el colectivo y me decía ‘Marce, vos sabés de computadoras. Vamos a ir a comprar una notebook’. Y yo le decía ‘escuchame Mario, vos no sabés usar la computadora’. Y me contestaba ‘no, no pero un par de compañeros se la compraron y dicen que está buena’. Claro y es como que están todo el día con ellos y es lo que compran todos. Vos vas al equipo y ves que todos tienen la Palm, la tienen todos, el último celular, son muy consumistas”* (Marcelo, 21 años).

Es preciso retomar la referencia de Bauman en cuanto a la ‘sociedad de consumidores, como “un tipo de sociedad que promueve, alienta o refuerza la elección

de un estilo y una estrategia de vida consumista; una sociedad en la cual amoldarse a los preceptos de la cultura del consumo y ceñirse estrictamente a ellos es, a todos los efectos prácticos, la única elección unánimemente aprobada: una opción viable y por lo tanto plausible, y un requisito de pertenencia”. (Bauman, 2007, pp. 77-78). De esta manera, la explicación de Bauman ayuda a entender el sentido que determina la propia competencia en todos los actos, más aún en los de consumo que son incentivados por el mercado y se imponen como la forma de acceso a la sociedad. No se debe dejar de lado este sentido de pertenencia e inclusión que genera la propia sociedad de consumidores en la traducción de que los pobres de hoy no son los ‘desempleados’ sino los ‘no consumidores’ (Bauman, 2007, p. 170), ideología que se utiliza para hacerle ver a los de menos recursos, que el status se genera por la adquisición de productos.

*“En la empresa nuestra hay compañeros que si están de moda los cuatri van y lo compran porque nunca tuvieron uno y hasta quizás nunca anduvieron en uno y va y se lo compra, o porque fulano cobró más... y capaz que no llegan a fin de mes y se compraron el cuatri (Raúl, 24 años)”*.

*“A mi me pasó eso con el cuatri: siempre quise tener uno y nunca pensé que lo iba a poder tener ni siquiera cuando empecé a trabajar en el petróleo. Y tengo compañeros que también han adquirido un cuatri y ven cuál tenés vos y dicen “quiero uno mejor que el de él”. Y capaz lo compran y lo tienen estacionado afuera de la casa para mostrarlo nomás y no lo toman como un lujo o disfrutarlo un fin de semana. Lo tienen para decir “me compré un cuatri y es mejor que el de tal o tengo el mejor cuatri” (Patricio, 24 años).*

Los que transitan ese proceso de la no posesión a la posibilidad neta de conseguir lo que deseen, ven a sus nuevos hábitos de consumo como un renacer que no culmina en la apropiación sino en la demostración de la misma que espera por un reconocimiento social, un símbolo de distinción. Pero ello, a veces no se logra, pues como se analizará más adelante, hay pautas de prioridad de consumo y usos establecidos por la clase media que legitiman ciertos consumos y deslegitiman otros y ese aspecto aparece también dentro del ambiente petrolero en donde conviven actores cuyos orígenes son diversos entre sí, lo cuál provoca que estas legitimidades se reproduzcan en sus prácticas.

*“Yo conozco gente que tiene lo último en electrónica y la casa se le cae a pedazos pero está lleno de esas cosas y lo hacen para aparentar, que se yo. Aparte es lindo, si lo podés tener, si te lo podés comprar está bueno. Pero para aparentar porque ellos siguen viviendo en las mismas. Lo quisieron tener toda la vida y van y se lo compran. Por eso se compran televisores, hasta colchón de agua, todo. Conozco mucha gente que es así pero siguen siendo re humildes. Tienen de todo, se dan sus gustos” (Fernando L., 22 años).*

*“Compiten a ver quién tiene la mejor cámara digital, quién tiene el plasma más grande, en serio, te lo juro. Yo ando con un televisor de 22 pulgadas, chiquitito todavía, y vas a la casa de los chabones y decís “¡qué hijo de puta!”, y la casa es de chapa y en la pared de chapa tienen la antena de Direc tv colgada y atrás una de Internet y vos entrás adentro y el piso es de hormigón pero ahí está el plasma y el home theater puesto así alrededor de la casa. Y vos abrís la heladera y tenés que tener cuidado porque se te entra a rebalsar todas las cosas que tiene y un freezer así de grande lleno de carne, pero la casa sigue siendo humilde, ¿entendés? Porque hay cosas que no tienen lógica” (Pablo 25 años).*

Los jóvenes petroleros se encuentran expuestos a una competencia constante que es incentivada no sólo por el mercado, que cumple un papel fundamental, sino por la rigidez del trabajo que provoca una necesidad de superarse constantemente para conservar el puesto. Los jóvenes trabajan más de 12 horas por día en el campo, con compañeros con quienes deben cumplir un trabajo en equipo y terminarlo para que el siguiente turno prosiga con lo empezado, pues la producción petrolera no descansa nunca. Una falla puede provocar un mal desempeño de la tarea y hasta accidentes de diversos grados, incluso hasta causar la muerte. La empresa no está exenta de estas posibilidades e intenta paliarlas con “premios” para incentivar la atención y concentración del trabajador. “En cada cambio de turno se realiza lo que se denomina: ATS (Análisis de Trabajo Seguro). A quienes no tienen accidentes, se los “premia” por el “logro”: “El primer año se les da una gorra, a los 4 o 5 años una cena para todo el equipo”, explica Leandro, Supervisor de Seguridad.



*“Es bastante peligroso trabajar de boca de pozo. Salís de tu casa pero no sabés si volvés. Lo que tiene es que trabajás con 5 personas más que sí o sí dependés de ellos igual. Donde hagan algo mal ellos, te puede pasar algo a vos y al revés igual. Pueden pasar muchas cosas: que de una falla mecánica se te caiga el aparejo, que es a dónde van las herramientas. Si se te cae eso en la cabeza te mata a vos y a todos los que están alrededor. Después también te podés cortar los dedos con la maja, con el elevador. Tenés que estar muy atento”.* (Fernando L., 22 años)

La presión de este sistema de trabajo, aliena al trabajador y como consecuencia se acrecienta el individualismo. La competencia involucra una necesidad de mejorarse y superar al otro para lograr seguridad. Se producen una serie de transformaciones a nivel personal en los trabajadores, analizadas por Sennett quien dice que “tal vez el aspecto más confuso de la flexibilidad es su impacto en el carácter (...) El carácter se relaciona con los rasgos personales que valoramos en nosotros mismos y por lo que queremos ser valorados” (Sennett, 2000, p.10).

*“El petróleo te forja un carácter, te cambia como vos realmente. Entrás a un ambiente donde hay miles de personas en la empresa, en toda la Argentina. Hay envidiosos que si vos te comprás un auto van y se compran uno mejor. Son boludos, porque gastar su plata para tratar de superar a alguien... no se yo tengo sólo lo que me gusta. Y yo veo que otros sí, compran marcas o cosas vistosas. No es que te lo cuentan sino que tan sólo con mirarlo ya te das cuenta que tienen algo especial”* (Julián, 23 años).

Dice Deleuze que “la empresa instituye entre los individuos una rivalidad interminable a modo de sana competición, como una motivación excelente que contrapone unos individuos a otros y atraviesa a cada uno de ellos, dividiéndole interiormente” (Deleuze, 1999, p. 278). La flexibilidad es un concepto integrado por el capitalismo y adoptado principalmente en el sistema de trabajo estandarizado actual. Retomando a Richard Sennett, es prudente explicar que “en la actualidad, la expresión ‘capitalismo flexible’ describe un sistema que es algo más que una mera variación sobre un viejo tema. El acento se pone en la flexibilidad y se atacan las formas rígidas de la burocracia y los males de la rutina ciega. Hay diferentes puestos para ascender, que se traduce en un mejor sueldo y por supuesto en un trabajo más liviano. El sistema de ascenso de las empresas que se dedican a drilling (perforación), work over

(terminación) y pulling, es el que explica Fernando L.: *“Si no sabés hacer otra cosa, sos boca de pozo, que es lo mínimo, y de ahí vas avanzando a enganchador, maquinista, encargado de turno, hasta jefe de equipo, después jefe de campo y supervisor, que llegás cuando te estás por morir”*. Y en operaciones especiales, en cuanto a lo que sería recuperación secundaria, hay tres roles: ayudante, chofer guincho y operador. Ellos se encargan de inyectar agua en un pozo ya terminado para que el petróleo, que es un líquido viscoso fluya con más facilidad.

Actualmente las empresas relacionadas al petróleo tienen un régimen de trabajo muy estricto. Las compañías buscan mayor producción a menor costo, por lo cuál realizan estudios para lograr realizar una mayor efectividad de las tareas en cada persona. Foucault, retomado por Deleuze, ha analizado a la perfección el proyecto ideal de los centros de encierro, especialmente visible en las fábricas: concentrar, repartir en el espacio, ordenar en el tiempo, componer en el espacio-tiempo una fuerza productiva cuyo efecto debe superar la suma de las fuerzas componentes (Deleuze, 1999, p. 277).

*“Hoy en las empresas petroleras vos llegás y sí o sí te toman el tiempo el horario en que salís, por tiempo lo que podés hacer y lo que no. O sea vos por ahí tenés una tarea y ellos ya tienen estipulado que tenés que hacer una tarea en determinado tiempo y te coordinan el trabajo para que en el día puedas hacer dos de esas tareas ponele, porque ellos ya tienen estudiado que la persona lo puede hacer, entonces vos lo tenés que hacer. Todas tienen la misma forma de trabajar hoy en día: es producir, producir y producir y mientras más laburás, más contentos se ponen”* (Patricio, 24 años).

A los trabajadores se les pide un comportamiento ágil y que asuman un riesgo tras otro. Es totalmente natural que la flexibilidad cree ansiedad: la gente no sabe qué le reportarán los riesgos asumidos ni qué caminos seguir. El nuevo orden implanta nuevos controles, pero éstos tampoco son fáciles de comprender. El nuevo capitalismo es, con frecuencia, un régimen de poder ilegible”. (Sennett, 2000, pp. 9 -10)

*“Estamos 14 días acampando en el campo, trabajando 12 horas por 12 de descanso, de diez de la mañana a diez de la noche o turnos de noche, de diez de la noche a diez de la mañana. Y no vuelvo a mi casa, subo y me quedo los 14 días en el campo y después bajo 14 días a mi casa. Es difícil. Sobre todo la gente casada que tiene que estar 14 días lejos de su familia, se ponen muy tensos. Los últimos días ya se quieren ir y les molesta*

*todo. Es una parte que no mucha gente conoce. Además es un trabajo muy riesgoso y estás lejos de tu familia todo el tiempo” (Leo, 22 años)*

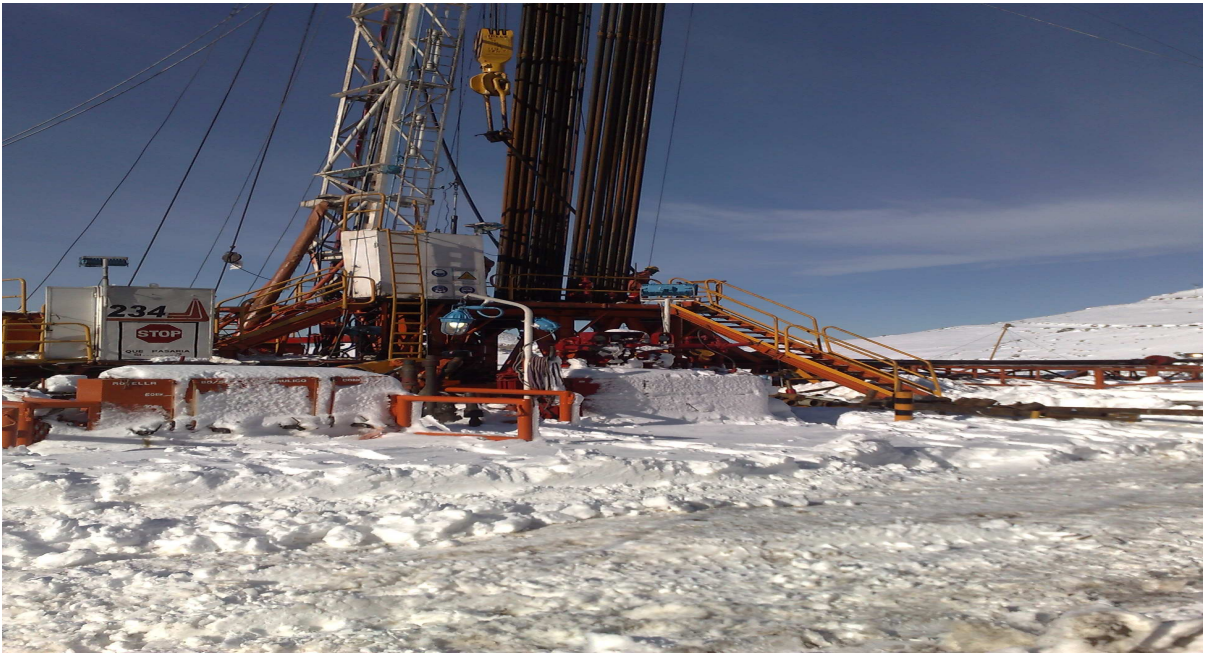
*“El tema son las cuestiones climáticas. En invierno, te pongas lo que te pongas, igual te cagás de frío, estando de boca de pozo porque tenés que estar las 12 horas afuera. Además estás haciendo fuerza todo el tiempo, tenso y entonces al estar abrigado, transpirás y más el frío que hace afuera, te resfriás” (Fernando L., 22 años)*

*“Trabajar en una empresa de servicios es más difícil que trabajar en Panamerican o en otra operadora y hay que estar, porque uno dice ‘si, petrolero, gana bien’, pero hay que estar ahí, levantarte a las 5 de la mañana para salir a las 6 o 6:30 y bajar a las 7 de la tarde, y la verdad que tenés plata pero...”. (Marcelo, 21 años, trabaja de mecánico en Segá y estudia para ser Contador Público)*

*“Si hay mucho laburo te pasás muchas horas. Si bien por ley tenemos dos horas de descanso, a veces no se respetan porque hay mucho trabajo. Hubo un mes, en invierno, que trabajamos el mes completo, sin franco ni nada, volvías a tu casa para descansar un par de horas y ya volvías al campo de vuelta. Y por ahí te puede jugar en contra el tema de no descansar porque vas manejando, hacés fuerza, trabajás con cosas pesadas. Te podés dormir o distraer y le podés pegar a algún compañero con algo pesado. Si pasa algo grave la empresa se responsabiliza pero te bajan la caña a vos también. Un día nos tocó quedarnos 29 horas seguidas, de las cuáles descansamos 3 horas porque no dábamos más, no habíamos parado ni para comer, para tomar un mate, nada. Por supuesto que ellos te pagan todo, pero no es sano. A parte el lugar donde estamos nosotros es insalubre porque estamos con productos químicos. Si bien te dan todo para cubrirte no es suficiente” (Maximiliano, 22 años, trabaja en la empresa San Antonio Internacional).*

### **No es lo mismo**

La rutina de los jóvenes petroleros expone aspectos que ayudan a entender la problemática del consumo desde su propia perspectiva. Aquellos que trabajan en las empresas de servicios petroleros y no en operadoras, los que trabajan más de 12 horas por día en el yacimiento soñando con que llegue el final del mes para cobrar su capital.



Trabajo en la torre de elevación un día de invierno en Comodoro Rivadavia.



Petroleros trabajando en horario nocturno.



Vista de un sector donde se trabaja. Se puede observar la torre y los trailers.





Joven petrolero trabajando sobre las cañerías de la torre de perforación.



Cigüeña: imagen típica de la zona



Desde mediados de los 90', las normas de seguridad se exigen de manera constante e inquebrantable.

Estos jóvenes petroleros que realizan un trabajo agotador sin comparación con cualquier otro trabajo, restituido por supuesto en la parte económica que no se genera en otro lugar. En el siguiente contraste se puede resaltar el mismo tema mirado desde dos polos distintos. El primero, el caso de Juan Víctor que vivió en el barrio Las Flores, en la ladera del cerro Chenque y trabajó en un mercado. Ahora vive en el barrio San Cayetano, que se ha poblado de petroleros, es Técnico en Seguridad e Higiene y trabaja en una empresa de servicios. Juan resalta el cambio por el factor económico, al igual que Maximiliano. En cambio Pedro, lo toma como un mecanismo de defensa en cuando a la diferencia de esfuerzo que demanda el trabajo petrolero respecto del otro.

*“Yo por ejemplo cuando estudiaba, trabajaba en un mercado que en el mes me quedaban \$50, pagando los estudios, los libros, todo. Y pasar de un sueldo así a lo que es ahora parte jerárquica, cambia completamente, la satisfacción de necesidades. (Juan, 22 años)*

*“El cambio fue bastante grande. En el otro laburo que tenía, que era empleado de comercio ganaba \$1.500. Y hoy por hoy ese sueldo que tenía no llega a ser ni el básico de lo que tengo” (Maximiliano, 22 años).*

*“¡¡No!! Esto no es lo mismo que atender en La Anónima<sup>35</sup>... Mira está lloviendo como ahora. Los turnos son de 12 por 24, pero que en realidad se transforman en 16 por 24 por la cantidad de horas de traslado y demás.”. (Pedro, 27 años, trabaja de enganchador en San Antonio Internacional)*

En definitiva, lo mejor que tiene el trabajo en el yacimiento petrolero, y para la mayoría de los entrevistados, lo único positivo, es la cantidad de plata que se gana. En el factor económico concluye la disyuntiva de si se trata de un buen trabajo o no.

*“Hay mucha diferencia con otros trabajos pero yo igual estoy en la base, no en el campo. Los que estamos en la base cobramos menos que los que están en el campo. Me gustaría ir al campo por una cuestión económica. Dicen que es duro... pero la plata es de linda...” (Emiliano, 25 años, trabaja en la base de la empresa Good Group).*

---

<sup>35</sup> El supermercado más importante de la Patagonia.

*“Lo mejor es la parte económica. Capaz estás en el campo amargado o cagándote de frío, con lluvia, viento, lo que sea, pero llega fin de mes y me olvido de todo. Lo que te bancás, se compensa”* (David, 23 años).

*“Te quejás todo el mes de que te pasaron cosas malas y cuando ves el recibo de sueldo, todo te parece lindo. Todo el cansancio del mes trabajado se te pasa cuando ves el “montonazo” de plata que tenés”*. (Julián, 23 años)

En todas las entrevistas, la pregunta más frecuente fue si se justificaba el esfuerzo que se hace trabajando en el petróleo, con lo que se ganaba. Las respuestas fueron variando. En general la mayoría contestó que sí porque a pesar de las adversidades, se ganaba muy bien, pero también otros consideraban que deberían ganar más por los precios que deben afrontar en Comodoro. A otros incluso les parece excesivo el trabajo en sí, más allá de los que se gana porque no se alcanza a disfrutar.

*“Uno de mis mejores amigos, Mario, hace un tiempo estaba cobrando muy bien, creo que \$12 mil y trabajaba mucho. Vos entrabas a la casa y tenía todo, todo, se compró de todo. Pero después dejó el trabajo porque me decía que no disfrutaba nada. Decía ‘me compré la play (station) y no se si la usé dos días, y esto y el otro, y el auto que no podés salir a ningún lado porque salgo y ya me llaman’, porque claro, él trabajaba ‘full time’, o sea, estábamos en el boliche y sonaba el teléfono y te tenés que ir. O sea, estás durmiendo, o estás en una cena o en un casamiento, donde sea, te tenés que ir. Y muchos te dicen “bueno, pero mirá cuanto cobrás”, sí todo muy lindo pero hay que bancársela así”*. (Marcelo, 21 años)

*“Vivís todo el día muy pendiente del petróleo, del celular, estás disponible todo el tiempo para la empresa y te cagás de frío, no es un buen laburo”* (Fernando L., 22 años)

A su vez, lo que se pierde no se recupera. El trabajo en el petróleo no admite excusas, a excepción de la boleta médica con ciertos límites. El dinero es un plus muy importante pero el sacrificio es una constante.

*“Yo trabajo: el feriado, el día de la raza, el día de quien sea, el cumpleaños de quién sea. Vos tenés la plata pero tenés que ir a trabajar”.* (Pablo, 25 años)

*“Yo laburo porque lo necesito no porque me guste. Nunca me gustó. No me gusta porque te perdés todo, te perdés cumpleaños, día del padre, día de la madre, todo. No podés diagramar nada”* (José Manuel, 27 años).

*“Perdés muchas cosas, cumpleaños, esas cosas. Y ahora dentro de todo tenemos francos. Yo cuando entré no teníamos francos, nada. No podías planear “mañana me voy a comer un asado con amigos” porque si te llamaban, te llamaban. No podías hacer nada, tenías que estar pendiente del celular y nada más. Aguantar el clima en el campo de Chubut o Santa Cruz. Y la cantidad de horas porque antes te tenías que quedar a terminar la operación, por ahí estabas dos días en el campo. Hoy dentro de todo son 12 horas, aunque no te las respetan porque tenés en total 4 horas de manejo y tengo que venir manejando yo después de trabajar esas horas, es un peligro”* (David, 23 años)

Las ganancias son altas al igual que el consumo en el que se invierten, pero en los relatos de los protagonistas se pueden encontrar síntomas de desgaste del trabajo que se presentan como fundamento para intentar al menos disfrutar del tiempo libre cuando no trabajan y aprovechar lo que ganan porque ahora es cuando pueden hacerlo. Las condiciones laborales sin duda son una de las causas del tipo de consumo que se adquiere.

### **El mercado que impone sus reglas**

El desgaste que produce el trabajo en el petróleo es compensado económicamente con un sueldo que les permite a los jóvenes alimentarse de gustos y disfrutar del tiempo libre. El problema es que como se observa, ese tiempo se siente cada vez más efímero y a su vez provoca un aumento de la necesidad de consumo porque es el único momento que se tiene para invertir el sueldo. Esto no refiere a una actitud mecanizada de los individuos que, como receptores activos, establecen criterios de selección y usos de los productos. Pero no se puede negar que el tipo de trabajo con las características que se han especificado, ha colaborado para que la satisfacción de los



trabajadores se vuelque en el consumo. Comodoro se ha convertido en un centro de consumo, por lo cuál no es ingenuo el establecimiento de diversos locales pertenecientes a grandes empresas nacionales de productos para el hogar en los últimos años.

Elías trabaja en Frávega desde hace tres años, cuando el local se instaló en pleno centro de la ciudad. Comenta que la sucursal no sólo apunta a Comodoro sino que recibe mucha gente los fines de semana que vienen desde Perito Moreno, Las Heras y Pico Truncado, pueblos petroleros que no tienen la capacidad poblacional ni estructural para montar una empresa de estas características. Los sueldos de los vendedores derivan en gran parte de las comisiones, que representan el 1% de cualquier producto que el empleado venda, por lo cuál el interés de ellos recae en tratar de vender los productos más caros, por esta razón tienen un cliente predilecto.

*“Obviamente el cliente principal al que apuntamos es el que trabaja en el rubro petrolero. Depende de las edades. El cliente que tiene 22, 23 años, es el que menos requisito tiene de gastos y cobra lo mismo que uno más grande que generalmente tiene otras responsabilidades como hijos. Entonces el cliente joven es por lo general el que más te banca las ventas. Por lo general empiezan por la notebook, y de hecho la sucursal de Comodoro es la que más vende en informática. Después quiere la tele, después quiere mejorar el estéreo del auto. Y en el caso del que está en pareja hace poco, el mejor lavarropas, el que tiene la pantalla de LSD que te configura el lavado”.*  
(Elías, empleado de Frávega)

Por lo que explica Elías, el sábado es el día que “explota la sucursal” y es por los avisos de ofertas que aparecen en el diario. *“Capaz que es algo que no lo necesitan pero como está en oferta y aparece en el diario vienen”.*

*“Vos andá a Frávega un sábado a la tarde y te vas a dar cuenta de lo que es el petróleo. Vas a Frávega y ves a todos los petroleros, porque te das cuenta enseguida que son petroleros y están desesperados. Van a comprar un televisor y se terminan llevando el dvd, la heladera y terminan comprándose todo con esa típica oferta que salta Frávega los sábados de “sólo por hoy”. Es mentira, obvio, pero todos compran”*  
(Marcelo, 21 años)

Como se observa, la descripción de Elías es confirmada por los jóvenes petroleros cuando hacen referencia a su consumo y la ansiedad para las compras, incentivada además por los intereses de venta de los comerciantes.

*“Hubo un momento que era cobrar y a la tarde en vez de salir a pasear con tu familia, era salir a comprar, lo que sea, lo que sea. Yo cobraba y a la tarde tenía un franco y me aburría y agarraba y decía “bueno me voy a comprar algo” (Pablo, 25 años).*

Un dato para destacar es que Comodoro es la sucursal que más vende en el país. Según Elías, los competentes son Neuquén y Big Frávega que *“por mes deben entrar fácil, 2 millones de personas y acá con 300 mil personas y deben entrar muchas menos, lo supera en ventas. Acá el cliente no viene a mirar, viene a comprar”*. El ejemplo de las notebooks lo resalta: mientras que de un modelo específico de notebook se vendieron 9 en los últimos 15 días en Comodoro, en la mayoría de las sucursales del país se vendieron tan sólo 1 o 2 y quién más se acerca es Neuquén con 4 computadoras del mismo modelo, vendidas. Y lo mismo se da con otros productos. *“Y celulares también, Comodoro fue el más fuerte en todo el 2008. Celulares libres, o sea gente que quiere mantener su número. Hay clientes que les he vendido en un año, tres teléfonos celulares distintos y uno mejor que el otro”*.

*“En cuanto a gustos personales: un celular, una play station. Celular hubo una época que cambiaba el celular cada dos meses, un tarado total, me gustaba uno mejor y lo compraba, un tarado. Hasta que me pegué un chasco cuando compré el N95, el que usaba Echarri en la novela, estaba re bueno el teléfono. Y estábamos en el campo, se me cayó y pasó una camioneta y me lo reventó. Hacía un mes que lo tenía. Un gasto al pedo. La “Play Station 2” siempre la quise tener. Le regalé el televisor a mi viejo (un LSD de 32 pulgadas)” (Maximiliano, 22 años).*

*“Yo me emociono comprando. Celulares, equipos de música, todas esas huevadas, me gusta mucho comprarlas, por más que ya las tenga. Yo me compré un celular, que ahora lo tengo ahí tirado, porque está roto, que me salió \$1.800, y fui y lo compré de contado, así con todas las ganas porque me re gustaba, estaba tremendo un K810, con el teclado redondo. Y nunca pensé que iba a tener un celular tan copado. Y ahora ya no*

*se me hace de otro mundo*". (Jhonatan, 21 años, trabaja en "operaciones especiales" en la empresa Tuboscope)

Lo trabajado por Bauman permite pensar en el caso de Jhonatan como un joven de tan sólo 21 años, inserto en un contexto que no se corresponde con su historia de vida y la de la mayoría de estos chicos. Esta "emoción", este placer que produce el poder acceder a determinados bienes que quizás antes no podían ni pensaban que podrían tener alguna vez, no es más que la concreción de los deseos. Y estas sensaciones no son propias únicamente de las clases bajas, sino que la búsqueda de deseos existe en todos los estamentos sociales, sólo que varían entre ellos, pero además el individuo que perteneció a las clases bajas lo siente como una "necesidad" que antes no pudo ser correspondida y quizás por eso, lo demuestra más. El hecho de consumir representa una forma de "inclusión".

Se puede advertir que aunque el autor polaco escriba en base a la realidad de Inglaterra, existen ciertos rasgos que se adaptan perfectamente a la vivida actualmente en la ciudad de Comodoro Rivadavia, donde los sueldos de los petroleros justamente se asimilan más a la media europea que a la nacional. Por eso cuando Bauman habla de la vida "ahorista" predominante en la actualidad, habla de un motivo de apuro que radica en el apremio por adquirir y acumular pero más aún en la necesidad de eliminar y reemplazar, que es en parte lo que se puede observar en la actitud de Jhonatan. Pero no se debe dejar de tener en cuenta que la necesidad de reemplazo está condicionada por la vertiginosidad del mercado que estimula dichas acciones. No hay que descuidar que lo más significativo de este fenómeno es el brote repentino de una masa que ante un cambio tan profundo de su realidad económica, no hace más que tratar de readecuarse a la hegemonía, al modelo de vida capitalista imperante y lo hacen disfrutando cosas que nunca tuvieron, que es lo que los hace felices, aunque la felicidad tenga una cuota de renovación constante en el mercado.

En el apartado anterior se hacía referencia a la competencia como una de las consecuencias generadas por las condiciones laborales y el propio mercado, cuya vertiginosidad estimula el cambio por nuevos deseos a consumir y que además no impone barreras sociales más allá de los precios. De esta manera si la sociedad está estratificada en clases sociales y ello se posiciona de acuerdo a las posesiones, habrá eternamente un interés de todos por acceder a lo mejor que puedan. Cuando esta barrera se borra, es decir la económica, emerge desde la clase hegemónica la cuestión

ideológico cultural que se analizará más adelante. Pero en un mundo regido por la cultura consumista, la competencia recae inevitablemente en tener lo que a nivel de status se considera mejor y en buscar superar al otro. El vendedor de Frávega, Elías, explica su postura sobre el fenómeno donde se puede observar nuevamente al consumo como lugar de distinción simbólico entre los grupos, tal cuál se viene analizando en esta tesis:

*“Yo creo que es por una cuestión de tener algo nuevo, tener uno que no tenga el compañero. Porque muchas veces pasa que tenés un celular de \$1.800 como el que tengo yo, el N73 (Nokia) y vienen y te dicen “no, ese lo tiene todo el mundo” y es un telefonazo, pero porque lo tiene todo el mundo no lo compran. Pasó con el N95 igual en su momento que ya nadie lo quería comprar porque “lo tiene todo el mundo”. Entonces cuando vino el mismo celular pero negro, con pantalla más grande y de 8 gigas de memoria, se vendió más y el otro quedó ahí en las cajas. ¡Y era el mismo celular nada más que cambiaban unos detalles! (Elías)”*

Los productos que se adquieren están cargados de valor simbólico, pues la apropiación no sólo expresa una posición económica apta para lograrla sino que en ella se inscriben sentidos otorgados por los sujetos de acuerdo a pautas aprehendidas en la sociedad. Como dice Baudrillard, “el valor signo no sólo actúa como rejilla de clasificación social, lógica de la diferencia y la diferenciación social, sino que actúa, fundamentalmente, como motor del propio desarrollo del consumo. Necesita justamente afianzarse en la diferencia para cobrar sentido” (Baudrillard, 1974, p.46)

Si bien existe una ansiedad expuesta por los consumidores, es un rasgo que los comercios se encargan de aprovechar e incentivan al vendedor para tratar de vender lo mejor posible, viendo que las posibilidades económicas están a la vista.

*“Hay que estar re atento. Me pasó hace un mes atrás, una persona que estaba mirando un monitor LSD para la casa, para la pieza de la hija y miraron la cocina, y la mujer le dice ‘¿no vamos a comprar la cocina?’, una cocina italiana de 3.800 pesos, ‘sí podríamos porque es muy difícil de conseguirla’, le dice él. Y como si nada salió una venta que arrancó en \$600 y terminó en \$5 mil, que para un vendedor son \$50 de comisión. Hay veces que pasa eso y hasta la empresa ya nos pide eso, que tratemos de*

*lograr 'venta de venta' y acá en Comodoro se puede lograr tranquilamente porque se vende muchísimo. El cliente tiene el poder adquisitivo: el vendedor tiene que crear la necesidad.* (Elías)

El incentivo del mercado hacia el consumo es innegable. Esto no quiere decir que las personas actúen como receptores pasivos porque a partir de la adquisición, se realiza un uso de los productos, que es dónde la apropiación cobra sentido. Pero las empresas juegan un papel fundamental en el ofrecimiento de sus productos de venta. La descripción de Carlos permite una comprensión de ello.

*“Los negocios ya saben quién va a entrar en una empresa y al mes que cobró le mandan una carta de invitación para sacar un crédito en “Garbarino” o en cualquier empresa. No se cómo saben quién va a entrar, deben saber por el banco, porque se manejan así, están todos conectados. Y si te mandan la invitación capaz que alguien va de curioso y capaz que sale con un plasma y es el primer sueldo de trabajo que tiene, no sabe si lo va a pagar. El consumismo ha subido mucho también por todas las casas de ventas”* (Carlos, 25 años, es Técnico en seguridad e higiene y trabaja en Obras y servicios).

Respecto a este tema es preciso remitir a Bauman cuando dice que: “Expuestos a un continuo bombardeo publicitario, los trabajadores son persuadidos de ‘necesitar’ más cosas. Para comprar lo que ahora necesitan, necesitan dinero. Para ganar dinero, trabajan más horas. Al estar fuera de su casa durante tantas horas, compensan su ausencia en el hogar con regalos que cuestan dinero, “materializan el amor” (Bauman, 2007, p. 163). Si investigamos este fenómeno en Comodoro, el análisis debe ser expuesto a las características socioculturales particulares de cada persona. Los causantes de consumo no son los mismos para cada joven y las formas en que se consume tampoco. En el caso de Fernando L., la “materialización del amor” de la que habla Bauman debe ser entendida con un sentido determinado que él mismo le asigna a los regalos, el de que sus hermanos menores reciban algo que a él le hubiese gustado tener a su edad y no tuvo, sentido que no deja de estar inserto en un mundo donde se vive bajo las reglas del mercado.

*“Gasto mucho en regalos, en ropa, en salir. Regalos para mis hermanos. Le compré un cuatriciclo, a mi hermano y una batería de música a mi hermana. A mi siempre me hubiese gustado tener un cuatri y por eso se lo compré a mi hermanito. Por ahí gustos que tenía de pendejo, ahora se los doy a mis hermanos. Lo que yo no tenía, se los compro a ellos, porque para algunas cosas ya pasé de edad”* (Fernando L., 23 años).

### **La familia como espejo**

Al igual que el caso de Fernando, está Leonardo, que vive con su mamá y su hermanita. Leo trabaja 14 días en el campo y luego tiene 14 de franco, por lo cuál cuando descansa trata de “estar con su familia, disfrutarla y controlar que nada les falte”, porque él es el “jefe de la familia” y se comporta como tal. A sus 22 años se sacrifica en el campo para tener un mejor bienestar para él, su mamá que es empleada doméstica y su hermana.

*“A mi hermanita muchas veces la saco a pasear, la llevo de compras, le regalo cosas. Y ahora estoy inculcándole mucho lo que es el tema de la música porque tiene muy buen oído así que estaba viendo si la podía meter en alguna escuela de música. Sabe agarrar el bajo y sacar las bases de los temas. Yo quiero que ella aproveche eso porque cuando yo era chico lo único que tenía era una guitarra y siempre quise tener un bajo o algo mejor. Y ella pudiendo tener las cosas quiero que las use”* (Leonardo, 22 años).

Los jóvenes no pierden de vista su entorno. Muchos los acusan de despilfarrar el dinero pero más allá de los gustos personales, incluyen en sus inversiones la necesidad de ver bien a su familia.

*“Además de comprarme mis cosas, también la ayudo a mi vieja: a ella le doy los vales (tickets) que me dan como \$800 en vales, y colaboro con el alquiler de la casa en Rada Tilly”* (Emiliano, 25 años).

*“Cuando empecé a trabajar, vivía con mi hermana y mi vieja y prácticamente no teníamos gastos: era pagar el alquiler y el resto ahorrarlo y trataba de darme algunos gustos yo pero eran mínimos porque al principio trataba de arreglar la casa, comprar heladera, etc.”* (Raúl, 24 años).

*“No tuve la capacidad de ahorro porque vivo con mis viejos y mi hermanita y tengo otras dos hermanas estudiando afuera y cuando empecé a trabajar, de alguna manera aportaba en mi casa como una especie de cooperativa para que todos estemos bien. Yo al principio aposté a mi casa, una gratificación por todo lo que me ayudaron mis viejos”* (Carlos, 25 años).

O el caso de Sergio quién al contrario de la mayoría de los jóvenes que ingresó al petróleo deslumbrado por las ganancias, se vio obligado a hacerlo a muy temprana edad porque su ex mujer quedó embarazada: *“Yo terminé la secundaria, empecé a estudiar educación física, me puse de novio, fui papá y el padre de mi novia trabajaba en la empresa y ahí empecé yo, el 5 de agosto del 2003. Y a partir de ahí, tuve que mantener a mi hijo, mantener mis cosas, y aparte pensar a futuro en ahorrar dinero como para comprarme un terreno o que algún día le pueda hacer la casa a mi hijo. Lo mejor lo quiero para mi hijo: veo una cosa y es todo para él. Es una necesidad de llenarlo de cosas que a él le gusten”* (Sergio, 25 años).

La situación de Sergio no es la misma que la de otros jóvenes que al vivir todavía en la casa familiar tienen menos preocupaciones respecto a las obligaciones que demanda tener hijos y lo que conlleva económicamente. Sergio tiene casi la misma edad que David, por ejemplo y sin embargo sus realidades son muy distintas, pues sin presiones, David acepta su incapacidad para ahorrar y la dependencia de la familia en algún punto: *“necesito tener a alguien que me cuide la plata y en mi caso es mi viejo, si no a mi la plata me quema”*.

### **Historias de vida**

Se ha argumentado durante toda esta tesis acerca de que el consumo está inserto en un mundo de significados que encuentran sentido en los procesos socioculturales de cada sociedad y más aún de cada persona. Cuando se explica que Comodoro tiene su historia escrita en torno a los vaivenes del petróleo, no sólo es una referencia a las variaciones de la economía o a su dependencia de esta industria, sino también a las marcas que deja en la construcción de la identidad. Una identidad petrolera que involucra cuestiones culturales en torno al trabajo, como las ganancias a costa de una

labor ruda, las relaciones interpersonales -consecuencia de muchas horas en los yacimientos-, los foráneos -aquellos que provienen desde otras partes del país o de países limítrofes- que vienen a ganar plata y luego se vuelven a sus lugares de origen, y una parte de la población, no petrolera, que se posó desde siempre del lado contrario al petrolero y todo lo que genera la actividad y que ve al petróleo como el culpable de todos los males, especialmente el de la inflación producida por el consumo “desmedido” de los trabajadores de la rama y sobre el cuál se profundizará más adelante.

Pero detrás de este cúmulo de generalizaciones, se oyen historias diversas que ayudan a reflexionar sobre la problemática, de otra manera. Situaciones en el pasado que los obligaron a buscar un trabajo de manera temprana y a buscar en su propio sueldo una forma de independizarse para invertir en gustos personales.

*“Yo no terminé el secundario. Estaba haciendo la escuela nocturna y bueno, por circunstancias, y me llevaba mal en mi casa, me fui a vivir a Rawson, con mi papá, a los 18 años. Y ahí tuve que enroscármelas por otro lado porque tampoco tenía plata, así que tuve que empezar a trabajar y dejar la escuela porque estaba todo el día trabajando. Y después volví acá y me tuve que poner a trabajar. Y una vez que empecé, ni pensé en retomar la escuela porque le empecé a agarrar el gustito a la plata y llegaba cansado y no te daban ganas de decir ‘bueno, llego, me baño y me voy a la escuela’ (...) Siempre me gustó comprarme ropa, pero más con mi plata porque antes me daba cosa pedir plata para comprarme ropa o para salir, no me gusta. Prefiero más decir “ma, me voy al boliche” y listo, nadie me puede decir nada, porque es mi plata” (Jhonatan, 21 años).*

O casos en los que por ejemplo la carencia durante la infancia, provoca en los jóvenes una decisión por revertirlo en algún tipo de consumo. La situación vivida en momentos anteriores al boom, es fundamental para entender ciertos consumos. La carencia es un elemento primordial a la hora de analizar este fenómeno y el sentido que le dan los jóvenes a sus adquisiciones. Es simbólicamente pasar del otro lado de la ventana. Dejar de mirar aquello que ahora lo pueden tener.

*“Los que pertenecieron a las clases bajas son los más consumidores, 100%. Debe ser porque han carenciado muchas veces de cosas que antes no las podían tener y muchos te dicen “yo no las quiero tener pero se la doy a mi hijo”, porque hay chicos que entran*



*con 22 años y ya tienen 2 hijos y por ahí están separados o están alquilando y la señora quiere tener un plasma, una computadora porque nunca antes las pudieron tener”* (Carlos, 25 años).

*“Para lo que siempre guardo plata, que nunca hice cuando era chiquito es para ir a comer a restaurantes. Mi familia nunca anduvo muy bien económicamente. Mi viejo trabajaba en el petróleo pero después cuando bajó el trabajo, laburaba en una distribuidora y ganaba alrededor de \$700 y tenía que mantener a toda la familia. Y no daba, cada vez había más deudas, entonces nunca íbamos a comer a restaurantes. Y tengo una fascinación por ir a comer a restaurantes, no se por qué. En Comodoro no hay un solo restorán que no hay ido.”* (Julián, 23 años)

*“En mi caso me tocó siempre ganarme la vida, digamos. Por ahí mis viejos no estaban económicamente bien para darme todo, darme los gustos. Yo a los 14 años ya empecé a trabajar así que desde chico empecé a ver las cosas de otra manera, a valorar la plata, darle un sentido”* (Juan, 22 años)

Atendiendo a estos marcos es posible dar cuenta del consumo desde la perspectiva de la cuál nos situamos, como una práctica de apropiación de sentido inscripta en procesos particulares. Y los aportes de Bauman, que aunque como ya se advirtió, inserta su teoría en un contexto europeo, distinto de la historia latinoamericana, se hace posible retomar ciertos puntos en común, si entendemos que en el mundo occidental se construyen las prácticas bajo reglas impuestas por el mercado. “La Cultura consumista se caracteriza por la presión constante de ser alguien más (...) y esto se traduce en la asombrosa proeza de olvidar el pasado. Todo se reduce a un único pero verdaderamente milagroso cambio de la condición humana: la posibilidad, recientemente inventada de ‘nacer de nuevo’” (Bauman, 2007, pp. 137-138).

*“Yo no pude seguir estudiando cuando se privatizó el puerto y mi papá no pudo seguir pagándome el pasaje, estudié un curso de computación, fui a una escuela técnica, vendí diarios desde los 14 a los 17 años. Después en un oficio, fui ayudante de cañista, de electricidad. A los 19 años mi hermano me dijo que vaya al Sindicato que iban a tomar mano de obra, pasó un año y todos los días iba a ver si había trabajo. Hasta que un día*

*me dicen que hay trabajo en PRIDE. Cuando llegué acá dije: “no lo largo más a este trabajo”. (Pedro, 27 años).*

Lo que produce en muchos el sueldo del trabajador petrolero es la fascinación por tener un ingreso económico muy superior a la mayoría de los trabajos que no demandan un título universitario (e incluso superior a muchos de los que sí trabajan en base a sus estudios completos) y que además en la mayoría de los casos, jamás pensaron que podían llegar a tener. El ejemplo de Miguel, que vive en uno de los barrios compuesto desde su fundación, en 1982, por personas pertenecientes a la clase media baja de la ciudad, las “1008 viviendas”<sup>36</sup>, permite una comparación entre su vida antes y después de ingresar a una empresa de servicios petroleros. Miguel es alto, morocho y de pelo largo, algo robusto y de expresión tímida, no aparenta sus cortos 22 años. A palabras de Margullis se podría resumir que su moratoria vital no coincide con su moratoria social, lo cuál es producto de su proceso vivido.

*“Mi situación al entrar en el petróleo cambió mucho porque antes trabajaba de electricista para ayudarlo a mi papá, por una ayuda económica. Trabajé en el taller con mi papá, desde los 12 años más o menos. Después empecé en la empresa pero haciendo instalaciones en Comodoro con el sueldo mínimo, que era por quincena, \$700 más o menos, y al mes empecé a subir al campo y ahí cambió bastante lo económico, el doble más o menos” (Miguel, 22 años, instala cañerías de aire acondicionado de la empresa Fertex que trabaja para empresas de Servicios Petroleros).*

Otro caso en el que se disuelven las barreras que separan a los jóvenes de los que no lo son, es en el caso de la jerarquización del trabajo, que en el petróleo tiene que ver con la cantidad de años que tiene el empleado en la empresa. Al establecerse una jubilación más joven que en cualquier otro trabajo, de 50 años de edad y 25 años trabajados, hay una mayor rotación en puestos. Y al no encontrarse personal especializado, toman a muchos jóvenes que van ascendiendo. Por lo tanto muchos de los que hoy tienen 6 o 7 años trabajados pasan de ser empleados de convenio a ser parte del personal jerárquico, con un sueldo fijo, más alto pero con responsabilidades sobre los empleados de rangos inferiores. Esto significa que todo lo que ocurra en una tarea de

---

<sup>36</sup> Ver anexo de estadísticas sobre el mismo barrio, denominado formalmente Barrio “30 de octubre”.

campo es responsabilidad del personal jerárquico desde su nivel más bajo, ya sea Jefe de Equipo en lo que es perforación, terminación y pulling (operaciones primarias) u Operador en lo referentes a operaciones especiales. Y dentro de estas asignaciones se encuentran chicos que aún son jóvenes pero llevan más años que otros en las empresas, como los caso de Raúl y Patricio, operadores cada uno de su empresa.

*“Hoy nosotros somos operadores y si pasa algo es culpa nuestra. La empresa respalda totalmente a los jóvenes pero te pide que seas responsable. Si se torció el tobillo un chico, un poco más te dicen: “¿Por qué no le dijiste que había una piedra?” (Raúl, 24 años, es operador de la empresa Weatherford)*

Puede resultar llamativa esta descripción de Raúl, que tan solo tiene 24 años, quizás unos más o hasta la misma edad que sus compañeros, pero su puesto jerárquico le da un status superior a nivel laboral y lo posiciona en una categoría que demanda una responsabilidad por sobre el resto y que culturalmente le genera una visión del resto de los jóvenes como alguien superior y no como un par, por el puesto que ocupa. Sus compañeros son pares en edad, sin embargo ello no se condice con el trato de la empresa para cada uno ni con el trato entre sí, porque aunque compartan la misma edad, unos son empleados y otros jefes. En tal sentido, las responsabilidades no son las mismas. La presión influye y recae sobre jóvenes como Raúl y Patricio. La negociación es por un lado y como explica Raúl, un mejor sueldo: *“En lo que es personal jerárquico es difícil encontrar gente joven, en general es gente que hace años que está. Nuestro caso es particular porque tenemos sólo 24 años. Y ya el sueldo de un jerárquico no se compara, creo que es el doble que un personal de convenio, que es donde está la mayoría de la gente joven”*. Pero también un mayor control sobre sus tareas, propio del sistema explicado en párrafos anteriores.

*“Por ejemplo con el tema de los viajes, yo estoy a cargo de la camioneta que nos lleva. Y a veces estoy muerto porque me levanto a las 5 de la mañana, viajo 170 km de ida y después de vuelta y le paso la camioneta a alguno, pero si pasa algo con la camioneta es culpa mía. Cuando yo acciono la camioneta, tiene GPS y la empresa sabe que yo ya estoy saliendo y si no ven en la computadora que yo estoy manejando es como que yo no trabajé. Y si la presto me marcan como infractor en una cartelera donde figuran todos los infractores y yo aparezco todos los meses”*.

Este tipo de relaciones jerárquicas se presentan como modos de constitución identitaria y de diferenciación. Los jóvenes se constituyen en torno al rol que ocupan en su relación con la empresa y desde allí se posicionan en su interacción con los demás, pues en medio de las relaciones sociales emergen relaciones de poder que los unen, más allá de la edad. La juventud en la empresa no se relaciona con la edad sino por la posición jerárquica que ocupa cada uno, más allá que la mayoría de los que tienen menos edad se encuentran en los puestos inferiores. Pero también hay muchos individuos que, teniendo una edad avanzada, ingresaron en los últimos años a la empresa, al igual que muchos jóvenes, y comparten con ellos los puestos de menor jerarquía. Y es aquí donde se observa cómo las relaciones de poder producen relaciones de conflicto, cuando el “jefe” es etáriamente más joven o de la misma edad. *“Hay gente de mierda, son todos envidiosos. Hay más puterío que si hubiera mujeres. Envidia de todo de decir “Mirá a este pibe le va bien, hagámoslo cagar para que no suba”*, explica Julián.

*“Te topás con gente que es una cagada, que quieren progresar pero tu hundan a vos. Y por ahí, como me pasó a mi, que sos muy tierno que recién estás empezando, recién te vas conociendo te pegan una abrochada marca cañón, pero bueno, vas aprendiendo”* (Maximiliano, 22 años).

Dice Bourdieu que “estrechamente ligadas a la edad, las posibilidades de acceder a las diferentes formas de poder también varían, como los diferentes índices del capital cultural y social heredado, como el origen social, o como el capital académico”. (Bourdieu, 2008, p. 101)

La competencia entre los trabajadores tiene una base de fundamentos compleja que es impulsada por el régimen de trabajo pero también por la formación que se ha heredado de las instituciones, que divide los merecimientos como una escalera etaria: padres e hijos, maestros y alumnos, jefes y empleados, son relaciones en donde está impregnada la idea de que el que “sabe” siempre es más grande de edad. Y por eso cuando esto se quiebra, se produce un conflicto.

Es necesario destacar esta relación conflictiva que generó la gran demanda de jóvenes para trabajar en las empresas a partir del 2003 y con mayor convocatoria entre 2007 y fines de 2008, período abordado en esta tesis. Se trata de la relación entre los

trabajadores jóvenes y los considerados “viejos”. Algunos de ellos no superan los 40 años pero para diferenciarse quedan con éste rótulo de todas formas.

Es preciso retomar uno de los tres grandes ejes que explica Rosana Reguillo que tienen relación con los debates y preguntas que desde las ciencias sociales se plantean a lo “real” (Reguillo, 2000, p.39). Se trata del eje denominado “los otros”, que los jóvenes utilizan para hacer referencia al “antagonista”, o “alteridad radical”, que otorga más allá de las diferencias, por ejemplo socioeconómicas y regionales, un sentimiento de pertenencia a un “nosotros”. Explica Reguillo que “la identidad es centralmente una categoría de carácter relacional (identificación-diferenciación). La construcción simbólica “nosotros los jóvenes” instaaura diferentes alteridades, principal aunque no exclusivamente, con respecto a la autoridad: la policía, el gobierno, los viejos, etcétera” (Reguillo, 2000, pp. 41-42).

Siguiendo esta teoría, la cuestión etaria juega un papel muy importante tanto en la visión de los jóvenes petroleros de Comodoro para con los que ellos denominan “viejos”, dentro del rubro, como también en la visión que tienen los trabajadores más adultos de los jóvenes. El análisis de este entramado de relaciones es complejo porque entran en juego estas concepciones jerárquicas “institucionalizadas” como reales y que conviven con una realidad inesperada, un contexto muy particular, en donde un hombre considerado joven, puede ser jefe de uno considerado “viejo”, porque éste último entró después que el primero en la empresa o porque el joven tiene algún puesto jerárquico por haber estudiado una carrera. A su vez, aquellos “viejos” que se encuentran en la empresa desde la década anterior y sobrevivieron a las crisis y los peores momentos de la industria, si bien tienen su “recompensa” al ocupar los puestos más altos de la escala por antigüedad, rechazan el trato que reciben hoy los nuevos jóvenes, con posibilidades de crecimiento inmediato y tipos de labor “más tranquilos” que los que a ellos les ha tocado enfrentar. También entre los adultos se llaman “viejos” entre ellos, “nosotros los viejos”, para diferenciarse.

En este sentido se genera una descarga contra los jóvenes y se encuentra en la edad el fundamento ideal para acusarlos de “irresponsables” y marcar la superioridad en la experiencia adquirida por los “viejos”. Nuevamente la crítica recae en la cuestión de los “merecimientos” y esta necesidad de ir paso a paso y trabajar arduamente para escalar en la escala jerárquica y crecer económicamente, idea heredada de la “ética protestante”, e inserta en la concepción tradicional, de que mientras más se trabaje mayor será la recompensa (Weber, 2003). Este análisis se abordará más adelante.

*“Hoy una persona que ingresa avanza muy rápido. Si bien hay categorías, que creo que van de la A a la L, hoy hay tanta demanda que la persona que ingresa, por ahí mañana hace 4 pasos seguidos y llega a soldador y por ahí no tiene la misma carrera que alguien que está hace 20 años trabajando. Te ponés a charlar con los más viejos y te dicen ‘porque yo la tuve que parir y sufrir un montón de cosas’, que una persona que ingresó hace un año no sufrió y cobra lo mismo que una persona calificada” (Carlos, 25 años).*

*“El problema del trabajo es la gente. Hay gente de mierda, son todos envidiosos. Hay más puterío que si hubiera mujeres. Para mí la gente es el problema: mucha gente mañosa, ‘faltadora’” (Julián, 23 años).*

*“La forma de vivir es diferente a la de otras épocas. El petrolero desaparece a las 9 hs. y llega a las 2hs. del otro día, joda hasta las 6/7 de la mañana, llegan y se acuestan a dormir, porque a las 18hs. de ese mismo día lo pasan a buscar para ir a trabajar” (Javier, Supervisor de Recursos Humanos de la empresa de servicios DLS)*

Los jóvenes son obligados a pagar “derecho de piso” por parte de los que ya llevan varios años en las empresas y son mirados con resentimiento por quienes son mayores que ellos en edad, más de 35 años, pero comparten los mismos puestos porque llevan pocos años en las empresas. A su vez, la condición juvenil muchas veces juega a favor en cuanto a que no temen en realizar trabajos duros y tomar riesgos, por lo cuál algunos jóvenes suelen subir de categoría más rápido que los “viejos”, situación que no despierta buenas respuestas de éstos últimos por las cuestiones culturales explicadas con anterioridad que establecen que el que tiene mayor edad debe posicionarse por encima del más joven. Y en el petróleo rige la “ley del más fuerte y ágil”, batalla que es ganada por los jóvenes por las características planteadas por Margullis en cuanto a la moratoria vital (Margullis, 1996, pp. 20-25).

### **El dinero que desborda**

No se puede negar que como dice Margullis, el dinero es uno de los parámetros que actúan en la diferenciación de las diversas maneras de ser joven, como un recurso

cuya distribución social es asimétrica. Se produce en el mundo del petróleo un fenómeno atípico pues los jóvenes si bien ingresan a las empresas para trabajar, en su mayoría por una necesidad económica, las ganancias se verían excesivas en otros lugares del país. En cierto sentido ven acotadas sus posibilidades de acceder a la moratoria social por la que se define la condición de juventud. Según Margullis esto se da porque “deben ingresar tempranamente al mundo del trabajo, a trabajos más duros y menos atractivos” (Margullis, 1996, p. 17), que es lo que sucede en general con los jóvenes pertenecientes a las clases bajas. Pero en este caso, el dinero que se gana provoca ver al trabajo como algo más que una necesidad, por la cantidad de dinero que se gana, y en muchos casos, conlleva una elección que descarta la posibilidad de estudiar y no por una limitación económica como sucede quizás en otros sitios. Es decir, muchos de estos jóvenes eligen trabajar antes que estudiar, endulzados por el dinero que pueden obtener a tan temprana edad, y otros si bien desean entrar por una necesidad económica, las ganancias son mucho mayores de las que pudieran haber soñado alguna vez. En este sentido, si bien se cumple lo que teoriza el autor, hay que extender la problemática a un contexto muy particular donde los jóvenes de cualquier sector social tienen la posibilidad de trabajar en una empresa petrolera y ganar la misma cantidad de dinero. Según Ángel Capurro, en marzo del 2009 explicó que el básico del contrato de convenio *“anda alrededor de los \$3 mil mínimo, de ahí tenés que hablar para arriba: tenemos básicos hasta de \$5 mil”*.

*“El básico del ‘boca de pozo’ debe ser de \$2.630 y sueldo bruto, desde \$7.100 a \$8.900. Depende de las horas de viaje, si metiste muchas horas nocturnas en el mes. La jornada laboral es de 8 horas, de lunes a sábado, así que sí o sí te pagan cuatro extras, pero no podés elegir no trabajarlas”* (Julián, 23 años).

*“Antes de entrar a esta empresa, en la otra que era más chica, mi básico era de 2.600 pesos. Y cuando nos absorbió Smith mi básico pasó a ser de más del doble, ya salido del convenio y estando dentro de personal jerárquico. Te puedo decir que es casi hasta 3 veces mi sueldo”* (Patricio, 24 años).

*“Yo hace 4 años ganaba 1.300 pesos y hoy gano \$9.000 y me iban aumentando el sueldo en lapsos de un año y medio. Es que uno no se da cuenta. No te das cuenta cómo*

*pasa el tiempo y cómo va aumentando tu poder adquisitivo, hasta el momento en que abriste los ojos y decís “mierda, mirá lo que estoy ganando” (Pablo, 25 años).*

*“Me acuerdo al principio, con los primeros sueldos, me compré el home (theater) con el dvd, que en ese momento era re caro, y después en joda. Te hablo cuando fui a los barcos, que en 12 días gané \$15 mil y ahí pagué la mitad del auto, el dvd con el home y el resto en joda. Y lo que tiene es que también nosotros con mi hermano vivimos solos y además en gastos no tengo tanto, tendré, \$400”. (Marcelo, 21 años)*

El aumento del sueldo en un tiempo relativamente vertiginoso provoca una alta gama de posibilidades de inversión, lo cuál depende de la situación en la que se encuentre cada uno de estos jóvenes petroleros. Más allá de que, como afirman los entrevistados, el monto de dinero que se cobra es elevado, la disposición de consumo varía según las obligaciones de gastos que tenga cada uno. Si bien Pablo se muestra sorprendido por el sueldo que ha llegado a conseguir, su vida estando casado lo mantiene atento a determinados consumos como las compras del supermercado o la necesidad de construir una casa, como relata en ciertos apartados de la entrevista. Y a su vez, lo mantiene exento de otros consumos como los de Marcelo, cuando comenta que gasta mucha plata cuando sale a divertirse, algo que tiene relación con la situación en la que se encuentra, que él mismo relata, y que no requiere de muchos gastos obligatorios.



# Capítulo 5

## Una sociedad de consumidores

### Mi auto, mi hijo

Los procesos vividos son particulares de cada persona. Pero de alguna manera hay indicios que muestran denominadores comunes en ciertas prácticas. El deseo del objeto anhelado desde la infancia es un motivador muy importante a la hora de invertir los ingresos. En el caso de los jóvenes petroleros, el auto es el primer gran objeto que se adquiere, sobretodo teniendo en cuenta el corto tiempo en el que pueden conseguirlo, lo cuál lo transforma en algo más atrayente aún.

*“Yo me compré un auto, un Gol y eso sí es una de las cosas que venía soñando de poder comprármelo y ahorrando un poco de plata me lo pude comprar y por ahí trabajando en otro lugar no hubiese sido posible”* (Leonardo, 22 años, trabaja en la empresa DLS).

*“A los 3 o 4 meses desde que entré a la empresa ya me compré el auto, un 206 0KM. Junté varios sueldos completos y me lo compré”* (David, 23 años, trabaja en “operaciones especiales” en la empresa Siderca)

*“Lo primero que hice apenas empecé a ganar bien, ahorré dos meses y cambié mi auto: me compré uno 0km. Es típico de todos los petroleros. Después fui y me compré un cuatri”* (Patricio, 24 años).

En este sentido, el hecho de estar solteros en los jóvenes es un factor imprescindible al momento de invertir en un auto por el poco tiempo en el que se puede adquirir, puesto que se puede ahorrar con un objetivo específico sin la necesidad de destinar parte del ingreso en obligaciones como una familia. Además, el mercado actúa sobre los gustos de las personas transformándolos en necesidades e incentivando el consumo constante y la renovación del mismo.

*“Vos fijate la cantidad de concesionarias que abrieron desde el boom petrolero, todo el mundo tiene una concesionaria pero ¿por qué? Porque un petrolero compra un auto, después sale otro y vende el que tenía para comprarse uno nuevo. Hasta hay una firma que vende autos que consiguió mi celular y me llamó ofreciéndome uno, sabiendo que soy petrolero”* (Julián, 23 años).

*“Yo soy soltero, así que me doy todos los gustos. Cambié tres veces de auto, desde que entré en el 2006. Tenía un Renault 9, después me compré un Pointer, después un Gol modelo 2001 y ahora me compré un Fiesta Max 0km. Me voy para arriba, hasta la camioneta no paro”* (Fernando L., 23 años, trabaja de “boca de pozo” en San Antonio Internacional)

Una vez que se tiene el auto, muchos lo decoran, le “ponen el moño”, su propio sello. Uno de los gustos de estos jóvenes, recae en colocarle todos los accesorios posibles al auto. Sería como darle un sentido propio, un toque de distinción, lo cuál no sólo lo produce la marca y el modelo del auto sino también otros elementos que permiten al auto ser mirado y admirado.

*“A mi siempre me gustaron los autos y ponerle cosas al auto, como llantas, estéreo, parlantes. Yo creo que es por gusto de uno. Lo siento como un hobby. A mi auto lo tuneé, tiene de todo, llantas, relojitos, todo”* (Sergio, 25 años, trabaja de “enganchador” en la empresa San Antonio Internacional)

*“Yo soy fanático de los autos. Y nunca pensé que a los 23 años podía llegar a tener este auto (Fiesta Max). Antes quería ponerle llantas y eso y por ahí no me daba la plata, y ahora se las pude comprar. Todavía no le puse mucho porque está en garantía pero la idea es agregarle algunas cosas. Al otro auto que tenía antes sí le puse parlantes”* (Fernando L., 23 años).

Este tipo de gustos, son vistos por quiénes no son parte de la industria petrolera, como parte de un cúmulo de derroches sin sentido que realizan los jóvenes petroleros. Muchos asignan este fenómeno a la incapacidad para darle un uso racional al dinero acusando cierta inmadurez biológica que choca con una madurez laboral temprana en cuanto a la rudeza del trabajo, los tiempos y los altos sueldos que reciben en la

industria. Sin embargo, el argumento de los protagonistas se esconde detrás de la noción de gusto, en el sentido en que lo teoriza Bourdieu, como un orden de significaciones correspondiente al habitus, es decir, a la forma en que las personas configuran sus vidas a través de signos distintivos, “pues a través de la distribución de propiedades, el mundo social se presenta, objetivamente, como un sistema simbólico, un espacio de estilos de vida y de grupos de estatus, caracterizados por diferentes estilos de vida” (Bourdieu, 2004, p.136).

A su vez esta configuración se construye históricamente, por ende los motivos de consumo muchas veces devienen de experiencias pasadas de los distintos jóvenes respecto a la carencia de determinado tipo de consumo, situación que se revierte al comenzar a trabajar en el petróleo y recibir un ingreso suficiente para satisfacer los deseos personales y por una resignificación del consumo que hace que al poseerlo tengan una distinción en una sociedad determinada.

*“Un día estaba aburrido y dije: ‘¿qué puedo hacer? Me voy a ir a comprar algo’ y fui y me compré un estéreo para el auto y no me importó el valor, dije ‘dámelo’. Yo lo primero que hice apenas saqué el Corsa de la agencia, antes de mostrárselo a mi familia, me fui a una casa de llantas y neumáticos y le clavé 4 cubiertas y 4 ruedas que me salieron una fortuna pero no me importó. ¿Por qué? Porque tu bolsillo te da y son gustos que quizás el día de mañana no te lo vas a poder dar y nunca pensé que me los iba a poder dar” (Pablo, 25 años).*

Hay determinadas elecciones de estos jóvenes petroleros que son compartidas por una gran cantidad de ellos, algo que se encuentra reflejado en las entrevistas. La elección del auto, por ejemplo, no siempre está signada por una limitación económica, es decir, comprar el que se pueda. Ésta, como otras apropiaciones están insertas en un marco simbólico que tiene relación con las reglas del mercado: llegar a comprar un auto 0km. Cuando esto se logra, en general se busca uno que esté de moda como el Chevrolet Corsa, el Peugeot 206 o el Ford Ka, vehículos que tienen el aliciente de poder financiarse con planes especiales, lo cuál provoca que sean los más estándares en ventas. Pero también tienen una vinculación muy directa con gustos personales y viejos deseos que pueden cumplirse con los ingresos de este trabajo y que también integran signos de distinción, como en el siguiente ejemplo.

*“El primer 128 que tuve, fue a los 19 años. Después vendí ese y me compré otro. Viste cuando vos sos chiquito que decís ‘qué buen auto’, yo lo soñaba desde chico y por eso no lo vendo. Todo el mundo me dice ‘tenés un Audi A3 ahí y usás el 128’. El Audi lo usa todo el mundo en mi casa, hasta mi novia y mis amigos para levantarse chicas, pero si me tocan el 128 se arma”* (Julián, 23 años, trabaja de “boca de pozo” en la empresa San Antonio Internacional)

Julián fue criado en una familia petrolera y por ende ha incorporado desde chico el sentido por el trabajo y la necesidad de ganar dinero para satisfacerse. Cuenta que desde que estaba en la secundaria sabía que iba a trabajar en el petróleo y soñaba con darse gustos que no se había podido dar porque los vaivenes de la industria provocaban que el de su padre no fuera un trabajo estable.

En el caso de Julián, en el uso de sus autos, operan dos mecanismos de distinción: respecto al Audi, la distinción se establece en un plano de status, por el precio del auto y la catalogación social que tiene por ser un vehículo al que no cualquier trabajador puede acceder. Y a su vez, tiene a su privilegiado, un Fiat 128, al que cuida como oro y con características únicas, impuestas por él. Cualquier otra persona quizás elegiría el auto que es mejor visto, en este caso el Audi, pero él no. Aunque el Audi sí funciona como un mecanismo para mostrarse socialmente, según lo que explica Julián, a él le importa además diferenciarse con un auto único como el 128, armado por él mismo. Atendiendo a lo que dice Canclini, “muchas distinciones entre las clases y fracciones se manifiestan, más que en los bienes materiales ligados a la producción, en las maneras de trasmutar en signos los objetos consumidos (...). La apropiación de cualquier bien es un acto que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción.” (Canclini, 1993, pp. 23 y 33). El Audi se reduce a lo que puede obtener por su nivel adquisitivo y el 128 a lo que puede tener por el valor simbólico que él le asigna y que prevalece sobre el valor utilitario. En este sentido, como dice Bourdieu, “las diferencias funcionan como signos distintivos, y como signos de distinción, positiva o negativa, y eso fuera mismo de toda intención de distinción, toda búsqueda de la conspicuous consumption (consumo visible)” (Bourdieu, 2004, pp. 135-136).

El auto, si bien representa para muchos de estos jóvenes la primera forma de consumo, no representa para los petroleros un gasto, sino una inversión. Al contrario de otras adquisiciones materiales que son sólo gustos personales satisfechos, la importancia

simbólica del auto es que más allá del gusto de cada hombre, genera un sentido de propiedad y un producto que los distingue. Es quizás lo primero que estos jóvenes sienten como propio, lo cuál les genera una seguridad bipartita: por un lado resalta el grado de masculinidad, por una cuestión cultural histórica del propio elemento para con la condición de género. Esta condición es adoptada por el mercado a través de la publicidad que resalta este aspecto. Un ejemplo de ello es una publicidad reciente de la empresa fabricante de autos, Renault, en dónde “se hace un recorrido por los símbolos tradicionales en la iniciación hacia una supuesta masculinidad: encontrar el primer pelo debajo de la axila, masturbarse, ganar un partido de pool, iniciarse sexualmente en un prostíbulo (llevado por el padre). Pero el hito máximo, que en este caso reafirma la hombría a partir del consumo, es la compra de un Renault, ‘tu primer gran auto’”<sup>37</sup>, describe un informe de El observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión. Es decir que la asociación del auto con el sentido de lo masculino es además perpetuada por el mercado que es quién rige las reglas, más allá de una posición activa de los actores en sus adquisiciones que deciden darle un uso determinado a las mismas.

*“La “primer plata”: el autito. ¿Y por qué el autito? Y para ir a dar vueltas al centro, para ir al boliche, para ver si enganchás una minita. El primer vicio que tenés es el auto y fue el mío también. Pero por lo general, el autito, el celular, es lo primero en lo que te gastás cuando vos empezás a ganar un buen sueldo, en los gustos”,* destaca Ezequiel que tiene 23 años y vivió en el barrio San Martín<sup>38</sup>, uno de los más marginados de la ciudad, hasta que se juntó con su novia y se fue a vivir al barrio San Cayetano. Antes de entrar al petróleo, realizaba el mantenimiento técnico en una pesquera, con un sueldo muy inferior, hasta que entró a trabajar en Tecnotrol, donde ascendió hasta Supervisor Instrumentista.

*“Lo primero que me compré fue el auto. No fue de un día para el otro, junté algo de plata y me compré una cupé Fuego, que era un auto clásico que me gustaba. Y después fui avanzando de modelo y ahora tengo una camioneta 4x4”,* relata Fernando A. que tiene 23 años y trabaja de “chofer” en la empresa Good Group al igual que su compañero de trabajo y amigo, Fernando T., de la misma edad y labor en la empresa,

---

<sup>37</sup> En página de Internet: <http://www.obserdiscriminacion.gov.ar/web/wp-content/uploads/2009/10/El-mito-de-%E2%80%9Chacerse-hombre%E2%80%9D-14-06-09.pdf>

<sup>38</sup> Ver estadísticas en anexo.

quién agrega “*Y en mi caso el auto también (un Chevrolet Astra con asientos de cuero, motor superior al normal y ventanilla descapotable), que era algo que quería hace un tiempo y un cuatri. Gustos que siempre tuve y que me los quería dar y bueno, ahora que puedo me los doy*”, a lo que Fernando A. concluyó: “*Por lo general, en los varones siempre son esos gustos: cuatri, auto, moto. Es lo primero que te comprás. Después ya no les das bola pero bueno*”.

El auto funciona como un elemento de “autoafirmación masculina”, y no así femenina, aunque las mujeres igual hagan uso de él. Culturalmente está instaurado para el uso de los hombres. Esto se basa en construcciones históricas que imponen diferencias entre sexos. Como explica Bourdieu, “las relaciones sociales de dominación y de explotación instituidas entre los sexos se inscriben de modo progresivo, en dos clases de hábitos diferentes, bajo la forma de heixes corporales opuestos y complementarios de principios de visión y de división que conducen a clasificar todas las cosas del mundo y todas las prácticas según unas distinciones reducibles a la oposición entre lo masculino y lo femenino” (Bourdieu, 2000, p. 45).

Por otro lado, además de resaltar este ego masculino, siendo un capital simbólico, el auto también representa un bien, un capital que puede ser vendido en caso de ser necesario.

*“Yo pagué un plan de un auto, un FOX, y la camioneta, una Toyota. O sea, tan mal no malgasté la plata”* (José Manuel, 27 años, trabaja en “work over” en la empresa San Antonio Internacional)

*“Yo el día de mañana se que si necesito plata, vendo el auto, porque es plata invertida”* (Pablo, 25 años).

*“Tengo una camioneta que no me imaginaba tener. Yo lo pienso a la larga, no en tenerlo como algo que me gusta sino un capital que a la larga puedo cambiarlo por un terreno o algo. O sea me sirve para movilizarme y después si sale algún negocio capaz que la vendo”* (Carlos, 25 años).

Incluso a veces la adquisición del auto tiene una misión de respuesta a viejos deseos personales, que sobrepasan el sentido de funcionalidad del auto. Es decir se

prioriza la racionalidad simbólica por sobre la racionalidad de uso. En el caso de Jhonatan, se compró el jeep que siempre soñó, sin importarle su precio ni el gasto que le ocasionaría a diferencia de otros autos. Como teoriza Canclini en su modelo 5: *“el consumo como escenario de objetivación de los deseos*. El ejercicio del consumo se realiza en condiciones socioeconómicas particulares. El deseo es fundamental en el análisis del consumo.” (Canclini, 1993, pp. 30-31).

*“Es como que te encarnizás. Para encontrar el jeep yo me la pasé buscando en Internet cuando estaba en Buenos Aires. Y decía V8 no se qué, yo no entiendo nada de eso. Lo llamaba a Marcelo y me decía que no lo compre pero no me importó hasta que volví a Comodoro y me gasté \$150 de nafta en un paseo. Era una belleza pero ahí está tirado, tengo una ganas de prenderlo fuego”* (Jhonatan, 21 años).

Como está explicado en el marco teórico, de los 6 modelos expuestos por Canclini para explicar aspectos del consumo, el modelo 3 es el que más se adecua a la hipótesis de esta tesis. *“El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos*. El consumo es el lugar fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales. Las diferencias se producen cada vez más, no por los objetos que se poseen, sino por la forma en que se los utiliza. La desigualdad económica hace depender más a los sectores subalternos de lo material, a experimentarlo como necesidad y hasta como urgencia” (Canclini, 1993, pp. 27-28). Los bienes adquiridos son utilizados como mecanismos de distinción. En el caso de Pablo, el ser petrolero le propició muchas facilidades para cambiar sus autos, no sólo económicamente sino también por el status simbólico que le adjudica su condición laboral en cualquier lugar de venta.

*“El Peugeot 206 que tengo me lo compré hace 3 meses. Cambié un auto 0 km por otro auto 0 km, y si me preguntás porqué no te sé decir. El Corsa que vendí tenía un año y sólo 20 mil kms, sólo le había hecho un viaje a El Bolsón. No se porqué un día en una conversación con mis compañeros hablaron de autos y saltaron hablando de este (el 206) y yo... una estupidez pero me puse a pensar: ‘¿y por qué no puedo tener yo un auto de esos?’. El Corsa lo tuve en una semana, por mi poder adquisitivo y porque la gente se garantizaba que con el trabajo que tengo yo, le iba a pagar el auto”* (Pablo, 25 años).

Las posibilidades económicas de los jóvenes petroleros afianzan la opción de cambio constante, aprovechada además por el mercado. Esta situación será ampliada más adelante pero Julián brinda un ejemplo relacionado a la venta de autos para entender el principio de los sobreprecios en Comodoro Rivadavia, más allá de los sueldos que se manejan.

*“Te doy un ejemplo. Un amigo se quería comprar un auto que estaba en una concesionaria. Íbamos en la chata de turno y me dice ‘pará acá que ese auto me gusta y voy a preguntar cuánto sale. Se bajó de la chata, con los botines (parte del uniforme). Preguntó y el auto valía \$57 mil. Le digo: ‘a que yo te lo consigo más barato’. Fui al otro día con mi 128 y me dijeron que el auto valía \$52 mil. O sea que le querían cobrar 5 mil pesos más sólo porque lo vieron bajar de una chata de petrolero y todo sucio. Sos petrolero, palo en la nuca. Los comerciantes se aprovechan porque saben que el que tiene plata la gasta”* (Julián, 23 años).

Como se observa en los ejemplos, la primer gran adquisición de los jóvenes petroleros es el auto que además constituye un producto desechable en determinado momento, cuando ya el deseo, tal como lo planteaba Bauman, es motivado por otros nuevos, en este caso por un modelo más nuevo o un vehículo más moderno. Esto condujo a una actualidad en la que jóvenes a muy temprana edad ya no sólo pueden tener un auto propio, sino también cambiarlo por otro en un tiempo no muy remoto.

*“Una vez que empezaste a trabajar y tenés la posibilidad, te das todos los gustos que podés. Yo tengo el auto y por ahí tengo la suerte ahora de sacar el otro, un (Peugeot) 307”.* (Juan, 22 años, es técnico en seguridad e higiene y trabaja en la empresa Obras y Servicios)

*“Vos ves que hay chicos que no aportan nada en la casa y sí, en tres meses tienen un auto 0km, tres meses que no es nada. Una persona que trabaja en el estado o en otro rubro del sector privado por ahí tarda 5 años en tener un auto”* (Carlos, 25 años).

Siguiendo las historias es posible apreciar que se produjo un crecimiento considerable de compra de autos en Comodoro Rivadavia. Explica De Certeau que se



debe entender a las mercancías, “ya no sólo como datos a partir de los cuáles establecer los cuadros estadísticos de su circulación o señalar los funcionamientos económicos de su difusión, sino como el repertorio con el cual los usuarios proceden a operaciones que les son propias” (De Certeau, 1990, p 37). Esto permite una crítica a la reproducción que realizan los medios acerca del fenómeno, por el cuál se encargan de resaltar continuamente los números que confirman el crecimiento en determinado tipo de consumo y no de analizarlo socialmente, como en el caso del “patentamiento de autos”, expuesto en el marco metodológico, por ejemplo.

La apropiación del auto en el contexto de un trabajo netamente masculino y donde los deseos se pueden cumplir en un tiempo casi inusitado en comparación con otras características contextuales, no debe ser reducido a un simple número estadístico que demuestre cómo creció el consumo de automóviles en la ciudad. Es necesario utilizar los datos para problematizar el fenómeno y entenderlo no como una apropiación únicamente ligada al plano económico, es decir, de posibilidades monetarias, sino un acto en el que se incluyen cuestiones de gusto y de distinción, en una sociedad marcada históricamente por las desigualdades económico sociales, especialmente en la década de los 90, contexto en el que crecieron los jóvenes, objeto del presente estudio, en medio de una crisis muy profunda. Para entender esto hay que hacer hincapié en la noción de habitus de Bourdieu en referencia a las estructuras que actúan como operadores de distinción, principios de distinción de gustos. O bien como: “...principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relacionales de una posesión en un estilo de vida unitario, es decir, un conjunto unitario de elección de personas, de bienes, de prácticas... los habitus están diferenciados, pero también son diferenciadores, diferentes, distinguidos, ellos son también operadores de distinción: ponen en juego principios de diferenciación diferentes o utilizan de modo distinto los principios de diferenciación comunes... los habitus son también estructuras estructurantes, esquemas clasificatorios, principios de clasificación, principios de visión y de división de gustos diferentes” (Bourdieu, 2003, p. 33).

### **El consumo en la noche**

La diversión ocupa un lugar central en la inversión del tiempo libre de estos jóvenes, puesto que la mayoría son solteros y eligen disfrutar de su sueldo dándose todos los gustos. El gasto en los lugares de esparcimiento nocturnos se ve como algo

natural, común entre todos los jóvenes, y lo excesivo de esos gastos, se ve como algo común entre los jóvenes petroleros al igual que determinados productos electrónicos que se repiten como consumo asegurado en la mayoría de los entrevistados.

*“Gasto bastante en lo que es joda. Y he gastado en cosas electrónicas también, no se, televisor, home theater, cosas que se compra cada uno, lo más común que te comprás. Para mi lo primero que te comprás es un tele, por ahí. Después te vas comprando más cosas, videojuegos, play station, todo eso” (David, 23 años).*

*“Me gasto una parte del sueldo en La Cabaña (un bar), otra en Punto Com (un boliche), otro en Ele (un boliche) y el resto la ahorro. Y hoy por hoy tuve la suerte de poder comprarme un terreno, un auto (Volkswagen Fox)” (Maximiliano, 22 años).*

Sin embargo, el “boliche” es un tipo de consumo que no se considera una inversión, pues ni siquiera es perdurable en el tiempo. Es un hábito de consumo dedicado a disfrutar el tiempo libre al 100% luego de varios días en el campo. Esto es captado por los dueños de los locales bailables que al igual que muchos de los comercios de la ciudad, tienen como principal cliente al petrolero, por lo cuál los precios se adecuan a lo que éstos pueden dar, mientras que los valores para otros pueden resultar elevados. Pablo afirma que: *“tomás dos o tres cosas y son \$180 y no es que consumís mucho”* (Pablo, 25 años). A su vez, estos lugares se representan como sitios sociales donde se puede compartir con amigos, conocer chicas y demostrar lo que se puede conseguir con el poder adquisitivo.

*“En el boliche es un promedio de \$200 por noche. Entre \$150 y \$300 seguro. Porque invitás a todo el mundo” (Fernando A., 23 años).*

*“Y entre \$400 y \$500 y en el boliche que son cuatro horas nada más. Más la previa que no la contés porque no tengo ni idea. Es una enfermedad. Al otro día te ponés a pensar “no, no pude haber gastado tanta plata” y el fin de semana que viene lo hacés de vuelta” (Jhonatan, 21 años).*

*“A mi por ahí vienen minas en el boliche directo a decirte “¿me comprás un trago?”, o “che, te podrías comprar un vino” y yo les digo que no. Capaz que te compraste tres*

*y ni te importa pero si te vienen a pedir les digo que no. Yo lo veo en Jhony por ejemplo, que vienen muchos y te rodean como para que les pagues” (Marcelo, 21 años).*

*“Yo si estoy en grupo no tengo problema, ‘pago la vuelta’. Pero es depende de la persona: tenés el petrolero que no gasta nada, gasta lo justo y necesario para él; está el que invita por creído que paga todo porque “soy súper petrolero aunque al otro día no tenga un mango o no llegue a fin de mes”. De esos hay muchos, está plagado. Pero bueno, sino tenés el pendejo como yo cuando recién empecé, que veía la guita y bueno vamos, despilfarrar, tirar guita para cualquier lado y decir ‘¿esto cuánto sale? qué me importa, lo pago`” (Maxi, 22 años).*

El boliche representa un ejemplo más de lo que significa el cambio de empezar a trabajar en una empresa petrolera. El poder adquisitivo es muy alto para los jóvenes solteros que, aún adquiriendo todos sus gustos, les sobra plata, la cuál, en una sociedad de consumidores “debe ser gastada”. Y también cambian los hábitos en cuanto a las bebidas que condicionan signos de status dentro del contexto de Comodoro como podemos observar luego en el relato de Pablo. Tal como explica Bourdieu, “el espacio social se presenta bajo la forma de agentes provistos de propiedades diferentes y sistemáticamente ligadas entre sí: los que beben champagne se oponen a los que beben whisky, e infinitamente más a los que beben vino tinto. Estas son las propiedades que cuando son percibidas por agentes dotados de las categorías de percepción pertinentes funcionan, en la realidad misma de la vida social, como signos distintivos” (Bourdieu, 2004, p. 136).

*“Mi mejor amigo es así. Yo estoy siempre con él y te juro que ha pagado \$1.200 en una noche de boliche. Encima sale con los primos que son medios ‘importantes’ y el quiere quedar bien con ellos, y encima los primos también lo viven, porque son importantes pero no sacan la billetera ni a patadas. Y vos los ves que son 7 y él pide 9 o 10 “Chandon” que sale cada uno como \$90 y te gastaste ya \$900. Y así como él hay un montón (Marcelo, 21 años)”.*

*“Tengo compañeros que salen hasta las manos y se gastan \$1.000 por noche pero como nada, y es gente que vos la viste en “Gigante”<sup>39</sup> tomando Sangría y ahora se toman un Chandon con Speedy y es lo que toma todo el mundo. Es que es tan brusco el golpe y vos tenés tan a mano todo”* (Pablo, 25 años).

En el relato de Pablo se pueden encontrar ciertos elementos que servirán para el análisis de la cuestión de clase, más adelante. Esta condena que se remonta al pasado constantemente, resaltando lo que cada uno fue. La concepción de clase viene asociada casi al nacimiento o por lo menos a una tradición a una construcción que lleva muchos años lograr. Por eso en estos casos, los jóvenes que intentan “mejorar” su status, son condenados por “querer aparentar lo que no son”. Como se observa en la explicación de Pablo, el nivel adquisitivo permite no sólo un gasto no moderado sino también cambios en los hábitos, en las formas y en los lugares en los que se elige consumir, favorecidos por la situación económica.

*“Salir de noche es muy caro pero hay que aprovechar el tiempo libre. Cambiamos de lugares. Antes estábamos más en la calle porque se vivía con lo justo y necesario, nos juntábamos a tomar algo en la calle y nos quedábamos ahí. Ahora todos trabajamos así que vamos directo a algún pool o al bar. Boliches hace rato que no pisamos. Pero gastamos mucha plata cuando vamos a ver a las bandas al bar”* (Leonardo, 22 años).

También ellos mismos reconocen a este tipo de consumo como algo necesario y pasajero, producto de la edad y del choque que significa tener tanta cantidad de plata de repente. Esto tiene relación con el modelo 4, planteado por Canclini en el que explica al consumo como “sistema de integración y comunicación” pues aunque hay consumos que sirven para diferenciar, hay otros con los que se vinculan muchos, aunque la apropiación sea diversa, y favorecen la sociabilidad (Canclini, 1993, p. 28). Por eso, aunque no represente una inversión a largo plazo, consideran al consumo en los locales nocturnos como un espacio en el que pueden integrarse y en el que se sienten parte, tanto en el caso de los boliches como bares u otros sitios, según los gustos de cada uno. Pero este consumo tiene estrecha relación con la edad.

---

<sup>39</sup> A los boliches concurren jóvenes de diferentes sectores sociales y gustos musicales distintos. “Punto Com” está destinado a los sectores medios y altos y “Gigante” a los sectores más bajos, aunque ambos son del mismo dueño.

*“No sabés qué hacer con tanta plata por eso al principio gastás mucho en el boliche”  
(David, 23 años)*

*“Los jóvenes solteros gastan mucho en joda. Salen de franco y se enloquecen, es la realidad. Tiran la plata, les quema en las manos. Yo antes lo hacía igual, pero después tenés otras responsabilidades” (José Manuel, 27 años).*

*“Al principio decís ‘tengo mucha plata, no se qué voy a hacer’, porque uno es joven y no sabe lo que hace. Tenía 21 años y por ahí gastaba la plata en salir a bailar, en cosas, en ropa, en comer asado con mis amigos. Al principio no me sobraba nada. Después con el tiempo entendí que con la remuneración podía ser bien aprovechada y empecé a ahorrar” (Carlos, 25 años).*

El gasto en la noche es señalado como un gasto desmedido e innecesario pero para la mayoría de estos jóvenes se trata de un aprovechamiento del tiempo libre que tiene justificación en la edad. Como varios de los entrevistados resaltan, son demasiado jóvenes para darse cuenta de otras posibilidades para invertir sus ingresos, cuestión que con el tiempo las van descubriendo y toman otros hábitos.

Los signos de los que habla Bourdieu, inscriben pautas de distinción, categorías de percepción que separan lo que es bueno de lo que es malo según parámetros establecidos históricamente por la clase hegemónica y que es adoptado por el resto de los sectores sociales, ya sea para diferenciarse de los que se encuentran en mejores condiciones económicas o para tratar de acercarse a ellos. Y en este contexto donde las posibilidades para acceder a determinados tipos de consumo se igualan en la población, lo cuál permite que un trabajador petrolero, originario de cualquier clase social, pueda acceder por ejemplo a una bebida cara como el champagne, se mezclan viejos y nuevos hábitos de consumo producto de los procesos socioculturales vividos, como el hecho de mezclar en un mismo trago, bebidas que consumían antes con otras que recién ahora se pueden dar el gusto de consumir, como explica Pablo en el siguiente relato:

*“Hay gente que la ves en el boliche y no compran porque les gusta si no que compran lo que sale más caro, porque no ves todo lo que hay. Vos ves el número, qué es lo más caro, y sale 200 pesos, “ah bueno, ronda para mis compañeros” y no le importó tres*

*carajos, ¿entendés? Si es un vino que lo vale o es muy bueno y le mandaron Speed, ¡nada que ver! No tiene lógica. De las cosas que se hacen, todo, el consumo, por donde lo veas no tiene lógica”. Si a vos te venden un vino de \$200 y vos sabés que ese vino es bueno y este es una cagada pero sale \$300 te compraste el de \$300. ¿Por qué? Porque vos sos petrolero y tenés plata. Y ya cuando estás medio enroscado, “y yo soy petrolero, dame aquel, aquel y aquel”...porque yo he salido con compañeros que lo hacen, están locos. Y salieron del boliche y se fueron para otro lado. A los cabarets los cierran para ellos” (Pablo, 25 años).*

### **El otro lado del consumo**

Durante la realización de las entrevistas surgieron cuestiones que no habían sido tenidas en cuenta para analizar el consumo. En cierta parte, la adquisición de productos materiales tales como electrodomésticos, elementos tecnológicos o mecánicos, si bien es criticada en la sociedad por su exceso, problemática que se tratará más adelante, es legitimada como un acto común en los trabajadores petroleros, especialmente los jóvenes y una manera de consumir deseos y gustos personales factibles de obtener en el momento. Sin embargo, existe también otra clase de consumo habituada por muchos en el ámbito petrolero pero que no está socialmente legitimada y cuya problemática es difícil de analizar por la profundidad y las bifurcaciones del problema. Se trata del consumo de drogas, casino y clubes nocturnos.

De hecho hasta los propios entrevistados lo deslegitiman y se abstienen de pertenecer a esa rango de personas que son hábitos de este tipo de consumos, aunque sin dejar de advertir la existencia de los mismos. Muchos consumen lo que socialmente está bien visto y lo que no también. La diferencia es que lo primero se muestra y lo segundo se oculta. En ninguna de las entrevistas surgió alguna voz que aceptara practicar este tipo de consumos. En general las respuestas fueron desviadas hacia otro tipo de petroleros, por ejemplo los “viejos”, o en referencia al pasado, o sea al haberlos adquirido pero ya no. La inserción en estos consumos “no legitimados” se produce por varias razones. Las más importantes son: que se encuentran al alcance por una cuestión económica y del entorno, por la búsqueda de descarga del trabajo y por la necesidad de estar incluido en determinado grupo social. La “inclusión” a través de cualquier tipo de consumo no es por causas económicas, sino que es simbólica.

*“Por ahí son gustos innecesarios y se lo dan porque no se les ocurre otra cosa, nose... son otro tipo de gustos: casino, mujeres... tenemos varios compañeros frecuentes en esos lugares” (Fernando T., 23 años).*

En realidad es necesario separar cada uno de estos consumos, por una cuestión de que son problemáticas que se diferencian en su trascendencia histórica. Por un lado, el casino como fenómeno más actual y que se ha transformado, en Comodoro, en una práctica asidua de muchos trabajadores petroleros como así también de las mujeres de ellos; la droga que además es ilegal, lo cuál contempla la necesidad de ser encubierta y tapada por las propias empresas; y los clubes nocturnos que, a diferencia de las anteriores, existía como hábito en otros períodos de auge petrolero y tiene antecedentes en comunidades y campamentos petroleros.

### **El Casino**

Uno de los consumos que se han incrementado en los últimos tiempos con la industria petrolera es el casino, que se presenta no sólo como un centro de esparcimiento sino que comunica la posibilidad de ganar más plata aún. En el documento “Casinos, Crimen y Costos Sociales”, Grinols, Mustard y la economista Cynthia Hunt Dilley concluyeron que los casinos también cambian el tejido social mediante el mensaje de “hazte rico pronto”<sup>40</sup>.

*“En nuestro trabajo vemos todo el tiempo de chicos que gastan y no llegan a fin de mes. Se lo gastan en el casino... por ambición por pensar que apostando mucha plata van a ganar el doble” (Fernando A.).*

El juego está legalizado y no hay controles que lo restrinjan excepto el hecho de ser mayor de edad. En Comodoro Rivadavia los casinos no tienen respiro, hay gente durante todo el día y cada vez más adictos, uno de los problemas fundamentales que causa el acceso al mismo.

---

<sup>40</sup> Datos obtenidos a través de un informe de la Secretaría de Salud de la ciudad de México: “Salud 60 años 1943-2003. Casino: efectos sociales negativos y ludopatía”. Dr. (c) Juan Martín Sandoval De Escurdia, Investigador Parlamentario en Política Social. México. P. 41.

*“Yo fui una sola vez, con un amigo y mi hermana. Jugamos \$100, los perdí y en frente del Casino hay un cajero. Me crucé, saqué plata y cuando volví a entrar no me dejaron jugar mi amigo y mi hermana. Si no seguía perdiendo. No se porqué, porque es una enfermedad. Tengo a mi tía. Tiene una enfermedad. Me llama a mí para pedirme plata. Obviamente no me dice que es para el Casino pero es para eso. Y el marido es petrolero. O sea, gasta el sueldo del marido y después me pide a mí”* (Jhonatan, 21 años).

El casino es el lugar elegido por las mujeres de los petroleros, según los entrevistados, para “gastar el dinero de sus maridos”. El juego es causante de muchas separaciones por los problemas que ocasiona perder el dinero. “El Juego Patológico, llega a ser una entidad de difícil manejo y graves consecuencias para el individuo que la padece, para su familia y con regularidad para los que con él conviven o trabajan, incluso los empleadores”<sup>41</sup>.

*“Una persona que está alquilando; anda a pata; tiene hijos; la casa que alquila es una casa humilde en un barrio que vaya a saber si el día del mañana te levantas vivo y vas y te gastas 4 mil pesos en un casino, es descabellado... y lo hacen porque he escuchado y he visto y he estado con gente que a la mañana cobró y a la noche fue y se gastó 4 mil pesos en el casino.”* (Pablo, 25 años).

## **La droga**

Con la droga, en las empresas dedicadas a la industria petrolera, sucede lo que en épocas anteriores pasaba con el alcohol. Son dos generaciones distintas de trabajo alrededor del petróleo que están insertas en contextos diferentes. Dos problemáticas que se impregnan en el trabajo petrolero y hasta en la propia cultura.

*“La droga no estaba tan esparcida como existe actualmente en el mundo del petróleo. Lo que existía era un alcoholismo que terminó siendo cultural e imponiéndose: si vos*

---

<sup>41</sup> Informe de la Secretaría de Salud de la ciudad de México: “Salud 60 años 1943-2003. Casino: efectos sociales negativos y ludopatía”. Dr. (c) Juan Martín Sandoval De Escurdia, Investigador Parlamentario en Política Social. México. P. 41.



*no chupabas, no pertenecías al grupo y era lo que te perpetuaba laboralmente, no importaba si matabas a alguien. Era la ley del cuero grueso” (Jorge, empleado de Frávega y ex trabajador en la industria petrolera).*

*“Todo esto es porque la sociedad es así. Antes los viejos viajaban con los tetrabrik (haciendo alusión a las cajas de vino) en los bolsos” (Javier, Supervisor de Recursos Humanos de la empresa de servicios DLS)*

Los trabajos forzosos que hasta hace algunos años no contaban con ninguna regla de seguridad, provocaban que el vicio sea una forma de soportar el trabajo de fuerza para realizar las tareas, que se medían por competencia. Hoy se ha avanzado en la prevención del medio ambiente y la salud desde mediados de la década del 90, cuando empiezan a surgir las normas ISO, sobre calidad y gestión, que se volvieron obligatorias y con ello también se fue progresando en cuanto a medidas de seguridad. Esto ayudó a que económicamente se inventaran un montón de puestos y al no haber gente para cubrirlos, comenzó el recambio por gente joven. Si bien la crudeza en las labores fue menguando por esta división del trabajo y las nuevas normas, surgieron mecanismos de control con la que se encontraron los nuevos aspirantes, jóvenes, con un país que había sufrido las consecuencias del neoliberalismo pero que, de repente, con el auge de la industria comenzaron a ganar un buen sueldo. Estas normas han generado un cambio en los modos de trabajo, que ya no están tan relacionados al acto de utilizar la fuerza sino más precisamente a mantener la concentración, evitar cualquier equivocación y realizar el trabajo en el menor tiempo posible. La rigurosidad y la precisión en la realización de cada tarea son ejes fundamentales en la descripción del tipo de trabajo que se estila hoy en quienes trabajan en el campo para las empresas petroleras o de servicios. De esta manera, estos mecanismos operan como mecanismo de control que los trabajadores padecen, pues deben estar pendientes todo el tiempo de respetar las reglas de seguridad y a su vez, es una actividad en la que se está en riesgo permanentemente y les produce un stress del cuál no son concientes. Si bien ellos hacen alusión a la fuerza que ejercen en las labores, en realidad las tareas están más relacionadas a la rapidez y la eficacia, que a la fuerza corporal, a diferencia de los trabajos que se realizaban en YPF en décadas anteriores.

Así como cambió la forma de trabajo, también cambiaron ciertos tipos de consumo, porque la idiosincrasia de los nuevos trabajadores fue forjada en ámbitos

distintos a los anteriores y crecieron en un mundo donde la droga había pasado a ser el vicio primordial a nivel mundial y hoy se relaciona con el trabajador petrolero, así como cuando existía YPF se los relacionaba con el alcohol.

*“Vamos a ser realistas, alcohol y droga, es un problema social que existe en Comodoro, depende como vos lo manejes” (Pedro, 27 años).*

*“Hay compañeros que gastan \$ 4.000 en cocaína, son compañeros de acá... Ni siquiera estoy nombrando el trabajo, hemos tenido compañeros con 3 días sin dormir, son datos nuestros. El 14 % de los análisis dio positivo de gente entre 24 y 46 años en los exámenes de ingreso”. (Leandro, supervisor de seguridad de DLS)*

La droga es una problemática que se relaciona hoy con los trabajadores petroleros, pero que en realidad está inserta en la sociedad en sí como explica Leandro con un alto porcentaje de análisis positivos antes de ingresar al trabajo en el petróleo. El tema es que el sueldo incentiva a que en la sociedad y hasta en su propio circuito se los marque como los principales consumistas tanto de drogas como de casinos y clubes nocturnos, porque los propios jóvenes se hacen cargo de la existencia de este fenómeno en los yacimientos.

*“Mis compañeros a veces venían y los veías con la nariz para todos lados. Y no es que fuman nada más. Van sin dormir y están re pilas, te das cuenta. Pasame la receta...” (Jhonatan, 21 años).*

La problemática de la droga consta de un análisis muy complejo. Su acceso a determinadas drogas, en este contexto, se relaciona con las posibilidades económicas en relación a que les permite el acceso a determinado tipo de consumo de drogas, consideradas caras, como la cocaína; y con la búsqueda de contrarrestar la acrimonia del trabajo. Se podría también asociar con la independencia frente a los mecanismos de control imperantes. Sigmund Freud teorizaba que “se atribuye tal carácter benéfico a la acción de los estupefacientes en la lucha por la felicidad y en la prevención de la miseria, que tanto los individuos como los pueblos les han reservado un lugar permanente en su economía libidinal. No sólo se les debe el placer inmediato, sino

también una muy anhelada medida de independencia frente al mundo exterior” (Freud, 1930, p.10).

Por otro lado, el poder adquisitivo es un aliciente fundamental para obtener con facilidad lo que cada uno quiera. La provisión está cada vez más al alcance en la ciudad y sobretodo en círculos cerrados como los equipos que trabajan en el campo, por lo cuál la problemática está en aumento, sobretodo en jóvenes que sufren un choque fuerte entre la rudeza del trabajo y el alto poder adquisitivo que, de golpe, comienzan a tener y muchos de ellos no están preparados para manejar con naturalidad semejante cambio. Hay problemáticas culturales ya insertas en la sociedad que no se solucionan simplemente con el incremento del trabajo.

*“Se gastan la plata en joda y en droga. Un día apareció un amigo con una bolsita de cocaína que le salió \$60 y la compran tres veces a la semana” (Juan Víctor, 23 años).*

*“Uno tiene tanto poder adquisitivo que el loco que se compraba un faso en una plaza hoy agarra y tiene la habilidad de gastarse 3 mil o 4 mil pesos en droga” (Pablo, 25 años).*

Algunos consideran que la presión laboral es causa fundamental de la existencia de la droga en los yacimientos como forma de superar la cantidad de horas, las tareas pesadas y el clima.

*“Corre todo, si lo querés lo tenés. Pero es como en todos lados. Ahí corre mucho más porque no hay tanto control en el día. Estás en el medio del campo y pueden hacer lo que quieren, pero la empresa te hace controles igual. Si te descubren echarte no te pueden echar, pero te sacan del equipo. Yo creo que lo hacen por el peso del trabajo, para no dormirte, como los que mascan coca. Y el alcohol igual corre mucho” (Fernando L.).*

*“Yo he conocido gente de las dos clases. Hay gente que lo utiliza justamente porque no aguanta el trabajo, porque es muy cansador y lo hace para sobrepasar esas 12 horas de empleo que vos tenés que estar con la cabeza ahí y conozco gente que no sabe qué hacer con la guita y fue y gastó tanta plata en droga. Y vos tenés tan a mano todo que comprar 3 mil pesos en cocaína que es una droga cara, le da lo mismo que gastarlo en*

*ropa o pagar la cuota del auto, que se yo. Es algo común, es algo que lo tenés a mano, ¿por qué? Porque hoy una persona de 20 o 21 años, soltero, vive con los padres y está ganando 8 mil pesos. Ahorraste un par de meses, te compraste un auto. Ahorraste otro par de meses, te llenaste de ropa y computadora y boludeces de la que sea, y llega un momento que ya no tenés qué comprar” (Pablo, 25 años).*

Sin embargo es posible dudar sobre la existencia de controles, pues si bien los trabajadores de la rama son muchos en cantidad, cada equipo cuenta con un grupo reducido de trabajo por turno, generalmente de no más de seis personas, por lo cuál las posibilidades de controlar este tipo de consumo parecen ser factibles, al menos dentro de los equipos. Con algunos datos aportados por los entrevistados, de alguna manera comienzan a cerrar ciertas cuestiones de por qué en vez de tratar de suprimir la droga, cada vez va en aumento.

*“En las empresas en cualquier momento donde sea y quien sea. Chicos de 20 años hasta 50, de la clase social que sea, con la cantidad de hijos que sea, el rango que tenga, lo que sea, la persona se droga. Desde un chico de 20 años que es evangélico, hasta un chico que es un jefe, alguien importante en la empresa, con una experiencia impresionante de trabajo, es lo mismo. En el momento que vos te drogás, estás a la altura que cualquier otra persona que lo haga, ¿entendés? Y eso lo hace todo el mundo. Todo el mundo lo sabe. Se hacen controles, pero es ínfimo. Si vos hicieras un control riguroso de lo que es alcohol y drogas, el trabajo se queda sin empleados”.* (Pablo, 25 años)

*“Dentro del rubro petrolero la droga está muy metida, y baja desde arriba. Por ahí viene un gremialista del sindicato petrolero y les dice “tomá pibe” y el pibe por ahí, por hacerse ver o no se por qué, se mete. No creo que sea por cuestiones laborales, porque si es petrolero, tiene un buen sueldo, así que problemas no creo que tenga”* (Juan Victor, 23 años).

### **Clubes nocturnos**

En el caso de los clubes nocturnos, los llamados “cabarets” son parte de los consumos “no legitimados” socialmente aunque a diferencia de los otros, es una

práctica que deviene del consumo de los trabajadores petroleros en otras etapas. Durante el boom del 58', mientras la economía local era una gran burbuja que se inflaba al ritmo de los contratos petroleros, "la gran demanda de viviendas lleva hasta el cielo los alquileres, mientras se multiplican las leyendas de los yanquis quemando billetes en los grandes cabarets del momento" (Crónicas del Centenario, 2001, p. 353).

El problema actual es que a cabarets se les sumó la modalidad de los "departamentos VIP", cuyos dueños traen a mujeres, generalmente extranjeras que brindan su servicio dentro de estos departamentos, abiertos a cualquier persona, pero especialmente a los trabajadores petroleros que son quienes cuentan con el poder adquisitivo necesario.

*"Vos fijate que cada dos casas tenés un departamento VIP... es más yo tengo compañeros que son dueños de departamentos VIP. Y hay muchos que los han dejado por problemas, porque ya hay amenazas, armas de por medio, es jodido" (Pablo, 25 años)*

El aumento de este tipo de ofertas provoca, a su vez, ser partícipe de un círculo que comparte los mismos gustos, lo cuál incentiva la competencia a la que se hizo referencia anteriormente y provoca aún más la deslegitimación de quienes no comparten el circuito.

*"Los cabarets... eso es impresionante, yo no lo entiendo. Yo tengo a mis compañeros y los escuchás y te da asco. Te están diciendo que tienen una nenita recién nacida, que estás bien con tu familia, y no es solamente que van y se agarran a las trolas, sino que a pendejos, ¿entendés? Son desagradables, sinceramente" (Jhonatan, 21 años).*

*"Es como la competencia. Yo fui a "Quintana" para arreglar un motor y justo estaban todos los "bocas de pozo". Y empezaron a hablar así entre ellos, a ver cuál había ido más veces" (Marcelo, 21 años).*

Como aclaración vale resaltar que es probable que en este tipo de respuestas haya jugado mi género como limitación para la sinceridad de las mismas. Al ser un consumo deslegitimado socialmente, es decir, un tema tabú, la espontaneidad para hablarlo es moderada. Con ello no se quiere decir que las respuestas no hayan sido

certeras, sino que pueden llegar a estar atravesadas por ciertos preconceptos establecidos socialmente que limitan la amplitud de las respuestas. Por ejemplo, algo que resaltaron los entrevistados es que la mayoría de los jóvenes de su edad no son consumistas de estas ofertas, por un lado porque lo consideran una práctica poco agradable e innecesaria siendo jóvenes y por otro lado, porque toman conciencia acerca de las enfermedades y otros problemas que se generan en el circuito de la noche. Esta cuestión permite analizar que los consumos de todos los trabajadores petroleros no son los mismos y que también hay un conflicto de poderes en donde combaten las generaciones: los más grandes acusan a los jóvenes de gastarse toda la plata en “cosas innecesarias” y en “joda” y los más jóvenes responden sacando a la luz el otro tipo de consumo, el que no es legítimo, y que es adquirido, según ellos, por “los viejos”. En general los jóvenes aceptan ser más consumistas pero de gustos materiales propios de su generación. En el caso de las personas más grandes, “los viejos” -como los llaman ellos y se llaman entre los pares más adultos- son más asiduos a determinados vicios como la concurrencia a cabarets, producto quizás de llevar más tiempo dentro de la industria y haber adquirido la cultura del entorno, además de padecer problemáticas relacionadas a la familia o al dinero, que la mayoría de los jóvenes aún no han experimentado. Hay que entender a cada tipo de consumo como parte de procesos socioculturales adquiridos por cada generación y con códigos de convivencia que se respetan sólo en el campo y en el que subyacen formas de pertenencia a determinados grupos.

*“Los viejos es impresionante. ¿viste cuando salía en el diario las fotos de las minas? Las prostitutas, que después no pusieron más fotos, mis compañeros que tenían una nena se ponían a hablar “no, porque yo fui a esta”, se ponían a hablar de lo que le hicieron y competían para ver qué le habían hecho. No podés... Yo fui varias veces (al cabaret) con mis compañeros pero vamos, jodemos, rompemos las bolas con las trolas pero nada de llevarnos alguna”. (Jhonatan, 21 años)*

*“Las esposas son controladoras y llaman todo el tiempo porque hay “viejos” (forma de denominarse entre los que son compañeros-petroleros) que se escapan a los vip de Sarmiento (localidad ubicada a unos 70 Kms. del yacimiento)”. (Leandro, supervisor de DLS ).*





Los televisores LSD ornamentan las vidrieras de los locales con precios de oferta



Un hombre sostiene un LSD que acaba de comprar

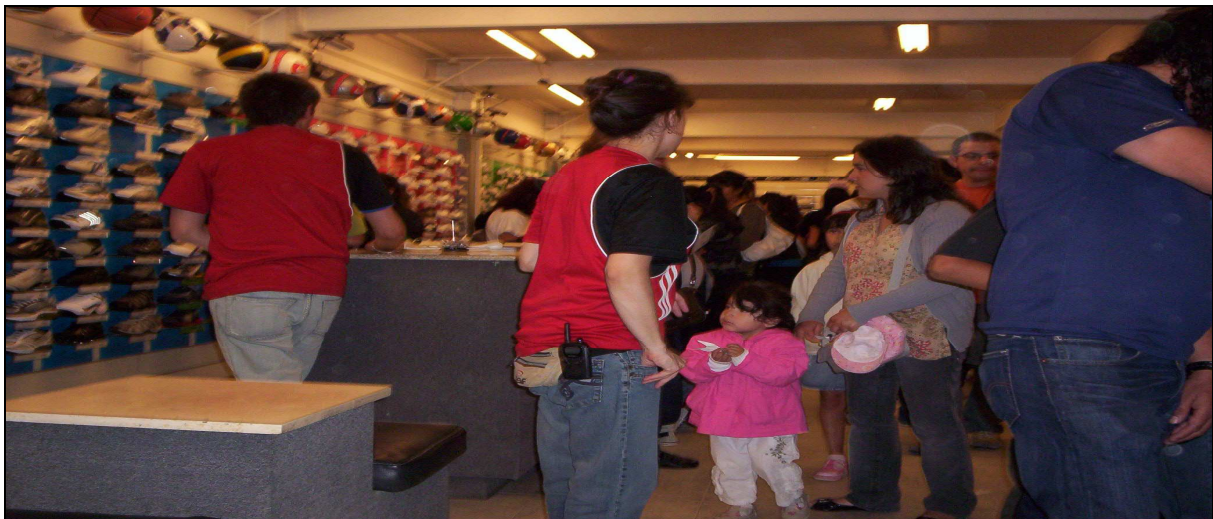


Consumidores caminando por las calles céntricas de la ciudad





Una postal de un fin de semana habitual en un comercio perteneciente a una de las grandes cadenas de venta de electrodomésticos



Sábado en un negocio de ropa deportiva



Los precios altos: un reclamo constante por parte de la población



# Capítulo 6

## El consumo para pensar los entramados sociales contemporáneos

A partir de la reactivación económica que comenzó en el 2002 y el resurgimiento acelerado de la industria petrolera, se abrió un panorama nuevo y renovador para Comodoro Rivadavia. Una ciudad cuyos momentos históricos se segmentan en base a prosperidad o crisis en el petróleo como motor económico.

La particularidad del momento que vivió la ciudad en los últimos años, con apogeo en 2007 y 2008, período abordado en esta tesis, conlleva a analizarlo como fenómeno por el choque que se produjo entre la situación vivida en 2001/2002 con la explosión de la severa crisis nacional de la cuál Comodoro fue padecedora también, y el cambio emergente en 2003 luego de la devaluación que permitió que el barril de petróleo a precio dólar aumente, se reactive la explotación y que miles de personas comiencen a trabajar en las empresas, mejorando su calidad de vida y contrarrestando su situación con la vivida apenas un tiempo atrás.

Partiendo de esta base, el fenómeno explicado a lo largo de esta tesis encuentra al consumo como eje para entender muchas cuestiones que se suscitan alrededor de la vida dentro y fuera del ambiente petrolero y antes y después de éste. Analizarlo permite llegar a entender cómo la complejidad de la sociedad tiene aristas que hacen ver al fenómeno desde muchas perspectivas y que entendiéndolo de esa manera es más factible descubrir la génesis social de los acontecimientos.

### **El poder del dinero**

Los trabajadores de empresas petroleras y de servicios son alrededor de 12 mil. Si a ellos los multiplicamos por un promedio de 4 integrantes por familia, suman 48 mil personas que viven de ello. Y si se relaciona con la cantidad de comercios de diversos rubros que abrieron y grandes cadenas nacionales que desembocaron en la ciudad a partir del auge petrolero, nuevos bancos y el aumento vertiginoso de las construcciones,

conllea a que la mayoría de los rubros subsisten gracias al andamiaje de la industria petrolera. Es decir que la mayoría de la población trabaja en relación al petróleo y depende indefectiblemente de lo que acontezca con él.

*“La plata que gana un petrolero encierra todo, lo que vos te imagines. Vos decime algo y yo te digo cómo se relaciona con el petróleo, te lo juro por dios, lo que se te ocurra. Vos preguntás algo y yo te lo relaciono enseguida, porque yo lo veo y lo vivís”* (Pablo, 25 años).

El choque de pasar de no tener nada a tener todo lo que una persona desea, prácticamente de un momento para el otro, puede resultar perjudicial en muchos casos, pues el dinero, si no es bien administrado, traiciona. En la actualidad, donde el mundo se rige bajo las reglas del mercado, el hombre ha adoptado la idea de que la inclusión se da a través de la posesión de cosas y que la dignidad se consigue teniendo el poder en el bolsillo.

*“Es mucha plata junta. Yo creo que psicológicamente no estamos preparados para agarrar tanta plata. Les pica... bueno a mi antes me picaba la plata, me quemaba en las manos. Al principio cada vez que iba al cajero sacaba de a mil y me duraba tres días”* (Julián Millar, 23 años).

El poder que genera tener tanto dinero junto en un mes, hasta provoca llegar a realizar ciertos actos, como el caso de Pablo cuando quiso cambiar su auto y como no se lo quisieron dar en el momento en una agencia, se fue a otra que quedaba en la vereda de enfrente, para demostrarle al vendedor que le había puesto obstáculos, que con su plata podía lograr lo que quería.

*“El Corsa lo tuve en una semana, por mi poder adquisitivo y porque la gente se garantizaba que con el trabajo que tengo yo, le iba a pagar el auto. Yo vengo y te rompo las bolas “lo quiero ahora, lo quiero ahora, lo quiero ahora”, te presiono tanto que si vos al auto no me lo vendés ahora, yo agarro mi plata me voy a otro lado y lo compro en otro lado ¿entendés? Fui y fijate vos, cagado de la cabeza porque llevaba toda la plata en el bolsillo. Y me dijo: “no, mirá, discúlpame pero no va a poder ser hoy”. Agarré y le dije “dejá dame la plata”. Me fui con el vendedor de enfrente de la*

*agencia y le dije “mirá yo quiero ese auto” y a la semana me lo dio. Y el otro chabón cada vez que me ve, me quiere cagar a palos. Pero todo el mundo hace eso. Multiplicalo por 6 mil empleados que tiene el sindicato” (Pablo, 25 años)”.*

*“Por ahí veo gente que entró en el petróleo y por cobrar tanta cantidad de plata, cree que se puede llevar el mundo por delante, que son jóvenes y les da poder pero les afecta más, eso es lo que noto yo en otros chicos. Pasaste de no tener plata propia a tener 8 mil pesos que no se ven en ningún lado, o sea, en ningún lugar de la Argentina vas a cobrar eso sin tener estudios universitarios” (Hugo, 23 años, trabaja en la empresa Tasc).*

Los jóvenes petroleros, objeto de este estudio, ven el poder a través del dinero porque es su forma de comunicar. Su capital y lo que consume con él es su manera de comunicar quién quiere ser, quién es y es ahí donde surge a flor de piel el orgullo petrolero: en los lugares donde el dinero vale, tal cuál lo refleja el ejemplo de Pablo cuando fue a comprar su auto. El poder se ejerce en espacios donde las condiciones son las mismas para todos, pero ellos tienen la posibilidad de acceder cuando y donde quieran a ellas. Por eso, cuando se critica al petrolero, generalmente se recurre a la noción de lo inculto, de la ignorancia. Como se retomará más adelante a través de Bourdieu, ante la imposibilidad de marcar una diferencia económica, aquel que no es petrolero busca marcar la diferencia en la cuestión de la “instrucción”, que representa para ellos una distancia cultural, una distinción. Jorge, empleado de Frávega, idóneo del ambiente petrolero por haber trabajado muchos años en estas empresas, pero también integrante del conjunto de personas que no forman parte de la industria, realiza un resumen del estereotipo general que se construye del petrolero: *“El tipo más allá de su poder económico, tiene una falta de poder cultural. Entonces si bien viene alardeando su dinero, cuando vos utilizás un par de palabras es como que se ‘apichona’ y se siente descolocado porque culturalmente vos sos más. Hay tipos que viven hablando de su trabajo y no los sacás más de ahí, es de lo único que saben hablar y ni hablar si toda la familia se dedica a eso. Y hay tipos que desde la infancia pasaron por un grado cultural que nunca pasaron por la escuela, vendieron diarios y que por equis causa cayeron en el petróleo y es la primera vez que se sienten realizados laboralmente”.* La palabra de Jorge representa una voz más en la sociedad en referencia a la imagen y opinión, generalmente prejuiciosa, que muchos tienen del trabajador petrolero.

El sueldo que se recibe y el mercado que prioriza al petrolero como comprador alimentan a diario la “soberbia” y “arrogancia”. Pero todo poder tiene límites y cuando aparece un obstáculo que no se puede sortear con dinero porque justamente fue ocasionado por él, puede ser dilapidario para la persona y más aún siendo esclavo de una vida de consumo. El mercado es el Gran Hermano del que hablaba George Orwell en el libro 1984, aquel que todo lo controla y que obliga al ser humano a regirse bajo sus reglas. Retomando a Deleuze, “el departamento de ventas se ha convertido en el centro, en el ‘alma, lo que supone una de las noticias más terribles del mundo. Ahora, el instrumento de control social es el marketing, y en él se forma la raza descarada de nuestros dueños. El control se ejerce a corto plazo y mediante una rotación rápida, aunque también de forma continua e ilimitada, mientras que la disciplina tenía una larga duración, infinita y discontinua. El hombre ya no está encerrado sino endeudado”. (Deleuze, 1999, p. 280)

*“El tema del petróleo es... yo entré con un sueldo de \$3 mil y te van aumentando. Más te aumentan el sueldo, uno más gasta, ese es el problema. Y más siendo joven. Yo a partir de que me separé tengo que pagar una mantención para el gordo, estoy pagando dos préstamos más, o sea tuve un lío con el tema de las cuentas y hasta el día de hoy no puedo darme mis gustos”* (Sergio, 25 años).

*“Me lesioné jugando al fútbol y la empresa no me banca tantos meses sin trabajar así que me dijeron que no me van a pagar más. Estoy re endeudado y tengo que trabajar, hasta que me opere voy a trabajar en el taller de mi cuñado para ganar unos mangos para poder saldar cuentas, porque tengo cuentas todos los meses: Direc tv, mi teléfono, la cuota del auto, el equipo que le compré a mi hermana, un montón de cosas, más la plata que le doy a mi vieja. Me cagó todo esto”* (Jhonatan, 21 años).

Mientras el petróleo sigue aumentando los sueldos, los gastos también se incrementan, pues a mayor poder adquisitivo, mejores son las ofertas que ofrece el mercado para ellos, mejores opciones de financiación y mayores las posibilidades de obtener créditos en los bancos para que el cliente siga comprando. Y esto no sucede sólo con los jóvenes, a quienes muchos designan como vulnerables a las ofertas y propensos al consumo excesivo. Jorge, empleado de Frávega y ex trabajador de empresas petroleras, entiende las dos partes que comprende el consumo: el sueldo y las

ofertas del mercado, y realiza una explicación que por qué se da esta situación y no sólo en los jóvenes.

*“Los sueldos también afectan a los grandes, porque el tipo que pasó por el año 90’ en el petróleo, vivió una realidad económica. Ese mismo tipo siguió en el petróleo pero en el 95’ vivió otra realidad económica. Y en el 98’ otra realidad económica, y en el 2001 otra y en la actualidad otra y ahora se va a venir otra. Entonces, esos tipos que ya llevan 15 o 20 años han ido usufructuando su economía a medida que cambiaba la economía global. Entonces también hay mucho tipo grande que hoy ve la posibilidad de ganar una plata que nunca ganó y se la gasta como un chico.”* (Jorge, empleado de Frávega).

Es decir que si bien se culpabiliza a los jóvenes de derrochar el dinero que ganan, al parecer en este contexto, los gastos considerados excesivos, también se dan en los que, por edad, ya no son jóvenes pero que ven en su nueva situación económica, una especie de resurrección, un volver a nacer en el sentido que lo explica Bauman, y por ende su comportamiento se adecua más al de una persona de mucho menos edad, aún debiendo cumplir, en la mayoría de los casos, con otras obligaciones. *“El sueldo lo permite, entonces se meten en préstamos, se compran la camioneta que nunca pudieron tener pero siempre soñaron, le compran llantas, la polarizan, ¡pendejadas! Y siguen alquilando”*, continúa Jorge.

En este sentido es necesario entender el fenómeno en una perspectiva histórica de una ciudad que siempre vivió de momentos económicos fluctuantes, gracias a una actividad cuyos renaceres y acaeceres bien definidos dependen de situaciones económicas mundiales, cambiantes. Es decir que los motivos del no ahorro y la priorización del consumo conllevan dos cuestiones que se deben desmitificar: la primera es que no sólo los jóvenes son partidarios de este sistema de vida y la segunda es que ello se da porque la historia de la ciudad siempre padeció de una incertidumbre constante que provoca que el futuro no se encuentre en la lista de pensamientos, pues los momentos de prosperidad deben ser aprovechados. Este es el pensamiento de muchas personas ligadas al sector petrolero. En los jóvenes porque no han vivido las crisis y además por su condición de juventud en la que el futuro se presenta como algo indefinido. Y en los mayores porque justamente ya han vivido otras crisis, las han padecido y saben que nada dura para siempre.

*“La gente que entró después de la crisis y vivió el auge del petróleo, no saben de crisis, y me incluyo. Yo no se de crisis, de tener un familia atrás y no tener un carajo para “morfar”, no tenemos ni las más pálida idea de lo que es una crisis. El día que te falte esa plata... yo tendré que salir a buscar trabajo como miles de personas más. Pero hay otros miles de personas que no van a salir a buscar trabajo. Van a salir a robar, estafas, que se yo, en mil lados va a tener que sustentarse, por lo menos el 50% de la guita que se gana ahora” (Pablo, 25 años).*

*“No se ve mucho ahora en los jóvenes esto de pensar en el futuro. Ellos piensan en el hoy y nada más. Por ahí sería bueno que piensen en ellos. No te digo que se priven de tener cosas que quizás nunca tuvieron y que lo querés tener ahora. Igual creo que va por etapas eso, algunos tardan más otros tardan menos y al principio dicen bueno “soy pendejo, tengo mi sueldo y hago lo que yo quiero” y no piensan en el día del mañana pero llega un punto en que decís “no, pará, tengo 30 años y no tengo nada, ¿qué hice?” y hay mucha gente hoy por hoy que lo piensa” (Maximiliano, 22 años).*

### **El dolor de caer**

El punto es que esta situación de no ahorro, más allá de sus causas, tiene consecuencias contraproducentes. Como se vio en los casos de Jhonatan y Sergio, ellos no se supieron administrar y hoy deben paliar sus deudas que no les permite vivir de la manera a la que se habían acostumbrado. Y el petróleo que para la mayoría de los jóvenes se presenta como un lugar de paso donde ganar plata y luego retirarse, termina esclavizándolos en un circuito que se genera de causas y consecuencias que para muchos termina sin encontrar la solución para seguir conservando el nivel de vida al que el petróleo los tiene acostumbrados y que sólo puede ser mantenido con este trabajo.

*“Entran y dicen que se van a comprar la casa y el auto y van a dejar. Y yo estoy seguro que vos los ves dentro de 10 años y no tienen ni el auto que se querían comprar porque aparte la misma sociedad te lleva a los consumos y se compran el tele, y direct tv y todo y después se encuentran con que tienen \$2 mil de gastos fijos y tienen que sí o sí*

*trabajar de eso para mantenerlos y se encierran ahí y no pueden salir” (Marcelo, 21 años).*

*“Si vos estás en la lona, con que asomes la cabeza de la lona ya vas a estar mejor. Ahora si vos te acostumbraste a cierto “target” de vida, ¿cómo hacés para bajar? Si vos estás acostumbrado a tomar sangre fresca, el día que te quieran dar coagulada o envasada no vas a querer” (Jorge, empleado de Frávega).*

*“Es que te acostumbrás, cuando ya empezás a ver tanta plata, no querés cobrar menos. Si cobrás 15 lucas no querés cobrar 10” (Jhonatan, 21 años).*

A su vez, el entorno del petrolero actúa más como un espacio de exigencia que como un espacio de contención. En algunos casos, los jóvenes reciben apoyo de la familia y consejos para que invierta sus ingresos en algo a futuro. En general cuando los jóvenes deciden invertir es porque se los ha aconsejado o porque ya han pasado una etapa de consumo exacerbado y se dieron cuenta de que teniendo demasiado dinero podrían ahorrar una parte y gastar otra, con una buena administración. Pero sobretodo la primera etapa laboral, donde el sabor de lo que ganan es muy dulce, los jóvenes se enfrentan a una situación en la que desean mostrarse pero a la vez, el entorno desea una demostración: el afecto se materializa, en palabras de Bauman.

*“Los problemas le aparecen al petrolero por ahí cuando la persona no se sabe administrar. Por ejemplo: yo nunca tuve plata y tengo un grupo de amigos. Yo tengo más plata y ese grupo de amigos se me triplica. Si tengo una familia integrada por 10 personas y tengo plata esa familia se triplica. La gente que está fuera del marco de trabajo relacionado con el petróleo, te absorbe. Sos el nuevo rico de la familia y pasás a ser el boludo que paga todo y si no lo hacés, ya sos un rata o te empiezan a decir “ahora que tenés plata ya no querés estar con tus amigos”. Nosotros somos el problema, porque nosotros lo generamos” (Pablo, 25 años).*

*“A mi se me va de las manos. Ponele, me gusta mucho juntarme con amigos y no me importa cuánto pago. Si tengo plata, no me interesa. Si tengo que pagar el asado, el cajón de cerveza, lo pago, no tengo problema, porque no me quita nada, no me afecta porque me criaron así” (Jhonatan, 21 años).*

*“Entre tus amigos ‘si vos sos petrolero, pagá’ y vos le decís ‘pará, que la plata me cuesta igual que a vos’” (Marcelo, 21 años).*

*“Antes me gastaba el sueldo en pelotudeces, iba a la casa de mis amigos y compraba facturas, después decidíamos hacer asado, y todo lo pagaba yo. Y después me puse a pensar ¿por qué siempre pago todo yo y el resto se hacen los boludos? Y ahí dije basta y empecé a ahorrar” (Julián, 23 años).*

Como se observa, el ser petrolero conlleva también la presión del rótulo y la obligación de hacerse cargo de su realidad económica manifestándolo a los demás. La demostración del “yo tengo”, puede resultar decoroso al principio pero luego tiene consecuencias cercanas y el entorno también exige demostraciones y es ahí donde el joven petrolero más se siente presionado, porque es donde realmente tiene que reivindicarse en la persona que intenta ser. Otra de las problemáticas más frecuentes que acarrea la prioridad del consumo momentáneo y la falta de ahorro, es la escasez de resguardos a futuro, como la posesión de una vivienda propia.

*“Yo creo que un chico joven, lo primero que sale se lo va a comprar. No va a pensar ‘uh yo el día del mañana necesito un terreno para mi casa’. Y eso fue lo que me pasó a mí” (Sergio, 25 años).*

*“Ellos gastan, gastan, gastan, no les importa lo que vale. No saben valorar el sueldo. Pero les va a pasar lo que le está pasando a un viejo que conozco que se está por jubilar y no tiene casa. Ellos el día del mañana van a decir laburé seis años y me compré un tele o una boludez y nada más, o me lo gasté todo chupándomelo en ‘Punto com’<sup>42</sup> ... (José Manuel, 27 años)”*

*“Yo conozco gente que tiene lo último en electrónica y la casa se le cae a pedazos pero está lleno de esas cosas” (Fernando L.).*

---

<sup>42</sup> Boliche bailable.



De acuerdo a lo expuesto por los entrevistados, no sólo acerca de su recepción de la “mirada social” negativa, sino de su propia visión frente a ellos y frente a sus compañeros, es necesario hacer referencia a una cuestión que interfiere en estas formas de ver las cosas: el carácter moralizador del consumo.

No existen leyes que restrinjan la adquisición individual de productos de mercado que no afectan la salud de las personas. Según este precepto, una persona debería poder hacer lo que desee con su capital mientras que no afecte a terceros. Sin embargo, existen “leyes sociales”, normas establecidas por la sociedad, construidas históricamente y heredadas.

Es probable que la cuestión de la estigmatización por parte de las clases medias y altas en cuanto a lo que ellos consideran un gasto excesivo, esté ligado a una ética y una moral establecida como el principio para el progreso. Y dicha ética fluye acorde a la teoría de Weber sobre la ética protestante como pieza fundamental para el desarrollo del capitalismo. A principios del siglo XX, Max Weber (Weber, 2003, pp. 5 y 6) proponía que no era el capitalismo el propulsor de la ambición para tener más dinero en el hombre, sino que esta condición estaba ya inserta en el espíritu de las personas y que ello estaba más ligado a condiciones religiosas que establecían cómo había que dirigirse en la vida. “El ahorro como base de la fortuna” fue la base de la ideología protestante surgida a partir del siglo XVI. Weber decía que en el lugar donde mejor se desarrollara la religión protestante, sería un sitio de crecimiento económico constante. Causalmente, fue en Estados Unidos, donde esto ocurrió, lugar donde el capitalismo se desarrolló en todo su esplendor.

Es posible pensar entonces que, de allí deviene esta condena al consumo en detrimento del ahorro por parte de las clases medias y altas de la sociedad, estamentos que fueron impulsores de esta ética, como remarcaba Weber: “La índole por excelencia protestante se distingue en las propiedades y empresas capitalistas y, también, en las esferas superiores de las clases trabajadoras, sobre todo del alto personal de las empresas modernas, con más experiencia técnica o comercial” (Weber, 2003, p. 23).

De esta manera, la condición del ahorro será propuesto como la base para generar fortuna y por ende, el gasto sin ahorro será considerado un derroche casi inconciente. En este sentido se puede entender cómo aún en un mismo ámbito petrolero, la pertenencia de origen a ciertos estratos sociales condiciona la forma de ver a los demás que, aunque pares en lo laboral, se diferencian en convicciones de lo que está bien y lo que está mal. Por ello se puede observar cómo la estigmatización no sólo se da

de parte de quienes no pertenecen a la rama, sino también dentro de los que pertenecen y se posicionan en una “clase diferente”: “yo estoy por afuera de lo que hacen la mayoría de los petroleros” es una frase muy repetida en las entrevistas, aunque luego cuando expliquen el tipo de consumo, las diferencias sean difusas.

La ética del ahorro impone formas de hábitos que diferencian lo que está bien de lo que está mal y por ende el no ahorro será condenado como un mal.

Este aspecto de las ideas protestantes, instaladas en el capitalismo, aparece también en el propio trabajo petrolero, entre los adultos que llevan muchos años en la industria y que rechazan las facilidades que tiene los jóvenes para escalar posiciones como se explicó en la relación conflictiva entre “jóvenes” y “viejos”.

### **El problema de la vivienda**

Comodoro Rivadavia, como ya se ha expuesto en el capítulo de contexto, es una ciudad que se extiende a lo largo, puesto que a lo ancho, de un lado está el mar y del otro el cerro Chenque. Con el auge del petróleo la cantidad de población se duplicó, lo cual generó un problema muy grave: la posibilidad de obtener una vivienda. En parte por una cuestión económica, que por el poco espacio que hay para obtener un terreno, sus valores se han elevado a precios sobrevaluados. A su vez, la escasez de espacios provoca que la Municipalidad, que es quien maneja el tema de las tierras, tenga un cupo moderado para garantizarlas y que los trámites para la misma sean burocráticos. De esta manera surgió una problemática incipiente: la usurpación de terrenos.

*“Si vos tenés tu familia cagándose de hambre en Salta, vos la traés acá a Comodoro que va a estar bien, y vos la aguantás un año en tu casa ¿y después? Esa persona consiguió trabajo en el petróleo y tiene que irse, ¿a dónde? si vos no tenés la posibilidad de pagar una casa grande, porque los precios se fueron a las nubes. Eso abarca un problema de gobierno: no da planes de vivienda y los que da son exclusivos; y vos no tenés la posibilidad de acceder a un plan de viviendas, no podés pagar un alquiler porque es re caro, vos tenés una familia de 7 personas y hay zonas que están totalmente desérticas acá, ¿qué hacés? Vas y plantaste una casa y a la mierda. Eso empezó ayer, pero el problema se extendió para todos lados y no te da el cuero para controlar todo. ¿Qué hicieron? Carta blanca a quien sea y que se meta donde sea, y hay asentamientos ilegales por todos lados, donde veas hay un asentamiento ilegal. Ese*

*es un problema grave que generó este auge del petróleo. Viene mucha gente de afuera cuando la capacidad nunca estuvo preparada para recibir tanta cantidad de gente, tantos habitantes, entonces no saben dónde meterlos” (Pablo 25 años).*

Muchos de los jóvenes tienen la meta de poder obtener un terreno para construir una casa. Sin embargo, los planes suenan ilusorios cuando se conocen los precios que se manejan en el mercado inmobiliario y la Secretaría de Tierras. En este sentido, se puede explicar en parte el por qué del consumo que habitan, cosas que pueden obtener en el momento, porque tratar de invertir en algo a futuro es económicamente difícil y geográficamente imposible para que todos lo puedan lograr. Porque a su vez, la persona que tiene la posibilidad económica de ahorrar para conseguir su casa, la querría en un lugar que cumpla con ciertos requisitos de comodidad, pues se trata de un proyecto pensado “para toda la vida”.

*“Hoy tener un terreno y una casa es difícilísimo. Hoy en día voy a edificar acá, dentro del terreno donde está mi casa, la casa de mis viejos, que no es lo mismo que si yo tengo que comprar un terreno y encima edificar y si lo querés en un lugar “bueno”, es carísimo y casi imposible. Es muy difícil tener algo propio y además yo no tengo ningún problema con nadie, pero si me tengo que ir a construir a la extensión del máximo Abasolo<sup>43</sup>, no me voy a ir. Lamentablemente es así, no es que sea racista o discriminador, no tengo nada contra ellos pero de qué sirve comprarme una casa allá si mis hijos algún día no van a poder salir a la calle y me van a chorear todo.” (Patricio, 24 años).*

*“Yo creo que si habría más acceso a terrenos, por ahí los chicos no se gastarían la plata tanto en joda porque la mayoría tiene esa idea y saben que es una inversión tener tu propia casa, pero como no lo podés tener tan cerca, por ahí la gente joven se olvida y no le da mucha bola, hasta que te pasa lo que me está pasando a mi que alquilamos y estamos viendo dónde podemos encontrar algo y donde podamos, construir la casa” (Raúl, 24 años).*

---

<sup>43</sup> El barrio más marginado de la ciudad con índices muy altos de inseguridad. Ver anexo Barrio Máximo Abásolo.

Y en algunos casos, las circunstancias traen resultados inesperados y se puede ver que por más que el sueldo sea alto, a veces no alcanza para conseguir todo lo que uno desea y es tarde para reproches.

*“Yo antes vivía con mi señora y mi hijo en la casa de mis suegros, pero cuando me separé tuve que ir a alquilar al centro con un amigo y como después quería vivir solo y no podía gastar mucho en alquiler, me fui a alquilar al barrio San Martín<sup>44</sup>. Y tenés mucha diferencia. Miedo. Cada dos por tres se escuchan ruidos, que hay quilombo, policía, tiros. Hay mucha diferencia. Y el día de hoy llevo a mi hijo y no me gusta que escuche esas cosas. Entonces yo ahora me puse a pensar esas cosas y tengo que saldar un poco las cuentas y ya irme a alquilar a otro lado”* (Sergio, 25 años).

### **“No todos son petroleros”: el problema de la inflación**

Llegamos al eje clave donde se mezclan los intereses de los distintos sectores de la sociedad comodorense. Por un lado, quienes están por fuera de la industria petrolera sufren los elevados precios de la ciudad, pues están adecuados a los sueldos de los petroleros, que se encuentran muy por encima respecto de lo que gana la mayoría de la población que se dedica a otra rama. En este contexto, el atacado es el trabajador del yacimiento como culpable por su consumo excesivo. Por otro lado, los trabajadores petroleros defienden su posición, acusando a los comerciantes de aprovecharse de los sueldos altos y adaptar los precios a ese nivel de gasto. Y los comerciantes alegan que para ellos también las cosas subieron, tanto en la compra de stock para cada negocio como para el consumo personal de ellos.

De esta manera, el fenómeno generó una cadena de señalamientos que en realidad, no hace más que sacar a la luz conflictos sociales históricos que persisten hasta la actualidad. En la culpabilidad hacia el petrolero se haya una estigmatización social muy fuerte que siempre existió por parte de quienes están fuera del ámbito. Si bien el rechazo social apunta desde lo verbal al momento actual, es decir, a los actuales trabajadores petroleros, el fenómeno del consumo en búsqueda de mayor status estaba también inserto en los trabajadores *ypefianos* de mediados de siglo, como lo explica

---

<sup>44</sup> El barrio San Martín es uno de los más precarios de la ciudad, construido en las laderas del cerro Chenque.

Budiño<sup>45</sup>, por lo cuál, en aquel momento también se producía un choque entre petroleros y no petroleros. Lo cierto es que el paso del tiempo provoca el olvido de algunos parámetros y los reemplaza por la idealización de otros. Es así como en la actualidad el empleado *ypefiano* no es recordado por su consumo ni su condición social de origen, sino por su capacidad para el trabajo a diferencia de la nueva generación de petroleros que se ve como un trabajador de paso.

*“La vieja generación no tiene la misma cultura del trabajo: para la generación anterior el trabajo ‘era su vida’. Para la nueva generación es el medio para alcanzar ciertas cosas”* (Leandro, supervisor de seguridad de la empresa DLS).

Esta referencia sirve para indicar que la estigmatización social en Comodoro es hacia el petrolero, en parte porque su capacidad de consumo provoca que los precios se adapten a los sueldos ofrecidos en ese sector, y el resto de la sociedad sufre las consecuencias, pero por otra parte, es una negación hacia el petrolero por ser tal, y deviene de construcciones sociales históricas que tienen relación con el protagonismo que ejerce el petrolero, de manera fluctuante, según los vaivenes productivos de la industria petrolera, y también con concepciones racistas construidas en torno a la figura del trabajador petrolero que se ha perpetuado a lo largo de la historia. La misma opinión negativa que hoy tienen gran parte de los no petroleros para con los que trabajan en las empresas, existía ya con los trabajadores *ypefianos* y el resto de la sociedad, sólo que el paso del tiempo borra ciertas huellas, o mejor dicho, las reemplaza por otras nuevas en la memoria colectiva. El ejemplo más claro para denotar esta bipolaridad recae en que cuando la empresa estatal se privatizó, no hubo un consenso social para proyectarse en contra de esta política, como sí sucedió en otras partes del país, como Tartagal y General Mosconi, grandes centros petroleros, donde la población entendió a la privatización como la debacle económica y social de la región.

En Comodoro, en cambio, la negación contra el petrolero evitó cualquier tipo de apoyo a su favor y ello forma parte de visiones que se siguen transmitiendo con el paso del tiempo, hasta la actualidad. El siguiente ejemplo ayuda a entender esta señalización constante hacia el petrolero desde la visión de los propios jóvenes que forman parte de la industria.

---

<sup>45</sup> Ver capítulo: Contexto

*“Ponen como excusa al petrolero pero si te fijás, en todos lados están subiendo las cosas. La excusa más cercana es el petrolero porque vos decís “si el petrolero gana tanto, es culpa del petrolero”. Se entiende igual que mucha gente no pueda llegar a pagar lo que puede pagar un petrolero pero antes cuando no estaba el boom petrolero, en la pesca se ganaba mejor que en el petróleo y nunca se los puso como excusa a los pesqueros. (Leonardo, 22 años)”*.

Se debe tener en cuenta que los trabajadores petroleros superan ampliamente en número a los pesqueros, pero es importante destacar que el señalamiento siempre es hacia el petrolero, que en definitiva gasta lo que gana y no es el que impone los precios. El sistema económico funciona de esa manera, por una cuestión de oferta/demanda y el empresario o comerciante explotará al máximo sus posibilidades de rentabilidad porque así son las reglas del mercado. Y a su vez el Estado tampoco llega a paliar las diferencias desde sus posibilidades. El problema es que, perdiendo de vista el lugar donde se está parado, el hombre recae en una guerra contra el propio hombre, tal cuál lo advertía Hobbes (Hobbes, 2004).

*“La gente nos mira de manera despectiva y con odio. Por ejemplo, mi suegro es policía y el sueldo del estado no se mueve cada vez que a nosotros nos aumentan. Entonces cada vez que suben los precios para ellos está más caro. En cambio el petrolero no lo nota” (Ezequiel, 23 años).*

*“Existe ese rencor: porque los petroleros ganan tanta plata, la coca-cola vale 10 mangos. El muchacho que repone productos se quiere comprar una coca de 10 mangos y le cuesta un huevo y viene un tipo que trabaja en una empresa de servicios petroleros y no te compra una, te compra el pack, y ni siquiera sabe uno cuánto gasta, lo paga y listo” (Pablo, 25 años).*

*“No es culpa del petrolero, porque yo soy petrolero y no digo “bueno yo quiero esto y esto y quiero que el supermercado me aumente todo porque lo puedo pagar y el boludo de al lado no”. El que aumenta las cosas es el vivo del comerciante. Vos ibas hace un tiempo y le preguntás al comerciante por qué el kilo de pan está \$5 y te dice que es porque está todo muy caro, el barril del petróleo está caro. Hoy por hoy que el precio*

*del barril bajó, les preguntás lo mismo y te dicen “¿lo llevás o lo dejás?”, te dicen eso y no es así” (Maximiliano, 22 años).*

A su vez, la cantidad de dinero que gana el petrolero que le permite acceder a ciertos bienes suntuosos en poco tiempo contrario a lo de la persona que no trabaja en el sector, genera rechazo. Sobretudo de los profesionales, pues el hecho de que una persona sin estudios pueda ganar más que alguien “instruido” que además lleva muchos años ejerciendo su profesión, genera descontento y antipatía.

*“El trabajo en el petróleo tiene muchas ventajas sobre el resto, tanto de un profesional o de una persona que no lo es, que trabaja en el comercio u otro rubro. La ventaja es la remuneración. Hoy una persona puede entrar sin estudios al petróleo, y gana lo mismo que un profesional que capaz trabaja hace 20 años de lo suyo” (Carlos, 25 años).*

Es entendible el descontento de los que no ganan un sueldo como el petrolero y que apenas les alcanza para vivir en una ciudad en la que la canasta básica supera los 4 mil pesos. Pero el trabajador petrolero no está exento de lo que inspira fuera de su ámbito y aunque no se creen responsables de la inflación que convierte a la ciudad en una de las más caras del país, se defienden de las acusaciones al poner a su trabajo como escudo, enfrentamiento por el cuál se expone una concepción que debe ser analizada con detenimiento: el merecimiento.

*“El otro día estaba en un negocio, y había una señora comprando y empieza a decir: ‘ah, esto es todo culpa de los petroleros, los precios re altos’. Y yo le digo ‘bueno, señora, no se enoje, no es mi culpa’. Nosotros tenemos sueldos altos pero hay que estar igual. No es por desmerecer a nadie pero no es lo mismo que estar atrás de una oficina, cerca de tu casa, a estar allá arriba, que en invierno es horrible” (Jhonatan, 21 años)*

*“Acá el que tiene un negocio dice: ‘el petrolero gana tanta plata, me lo va a pagar’, pero no se da cuenta de la gente que está alrededor, que no son petroleros. A mi lo que me molesta es que se diga “ah, es petrolero, tiene plata”. Tengo plata pero me tengo que cagar de frío, un montón de cosas que otros no lo hacen y no se si se lo aguantarían tampoco. No sólo el frío, el calor, el viento, la nieve y la fuerza que hacés todo el día: 12 horas haciendo fuerza” (Fernando L.).*

## Cuestión de clase

La representación social que los petroleros tienen de su consumo, no coincide con la que gran parte de la sociedad que no trabaja en el sector, tiene de ellos. Y en este sentido, todos los significados son negados: el argumento del trabajo forzoso y riguroso es subestimado; la búsqueda de una mejor calidad de vida a través de la posesión de objetos, significa para el resto un derroche y la adquisición de determinados productos con un sentido de “status”, es desvalorizada y considerada de “mal gusto”. Entre los distintos sectores, se producen cruces de hábitos. Como dice Bourdieu, “operan distinciones entre lo que es bueno y lo que es malo, entre lo que está bien y lo que está mal, entre lo que es distinguido y lo que es vulgar, etc. Así, por ejemplo, el mismo comportamiento o el mismo bien puede parecer distinguido a uno, pretencioso a otro, vulgar a un tercero” (Bourdieu, 2003, pp. 33-34). Y si el petrolero se diferencia en lo económico, aquel que no lo es va a marcar la diferencia en la cuestión de la “instrucción”, que representa para ellos una distancia cultural, una distinción. En definitiva sacará a la luz la cuestión de clase. Aquí se puede retomar la reflexión brindada por Jorge, expuesta en párrafos anteriores, acerca de la visión de los petroleros.

Se produce un rechazo hacia los petroleros, “nuevos ricos” que se inscribe en este sistema de diferenciación de gustos: el auto tuneado, el mejor celular o el champagne más caro, pasan de ser objetos de elite a productos de alcance de masas, lo cuál desvaloriza el bien, transformándolo no sólo en un producto estándar sino también “grasa” o “de negros”. Es decir se vuelve vulgar por el hecho de estar asociado a un grupo de gente considerado de otra clase social por la elite dominante, que en palabras de Wortman, prioriza “el ethos estamentario”, valor de prestigio por sobre el valor de uso. El trabajador petrolero se convierte en una masa homogénea sin importar el origen de cada uno de ellos. Se ven como un grupo consumista y con los mismos hábitos de consumo, por lo cuál la catalogación del grupo por parte de los no petroleros, como consumidor de determinados bienes convierte a todos los que trabajan en el petróleo en sujetos consumidores, a los productos que consumen en vulgares y a sus inversiones en despilfarro.

*“La gente lo toma así. Si vos ganás tanta plata, sos petrolero. Quizás ni siquiera te preguntan de qué empresa sos. Te preguntan cuál es tu sueldo promedio por mes...vos*



*le decís “equis plata”, “ah vos sos petrolero” te responden. Capaz que sos narco, que se yo, pero si vos ganás tanta plata por mes, sos petrolero” (Pablo, 25 años).*

*“Si uno dice que es petrolero ya es ‘cabecita negra, gastador’” (Marcelo, 21 años).*

Este tipo de desencuentros entre petroleros y no petroleros se expanden a todos los ámbitos de la vida en la ciudad, incluso se leen y escuchan en los medios de comunicación, en los cuáles opinan los pertenecientes a cada uno de estos sectores, cuestión en parte expuesta en el marco metodológico. Y hasta existen grupos en las redes sociales que se posicionan en contra de los “petroleros”, como relata Hugo:

*“Yo me di cuenta hace poco de eso, cuando entré al Facebook y hay un grupo contra los petroleros, o sea jóvenes como nosotros pero que se dedican a otra cosa y les molesta se ve porque hablan del gasto y que el auto y tal cosa y tal otra. El petrolero es consumista pero si el que critica en vez de ganar 2 mil ganaría igual 8 mil, haría lo mismo” (Hugo, 23 años).*

Es interesante leer los comentarios que aparecen luego de las noticias, donde la discusión sobre problemáticas como la inflación, en realidad son excusas para revivir cuestiones inscriptas en la sociedad que describen a grupos enfrentados social y culturalmente que se desacreditan de forma constante y donde se mezclan todas las consecuencias del fenómeno: el problema de la inflación, el de la vivienda, la inseguridad, la cantidad de gente que desborda la ciudad y una posible crisis que se asoma. Los siguientes son algunos comentarios extraídos del diario El Patagónico de Comodoro Rivadavia.

*-Sergio (02/02/2009- 0:18) (Sobre los petroleros)*

*-Para no echar a nadie que les bajen los altísimos sueldos que tienen así cobran lo mismo que nosotros los que no trabajamos en el petróleo y de paso se les quita un poco la soberbia.*

*-Euge (02/02/2009- 8:08) (Sobre los petroleros)*

*¿Qué sucedería si hubiera despidos? “La variable de ajuste no tienen que ser los trabajadores. Si no cumplen las partes, vamos a tener un estallido social”, sentenció Llugdar<sup>46</sup>. Qué lindos nenes!!!!!!... comiencen a vender los plasmas, los cuatri y las 4x4 para ir comprando arroz y fideos...*

*Alejandro (02/02/2009-13:14) (De un petrolero contra un no petrolero)*

---

<sup>46</sup> Principal dirigente de los Petroleros Jerárquicos.

Euge... por la forma en que te expresas día a día en el diario (hace tiempo ya) no se a que te dedicás, pero pienso que, o te abandonó un petrolero, o tenés un almacén y querés vender lo que te quedó de fideo y arroz....por favor, comprate una vida.

-Oso (02/02/2009-12:57) (Un petrolero le contesta al resto)

Es lamentable pero real, a la industria (a la cual pertenezco) le hace falta pasar "saranda", hay gente que enganchó trabajo gracias a la bonanza de tener el crudo a más de USD 100,00 el barril. Si sucede lo que creemos, es oportuno acomodar las cargas y poner la cosa más equitativa. Para los que no pertenecen a la industria, no me queda más que decirles que "se gana bien, pero también dejamos mucho de nosotros en el campo".

-Jorge (02/02/2009-13:02) (Sobre los petroleros)

No sólo están con sueldos muy altos, sino que han generado en el mercado una ola de sobreprecios que no tiene fin. Para los petroleros y los comerciantes, se acaban las épocas de vacas gordas. Lamentablemente recién ahora se acuerdan del 98, lo que da la pauta de que no han aprendido la lección. Las asimetrías en sueldos y precios deben desaparecer, para que se recomponga el mercado.

"YO 26" (Mayo de 2009). "Yo me pregunto una sola cosa, como puede ser que la mayoría de los trabajadores del petróleo que ganan o ganaban entre 10 y 15 mil pesos de promedio mensual, hoy no tengan resto ? como fueron tan brutos para no capitalizarse?? en vez de quejarse por que no van a poder comprarse el ultimo 0km de moda o un plasma de 52 pulgadas, aprendan y sepan que hay que estar preparado para las crisis ya que siempre cada 10 años hay una por lo que hay que aprender a AHORRAR y a comprar ladrillos!!!! así que dejen de quejarse y aprendan.

Nacho (sobre los petroleros) "es increíble lo que comodoro tiene que soportar gracias al gremio petrolero. Es absurdo. Siempre pasa lo mismo. Los tipos ganan 10 lucas como mínimo, desacomodan todo el mercado de la ciudad (por si no leyeron la canasta esta en mas de 7 mil), nunca se les exigió estudios, nunca ahorraron (como si no supieran esto en algún momento iba a pasar), cuando querían cortar rutas cortaron, en fin... hicieron lo que quisieron (gracias a los gobiernos de turno) y ahora el plato lo pagamos entre todos. Como dice YO26, una parte de la crisis habitacional se podría haber evitado si en vez de gastar plata en chupi, droga o prostitutas (lean los clasificados, por algo debemos tener la misma cantidad de prostibulos o dptos. vip que capital federal) hubiesen invertido en algo durable y palpable, como ladrillos. Vayan a laburar como cualquier otro comodorense que se banca todo y no sale a cortar rutas ni nada por el estilo. esa es otra... el que quiera ir a rada, va a tener que comprarse un helicóptero, porque se vienen muuuchooooos cortes de ruta..."

Marisa (sobre los petroleros) "CRIARON CUERVOS QUE SE ACOSTUMBRARON A GANAR 10 O 15 LUCAS POR MES, PERO NUNCA LOS PREPARARON PARA GANAR 6. EL NIVEL DE AHORRO DE ESTA GENTE FUE NULO, NO TIENEN RESTO. EL TENDAL DE DEUDAS QUE VAN A DEJAR AHORA LO VAMOS A SOPORTAR TODOS LOS COMODORENSES. LAMENTABLEMENTE LA GENTE NO APRENDE, Y LA DIRIGENCIA SINDICAL CORRUPTA HA SIDO MUY IRRESPONSABLE EN EL MANEJO DE ESTA SITUACION. SON TAN POCO CAPACES QUE SOLO PENSARON EN ENGROSAR SUS BOLSILLOS Y LOS DE LOS FUNCIONARIOS LABORALES DE TURNO."

Sai 222 (de un petrolero al resto) "que lamentable es ver que algunas personas opinen desde la ignorancia, la envidia, y con un pensamiento racista, los petroleros somos laburantes como cualquier otro!! y si ganamos bien es porque es un laburo de mierda, que mientras otros están calentitos en sus casas nosotros nos recagamos de frio en invierno, llueva, nieve o truene, y en verano mientras el finde están en la playa, nos recagamos de calor al rayo del sol, no conocemos lo que es un fin de semana largo...etc, etc, entonces el que tiene envidia de lo k un petrolero gana, hubiese buscado laburo en una petrolera como lo hicimos nosotros, que si

*tenemos algo es con sacrificio, o se piensan que YPF, PAE, OXY nos regalan el sueldo!!!!!! por favorrrrr!!!!!!!!!!!!!!esto es en nombre de todos los compañeros petroleros, y el que dice que no capitalizamos lo que ganamos es un cabecita de piedra que no tiene ni idea! gracias.-“*

*Andrés (sobre el problema de las usurpaciones) “En el Abel Amaya ya tienen agua y luz, han levantado casas de material, y hasta DirecTv. Uno de los ocupas tiene una ECO SPORT (estacionada en la puerta) y una FORD 4x4. Y el tortuga Buzzi quiere ser gobernador...Dios nos ampare.”*

*-Luis (02/02/2009- 6:11) (Sobre el problema de las usurpaciones)*

*Si los usurpadores siguen así toda la ciudad se convertirá en un espacio de mal aspecto y desagradable, ya es el colmo de esta gente, que se les da el terreno pero que lo paguen en los impuestos, si tienen plata para autos y materiales pueden pagarlo, o también lo quieren gratis???*

*Argentino y patagónico (sobre la llegada de migrantes a la ciudad)“...vienen estos..que se llenan de "crios" como las ratas y las conejas..con el perdón de los animales..y les dan todo...o son ilegales..y el municipio los ayuda.. Qué barbaro!! y después exigen que los verdaderos ciudadanos paguemos los impuestos para mantener a estos "politólogos" y toda la grela que viene por detrás? a la gente de patagonia se nos va a acabar la paciencia... y se va a pudrir todo..Estoy de acuerdo con Camila... pero yo usaría bombas Napal... más Efectivo!!! Primero...vinieron los chilenos...después los bolivianos...los paraguayos...ahora los ocupas..y lo peor de todos lados..por eso pasa lo que pasa en Comodoro... y pocos se animan a decirlo: BASTA DE EXTRANJEROS Y "CLASE INSOCIAL" EN COMODORO!!! BASTA!!!! ESTA TIERRA ES NUESTRA..!!!! Y CUANDO TENGAMOS QUE RECUPERARLA VA A SER A MUERTE!!!!”*

*-Andrés (02/02/2009-10:06) (Sobre el problema de las usurpaciones y los extranjeros)*

*Que los vecinos se unan y los días de semana que no hay nadie vayan y les tiren las chapas que pusieron estos vivos ahí...!!! Fuera de la ciudad a esos delincuentes!!!!!!!!!!*

*-Laura (02/02/2009-11:09) (Sobre el problema de las usurpaciones)*

*Hay que sacar a todos esos vagos de ahí. Tienen plata para tener autos caros, televisión satelital y encima pretenden los terrenos gratis. Chorros, usurpadores y malas personas. Lastima que nunca se va a terminar esta mersa de gente y para colmo vamos de mal en peor.*

*-Mary (02/02/2009-13:30) (Sobre el problema de las usurpaciones)*

*Creo que el tema de las ocupaciones viene de larga data, pero ahora explotó... Esta ciudad era otra cosa en los 80 y hasta fines de los noventa... hoy en día es el aguantadero de los chorros, la mina de oro de los políticos y la cárcel de los decentes!*

*-Homero (sobre el aumento de la población de un supuesto 36%)*

*Yo diría un 36% de chorros, prostitutas, traficantes y extranjeros sin documentación, a este señor no se le cae la cara de vergüenza y lo peor que lo publicita por todos los medios nacionales, que nuestra Pcia. es como los Emiratos Árabes y se nos viene toda la lacra que hoy tenemos en la ciudad, es por eso que los que nacimos en esta ciudad estamos pensando que en algún momento vamos a emigrar por culpa de estos gobernantes que se creen que inventaron la pólvora con el modelo Chubut.*

*-Neo (Sobre el aumento de la población y los extranjeros)*

*"La gente vuelve al lugar donde nació"??? Me parece que hay conceptos equívocos. Basta con salir a caminar al centro y ver las caras que circulan para darse cuenta que 20 años atrás la cosa no era así, y no quiero discriminar sino basarme en hechos*

concretos. Conozco muchos casos de gente nacida acá que está pensando en emigrar por motivos de falta de seguridad e imposibilidad de acceso a una vivienda propia. Es triste, pero esta actualidad sólo sirve para juntar votos.

*-El observador (De todo un poco)*

*ES VERDAD, CRECIMOS, TENEMOS UN HAREM DE PROSTITUTAS DE LAS QUE BUSQUES, POR COLORES, TAMAÑOS, EDAD, TARIFAS, EXCLUSIVIDADES, ETC, Y LO MISMO PARA LA GENTE QUE VIENE DE AFUERA, Y EN ESO COINCIDO CON DAS NEVES, PORQUE ES VERDAD QUE SI SE VIENEN ES PORQUE LA PROVINCIA DE DONDE VIENEN ESTAN EN SITUACIONES DE INDIGENCIA. Y LO PEOR DE TODO ES QUE LA PEOR LACRA DE DELINCUENTES ESTA ACA, TENEMOS DE TODO, VIOLADORES, PROFUGOS (NI SE IMAGINAN LA CANTIDAD, LA MAYORIA PROVIENEN DEL PENAL DE MENDOZA) MATONES A SUELDO, PEDOFILOS, DE TOOODOOO!!! Y LO QUE ME INDIGNA COMO CIUDADANO NACIDO ACA!!!! ES QUE CUANDO VOY A SOLICITAR UN TERRENO EN LA MUNICIPALIDAD O UNA VIVIENDA EN I.P.V ME DICEN QUE TENGO QUE HACER TODO MAL PARA RECIEN PODER INSCRIBIRME, UDS. DIRAN ¿COMO TODO MAL? SI, TODO MAL PORQUE PRIMERO TENES QUE LLENARTE DE HIJOS, DESPUES CASARTE Y POR ULTIMO PEDIR UN LUGAR PARA VIVIR, CLARO ASI NUNCA VAMOS A LLEGAR. ESTO SI QUE ES INDIGNANTE, HASTA HUMILLANTE DIRIA... SOBRE EL PRECIPICIO EVOLUCIONAREMOS??*

*Walter (sobre los migrantes que se instalan en la ciudad) “No se DEBE permitir mas ingresos de extranjeros al País, menos aun otorgarle la ciudadanía, es algo muy caro para los ARGENTINOS como para rifarla.-- Si seguimos siendo bondadosos, vamos a terminar inundados de extranjeros.- Que me perdonen pero, con ellos viene la delincuencia, la miseria, las tierras tomadas, las enfermedades.- ARGENTINA PARA LOS ARGENTINOS, a no seguir dejando que se inunde el País.- Haber si uno pide ciudadanía en otro país, seguro le cuentan las costillas y encima, no se la otorgan.- BASTA DE REGALAR CIUDADANIAS.- IGUALDAD, LAS PE\*\*\*\*AS!!!! Moderador, no rechaces mi comentario, duro pero real”.*

*Sandra (una reflexión de los comentarios) “Soy argentina, bien argentina. Que podemos decir de los inmigrantes? que hicieron grandes a nuestro país, que trabajaron de sol a sol en las plantaciones de trigo, que construyeron esta argentina que hoy tenemos. Pero mas allá de esta pequeñez para algunos, argentinos significa solidaridad, significa amor al prójimo, significa no discriminación. O los argentinos no cometemos delitos? o los argentinos somos bien vistos en todas partes del mundo por ser especuladores, vividores, por esa viveza criolla siempre dispuesta a aprovecharse del otro? Qué vergüenza que mis hermanos de Patria piensen de esa manera. El problema en nuestra Argentina no es el inmigrante, sino nuestra cultura, el problema somos nosotros. dejemos de delegar las culpas al mas débil y hagamosno cargo de quienes somos. Tanto nos gusta el trabajo a nosotros no? que si no es de traje y corbata no lo tomamos. Por favor. Que pena me dan”.*

Estos son sólo algunos de los comentarios que pueden leerse a diario debajo de cada noticia relacionada a la ciudad y donde se pueden vislumbrar que la problemática del consumo va más allá del hecho en sí mismo. Engloba a todas las causantes de enfrentamientos entre los distintos sectores de la sociedad: el consumo llevaría a que los precios suban, a que los alquileres estén caros y los terrenos impagables, por lo cuál

sería causante de las usurpaciones, pues pese a adquirir todo lo que deseen, la casa se presenta imposible, por ello el relato de “las 4 x 4 afuera de las casas de chapa en terrenos ilegales”. Y la mayoría de la gente que usurpa, no sería de la ciudad, por lo tanto también conllevaría a que hayan venido una gran cantidad de extranjeros, especialmente de países limítrofes y que con ellos traerían los males de la sociedad: la prostitución, uno de los mayores consumos, y la inseguridad, producto de que vendrían delincuentes sabiendo que la gente tiene dinero. Todo este circuito es el que construyen en la ciudad no sólo aquellos que están por fuera del ámbito petrolero, sino que hasta los mismos trabajadores de los yacimientos lo aceptan como una realidad.

*“O sea, vos imagináte hasta qué punto llega que vos tenés tanta plata y agarrás y ponés un boliche propio. Y vos capaz que lo ves y es una casa de mierda pero vos agarrás y traes chicas de afuera y las ponés a trabajar. Y vos tenías plata y eso se te triplicó y vos te encerrás en eso y en eso y en eso, llega un momento que se va todo a la mierda y vos terminás con un arma en la cabeza o terminás envuelto en drogas o terminás con cualquier problema”* (Pablo, 25 años).

### **Comodoro, mi país**

Uno de los principales problemas que trajo aparejado este fenómeno fue la llegada de foráneos -término establecido por Norbert Elías- para trabajar en las empresas o en rubros aledaños (Elías, 2003). Es necesario situarse en el concepto de arraigo/desarraigo que históricamente se unió a la explotación petrolera, con una de las frases más comunes utilizadas en Comodoro e inserta en el imaginario social de que “cada familia tiene las valijas detrás de las puertas”, apareciendo el fenómeno del migrante golondrina en todos los niveles sociales. En el estudio realizado por Mármora en los 70 acerca de los grupos de migrantes, se estableció que tan sólo el 10% del total pensaba quedarse definitivamente (Mármora, 1972, p. 69).

El proceso de atracción se generó en cada época de prosperidad petrolera, como así también el proceso de éxodo masivo ante cada crisis. La noción de desarraigo se constituyó durante la segunda mitad del siglo XX en una de las constantes de más larga duración en la percepción de los actores respecto del campo cultural de la región petrolera de la Cuenca del Golfo San Jorge. Explica Daniel Cabral Márquez que: “La perspectiva del desarraigo sostenía que gran parte de los problemas y dificultades que

tenían las comunidades petroleras de la región para diseñar su propio futuro estaban asociadas a la falta de identificación y pertenencia de los habitantes con su propio lugar. Esta negación a construir lazos de vinculación con el lugar se asociaba a la supuesta expectativa de los habitantes –llegados desde fuera de la región- por residir sólo temporariamente en las localidades petroleras a los efectos de acumular el capital necesario que permitiera -en poco tiempo- al sujeto y a su grupo de referencia, el retorno a sus lugares de origen con el futuro asegurado”<sup>47</sup>.

Aquí se encuentra una de las claves para entender el rechazo del comodorense “nativo” hacia el foráneo, con la visión de que “vienen, se hacen de plata y luego se van” y que los únicos que quedan enarblando la bandera de la ciudad y limpiando las heridas de las crisis son los nacidos allí. Esta identidad de los oriundos de la ciudad, se ha verbalizado en los últimos años bajo la sigla “NyC”, que significa “nacido y criado”, que muchos utilizan para diferenciarse de los foráneos y les da un sentido de autoafirmación de su relación con la ciudad.

En algunos de los comentarios expuestos anteriormente se puede percibir esa sensación de enemistad por la cuál el forastero se transforma en el causante de todos los males que recién se van a extinguir cuando éste se vaya de la ciudad. Mientras tanto, el discurso será el siguiente:

*“Hoy hay más libertinaje en Comodoro porque ha venido mucha gente de afuera, de otros países”* (Pedro, 27 años)

*“Si hay una crisis esto va a ser un pueblo fantasma, se van todos...”* (Fernando L., 22 años)

*“Si hay una crisis es muy probable que la mitad de Comodoro se vaya a su pueblo natal, porque está lleno de catamarqueños, lleno de bolivianos, lleno de todo. Como acá hay plata viene la gente, entonces si llega a haber una crisis, de 300 mil personas que hay quedan 150 mil que somos los comodorenses verdaderos, que no nos vamos a ir porque esto es nuestro y el resto se van todos a la mierda”* (Julián, 23 años).

---

<sup>47</sup> Artículo: “No existe una forma única de ser comodorense”. Una ciudad de zonas grises y versiones mitificadas, escrito por Daniel Cabral Márquez, publicado por el diario “El extremo sur de la Patagonia”, año 1, N° 9. Abril-Mayo de 2009.





El problema de la vivienda es una consecuencia de la inflación, la sobrepoblación y la escasez de políticas que regulen la propiedad de terrenos. En esta foto se puede observar un Renault Megane afuera de una vivienda ubicada en terrenos ocupados en el Barrio San Cayetano.



Un Chevrolet Meriva afuera de una vivienda en remodelación, en la cuál se observa una antena de cable satelital. Esta ubicada en la zona de terrenos ocupados en el Barrio San Cayetano.



En la misma zona de ocupaciones, se encuentra esta vivienda construida. En el patio interior se alcanza a observar una camioneta y un cuatriciclo, mientras que en el exterior se visualiza estacionado un Renault Megane.

El tema del dinero también se relaciona al desarraigo porque se tiene la visión de que aquellos que son de afuera, envían la plata a sus pueblos natales pues allí vale aún más, debido a que los precios son más bajos. Incluso hay muchos que ni siquiera viven en la ciudad, sino que están en el campo los días que deben cumplir y luego se van a disfrutar de sus sueldos a sus ciudades. Esta situación produce rechazo por parte de la población nativa que lo representa como una especie de abuso, de robo de su tierra. Y estas figuraciones entre “establecidos y forasteros” no son construcciones propias de la ciudad sino que se adaptan a contextos distintos. Acciones como las que se reprochan en Comodoro por parte de los nativos hacia los foráneos se puede analizar en una investigación realizada por Norbert Elías en la comunidad de Winston Parva en Estados Unidos donde analizando esta relación entre establecidos y forasteros concluiría que “los grupos establecidos con un amplio margen de poder a su disposición tienden a percibir a los grupos foráneos no sólo como indisciplinados transgresores de leyes y normas (de las leyes y las normas de los establecidos), sino también como no particularmente limpios” (Elías, 2003, p. 230). Estas acepciones se pueden vislumbrar en los comentarios expuestos anteriormente.

Con este rechazo, también los forasteros construyen el desarraigo y muchos ven a la ciudad como un medio momentáneo para alcanzar un fin, en buen sueldo que pueda ser convenido en sus lugares de origen.

*“En mi cuadrilla al ser todos de afuera, no gastan la plata acá porque los días de franco se van a sus pagos y allá les rinde mucho más la plata. Acá sólo vienen a trabajar los 14 días, bajan y se van. Hay gente de Entre Ríos, de Neuquén, de Buenos Aires, de Río Negro y de Catamarca. Vienen y se van porque allá la plata les dura el doble”* (Leonardo, 22 años).

Este proceso de desarraigo de Comodoro en complemento de la añoranza por sus sitios ya se ha producido en otras épocas de prosperidad de la industria. Sin ir más lejos, la última etapa *ypefiana* de principios de los 90' cuando muchos debieron renunciar o fueron despedidos, se produjo una “huida” masiva retornando cada uno a sus ciudades. Jorge, rememora ese momento desde su relato: *“Hubo gente que vivió renegando de su tierra, catamerqueños, mendozinos y cuando pasó mucho tiempo la idealizaron. Se fueron de su tierra con una mano atrás y otra adelante, vinieron acá e hicieron plata pero como iban de vacaciones con plata en el bolsillo, la veían hermosa y se hacían un*



*Frankenstein de cada ciudad. Pero no es lo mismo ir de vacaciones a tu ciudad que vivir allá. Cuando vivís no disfrutás. Y eso fue lo que pasó, agarraron la plata y se fueron a su pueblo y se comieron la guita. Y yendo de acá para allá. Eso fue lo que vivió el Ypefiano en su momento”.*

La sociedad comodorensesufrió a flor de piel la privatización de YPF y los años que le siguieron, por eso tanto los nativos como los que se permanecieron en la localidad, sienten que ellos fueron quienes soportaron el declive de la ciudad y aún así, se quedaron. Es por ello que el hecho de que el proceso se vuelva a repetir lo ven como un “aprovechamiento” y lo representan en un rechazo y culpabilización hacia el que viene de afuera, mayoritariamente figurado en cuestiones étnicas convertidas en raciales. En los comentarios de los diarios se pueden observar descripciones como “*Basta con salir a caminar al centro y ver las caras que circulan para darse cuenta que 20 años atrás la cosa no era así*”, lo cuál advierte que el rechazo no es sólo hacia el foráneo, sino también hacia propios pobladores que son tratados casi como forasteros. Muchos de los que hoy pueden consumir en la zona donde se sitúan los comercios, años atrás ni siquiera iban o no lo hacían tan asiduamente. En este contexto, los que pertenecen a las clases medias y altas ven al fenómeno de forma similar a la visión que tenían estas mismas clases de los “cabecitas negras” en el peronismo, describiéndolo como “el aluvión zoológico”<sup>48</sup>. Por eso cuando se hace referencia a “las caras que circulan” o “voy al centro y no conozco a nadie” no sólo es una alusión en contra de los extranjeros u oriundos de otras partes del país sino a la “incomodidad” que les genera a estas personas el hecho de que aquellos que ellos sienten como inferiores, compartan los lugares que sentían como propios. Lo perciben como una invasión.

Dice Elías que “en todas las sociedades los individuos disponen de un abanico de términos para estigmatizar a otros grupos. Estos términos resultan significativos únicamente en el contexto de unas relaciones específicas entre establecidos y forasteros. En el mundo anglosajón, «negro» (nigger), «judío» (yid), «italiano» (wop), «tortillera» (dike) o «papista» (papist) son tan sólo algunos ejemplos. (Elías, 2003, p. 228).

---

<sup>48</sup> La expresión fue pronunciada por primera vez por el diputado radical Ernesto Sanmartino, en la Cámara de Diputados, el 7 de agosto de 1947. Según él, fue para referirse a “los núcleos de activistas, organizados o inorgánicos, que no representaban al auténtico pueblo de la Nación, y que en la búsqueda de la justicia social no titubearon en denigrar la libertad” (Vanossi, 2000), aunque en aquel momento se la señaló como una frase de tono despectivo para referirse a los simpatizantes peronistas.

Es interesante analizar estas relaciones en Comodoro porque desde mediados de siglo, hay dos palabras que se utilizan con mayor naturalidad para nombrar a grupos que se comportan de manera “inapropiada” para lo que la parte establecida de la sociedad considera normal, y son considerados inferiores. Dichos conceptos son: negro y chilote, que en su enunciación significan lo mismo. Deteniéndonos sobre el segundo de ellos, el significado de la palabra “chilote” fue construido a mediados del siglo XX con la llegada de inmigrantes chilenos, principalmente de la zona sur, alrededor de la Isla de Chiloé que llegaban para trabajar en la industria o en busca de una salida laboral que no encontraban en su país de origen. Con el tiempo esta colectividad fue creciendo, transformándose en la más grande de la ciudad: de un total de 80 mil habitantes que había en Comodoro en la década del 60, 35 mil eran chilenos o hijos de chilenos como explica Budiño y un 70% de ellos vivían en los barrios de emergencia (Budiño, 1971, pp. 70 y 73), por lo cuál se tejió la idea del chileno como pobre, con su connotación racial de “negro chilote” asociada.

Esta significación despectiva que discriminaba a los chilenos, en su mayoría por parte de hijos de inmigrantes europeos de principios de siglo, fue avanzando y transmitiéndose con el paso de los años y los procesos, adoptada por los nietos o bisnietos de inmigrantes contra los descendientes de chilenos que eran nacidos en Comodoro igual que ellos. Por lo cuál si bien siguió esta estigmatización, ambos grupos se afianzaron como comodorenses autóctonos en contra de quienes llegaban al país, por lo cuál en las últimas dos décadas la referencia era hacia paraguayos, peruanos y sobretodo bolivianos. En este sentido, la enunciación siguió siendo la misma como forma discriminatoria por parte de los comodorenses de descendencia europea, hacia los mismos chilenos y todos los demás en referencia a una cuestión racial y de los chilenos para con los nuevos inmigrantes, pues el hijo de chilenos sentía la ciudad como propia por haberse quedado durante los años de crisis y haber formado a sus propias familias allí. Estas representaciones deben ser entendidas en el marco del análisis de los jóvenes petroleros, porque las figuraciones racistas y despectivas están fundadas en estas viejas concepciones y no sólo por parte de quiénes no se encuentran en el ámbito petrolero sino por parte de los propios jóvenes petroleros que aunque puedan tener los mismos hábitos, encuentran puntos de distinción frente a otros jóvenes que realizan actos que no son adecuados para ellos, por lo cuál son deslegitimados. Las cuestiones raciales funcionan mediante mecanismos de diferenciación de clase, de status y en algún punto termina apareciendo el “yo soy petrolero pero no hago lo mismo que ellos” y esto se

podría observar en relatos como el de Pablo acerca de las bebidas que consumen los jóvenes en el boliche, o el de Marcelo, Patricio y Raúl, acerca del consumo desmedido y la necesidad de mostrarse, o la mirada de Julián acerca de “la gente que trabaja en el petróleo”.

En este sentido y haciendo una revisión de los puntos abordados se podría percibir que la problemática del consumo en Comodoro Rivadavia no es una cuestión para ser evaluada en forma reduccionista, tan sólo relacionando los gastos con las ganancias y como un fenómeno sorprendente desde esta particularidad del capital económico predominante. El consumo más que un fenómeno es un problema cuyas causas y consecuencias sólo pueden ser entendidas analizando el contexto local en el que se inscriben, una ciudad petrolera; y mundial, pues es inseparable de la globalización y el sistema que impone las reglas del mercado. Y también inquiriendo en la génesis social de la población comodorense, cuyas desigualdades se encuentran inscriptas en la significación de los sucesos y los hábitos de las personas, cuyas representaciones sociales se pueden entender a través de los actos.

## *Tercera parte*

# Consideraciones finales

A lo largo de la investigación tuve la oportunidad de ahondar en un fenómeno poco conocido en el país y de escaso análisis en la ciudad protagonista: el consumo de los jóvenes petroleros de Comodoro Rivadavia.

Como expliqué en la introducción, mi interés personal me llevó a indagar sobre la problemática del consumo como eje mediante el cuál no sólo se pueden encontrar argumentos particulares de cada joven petrolero respecto a sus hábitos, sino también desentramar complejidades de una sociedad que gira históricamente en torno a la actividad petrolera y cuyas relaciones sociales se fundan de acuerdo a procesos construidos en base a las etapas petroleras.

Partir de la pregunta inicial: ¿Qué tipo de consumo habitúan los jóvenes petroleros? para luego tratar de responder ¿Qué razones podemos hallar al mirar en qué gastan lo que ganan? desembocó en un análisis mucho más amplio del pretendido en un comienzo.

Antes de realizar el trabajo de campo, sólo esperaba que a través de las respuestas de los distintos jóvenes petroleros, se confirmara una hipótesis previa que revelara las causas de consumo en los procesos socioculturales vividos por los protagonistas, el pasado, los modos de socialización y construcción de sus representaciones sociales en torno al dinero y a sus adquisiciones, sus bienes. Y me encontré con un panorama mucho más amplio. Por un lado, confirmaba la implicancia de los procesos socioculturales vividos, en las apropiaciones y los usos que estos jóvenes hacen de su consumo con el dinero que ganan en la industria. Por otro lado, la intención de investigar el fenómeno del consumo, abrió una puerta aún más grande, que desempolvaba cuestiones intrínsecas de la sociedad que se esconden como problemáticas particulares y diferenciadas pero que en realidad están conectadas entre

sí, como el prejuicio social encumbrado bajo nociones de clase, las contradicciones en torno a la importancia de la producción petrolera como factor económico de la región y el señalamiento constante hacia quienes trabajan en el sector hidrocarburífero a quienes se los responsabiliza, de alguna manera, por las consecuencias que ocasionó la prosperidad de la ciudad. En este apartado se podría incluir el tema de la inflación, las ocupaciones ilegales de tierras, la llegada a la localidad de un gran conglomerado de personas oriundas de distintas partes del país y del exterior que se ven como foráneos, la creciente “inseguridad” a raíz también de la cantidad de gente que he llegado a la ciudad y la proliferación de consumos que no están legitimados socialmente como las drogas, el juego y los servicios sexuales. Problemáticas que enfrentan y provocan una delimitación entre los oriundos de la ciudad y los foráneos, a través de una distinción verbal y simbólica para la cuál muchos ciudadanos locales recurren a la expresión “NyC”, que significa “nacido y criado” para fortalecer su posición dentro de la estructura social y alejarse de aquellos que en el imaginario social histórico sólo vienen para quedarse de forma temporaria.

Respecto a la metodología utilizada, las entrevistas en profundidad me permitieron ahondar sobre las causas y los entramados sociales en torno al consumo de los jóvenes petroleros y descubrir elementos que rodean a esta problemática que, pese a vivir durante muchos años en la ciudad, no conocía o no me había detenido a preguntarme más allá de mi sentido común. La investigación me propuso un análisis profundo de los jóvenes petroleros y me permitió un redescubrimiento de mi ciudad y sus conflictos.

El hecho de poder entablar una conversación cara a cara con los protagonistas, de manera semiestructurada, casi informal, indagar sobre sus sensaciones; poder conocer sus casas, observar sus modos de vida, o sus autos, sus formas de comportarse, si la entrevista se realizaba en otro lugar, en fin, todos los detalles me permitieron, sin salir de mi rol de investigadora, conocer los significados que ellos le inculcan a su trabajo, sus posesiones, sus bienes: la realidad comodorenses. Me permitieron en sí, analizar las representaciones sociales que estos jóvenes construyen en torno a su consumo y en torno a lo que acontece alrededor de ellos, sabiendo que son los protagonistas de un fenómeno muy particular y que son el centro de las problemáticas que el resto de las personas encuentran en la ciudad. Y sabiendo también que son jóvenes, y que llevan en sí un peso que no terminan de comprender. Me refiero a que encaran con su juventud el motor de una industria colosal que mueve la economía de

toda una región, pero sin el respaldo de las empresas en el sentido paternal que tenía YPF con sus trabajadores, cuyo trabajo y sus vidas eran direccionadas y asistidas por la empresa estatal, rasgo que hoy no involucra a estos jóvenes que se ven solos en su accionar. Nadie los limita pero tampoco se los inserta en un marco donde puedan sentirse seguros y estables. Sólo encuentran seguridad en el dinero que ganan y en su posterior consumo. Y estas son las respuestas que encuentran en ellos mismos y en las relaciones que fomentan en el trabajo.

Es muy importante entender lo que generó la privatización de YPF en la ciudad, lo que significó para los trabajadores y para el imaginario social, que se sintió como un mundo perfecto arrancado de las manos, en este sentido paternal del que se hace referencia. Porque no era sólo la industria petrolera la que generaba tranquilidad económica sino que la base fundamental se encontraba en la contención que ofrecía la empresa estatal. Y ese es un contexto muy distinto al actual, más allá de la dependencia de la misma industria. Los jóvenes petroleros de hoy, si bien reciben una buena remuneración, su relación con la empresa es netamente laboral, y hasta en muchos casos sienten una especie de “esclavitud”, de pertenencia a la empresa pero en un sentido obligado de tener que estar sí o sí cuando la empresa los necesita. Los relatos de José Manuel, quien afirma “*Yo laburo porque lo necesito no porque me guste. Nunca me gustó*”, sumado al de Jhonatan, “*sos un número más, a ellos (la empresa) no les importa lo que a vos te pase*”, marcan un contraste claro entre el *ypefiano* del siglo XX y los trabajadores petroleros de la actualidad en su relación con la empresa y lo que ese trabajo les genera. Es una relación de dependencia económica con la empresa, no un sentido de orgullo como generaba YPF a través de todo un contexto en el que el *ypefiano* trabajaba a gusto, como explica Daniel Márquez: “La vinculación laboral a YPF, y la cobertura que desde la empresa se hacía respecto de muchas de las necesidades cotidianas (salud, vivienda, recreación), fueron generando en la población fuertes formas de identificación con las normas y valores representados por la petrolera estatal, sentimiento que fue trasladado hacia el interior de las familias, transmitido de padres a hijos” (Márquez; Palma Godoy, 1993, p. 124).

Es posible así entender el dejo nostálgico que significó el final de YPF en contraste con esta realidad donde se los estigmatiza a los jóvenes de trabajar sólo para obtener ganancias, sin darle importancia al trabajo en la empresa, cuando en realidad es esta nueva modalidad privada de trabajo y el contexto globalizado donde viven, además de los años de crisis que anclaron en la forma de pensar y actuar hoy, la que provoca

una realidad con las características expuestas y en dónde los jóvenes se adaptan y construyen nuevos rasgos culturales cotidianamente. A diferencia del marco que proponía la empresa estatal, los nuevos jóvenes petroleros se enfrentan a un contexto en el que están solos, pues las empresas para las que trabajan sólo les pagan por hacerlo sin brindarles ningún marco de referencia. Muchos de ellos entonces, no están preparados para recibir tanta cantidad de dinero y tener un objetivo claro en qué invertirlo. Es allí donde aparecen las deudas, que se han convertido en una problemática devenida del consumo exacerbado, sumado a todo lo que se viene explicando.

En cuanto a la actividad petrolera, no quedan dudas de que, tanto los buenos como los malos pasares históricos de la región, tienen relación directa con los altibajos de la industria hidrocarburífera en el panorama económico. Y que más allá de que el porcentaje de personas que trabajan y sus familias apenas supere el 13 por ciento de la población actual, todo el resto, sea sector privado o público y dependa económicamente o no de la actividad petrolera, todos viven mejor o peor en base a la suerte del crudo. Y esto es necesario resaltarlo por los enfrentamientos sociales que se generan entre petroleros y no petroleros, sobre los beneficios o perjuicios de la actividad, que resultan ilógicos si se los analiza económicamente. Pero comprensibles si se los analiza socialmente, teniendo en cuenta las construcciones identitarias históricas de, y en torno a, los trabajadores petroleros en Comodoro; y claros si se miran desde una perspectiva comunicacional, al analizar los signos que exponen los distintos actores, mediante los cuáles se pueden percibir los focos de conflicto.

Considero que la investigación de esta problemática determinada, aporta a entender comunicacionalmente determinados actos de consumo que tienen especial relevancia en la ciudad y que se inscriben en procesos socioculturales diversos y complejos por las características propias de la ciudad, porque como indica Daniel Cabral Márquez, “justamente lo que caracteriza históricamente a lo que hoy definimos como Comodoro Rivadavia es su diversidad (de valores socioculturales, de tradiciones político-institucionales, de identificación con sectores de la ciudad y no con el todo) y cualquier intento de ´sintetizar lo múltiple resultaría un esfuerzo vano y establecido en el desconocimiento de la propia historia”<sup>49</sup>.

---

<sup>49</sup> Artículo: “No existe una forma única de ser comodorense”. Una ciudad de zonas grises y versiones mitificadas, escrito por Daniel Cabral Márquez, publicado por el diario “El extremo sur de la Patagonia”, año 1, N° 9. Abril-Mayo de 2009.

Respecto al consumo, un fenómeno social y cultural que se adscribe en relación a la construcción de identidades, se podría decir que es una problemática que no se acaba en una conclusión final, pues presenta elementos que deben ser complejizados constantemente en un contexto que va mutando de manera cada vez más vertiginosa. Ante la crisis mundial actual, que ha aterrizado de lleno en la industria petrolera a principios de 2009, se avecina un universo nuevo para esta sociedad, temática que decidí no abordar en esta tesis precisamente porque es probable que muchas cosas cambien, incluso estas representaciones sociales que durante todos estos años construyeron los trabajadores petroleros en base a su consumo, a sus ganancias.

La propuesta desde un comienzo fue analizar el consumo en un momento determinado para entender las construcciones que emergen de este fenómeno, que permiten comprender entramados sociales históricos, como la cuestión de clase social, que se afianza no sólo por estar estratificada claramente como en todo el resto del país, sino también por tratarse de una población “heterogénea”. Desde su fundación con la llegada de inmigrantes europeos, urbanos y del norte del país, el establecimiento de una gran comunidad chilena a mediados de siglo, la venida de más inmigrantes de países limítrofes, principalmente paraguayos y bolivianos, y la migración “intermitente” de gente proveniente de diversos lugares del país que suelen quedarse en la ciudad de manera temporaria, aprovechando las épocas prósperas del petróleo y luego vuelven a sus lugares de origen. Esta condición ha provocado en el imaginario social una sociedad sin lazos por no sentirse identificados unos con otros, situación afianzada además por las variables económico- sociales y culturales que estratifican a las clases, también desde el imaginario y generan concepciones racistas y clasistas que se perpetúan en el tiempo. Si retomamos a Bourdieu (Bourdieu, 2003) y en relación con la realidad actual de Comodoro esta concepción de cómo está estratificada la sociedad se vuelve compleja y discutible, por todo el entramado de factores que intervienen y que problematizamos a lo largo de esta tesis. Si fuera por un sentido económico, cabría preguntarnos si el panorama actual no cambia la conformación de quienes pertenecen a cada estrato social, por ende ante esta realidad, y al tambalearse la concepción economicista de la clase, esta noción de clase aparece emergente en otros discursos ahora ligados a la cultura, pues la noción de clase es muy dinámica en el espacio social.

En las diferentes sub-temáticas que se desplazan en torno al consumo se pudieron observar indicios que denotan sentidos construidos por sujetos activos a partir de sus hábitos de consumo. La elección, el gusto, el deseo, el uso y la posibilidad neta



de conseguir lo que desean, implica un cúmulo de tentaciones que estos jóvenes aprovechan, contrariamente a lo que se piensa al estigmatizarlos, de manera conciente y racional, pues “vuelcan” en sus adquisiciones y los usos un conjunto de procesos socioculturales que actúan de base para esta realización. En el auto, el boliche, los artículos tecnológicos, se puede entender el mundo en el que viven estos jóvenes: un mundo que impulsa a vivir el presente porque mañana las cosas pueden cambiar. Y Comodoro es una ciudad que tiene este precepto casi como un lema, a raíz de los constantes cambios. Un mundo regido también por las reglas del mercado, que ofrece constantemente nuevos elementos, nuevos deseos y en cuyas adquisiciones las personas ven sus “renaceres” como explicaba Bauman (Bauman, 2007), sus formas de inclusión en la sociedad. Y no en cualquier contexto de globalización sino en uno muy particular inscripto en historias y experiencias ligadas al trabajo petrolero y donde el poder adquisitivo de estos jóvenes supera las expectativas de cualquier otro joven en otro lugar y trabajo, por lo cuál sus deseos de consumo pueden ser cumplidos en menor tiempo.

Hay elecciones que se comparten, que según ellos, “es típico de todos los petroleros”: el hecho de comprar un auto cero kilómetro al cuál muchos deciden “tunearlo” para que se distinga del resto, el gasto en aparatos tecnológicos como el celular, el dvd con el home theater, los televisores LSD, son los primeros objetos en ser obtenidos, según los propios entrevistados. Pero también como se pudo analizar, el consumo tiene variantes: según gustos, como en el caso de el Fiat 128 elegido por Julián como auto predilecto, el cuál no se trata de un vehículo nuevo y que esté de moda como ocurre con otros más elegidos por el resto de los jóvenes entrevistados, como el Gol, el Corsa o el Peugeot 206; la edad es otro parámetro que influye en los consumos: en general los entrevistados de entre 20 y 24 años afirmaban ser asiduos al boliche u otros lugares nocturnos, como Jhonatan, Marcelo, David o Maximiliano, y en cambio los que superaban esa edad afirmaban tener otras prioridades por haber concluido la etapa de “la joda”, como Carlos y Patricio que tienen como objetivo la posibilidad de comprarse un terreno; y también la situación personal de cada uno influye puesto que no coinciden ciertos consumo de los solteros con los casados. Aquel que aún no tiene la responsabilidad de mantener una familia, posee mayor libertad para adquirir objetos de gusto personal o concurrir a lugares nocturnos, que se presentan como lugares de disfrute del tiempo libre, en cambio aquellos como Pablo, José Manuel y Sergio que ya no pueden destinar sus ingresos a un consumo personal, ya no frecuentan los lugares

bailables e intentan ahorrar para el bienestar de su familia. Es decir hay cierto consumo que se comparte pero lo que cambia es la forma de apropiación y hay otros que no se comparten por la situación en la que se encuentra cada uno de ellos, que los motiva a requerir determinados bienes y no otros.

Por todo ello es que también aumenta la cantidad de lugares que ofrecen los diferentes tipos de bienes para ser consumidos. Han recaído en la ciudad grandes empresas de venta de electrodomésticos y tecnología, numerosas concesionarias de automóviles, cadenas de supermercados, que inciden en la proliferación del consumo, pues tienen como cliente predilecto a quienes trabajan en el sector petrolero. Con el aumento del consumo, suben también los precios porque “saben que el petrolero lo puede pagar”, advierten los jóvenes consultados. El mercado incentiva el consumo y el posterior desecho de los bienes adquiridos para su reemplazo por otros nuevos, como explica Bauman en su teoría. El caso de los celulares es gráfico y la idea bajo la cuál las personas adoptan este sistema, es la necesidad de distinción, por eso se busca el producto nuevo que sale al mercado, el que aún nadie lo tiene, por más que cambien sólo algunos detalles respecto al modelo anterior, como el ejemplo del celular N95 que explicó Elías, empleado de Frávega.

No es casual que se señala a los jóvenes petroleros que han pertenecido a los sectores populares de la población, como los más consumidores, pues la adquisición de bienes tiene una fuerte vinculación con la necesidad que se crea de poseerlos. Si hablamos de sujetos que han pasado épocas en carencia de determinadas posesiones que sí podían ser adquiridas por otros, no resulta llamativo que ahora que pueden obtenerlas, elijan ciertos bienes suntuosos y se muestren o actividades que no habían podido realizar y ahora las eligen como un paseo necesario, como el caso de Julián y su gusto por ir a comer a restaurantes.

Pensar el consumo también implicó mirar el otro lado, el que se trata de ocultar, el que no está “legitimado” socialmente. La droga, el casino y los clubes nocturnos, cuya proliferación son una consecuencia de este boom petrolero y que se presentan como lugares de descarga del trabajo riguroso, pero con la peligrosidad de caer en los vicios que encierran estos consumos y la multiplicación de delitos relacionados a ellos que aparecen cada vez con más frecuencia en la ciudad, como la trata de mujeres en los “departamentos vip”, la situación ilegal de muchos trabajadores en este ámbito y el narcotráfico, cuyas noticias aparecen constantemente en los diarios locales. La problemática de este tipo de consumos se agrava. Si bien están insertos en la sociedad,

previamente al último boom petrolero, el fenómeno acontecido en la sociedad provocó un impulso y multiplicación de casinos y clubes nocturnos, con la incursión también de los llamados “departamentos vip”, como así también del consumo de drogas que ante las ganancias que se manejan en el sector petrolero, se ha vuelto mucho más accesible, incluso dentro de las propias empresas como resaltan Fernando, Pablo, Jhonatan y Juan Víctor. Este tipo de consumos completan un entramado de significados que rodean a la actividad petrolera y que ayudan a complejizar el análisis de un fenómeno que presenta aristas muy distintas, y que chocan en un universo donde la racionalidad de los actos es subjetiva y deviene de los procesos socioculturales, construcciones muchas veces opuestas, que tuvieron los habitantes de esta ciudad.

En todo esto intervienen otros factores que por no pertenecer específicamente a la temática de esta tesis es imposible desarrollar. Pero para explicar este fenómeno es necesario analizar otras variantes que pueden ser objeto de posteriores investigaciones, tales como:

- El rol del Estado provincial y municipal en cuanto a políticas públicas, construcción de espacios públicos y de recreación escasos en la ciudad al punto de que “paseos de fin de semana” dirigen a los grandes centros de venta, lo cuál incentiva el consumo.

- Considerar las políticas de urbanización ligadas al reparto de la tierra pública, el negocio inmobiliario, etcétera, al que brevemente se hizo referencia en el análisis de esta investigación, pero cuya problemática implica una complejización mucho más amplia.

- La instrucción educativa y cultural que brinda la ciudad, que ha sufrido los detrimentos como en todo el resto del país.

- La posible injerencia del clima, en general ventoso y frío, para la realización de actos en espacios cerrados que en la mayoría de los casos refieren a lugares de consumo.

La conclusión de esta tesis no es tal, por eso opté por llamar a este apartado “consideraciones finales”, como modo de utilizar un espacio para destacar los puntos fundamentales de esta problemática investigada y aclarar la imposibilidad de lograr un cierre sobre la misma.

Si pudiera generar alguna propuesta con esta tesis, invitaría a la lectura y posterior análisis de los elementos que aparecen en ella, sobretodo a las personas que habitan en Comodoro Rivadavia. No pretendo una solución al problema, propongo una forma de analizar el fenómeno profundamente de modo que podamos comprender que

contemplando los significados que el otro tiene sobre el mundo, aunque sean distintos a los de uno mismo, podremos llegar a construir una ciudad distinta y que el crecimiento de la misma no tenga fecha de vencimiento en el precio del barril de petróleo. A través de esta tesis se brinda a la población de Comodoro una mirada sobre cuestiones que no encuentran respuestas fácilmente, pues están cada vez más naturalizadas.

Explicar cómo aquí adquieren relevancia determinados hábitos de consumo y no otros, como el hecho de tunear el auto recién comprado o adquirir determinados modelos de vehículo que “están bien vistos” en la sociedad comodorenses, como así también determinadas bebidas en los boliches o ciertas marcas de ropa, y que encuentran significado en esta ciudad y no en otra. Entender que lo que el joven petrolero consume es lo que se valora socialmente en Comodoro Rivadavia, ayuda a explicar esta problemática como un fenómeno local, con particularidades que la distinguen de otras ciudades con grandes índices de consumo, u otras cuya economía también gira en torno a la industria petrolera, o que se encuentran en cercanía geográfica, como Trelew por ejemplo. Es decir, lugares que pueden ser comparables pero que sin embargo, analizando las particularidades de Comodoro, se encuentran cuestiones que la distinguen de otras y que hacen a una idiosincrasia local que es muy fuerte y dónde prevalece la valorización del capital económico por sobre el capital cultural. En ellos se explica la poca adhesión a la educación universitaria, la comparación de los sueldos de un profesional con los de un petrolero, que en la mayoría de los casos no tiene estudios terciarios o universitarios y en muchos otros, no posee secundario completo y que en ganancias los superan. Y en estas diferencias también emerge el enfrentamiento entre determinados sectores de la sociedad y aquellos que viven de la explotación petrolera. Por eso aparece la concepción de la estigmatización al consumo en detrimento del ahorro, una cuestión muy valorada en las sociedades conservadoras y heredada por los sectores medios y altos de Comodoro, y en detrimento de cuestiones que son valoradas por ellos como la casa propia, un bien que representa un resguardo a futuro: “tienen de todo pero siguen viviendo en casa de chapa”, explica Fernando L. sobre compañeros del rubro, lo cuál muestra cómo la valorización de los bienes cambia según la persona y las condiciones en las que hayan crecido y construido sus ideales de vida.

Por otro lado, las ganancias sin necesidad de estudios universitarios ni una experiencia generada en determinada cantidad de años trabajados por parte de los petroleros, generan resentimiento tras la idea de “merecimientos”, que también tiene relación con las ideas de la ética protestante, adoptadas por el modelo capitalista en todo

el mundo que pregona el esfuerzo y la espera de reconocimiento a través del tiempo, según lo trabajado. Con esta perspectiva, siempre el que tiene mayor cantidad de años trabajados merece tener un reconocimiento económico superior a quienes lo hicieron por menos años y es esta doctrina la que prevalece en el ideal de los sectores medios y altos, como regla de lo que está bien y lo que está mal. Y esta concepción también se encuentra dentro de los propios petroleros para referirse a sus pares. En general, según los discursos aportados por los entrevistados, se puede percibir que la mayoría de ellos encuentra algún punto para diferenciarse de “lo que hacen todos los petroleros”. “Son muy consumistas”, dice Marcelo; “el petrolero no te compra una gaseosa, te compra el pack y ni siquiera sabe cuanto gastó, ni le importó tampoco”, describe Pablo; “se gastan todo en joda y después no tienen nada”, detalla José Manuel. Y aparece una gran diferencia en cuanto a las edades, una diferenciación entre “viejos” y “jóvenes” que se presentan como “los otros”, desde el trabajo de Reguillo (Reguillo, 2000, p.41), en la cuál los jóvenes se desligan de ciertos consumos deslegitimados como los cabarets y departamentos vip, poniéndolos como terreno de “los viejos”, y a la vez ellos mismos son estigmatizados por “tirar la plata”. En la empresa la juventud no se relaciona sólo con la edad, sino también con la posición jerárquica que provoca que hombres de 24 años como Patricio y Raúl sean jefes de otros que los superan ampliamente en cuanto a la edad biológica. Allí se presentan conflictos porque las relaciones de poder son heredadas de las instituciones que en general, colocan a la persona mayor en edad en un estado superior al de menor edad: padres-hijos, maestro-alumno, y en este caso jefes-empleados, que como se ve no siempre se mantiene como tal, y se genera una fricción en las relaciones, porque como cuentan varios de los entrevistados, los “viejos” siempre quieren demostrar que son los que tienen experiencia y los jóvenes tienen que aprender.

Por todos estos parámetros, “Oro negro. Representaciones sociales en torno al consumo de los jóvenes petroleros”, no constituye una tesis más acerca del consumo, sino que es un trabajo de investigación acerca de un fenómeno que cobra sentido por las particularidades de la ciudad en la que se analiza y que abre la puerta para continuar analizando problemáticas intrínsecas en la sociedad que aún no han sido exploradas.

# Bibliografía

- Alonso, Luis (1998). “La mirada cualitativa en sociología” en Marradi, Archenti, Piovani (2007). **“Metodología de las ciencias sociales”**. Buenos Aires, Ed. Emecé.
- Baeza, Brígida, Crespo, Edda y Carrizo, Gabriel (compiladores; 2007). **“Comodoro Rivadavia a través del siglo XX. Nuevas miradas, nuevos actores, nuevas problemáticas”**. Comodoro Rivadavia. Municipalidad de Comodoro Rivadavia, Secretaría de Cultura, ciencia y Deportes, Certamen Fondo Editorial.
- Banfield, Edward (1968). **“La ciudad indivina. La naturaleza y futuro de nuestra crisis urbana”**. Londres, Little, Brown.
- Barbero, Jesús Martín (1987). **“De los Medios a las Mediaciones”**. Barcelona: Editorial Gustavo Pili.  
..... (1999). **“Recepción de medios y consumo cultural: travesías”**. En Guillermo Sunkel (coord. 2006). “El Consumo Cultural en América Latina”. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Baudrillard, Jean (1974). **“La sociedad de consumo. Sus mitos. Sus estructuras”**. España. Siglo XXI de España Editores.
- Bauman, Zygmunt (2007). **“Vida de consumo”**. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Boivin, Mauricio, Rosato, Ana y Arribas, Victoria (2004). **“Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural”**. Buenos Aires. Antropofagia.
- Bourdieu, Pierre (1988). **“La distinción”**. Madrid. Ed. Taurus.  
..... (2000). **“La dominación masculina”**. Barcelona. Ed. Anagrama.  
..... (2003). **“Capital cultural, escuela y espacio social”**. Buenos Aires. Siglo Veintiuno Editores Argentina S.A.  
..... (2004). **“Cosas dichas”**. México D.F. Ed. Gedisa.  
..... (2008). **“Homo académico”**. Buenos Aires. Siglo XXI Editores Argentina S.A..
- Budiño, Lino Marcos (1971). **“Comodoro Rivadavia. Sociedad enferma”**. Buenos Aires. Hernández Editor.

- Burgess, Robert (1984). "En el campo. Una introducción de investigación de campo" en Marradi, Archenti, Piovani (2007). **"Metodología de las ciencias sociales"**. Buenos Aires, Ed. Emecé.
- Crespo, Edda. "Asociacionismo, consumo y ciudadanía. Acerca de los orígenes de la cooperativa del personal de los Yacimientos Petrolíferos Fiscales", en Baeza, Brígida, Crespo, Edda y Carrizo, Gabriel (compiladores; 2007). **"Comodoro Rivadavia a través del siglo XX. Nuevas miradas, nuevos actores, nuevas problemáticas"**. Comodoro Rivadavia. Municipalidad de Comodoro Rivadavia, Secretaría de Cultura, ciencia y Deportes, Certamen Fondo Editorial.
  
- Crónicas del Centenario 1901-2001 (2001). Comodoro Rivadavia. Impresora patagónica.
- De Certeau, Michel (1990). **"La invención de lo cotidiano. Vol. I. Artes de hacer"**. Universidad Iberoamericana. Ed. Gallimard.
- Deleuze, Gilles (1999). **"Conversaciones"**. Valencia. Pre-textos.
- Douglas, Mary e Isherwood, Baron (1979). **"El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo"**. México. Ed. Grijalbo.
- Elías, Norbert (2003). **"Ensayo acerca de las relaciones entre establecidos y forasteros"**. Estados Unidos.
- Ford, Aníbal (1994). **"Navegaciones, comunicación, cultura y crisis"**. Buenos Aires. Amorrortu Editores.
- Freud, Sigmund (1930). **"El malestar de la cultura"**. Buenos Aires. Amorrortu.
- García Canclini, Nestor (1986). **"Las culturas populares en el capitalismo"**. México D.F. Ed. Nueva Imagen.
- ..... (1993). **"El consumo cultural en México"**. México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- ..... (1995). **"Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización"**. México D.F. Ed. Grijalbo.
- ..... (1999). "El consumo cultural: una propuesta teórica", en: Guillermo Sunkel (coord. 2002): **"El Consumo Cultural en América Latina"**. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- ..... (2001). **"La globalización imaginada"**. México. Ed. Paidós.
- Geertz, Clifford (1973). **"La interpretación de las culturas"**. New York. Ed. Gedisa.

- Hobbes Thomas (2004). **“Leviatán”**, Tomo I, Colección grandes obras del pensamiento Buenos Aires. Editorial Losada.
- Jorgensen, Danny (1989). “Observación participante: una metodología para estudios humanos” en Marradi, Archenti, Piovani (2007). **“Metodología de las ciencias sociales”**. Buenos Aires, Ed. Emecé.
- Kawulich, Bárbara (2005). “Observación participante como método de colección de datos” en Marradi, Archenti, Piovani (2007). **“Metodología de las ciencias sociales”**. Buenos Aires, Ed. Emecé.
- Margullis, Mario (1996). **“La juventud es más que una palabra”**. Ensayos sobre cultura y juventud. Buenos Aires. Ed. Biblos.
- Mármora, Lelio (1972). **“Migración al sur”**, (argentinos y chilenos en Comodoro Rivadavia). Buenos Aires, Ediciones Libera.
- Márquez, Daniel y Palma Godoy, Mario (1993) “Comodoro Rivadavia en Tiempos de cambio. Una propuesta para la revalorización de nuestras identidades culturales. Comodoro Rivadavia, Ediciones Proyección Patagónica.
- ..... (1995) “Distinguir y comprender. “Aportes para pensar la sociedad y la cultura de la Patagonia”, Comodoro Rivadavia, Ediciones Proyección Patagónica”, en Lic. von Storch, María Victoria: Artículo **“Análisis comparado de los impactos de las privatizaciones de Altos Hornos Zapla en Palpalá, Somisa en San Nicolás e YPF en Comodoro Rivadavia, a la luz de los cambios post convertibilidad”**. CONICET – CEUR.
- Márquez, Daniel. “Entre la crisis del valor social del trabajo y la fragilidad de la identidad del trabajador: Cuenca del Golfo San Jorge”, en Salvia, Agustín (compilador, 1999), **“La Patagonia de los 90. Sectores que ganan sociedades que pierden”**. Buenos Aires, Editorial La Colmena.
- .....“Entre la revitalización de la memoria y la reactualización de las identidades locales: una mirada sobre símbolos de pertenencia en la ciudad de Comodoro Rivadavia en los años 90, en Baeza, Brígida, Crespo, Edda y Carrizo, Gabriel (compiladores; 2007). **“Comodoro Rivadavia a través del siglo XX. Nuevas miradas, nuevos actores, nuevas problemáticas”**.Comodoro Rivadavia. Municipalidad de Comodoro Rivadavia, Secretaría de Cultura, ciencia y Deportes, Certamen Fondo Editorial.
- Marradi, Archenti, Piovani (2007). **“Metodología de las ciencias sociales”**. Buenos Aires, Ed. Emecé.



- Martín, M. Victoria, Díaz, Alejandro y Navarro, Soledad. **“Matrices y vertiente desde América Latina”**, texto elaborado para la materia Comunicación y teorías, cátedra II, de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.
- Mas, Mirta. **“La transformación económica de la década del noventa como factor de exclusión social en Comodoro Rivadavia”**. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. Anuario 2002.
- Mata, María Cristina. (1997). **“Públicos y Consumos Culturales en Córdoba”**. Córdoba. Centro de Estudios Avanzados. Universidad Nacional de Córdoba.
- Mato, Daniel (coordinador; 2002). **“Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder”**. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela.
- Mattelart, Armand y Neveu, Erik (2002). **“Los cultural studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje”**. La Plata. Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Muñiz Terra, Leticia. Becaria Doctoral de CONICET, Centro de Estudios e Investigaciones Laborales – Programa de Investigaciones Económicas sobre Tecnología, Trabajo y Empleo. Artículo: **“La privatización de la identidad petrolera: de la ilusión al desarraigo”** para AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana. www.aibr.org, Volumen 2, Número 1. . Madrid: Antropólogos Iberoamericanos en Red. I. Enero-Abril 2007.
- Osorio, Francisco, (1999). “Observación participante. El caso de Alison Spedding” en Marradi, Archenti, Piovani (2007). **“Metodología de las ciencias sociales”**. Buenos Aires, Ed. Emecé.
- Pacheco, Mariel. “Una ‘nueva práctica conmemorativa nace en nuestra Atlántida desde 1990: la ritualización política en homenaje al fundador Francisco Pietrobelli, en Baeza, Brígida, Crespo, Edda y Carrizo, Gabriel (compiladores; 2007). **“Comodoro Rivadavia a través del siglo XX. Nuevas miradas, nuevos actores, nuevas problemáticas”**.Comodoro Rivadavia. Municipalidad de Comodoro Rivadavia, Secretaría de Cultura, ciencia y Deportes, Certamen Fondo Editorial.
- Pérez Serrano, Gloria (1994). “Investigación cualitativa. Métodos y técnicas”. Buenos Aires. Docencia.
- Reguillo Cruz, Rosana (2000). **“Emergencias de culturas juveniles. Estrategias del desencanto”**. Buenos Aires. Grupo Editorial Norma.

- Rivera, Jorge (1997). **“Comunicación, medios y cultura, líneas de investigación en la Argentina 1986-1996”**. La Plata. Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Rodrigo Mendizábal, Iván. (1996). Métodos y técnicas de investigación social. Ed. Mimeo. Métodos y técnicas.rtf.
- Saintout, Florencia (1997). **“Los estudios de recepción en América Latina”**. La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Salvia, Agustín (compilador, 1999). **“La Patagonia de los 90. Sectores que ganan sociedades que pierden”**. Buenos Aires, Editorial La Colmena.
- Samaja, Juan (2000). “Concepto, método y sentido de la investigación científica en Dei, Daniel (2001). **“Pensar y hacer en investigación”**.Buenos Aires. Editorial Docencia.
- Secretaría de Salud de la ciudad de México: Informe **“Salud 60 años 1943-2003. Casino: efectos sociales negativos y ludopatía”**. Dr. (c) Juan Martín Sandoval De Escurdia, Investigador Parlamentario en Política Social. México. P. 41.
- Sennett, Richard (2000). **“La corrosión del carácter”**.Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo. Barcelona. Anagrama.
- Slater, Don (1997). **“Cultura de consumidor y modernidad”**. Londres. Polity Press.
- Sunkel, Guillermo (coordinador; 2006). “El Consumo Cultural en América Latina”. Colombia. Convenio Andrés Bello.
- Thompson, Edward (1977). **“La formación histórica de la clase obrera”**. Vol. I. Barcelona. Ed. Laia.
- ..... (1984). **“Tradición, revuelta y consciencia de clase”**. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial. Barcelona. Crítica.
- Vanossi, Jorge R. **“El Doctor Ernesto Sanmartino: vida y obra”**. Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas, 26 de abril de 2000.
- Von Storch, María Victoria: Artículo **“Análisis comparado de los impactos de las privatizaciones de Altos Hornos Zapla en Palpalá, Somisa en San Nicolás e YPF en Comodoro Rivadavia, a la luz de los cambios post convertibilidad”**. CONICET – CEUR, en “7mo Congreso Nacional de Estudios del Trabajo”. Agosto de 2005.
- Weber, Max (2003). **“La ética protestante y el espíritu del capitalismo”**. Buenos Aires. Prometeo.
- Wortman, Ana (compiladora; 2004). **“Imágenes publicitarias/Nuevos burgueses”**. Buenos Aires. Ed. Prometeo.

### **Otras fuentes consultadas:**

- Diario Clarín (11/09/05).
- Diario Clarín, (04/02/07).
- Diario Crónica de Comodoro Rivadavia (09/01/07).
- Diario Crónica de Comodoro Rivadavia (11/04/08).
- Diario Crónica de Comodoro Rivadavia. (24/05/08).
- Diario “El Patagónico”. (22/08/08).
- Diario “El Vecindario”. “Un diario que piensa como la gente”. N° 3. Septiembre de 2008.
- Diario “El Patagónico”. (09/12/08).
- Diario El patagónico. (22/06/09).
- Diario El Patagónico. (10/07/09).
- Diario El Patagónico. (28/07/09).
- Diario El extremo sur de la Patagonia (Diciembre de 2006).
- Diario El extremo sur de la Patagonia. (Julio-Agosto de 2007).
- Diario El extremo sur de la Patagonia. (Abril-Mayo de 2008).
- Diario El extremo sur de la Patagonia (Noviembre-Diciembre de 2008).
- Suplemento Especial del Diario Crónica “108° Aniversario de Comodoro Rivadavia”, 23 de febrero de 2009. Nota de Adrián Duplatt: “El mito del petróleo” .

### **Fuentes de Internet:**

- Albarello, María Florencia. “**La experiencia Toyota**”. Artículo publicado en la página del Observatorio de Conflicto: <http://www.nodo50.org/observatorio/>.
- Isuani, Aldo. “**El Estado de Bienestar argentino**”, cátedra de la Facultad de Sociología de la UBA, en [http://www.catedras.fsoc.uba.ar/isuani/Isuani\\_EB\\_Argentino.pdf](http://www.catedras.fsoc.uba.ar/isuani/Isuani_EB_Argentino.pdf)
- Rezende, Marcio. “**Comodoro Rivadavia: La vida al ritmo del petróleo**”, en Diario Clarín, domingo 04 de Febrero de 2007. Accedido el 5/10/08, URL: <http://www.cesarherrera.com.ar/article.php?story=2007020611415870>
- Salamanca Castro, Ana Belén y Crespo Blanco, Cristina Martín. “**El muestreo en la investigación cualitativa**”, para el Departamento de Investigación de FUDEN, 18 de febrero de 2007, accedido en URL: [http://www.nureinvestigacion.es/FICHEROS\\_ADMINISTRADOR/F\\_METODOLOGICA/FMetodologica\\_27.pdf](http://www.nureinvestigacion.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/FMetodologica_27.pdf)

# ANEXOS

Estadísticas: elaborado en el marco del: Proyecto “Procesos de Legitimación de la desigualdad social en la Argentina Actual” Dr. Alejandro Grimson. PICT 2006 N° 2021, (ANPCYT) /UNSAM 07/D1 2008-2010.

Datos obtenidos del censo del año 2001.

## **BARRIO: 30 DE OCTUBRE**

**Cantidad de núcleos censados: 998**

**Cantidad de personas censadas: 3246**

F	1694
M	1552

### **Nacionalidad**

argentina	3164
chile	78
paraguay	1
uruguay	1
otro	2

### Educación

Personas que asisten a establecimiento educativo

menores de 3 años	391
asiste	967
asistió	1766
nunca asistió	122

### Nivel alcanzado

ninguno	514
jardin (sala de 3 y 4 años)	30
preescolar	23
primario incompleto	617
primario completo	702
secundario incompleto	716
secundario completo	454
terciario incompleto	32
terciario completo	38
universitario incompleto	109
universitario completo	11

## Trabajo

**Número de personas mayores de 14 años en condiciones de emplearse 2242**

Trabaja	906
No trabaja	1336

En el trabajo es:

patrón o empleador	22
trabajador por cuenta propia p/ un solo cliente	32
trabajador por cuenta propia p/ varios clientes	57
obrero o empleado del sector privado	342
beneficiario de programas de empleo	25
obrero o empleado del sector público	315
servicio doméstico p/ un solo hogar	35
servicio doméstico p/ varios hogares	13
trabajador sin salario	65

Porqué cree que no encuentra trabajo:

Por la edad	42
Nivel educativo requerido	3
Falta de capacitación	2
Falta de experiencia laboral	7
No hay trabajo en su especialidad	1
No hay trabajo	323
Finalizó trabajo temporario	2
Problemas de salud	1
Otras causas laborales	1
Otras causas personales	2

Ingreso Mensual

DE 0 A \$170	2388
DE \$170 A \$300	209
DE \$300 A \$500	270
DE \$500 A \$1000	303
MÁS DE \$1000	76

## BARRIO: SAN MARTIN

**Cantidad de núcleos familiares censados: 627**

**Cantidad de personas censadas: 3953**

F	1989
M	1964

Nacionalidad

Argentina	3328
Chile	625

Educación

Personas que asisten a establecimiento educativo

Menores de 3 años	407
Asiste	1258
Asistió	1998
Nunca asistió	290

Nivel alcanzado

Ninguno	710
Jardin (sala de 3 y 4 años)	56
Preescolar	58
Primario incompleto	1140
Primario completo	975
Secundario incompleto	721
Secundario completo	211
Terciario incompleto	10
Terciario completo	16
Universitario incompleto	53
Universitario completo	3

Trabajo

**Personas mayores de 14 años en condiciones de emplearse 2546**

Trabajan	924
No trabajan	1622

En el trabajo es:

Patrón o empleador	31
Trabajador por cuenta propia p/ un solo cliente	36
Trabajador por cuenta propia p/ varios clientes	158
Obrero o empleado del sector privado	369
Beneficiario de programas de empleo	33
Obrero o empleado del sector público	120

Servicio doméstico p/ un solo hogar	74
Servicio doméstico p/ varios hogares	14
Trabajador sin salario	89

Su trabajo es:

permanente	511
temporario	185
una changa	194
duración desconocida	34

### **Ingresos Mensuales**

DE 0 A \$170	3189
DE \$170 A \$300	285
DE \$300 A \$500	226
DE \$500 A \$1000	211
MÁS DE \$1000	42

Vivienda

Propiedad

Propietario de terreno y vivienda	2483
Propietario de vivienda solamente	394
Inquilino	163
Ocupante con relación de dependencia	27
Préstamo cesión	411
Ocupante de hecho	220
Otro	255

### **BARRIO: MÁXIMO ABASOLO**

**Cantidad de núcleos censados: 1485**

**Cantidad de personas censadas: 5855**

F	2918
M	2937

Nacionalidad

Argentina	5135
Bolivia	11
Chile	700
Brasil	3
Paraguay	1
Peru	2

Otro	3
------	---

Educación  
Personas que asisten a establecimiento educativo

Menores de 3 años	437
Asiste	2120
Asistió	2798
Nunca asistió	501

Nivel alcanzado

Ninguno	1025
Jardin (sala de 3 y 4 años)	23
Preescolar	180
Primario incompleto	2038
Primario completo	1460
Secundario incompleto	846
Secundario completo	203
Terciario incompleto	21
Terciario completo	11
Universitario incompleto	42
Universitario completo	7

Trabajo

**Personas mayores de 14 años en condiciones de emplearse: 3471**

Personas que trabajan

Trabajan	1266
No trabajan	2205

El trabajo es

Permanente	672
Temporario	569
Una changa	310
Duración desconocida	35

VIVIENDA

Propiedad

Propietario de terreno y vivienda	4333
Propietario de vivienda solamente	943
Inquilino	171
Ocupante con relación de dependencia	66
Préstamo cesión	372
Ocupante de hecho	163
Otro	29



Tipo de vivienda

Casa	5351
Casilla	321
Rancho	266
Departamento	21
Inquilinato - Conventillo	6
Otro	3