

El consumo cultural en las estrategias de reproducción de las clases sociales cordobesas

Cultural consumption strategies of reproduction of social classes Cordoba

Héctor Osvaldo MANSILLA

Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)

homansil@hotmail.com

Resumen

En esta exposición, se hará referencia a una investigación en marcha sobre las desigualdades en el consumo cultural de los hogares cordobeses, en particular en el acceso y uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en el marco de las estrategias de reproducción (educativas y laborales) de las clases sociales que componen el espacio social cordobés.

Al abordar aquel consumo como una práctica social se asume que las diferencias en los accesos y modos de apropiación de bienes culturales y TIC conforman una expresión de distintas disposiciones vinculadas a desigualdades en las condiciones de existencia social. Esto implica tomar parte de un debate central en las ciencias sociales: la reflexión sobre la clase social como expresión de desigualdad y los diferentes enfoques teórico-metodológicos para establecer tanto unidades de análisis como características pertinentes que den cuenta de la posición social. Estos aspectos serán problematizados en el marco de una propuesta teórico-metodológica de investigación aplicada que contempla el uso de las principales fuentes secundarias del Sistema Estadístico Nacional y de métodos de estadística descriptiva multidimensional para la construcción del espacio social y la descripción de las clases sociales y sus diferentes consumos.

Abstract

In this exposition I will be referring to an investigation that is being carried out about the inequality of cultural consumption in Cordoba homes, particularly the inequality related to the access and use of Information and Communication Technologies (ICT) in the context of reproductive strategies (education and employment) of social classes that make up the Cordoba social space, ,

Considering that consumption as a social practice, it is assumed that the differences in the approaches and types of ownership of cultural property and ICT make an expression of different provisions linked to unequal conditions of social existence. This implies taking part in a central debate in the social sciences: to reflect upon social classes as an expression of inequality and upon the different theoretical and methodological approaches to establish not only units of analysis but also useful characteristics to realize social positions. These aspects will be problematized under an applied theoretical and methodological research proposal that contemplates the use of the main secondary sources of the National Statistical System and multidimensional descriptive statistical methods for the construction of social space and for the description of social classes and their different consumption.

Palabras Clave: Espacio social, Clase, Consumo cultural, TIC, Estrategias de reproducción social.

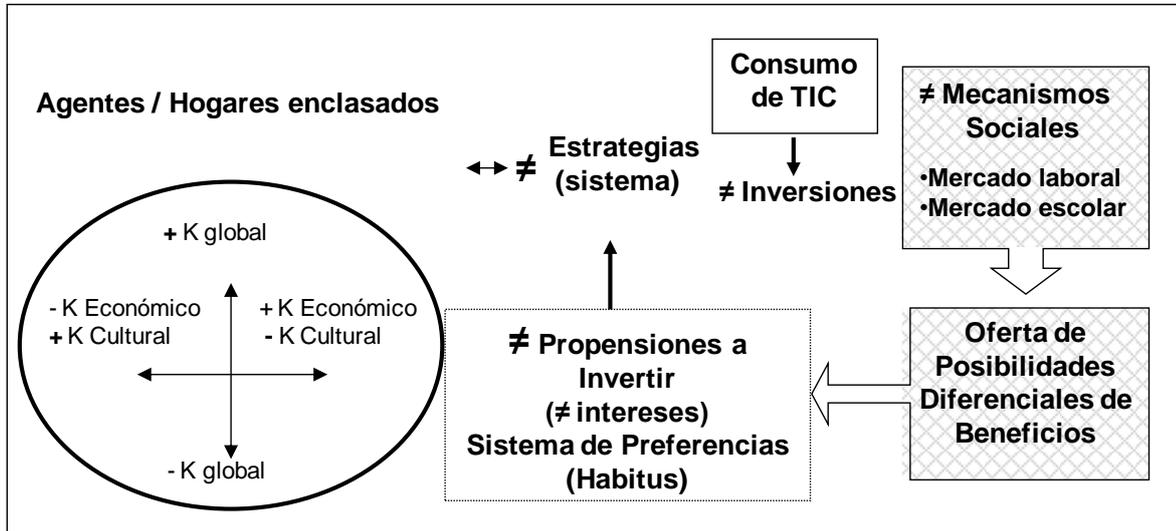
Key Words: Social space, Class, Cultural consumption, ICT, Social reproduction strategies.

1. Introducción: construcción del objeto y estrategia metodológica

Al abordar el consumo cultural como una práctica, este trabajo asume que las diferencias en los modos de apropiación de las de TIC conforman una expresión de distintas disposiciones vinculadas a desigualdades en las condiciones de existencia social. A su vez, considera esta práctica en articulación con otras conformando el sistema de *estrategias de reproducción* de los agentes sociales¹. En particular, con las estrategias escolares y laborales que ocupan un lugar central en la dinámica de la reproducción social ya que si bien las innovaciones tecnológicas permitieron la multiplicación de TIC y bienes simbólicos, persisten situaciones de desigualdad para su apropiación y uso en el marco de estas estrategias. En el Gráfico 1 se propone una esquematización del objeto construido para esta investigación en marcha, particularmente el lugar donde se ubican los consumos de TIC.

¹ Partimos del supuesto de que la vida social (con sus relaciones de desigualdad y dominación) se produce y se reproduce a través de las prácticas, como resultado de la relación dialéctica entre estructuras y agentes, en el sentido en que lo proponen Bourdieu (1988, 1990) y Giddens (1987 y 1995). En ese marco, un concepto central es el de *estrategias de reproducción social*, entendidas como “conjunto de prácticas fenomenalmente muy diferentes, por medio de las cuales los individuos y las familias tienden, de manera consciente o inconsciente, a conservar o a aumentar su patrimonio, y correlativamente a mantener o mejorar su posición en la estructura de las relaciones de clase” (Bourdieu, 1988: 122).

Gráfico 1: El consumo de TIC como parte de las estrategias de reproducción social. Esquema general



Fuente: elaboración propia

Dar cuenta de la relación entre posiciones sociales, disposiciones en el modo de uso y apropiación de las TIC y las prácticas de consumo como tomas de posición, implica tomar parte en uno de los debates centrales de las ciencias sociales. Esto es, la reflexión sobre las clases sociales como expresión de la desigualdad y diferenciación social.

En este sentido, entendemos que la trama social se presenta en forma de un espacio de varias dimensiones, como un conjunto de posiciones definidas unas con relación a otras (Bourdieu, 1990). Y para construir dicho espacio es necesario romper con el sustancialismo, aplicando al mundo social el modo de pensamiento relacional.

Tal trabajo conlleva el desafío teórico-metodológico de pensar y construir clases no ya por alguna propiedad aislada o por un conjunto de características que a modo de definición de la *clase* se sustancialice en un grupo real, sino por *la estructura de las relaciones entre las propiedades que definen la capacidad de acción de los agentes en el espacio social* y con ello sus posiciones relativas. Supone trabajar desde la causalidad estructural de una red de factores, de modo multidimensional, para dar cuenta del espacio social y de sus posiciones.

Sólo a partir de la construcción del espacio social es posible ubicar clases en base a proximidades, o lo que es lo mismo, por homogeneidad de las condiciones de existencia para luego, verificar la incidencia de los condicionamientos asociados a cada posición en los diferentes modos de apropiación de las TIC. Consumos que, en tanto tomas de posición, son resultantes de disposiciones conformadas por la incorporación de aquellos

condicionamientos. Prácticas enclasadadas que, en la dinámica de la reproducción/transformación del sistema de posiciones, se vuelven enclasantas.²

En suma, nuestra propuesta para analizar los consumos de las TIC implica ponerlos en relación a los condicionamientos asociados a la clase social, pero entendida como clase en el papel, de existencia teórica y que necesariamente remiten al espacio social en tanto estructura que se define como sistema de posiciones y oposiciones de existencia objetiva en el sentido ontológico del término (el espacio social es real) tanto como epistemológico (es posible conocer ese espacio), y metodológico (lo primero es siempre construir el espacio, o sea el campo). (Baranger, 2004: 121).

A su vez dicha relación entre los consumos y la posición social se encuentra mediada. Entre posiciones y tomas de posición se encuentran las disposiciones, Así, será necesario rescatar al agente en tanto sujeto socializado. El compromiso con una ontología que asume que lo social existe de dos maneras, en las cosas –campos– y en los cuerpos –habitus–, y que entiende que el poder es constitutivo de lo social, nos recuerda que, así como hay relaciones objetivas y materiales de poder entre las posiciones de una estructura, también el poder existe incorporado en los agentes como sistemas de percepción y apreciación que, actuando como base de toda dominación, permiten el establecimiento de ciertas relaciones de sentido y no otras, constituyen y hacen posible el establecimiento de unas determinadas relaciones de poder simbólico.

Esto entonces, nos obliga a no reintroducir el concepto de clase social de cualquier modo y a no olvidar aquella dimensión simbólica presente en toda estructura de dominación.

Por otra parte, nos compromete con la puesta en marcha de dos momentos o etapas con encuadres metodológicos diferentes pero articulados entre sí. Un primer *momento objetivista* que pretende dar cuenta de la relación entre posiciones sociales, definidas según volumen y estructura de capital, y estos consumos. En esta primera etapa el trabajo consiste en la construcción del espacio social, la caracterización de sus regiones a partir del volumen y estructura de capitales que las definen y el armado de clases sociales conforme posiciones próximas en dicho espacio. A su vez, esta etapa contempla la caracterización de los modos de apropiación de las TIC de cada clase social y fracción de clase y por último la descripción del estado de los mercados laborales y educativos para el Gran Córdoba. La segunda etapa o *momento subjetivista* del trabajo, implica la selección de informantes representativos de clases y fracciones construidas en la primer etapa (de allí su articulación) para la realización de entrevistas que permitan dar cuenta de las disposiciones presentes en los consumos analizados.

² Un estudio detallado sobre la dialéctica entre las posiciones y las tomas de posición culturales, tomando como referente empírico la ciudad de Villa María (Córdoba, Argentina), que implica también un desarrollo sobre el modo como se inserta esta perspectiva en el campo de los estudios de comunicación, puede verse en Mansilla, 2011.

2. Metodología

2.1. El momento objetivista: la construcción del espacio social y el uso de fuentes secundarias

Resaltamos la primacía y el lugar central que posee la construcción del espacio social en este enfoque. En él se encuentra implícita una perspectiva ontológica que hace desaparecer el problema de la existencia o no de clases reemplazándolas por la existencia real del espacio de relaciones, pero sin renunciar a la idea de clase en tanto diferenciación social. En este sentido, en su momento objetivista, la sociología es un análisis de esas posiciones relativas y de las relaciones objetivas entre ellas. Congruente con las ideas de condición de clase y posición de clase. Ahora bien, ¿qué criterio debe seguirse para establecer aquellas posiciones relativas y sus relaciones?

Aquí se introduce una de las categorías fundamentales de esta propuesta teórica al considerar que las diferentes posiciones existentes en un campo implican distribuciones desiguales –en volumen y estructura– de diferentes capitales que confieren capacidad de acción a quien los posea en cantidad suficiente.

Así, el trabajo metodológico debe, en primer lugar, lograr la construcción del sistema de relaciones basado en la distribución desigual de las variables que expresan aquellos capitales. A diferencia del análisis que busca aislar el efecto de cada variable sobre el consumo, en esta propuesta las características son considerada dentro del sistema completo de relaciones en el que actúan a fin de dar cuenta de la eficacia estructural del sistema de relaciones (Bourdieu; 1988: 69).

Esto conlleva una instrumentación técnica específica para la construcción de información empírica. En nuestro caso se utilizó el Análisis Multidimensional de Datos desarrollado por la escuela francesa de Analyse des Données. En particular el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) articulado con Métodos de Clasificación.³

Como información de base, recurrimos a dos relevamientos del Sistema Estadístico Nacional, la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) y la Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de de Tecnologías de la Información y Comunicación (ENTIC). Para ambos consideramos solamente los datos referidos al Gran Córdoba, en el tercer trimestre del año 2011, y para su procesamiento y análisis utilizamos un software específico (SPAD 5.0 de DECISIA).

Así, componer la estructura del espacio social cordobés consistió en poner en juego simultáneamente, a través de un ACM, un conjunto de variables activas e identificar sus

³ Para una mayor explicación de las técnicas de análisis de datos desde la perspectiva de la escuela francesa ver: MOSCOLONI (2005). También puede encontrarse un detallado tratamiento del análisis de correspondencias en el libro de CRIVISQUI (1993) y una introducción al tema en BARANGER (1999)

múltiples relaciones para luego, a través de la aplicación de métodos de clasificación, distinguir diferentes clases sociales e identificar las propiedades que las caracterizan. Por último, utilizando las variables disponibles sobre acceso y consumo de TIC se pudo identificar diferentes modos de apropiación de estas tecnologías y relacionarlos con las desigualdades sociales expresadas en los condicionamientos asociados a cada posición.

Ahora bien, trabajar con fuentes secundarias requirió precisar algunas cuestiones técnicas referidas, tanto a las unidades de análisis involucradas como al tratamiento de las variables relevadas y su adecuación al sistema conceptual adoptado. Hacemos referencia a cuestiones como ¿Qué unidades de análisis están presentes en estos relevamientos y cuáles sería pertinente contemplar para el estudio del consumo cultural? ¿Qué variables de la EPH remiten a los diferentes capitales que estructuran el espacio social general? Comencemos por considerar las unidades de análisis que son de interés para el estudio de los consumos culturales.

El desarrollo tecnológico, la proliferación del cableado y la fibra óptica junto a otras tecnologías ampliaron la oferta de bienes culturales por estos soportes. Al mismo tiempo, éstos requieren de un espacio provisto del equipamiento necesario (o la posibilidad del mismo) para que se desarrolle su consumo. Por ello la vivienda se ha convertido en el lugar por excelencia para el acceso cotidiano a una gran cantidad bienes culturales puestos en circulación por las TIC. Esto justificó considerar al hogar y su vivienda de referencia como unidades de análisis.

Sin embargo, también es posible postular que el consumo tiende a convertirse en una práctica centrada cada vez más en el propio individuo. Lo que antes implicaba artefactos tecnológicos de gran porte tiende a reducirse a expresiones mínimas, erradicando la necesidad de un espacio físico destinado al consumo y facilitando su apropiación y uso personal. A su vez, lo que sólo se lograba gracias al cableado provisto en la vivienda, hoy se ve resuelto por conexiones inalámbricas. Desde la telefonía móvil u otros dispositivos de similares características se logra la conexión a internet y el consumo de los diferentes bienes simbólicos que están presentes en la red. Estas posibilidades, entre muchas otras, validaron también la opción de considerar al individuo como unidad de análisis para el estudio de esta práctica.

No obstante, y a fin de elegir la unidad de análisis pertinente para el estudio del consumo de TIC evitando la tentación de ceder ante cualquier determinismo tecnológico, nos propusimos recuperar su (multi) dimensión social. Así, se optó por considerar este consumo dentro del conjunto de prácticas que componen las *estrategias de reproducción social*, lugar donde adquiere un particular sentido. Aquí, este consumo queda indisolublemente ligado al ámbito del hogar en tanto espacio dotado de un volumen y estructura patrimonial a reproducir, y donde sus miembros incorporan los condicionamientos asociados a su posición social. Al mismo tiempo, es la familia quien, a

modo de agente colectivo, desarrolla estrategias de reproducción en tanto conjunto de prácticas tendientes a mantener o mejorar su posición social. Y es al interior de este conjunto que ubicamos las inversiones realizadas en el consumo de las TIC.⁴

Para comprender el sentido de considerar los accesos y modos de apropiación de las TIC al interior de las estrategias de reproducción del hogar, bastará con recordar que estas últimas remiten a “toda una clase de acciones como estrategias –y no como ejecuciones de reglas– objetivamente orientadas hacia la reproducción de ese cuerpo social que es la familia (o el ‘hogar’) y que constituyen un sistema” (Bourdieu, 2007:32). Del mismo modo es necesario señalar que:

La noción de estrategia, tal como la he empleado, tenía como primera virtud tomar acto de las *coacciones estructurales* que pesan sobre los agentes (contra cierta forma de individualismo metodológico) al mismo tiempo que de la posibilidad de *respuestas activas* a esas coacciones (contra cierta visión mecanicista del estructuralismo). Como lo indica la metáfora del juego, esas coacciones están inscriptas, en lo esencial, en el capital disponible (bajo sus diferentes especies), es decir, en la posición ocupada por una unidad determinada en la *estructura* de la distribución de ese capital, por lo tanto, en la relación de fuerzas con otras unidades. En ruptura con el uso dominante de la noción, que considera a las estrategias como intenciones conscientes y a largo plazo de un agente individual, empleo ese concepto para designar los conjuntos de acciones ordenadas en vistas de objetivos a más o menos largo plazo y no necesariamente planteadas como tales que son producidos por los miembros de un colectivo tal como la familia (*maisonnée*) (Bourdieu, 2007:33/34).

Todo pareció indicar entonces que, para considerar el consumo cultural como práctica enclasadada y enclasante, inserta en los mecanismos de reproducción social, sería pertinente tomar al hogar como unidad de análisis dando cuenta de su conformación familiar. Y es que:

La familia asume en efecto un papel determinante en el mantenimiento del orden social, en la reproducción, no sólo biológica sino social, es decir en la reproducción de la estructura del espacio social y de las relaciones sociales. Es uno de los lugares por antonomasia de la acumulación de capital bajo sus diferentes especies y de su transmisión entre generaciones (...) Es el ‘sujeto’ principal de las estrategias de reproducción. (...) la familia actúa como una especie de ‘sujeto colectivo’,

⁴ La EPH releva información sobre viviendas, hogares e individuos. En esta fuente el *hogar* se define a partir de los criterios de coresidencia de sus miembros e implicación común en los gastos de reproducción. En el relevamiento individual se capturan las relaciones de parentesco de los miembros con relación al jefe de hogar. Esto permite, en la etapa de análisis, recomponer diferentes núcleos familiares y relaciones de parentesco constitutivas del hogar (Torrado, 1998b: 101).

conforme la definición común, y no como una mera suma de individuos. (Bourdieu, 1999: 133/134)

Por otra parte, aunque asumiendo otra perspectiva teórica, para determinar la pertenencia de clase, Susana Torrado diferencia la población económicamente activa –poseedora de una posición social definida por su inserción directa en relaciones de distribución derivadas de las relaciones de producción– de la población inactiva que, al participar indirectamente en dichas relaciones de distribución, queda enclásada conforme su pertenencia a un grupo familiar. Así, para la autora, la familia es la cede donde se opera la determinación de la posición social de una parte muy considerable de los agentes sociales pertenecientes a una sociedad concreta (Torrado, 1998a: 44).

Ahora bien, esta última diferenciación, establecida a nivel de los individuos, nos obligó a considerar las unidades de observación a las que remiten las *variables activas* susceptibles de ser utilizadas en la construcción del espacio social. Y es que si bien el relevamiento de datos de la EPH se estructura en dos bases, de individuos y de hogares, ambas pueden “aparearse” en una sola que permite articular la información del hogar y la vivienda con la de sus miembros individuales. Proceso necesario para asignar al hogar ciertas características de sus miembros que conforman su estructura patrimonial. Así, fue necesario distinguir las características del hogar que serían seleccionadas como indicadores de sus recursos, de aquellas características individuales que, como tales, refieren a cada uno de sus miembros pero que conforman los recursos del hogar. Si bien las primeras no presentan mayores inconvenientes, las últimas obligan a considerar algunas alternativas que validen el paso de lo individual a lo grupal.⁵

Tales operaciones implican, entre otras, la utilización de algoritmos matemáticos para convertir características individuales en propiedades colectivas (como, por ejemplo, el ingreso per cápita del hogar o su clima educacional, entre otras), o bien el establecimiento de un proceso de selección de un referente dentro del hogar. Una persona referente del hogar (RH) que, por cumplir ciertas características, permita asignar sus recursos individuales al grupo. En ambos casos los criterios deberán ajustarse a las necesidades metodológicas que impone la construcción del espacio social.

De ambos procedimientos, tal vez el que más definiciones exigió fue el de seleccionar un referente dentro del hogar. Dicho proceso contempló no sólo la naturaleza de los recursos

⁵ Y es que, así como la determinación de la posición social de un agente “individual” se realiza contemplando los capitales inherentes a la persona que es objeto de la clasificación, el hogar, a modo de agente social, es a su vez un “colectivo” de personas que pueden poseer en diferentes medidas aquellos capitales que entran en juego, a modo de coordenadas, en la definición de la posición social del hogar.

que el referente transfiera al grupo, sino también el lugar que él ocupa en el sistema de relaciones de parentesco (poder) presentes en el hogar.⁶

Así, las características de los miembros del hogar que implican capitales deben entrar en la conformación del volumen y estructura patrimonial de este. Sin embargo, debemos contemplar que la capacidad de esos recursos para jugar como capitales del hogar se encuentra mediada por la posición relativa del miembro que lo aporta.

Todo parecía indicar que la elección del jefe de hogar como la persona de referencia era el criterio más adecuado. No obstante, una rápida revisión de esta condición dejó ver cierta indeterminación en su uso. Esto es, son los propios miembros del hogar los que reconocen a un jefe, y es este reconocimiento el que carece de un criterio unificado. Puede ser reconocido como jefe tanto quien posee mayor edad, como aquel que se ocupa de las tareas del hogar o bien el miembro que realiza el principal aporte económico. Así, la idea de jefatura de hogar responde a las diversas definiciones que el sentido común le asigna e impide tomarla como única condición para establecer un referente. En consecuencia, la necesidad de definir un criterio de selección más preciso que el mero reconocimiento interno del jefe, implicó establecer cuáles eran los recursos individuales a considerar –fundamentalmente aquellos vinculados al capital económico, como las características ocupacionales (calificación, jerarquía, ingresos, etc.) y al capital cultural (específicamente el capital escolar medido como nivel educativo)–, como así también el peso relativo que estos poseen en el sistema de relaciones de parentesco en el que se inscriben. En suma, de lo que se trata es de poder identificar aquel miembro del grupo que “tiene la mayor responsabilidad en el mantenimiento del hogar o que ejerce la mayor influencia en las decisiones concernientes al consumo” (Torrado, 1998c: 132).

Así, se definió un conjunto de criterios de selección del RH que tuvieron como objetivo fundamental recuperar la trayectoria de clase del grupo familiar, por lo que en una primera instancia se contempló el número de generaciones presentes en cada hogar. Para su determinación se consideraron las relaciones de filiación y parentesco a partir de quien era reconocido como jefe y luego se aplicó una combinatoria de reglas de selección de los posibles referentes, que contempló de manera relacional la edad, filiación y pertenencia generacional de todos los miembros del hogar.

Una vez identificado el grupo de los miembros que podían ocupar el lugar de referente del hogar, se instrumentaron una serie de criterios de selección jerárquicos y excluyentes basados en la condición de actividad, la calificación laboral, el ingreso, el nivel educativo y

⁶ Y es que “Sólo se puede dar cuenta de las prácticas cuyo ‘sujeto’ es la familia, como por ejemplo las ‘elecciones’ en materia de fecundidad, de educación, de matrimonio, de consumo (en particular inmobiliario), etc., a condición de tomar nota de la estructura de las relaciones de fuerza ente los miembros del grupo familiar que funciona como campo (...) estructura que siempre está en juego en las luchas dentro del campo doméstico” (Bourdieu, 1999: 134)

la antigüedad laboral. Esto permitió la identificación y selección final de un único referente para cada hogar.

Conforme estas definiciones sobre nuestra unidad de análisis y la información disponible en la EPH y la ENTIC, apareadas ahora como una única base correspondiente al tercer trimestre de 2011, se seleccionaron como variables activas para el ACM, propiedades correspondientes al hogar y su referente (teniendo en cuenta capital económico y capital cultural). En relación con la disponibilidad de recursos económicos se tomó en cuenta el “ingreso per cápita familiar”. Por otra parte, fueron seleccionadas características de su referente, tales como sexo, edad, situación conyugal, nivel educativo (capital escolar), otras vinculadas a su inserción en las relaciones de producción (jerarquía y calificación ocupacional) y su ingreso total individual.

Todas estas variables fueron seleccionadas como activas por expresar capitales respetando así un criterio de homogeneidad en la selección (Lebart, en Baranger, 1999: 221). La consideración de estas características nos obligó a filtrar aquellos hogares donde el referente fuese “inactivo”, ya que la EPH no releva esta información para esos casos. Lo que sumado a la pérdida de siete casos en la ENTIC, nos permitió contar con un total de 525 casos sobre un universo de 682 hogares que conformó la muestra.

Por otra parte, fue considerada la información relevada por la ENTIC incorporando sus campos como variables ilustrativas o suplementarias a fin de caracterizar las clases según acceso y uso de las TIC. Los hogares con un referente “inactivo” como el resto de las variables fueron agregadas al análisis en carácter de individuos suplementarios y propiedades ilustrativas lo que permitió ampliar la caracterización de las clases.

2.2. El momento subjetivista

La lógica de pensamiento relacional que orienta nuestra mirada implicó una estrategia metodológica para la puesta en relación de las diferentes condiciones de existencia (volumen y estructura de capital) con los sentidos vividos sobre las prácticas de consumo, en particular sobre la apropiación y uso de TIC. A través del análisis de estos sentidos vividos es posible llegar a los esquemas de acción y percepción que los agentes ponen en juego en estas prácticas. Su “sentido práctico”. Sentido adquirido mediante un proceso de familiarización con las prácticas de consumo de TIC en el mismo espacio y tiempo – socialmente estructurados– en que lo sujetos son producidos. Por ello, ajustado a las divisiones sociales en las que los sujetos se hallan.

Cada sujeto adquiere sus competencias sociales (y entre ellas la capacidad para consumir) en el espacio social en el que se inscriben sus prácticas y en su desarrollo interioriza la estructura social desde su propia posición. Así, espacio social y habitus están

organizados según los mismos principios. Lógicas de acción y relaciones de fuerzas que incorporadas estructuran el sentido práctico determinando lo indecible, lo impensable y lo realizable. Es a partir de este sentido práctico que los sujetos van a distinguir lo relevante, van a poner de relieve lo importante frente a lo superfluo y a dar sentido así a prácticas propias y ajenas.

Nuestra perspectiva asume el discurso de los agentes (sobre las TIC, sus modos de apropiación de estas tecnologías y los beneficios percibidos en el marco de las estrategias laborales y educativas) como una práctica más. Y como tal ese discurso es producto de unas disposiciones (disposiciones a nombrar, a hacer decible, a valorar) determinadas por la posición del agente en el espacio social. Por lo que su análisis debe devolver al enunciado toda su materialidad, poner al discurso en relación con sus condiciones de producción para buscar regularidades discursivas, para situar cada enunciado en un campo de enunciados posibles y determinar, mediante la comparación entre estos, las presencias y ausencias significativas.

Así, contra la idea de que los discursos son entes que contienen en sí su sentido, este tipo de análisis toma como punto de partida su proceso social de producción. En consecuencia no se analizan los enunciados en sí mismos sino en relación a sus condiciones de producción a fin de dar cuenta de los esquemas interpretativos que están en su base –aquellos esquemas que son comunes a todos los miembros de una clase– para resituar el análisis en un campo de comparación. (Martín Criado; 1998)

Por ello el orden lógico de los momentos. Sólo a partir de la construcción del espacio social y de las clases de agentes recortadas en él estamos en condiciones de identificar agentes representativos de cada clase para diseñar un conjunto de entrevistas en profundidad a fin de analizar la construcción de sentidos en torno a los usos de TIC como parte de las estrategias educativas y laborales. Y así poner en relación los discursos relevados con sus condiciones de producción para determinar y comparar lo decible de cada uno variando las condiciones de producción que están en su base..

En consecuencia, para el cumplimiento de los objetivos de este proyecto se trabajó con un campo de discursos producidos en diferentes condiciones para su puesta en relación y análisis comparativo.

En este sentido actualmente se está trabajando en la realización de entrevistas a informantes claves en concordancia son el resultado de los resultados de la etapa del momento objetivista para dar cuenta de los distintos esquemas interpretativos ligados a las tipologías de consumo determinadas con anterioridad.

Una vez reconstruidos los esquemas de percepción se prevé la vuelta sobre el momento objetivista a fin de analizar el vínculo entre sentidos vividos, posiciones sociales y el estado de los mecanismos de reproducción (mercado laboral y mercado educativo).

3. Reflexiones finales

Si bien en esta ponencia se presenta de manera reducida una articulación teórico-metodológica en marcha, permiten mostrar lo que está implícito en esta propuesta: un primer momento objetivista que implica dar cuenta de la estructura que, fundada en la distribución desigual de los recursos económicos y culturales, de alguna manera dibujan los límites y las posibilidades que el consumo de las TIC tienen para desplegarse de manera conjunta con otras prácticas que componen las estrategias de reproducción de las familias. Sin embargo, nada quedaría explicado si sólo somos capaces de proponer el sentido objetivo de estas prácticas. La realidad social guarda siempre oculta, en cada acción, la existencia de otra verdad. Doble verdad inscripta en el doble sentido de toda práctica. Así, como un pliegue sobre la subjetividad, es posible y necesario dar cuenta de los sentidos vividos en cada consumo, el modo en que los agentes sociales tienen de comprender su propia práctica y sus maneras de acceder, apropiarse y usar las tecnologías y los bienes culturales que se le presentan en su mundo. Mundo entonces dotado de un sentido que es necesario incorporar para dar cuenta por completo del consumo como hecho social total.

Sin embargo, este consumo no posee completa autonomía sobre sus condiciones de posibilidad, depende en gran medida de ellas. Sus propios límites son aquellos que han conformado la subjetividad desde la que surgen a la luz. El intento de dar cuenta del sentido objetivo de estos consumos culturales encierra en sí la posibilidad de avanzar en otra dimensión, de carácter cualitativo, para lograr comprender, entonces, los sentidos vividos y asignados a bienes culturales y TIC. Sentidos presentes en el mismo acto de apropiación y en los usos, en las ubicaciones relativas y jerarquías establecidas entre los diversos bienes culturales y sus tecnologías, como asimismo en su relación con las prácticas educativas y laborales.

Por ello el orden lógico de los momentos. Sólo a partir de la construcción del espacio social y sus clases y fracciones nos encontramos en condiciones de identificar agentes representativos de estos grupos para emprender, a través de un abordaje distinto, la reconstrucción de los sentidos que se producen en torno a estos consumos.

Bibliografía

- Baranger, Denis (1999). *Construcción y análisis de datos. Introducción al uso de técnicas cuantitativas en la investigación social*. Posadas: Editorial Universitaria de Misiones.
- Baranger, Denis (2004). *Epistemología y metodología en la obra de Pierre Bourdieu*. Bs. As: Prometeo Libros.

- Bourdieu, Pierre (1988). Espacio social y Poder simbólico En: *Cosas dichas*. Bs. As.: Gedisa.
- Bourdieu, Pierre (1990). Espacio Social y Génesis de Clases. En: *Sociología y Cultura*. México: Grijalbo.
- Bourdieu, Pierre (1999). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama 2º ed.
- Bourdieu, Pierre (2007). Estrategias de reproducción y modos de dominación. En: *Campo del poder y reproducción social. Elementos para un análisis de la dinámica de las clases*. Córdoba: Ferreyra Editor.
- Crivisqui, Eduardo (1993). *Análisis factorial de correspondencias. Un instrumento de investigación en ciencias sociales*. Asunción: Centro de Publicaciones, Universidad Católica de Asunción.
- Giddens, Anthony (1987). *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Giddens, Anthony (1995). *La constitución de la sociedad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Mansilla, Héctor (2011). *Nuevos Consumos Culturales. Tecnologías y bienes simbólicos. Aportes teórico-metodológicos*. Villa María: EDUVIM.
- Martin Criado, Enrique (1998), *Producir la juventud*, Ediciones ISTMO, Madrid.
- Moscoloni, Nora (2005). *Las nubes de datos. Métodos para analizar la complejidad*. Rosario: UNR Editora.
- Torrado, Susana (1998a). Clases sociales, familia y comportamiento demográfico: orientaciones metodológicas. En: *Familia y diferenciación social: Cuestiones de método*. Buenos Aires: Eudeba.
- Torrado, Susana (1998b). Cuestiones metodológicas relativas a la investigación sociodemográfica basada en censos y encuestas de hogares. En: *Familia y diferenciación social: Cuestiones de método*. Buenos Aires: Eudeba.
- Torrado, Susana (1998c), La familia como unidad de análisis en censos y encuestas de hogares. En: *Familia y diferenciación social: Cuestiones de método*. Buenos Aires: Eudeba