

XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2017.

# La cultura de la ostentación.

Noelia Vanina Gonzalez.

Cita:

Noelia Vanina Gonzalez (2017). *La cultura de la ostentación. XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-022/103>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

Título: La cultura de la ostentación

Autora: Noelia Vanina Gonzalez

Eje Cultura, significación, comunicación

Mesa 39, Los problemas de la sociología de la cultura.

Institución de pertenencia: UNVM (Universidad Nacional de Villa María)

Mail: [noe\\_vanina@hotmail.com](mailto:noe_vanina@hotmail.com)

Resumen: Esta ponencia pretende demostrar cómo la actitud eurocéntrica de gran parte de aquellos que influyeron en la creación de los estados en América Latina se relaciona con el origen de un modo de ser de la población, sobre todo argentina.

Particularmente se analizará cómo esta cuestión estructural repercutió a lo largo de la historia en una ostentación por parte de ciertos sectores de un nivel social superior al real. De este modo se centrará específicamente en algunas prácticas efectuadas por un sector de la clase media con el objetivo de simular la pertenencia a la clase alta. En este sentido, se analizará el aspecto simbólico de dichas prácticas que es, en fin, lo que lleva a ese fragmento de la sociedad a actuar de tal forma.

Palabras claves: cultura, imitación, prácticas, bienes, simbólico.

## **Introducción**

El presente ensayo pretende analizar el posible vínculo existente entre la ostentación de un nivel social superior al real por parte de ciertos sectores y la extranjerización<sup>1</sup> característica del periodo de formación del Estado argentino. Para ello se rastrearán, a través de los trabajos de Norberto Galasso y el sociólogo argentino Aritz Recalde, algunas referencias acerca de la admiración que existía en aquel momento hacia Europa y todo lo relacionado a ella. La hipótesis es que esto ha repercutido en las formas de actuar de los habitantes del país incluso hasta el día de hoy y la ostentación antes mencionada sería un ejemplo de ello.

En cuanto a las prácticas que evidencian este fenómeno de ostentación el trabajo se centrará concretamente en aquellas realizadas por un sector de la clase media que intenta imitar el nivel de vida propio de las clases altas. Para ello se utilizarán autores como José Luis De Imaz y Arturo Jauretche, de quien se toma el término *medio pelo* para referirse al sector de la clase media antes

---

<sup>1</sup> Extranjerizar: **1.** tr. Introducir costumbres o elementos extranjeros en una cultura, lengua, etc., mezclándolos con los propios del país. *El traductor extranjeriza su lengua.* U. t. c. prnl.  
**2.** prnl. Adquirir influencias extranjeras. Extraído de <http://universojus.com/diccionario/definir-rae.php?consultar=%22extranjerizar.%20%22>.

mencionado. Si bien estos autores describen a la sociedad de la década de 1970 se recurre a ellos como una guía acerca de qué aspectos tener en cuenta ya que muchas de las cuestiones planteadas en sus textos se repiten en la sociedad actual con algunas modificaciones.

De este modo, las prácticas o estrategias utilizadas por el *medio pelo* a fin de ser reconocido como un miembro efectivo de la clase alta se analizarán atendiendo al significado que tienen los bienes tanto materiales como simbólicos en la constitución de la identidad de un grupo social.

### **La importación de la cultura nacional**

Recalde rescata el concepto de cultura utilizado por Hernández Arregui quien lo define como el conjunto de bienes materiales y simbólicos que conforman la identidad de un grupo social, organizados como valores colectivos transmitidos por el lenguaje y expresados por medio del actuar del hombre. Ahora bien, teniendo en cuenta esta definición de cultura puede afirmarse que la cultura argentina se ha conformado en base a la “importación” de prácticas y costumbres europeas en detrimento de lo nacional.

Desde la formación del Estado argentino se ha optado por el liberalismo dependiente como modelo económico nacional, lo cual se manifiesta, de acuerdo a Recalde, en la Constitución de 1853 y en el proyecto de Código Civil de Vélez Sarsfield. La aplicación de estas teorías por parte de los distintos gobiernos nacionales resultó funcional al imperialismo ya que fomentaban la formación de un país no industrializado, dedicado a la comercialización de materias primas. Esta especialización por parte de Argentina generaba una dependencia económica con Europa ya que al no producir bienes elaborados se debía recurrir a su importación. De este modo Europa tenía una venta asegurada ya que era la única forma de que Argentina se abasteciera de productos manufacturados y a su vez contaba con una fuente de materias primas de bajo costo.

Jauretche analiza esta problemática respecto a los precios de los distintos bienes en su libro *El Plan Prebisch: retorno al coloniaje*, donde expone algunas reflexiones acerca de las conclusiones de dicho economista sobre la tendencia general del comportamiento de los precios:

Lo más significativo es que esa recuperación de nuestras existencias monetarias externas se realizó en momentos en que se opera en el mercado internacional una baja pronunciada de los precios de nuestra producción básica, agravada por una tendencia de alza en los precios de los productos que importamos. (Jauretche, 2012, pág. 36)

Ahora bien, si nos preguntamos por qué se optó por un modelo económico que atentaba contra la soberanía del país la respuesta se encuentra en el apoyo que el imperialismo halló en la oligarquía nacional debido a su matriz agroexportadora. Por ende se beneficiaban tanto los países imperialistas

que, al quedar relegada la posibilidad del desarrollo industrial, mantenían la dominación de quienes necesitaban de ellos por su mercado de manufacturas como los dirigentes nacionales que garantizaban sus réditos personales exportando materias primas.

De esta forma las teorías europeas, los modos de producción de los países dominantes y sus ideologías eran aceptados y reproducidos por la oligarquía nacional a través de diversas instituciones, lo cual influyó en la conformación de una identidad nacional basada en hábitos extranjeros o una dominación cultural como la llama Recalde quien explica que:

La Argentina a partir de Caseros fue una semicolonias dependiente económica y políticamente y consolidó una arquitectura institucional al servicio del extranjero. [...] Captadas las elites en el pensamiento dependiente se educaría a los hijos de los caudillos asesinados sobre la base de la negación histórica de sus padres. En este cuadro, las elites provinciales promovieron la apertura de nuevas Universidades (Santa Fe, La plata y Tucumán), que oficiaron como ámbitos para educar a la clase dirigente en la política liberal y dependiente importada de las metrópolis. Las universidades cumplieron el mandato de la oligarquía [...]. (Recalde, 2012, pág. 40 y 41)

La incorporación de las teorías europeas en las distintas instituciones nacionales generó la aceptación, producción y reproducción, no de forma consciente, de conductas colaboracionistas con los intereses de dominación de los países imperialistas ya no solo por parte de la oligarquía sino por la población en general. Para describir tal situación Arturo Jauretche utiliza el concepto de “Aparato de la Colonización Pedagógica”, el cual se refiere a un conjunto de instituciones pensadas para reproducir la dependencia económica y política por medio de la enseñanza de una cultura extranjera (Recalde, 2012).

De este modo la población argentina empieza a considerar lo europeo como superior en consonancia con un continuo desprestigio de lo local que en definitiva era lo que se transmitía en las distintas instituciones y por medio de las políticas nacionales. Recalde describe esta adulación de lo extranjero en su libro *Pensamiento Nacional y Cultural* a través de una cita de Eduardo Galeano:

Estas sociedades han dejado numerosos testimonios de su grandeza, a pesar de todo el largo tiempo de la devastación: monumentos religiosos levantados con mayor sabiduría que las pirámides egipcias, eficaces creaciones técnicas para la pelea contra la naturaleza, objetos de arte que delatan un invicto talento. En el museo de Lima pueden verse centenares de cráneos que fueron objeto de trepanaciones y curaciones con placas de oro y plata por parte de los cirujanos incas, los mayas habían sido grandes astrónomos, habían medido el tiempo y el espacio con precisión asombrosa, habían descubierto el valor de la cifra cero antes que ningún

otro pueblo en la historia. Las acequias y las islas artificiales creadas por los aztecas deslumbraron a Hernán Cortes, aunque no eran de oro. (Como se cita en Recalde, 2012, pág. 53 y 54)

Retomando el concepto de cultura planteado al inicio y teniendo en cuenta la visión evolucionista de aquel momento se puede entender el motivo por el cual las elites nacionales imitaban los comportamientos, los hábitos de consumo y el estilo de vida propios de la sociedad europea. Como ya se mencionó antes, esta era considerada superior por lo que si se poseían hábitos similares a dicha cultura lograrían conformar la identidad social de su clase en referencia a lo europeo distinguiéndose así de las clases inferiores. Recalde dice: “Los patrones de vida europeos copiados por las elites en Iberoamérica implicaron un factor de distinción de clase, de promoción de la penetración política y económica extranjera y de negación de la cultura local”. (Recalde, 2012, pág. 49).

De todos modos es importante señalar que no solo la clase alta imita los hábitos y costumbres europeas sino que se genera una repetición de este aspecto en todas las clases sociales por medio de la cual cada sector se intenta comportarse de un modo similar al sector que se encuentra por encima en la escala social. De este modo la cultura nacional argentina, expresada por las prácticas de los ciudadanos, se conforma en relación a una cultura ajena, la europea primero y luego la de las clases sociales consideradas superiores por cada sector. Esta actitud ha continuado a lo largo de la historia nacional extendiéndose hasta la actualidad, aspecto sobre el que se trabajara en el próximo apartado. Así mismo vale aclarar que esto no significa que tal comportamiento alcance al total de las personas, sino que se trata de una generalización necesaria a fines del trabajo.

### **Consumo simbólico de bienes materiales**

Como se esbozó antes, la parodia de un estilo de vida ajeno, propio de clases sociales superiores a las reales es algo que se ha repetido a lo largo de la historia y que, según las hipótesis del presente ensayo, encontraría su origen en la emulación de la cultura europea por parte de las elites nacionales. En este apartado se hará hincapié específicamente en el consumo simbólico de bienes materiales como una de las posibles formas que encuentra un sector de la clase media, *el medio pelo*, para parecerse a la clase alta.

Tal como lo denominó Jauretche en 1964:

Decir que un individuo o un grupo es de medio pelo implica señalar una posición equívoca en la sociedad; la situación forzada de quien trata de aparentar un status superior al que en realidad posee. Con lo dicho está claro que la expresión tiene un valor históricamente variable según la composición de la sociedad donde se aplica. (Jauretche, 1966, pág. 9)

Para ser reconocido como miembro de la clase alta una persona debe presentar ciertos indicadores que hagan pensar a la sociedad que efectivamente pertenece a esa clase social. Esto se relaciona directamente con la definición de cultura planteada al inicio ya que, como esta refiere, la identidad de un grupo social se conforma en base a un conjunto de bienes materiales y simbólicos y se expresa por medio del actuar del hombre. Por lo tanto para que una persona sea identificada por los demás como parte de un determinado grupo social debe demostrar que posee su misma identidad mediante esos indicadores, es decir, los bienes materiales y simbólicos y las formas de actuar que lo caracterizan.

Ahora bien, una de las características de la clase alta es justamente su alto poder adquisitivo por lo que, si una persona de clase media, con un nivel adquisitivo menor, desea ser aceptado y reconocido como miembro de la clase alta necesita aparentar esta condición. Una de las formas habituales de hacerlo es a través del ejercicio ostentoso de determinadas pautas de consumo, ya que constituyen un medio de hacer visible el dinero que se posee aun cuando esto no sea cierto.

Los artículos de consumo pasan así a constituir un símbolo de poder adquisitivo y, por ende, de estatus social. Es decir, hoy en día por ejemplo usar determinada marca de ropa o tomar un café en ciertos lugares no se relaciona directamente con la necesidad de vestimenta o alimentación a la que la acción en sí podría responder. Los bienes materiales dejan de cumplir su función práctica y se convierten en la forma de demostrar la pertenencia a un círculo en el que esas conductas son habituales.

En su libro, “El medio pelo en la sociedad argentina, apuntes para una sociología nacional”, Jauretche demuestra este cambio de valor que sufren los artículos, a través de un ejemplo donde explica el significado que adquiere, en la década del sesenta, la posesión de un auto para el medio pelo. “Desde el ángulo del "medio pelo", por ejemplo, el automóvil es un signo de status; también un instrumento de transporte, pero esto es subsidiario” (Jauretche, 1966, pág. 152).

Cuáles son los bienes que representan un signo de status social y cómo se accede a ellos varía de acuerdo al momento histórico del que se hable. Es decir lo que hoy adquiere un alto valor simbólico no lo tenía hace diez años atrás porque en ese momento eran otros los bienes que ocupaban ese lugar.

La simulación de un alto poder adquisitivo conlleva entonces grandes costos económicos ya que en ocasiones los bienes con un alto valor simbólico a los cuales aspira *el medio pelo* son onerosos e incluso pueden resultar inaccesibles. Ante esta situación se recurre generalmente a diversas alternativas acompañadas generalmente por una reestructuración de las prioridades de compra. Jauretche ilustra esta situación con un ejemplo sobre los colegios privados y dice que “el costo de

colegios y sus agregados es otro de los gravosos gastos de representación que ahogan a los de recursos pocos elásticos e imponen privaciones en lo imprescindible” (Jauretche, 1966, pág. 161).

Si se analizara este comportamiento desde el punto de vista económico podría considerarse que la elección del *medio pelo* a la hora de comprar no es racional ya que no se tiene en cuenta la relación costo-beneficio. Sin embargo, debe entenderse que la racionalidad aplicada por tales sujetos en dichas situaciones no es económica sino que lo que se pone en juego es un beneficio social, el reconocimiento social como parte de la clase alta. Por ende pareciera que la reestructuración de sus prioridades de compra no resultaría, a su criterio, un costo tan alto en relación al beneficio que persiguen.

Continuando con los aspectos más económicos de la cuestión, también puede explicarse a través de este comportamiento del *medio pelo* el valor exagerado de ciertos artículos de moda. Las pautas de consumo de este sector, que se repiten además en el resto, no responden a las lógicas del mercado, es decir, aun cuando se establecen sobrepuestos en determinados artículos estos no dejan de venderse debido, una vez más, a que está en juego no la relación precio- calidad o utilidad por ejemplo sino algo simbólico.

De hecho, en la década del sesenta Jauretche ya se refería a la sobrevaluación de ciertos bienes codiciados por ser considerados un símbolo de status. Esto demuestra una vez más la persistencia en el tiempo de las grandes aspiraciones sociales que tienen como último eslabón, de acuerdo a la hipótesis del presente escrito, a la sociedad europea. En aquella época el autor decía “Pero estos "canallas" de los franceses se han aprovechado del prestigio para llevarlo a las nubes” (Jauretche, 1966, pág. 152), refiriéndose al valor de los autos.

Lo que debe tenerse presente es que, como se expuso antes, los bienes tanto materiales como simbólicos forman parte de la identidad social de una persona, por lo que adquirir conductas propias de otro sector social no hace más que despojar a los individuos de su propia identidad. Decía Scalabrini Ortíz que “Nuestra mayor tristeza es no saber quiénes somos. Hablamos en castellano, actuamos en inglés, gustamos en francés, amamos en ruso, nos apasionamos en italiano. Vivimos de prestado, abrumados por preceptos de estéticas y éticas ajenas” (Como se cita en Galasso, 2010, pág. 119).

### **Conductas que hablan acerca de la identidad social**

Como ya se mencionó antes, la identidad de un grupo social se expresa a través del actuar de las personas, motivo por el cual las conductas de estas pueden ser un factor a tener en cuenta a la hora de clasificarlas dentro de un grupo social. Las formas de actuar en general, y ya no solo frente al

consumo, constituyen por ende otro factor a imitar por parte *del medio pelo* para ser reconocido como miembro de la clase alta.

Aunque buena parte de los miembros de la clase alta sostengan que el “origen familiar” es el factor determinante para el reclutamiento, reconocen como pares a individuos cuyo origen es diametralmente distinto. Es que este último hecho está olvidado. Y lo que los identifica, en definitiva son “ciertas pautas exteriores de comportamiento” comunes y compartidas. (De Imaz, 1964, pág. 124)

Una de las conductas propias de las clases más empoderadas se basa en frecuentar determinados espacios exclusivos reservados a dichas elites, por ende *el medio pelo* pretende ingresar a esos sitios. Como lo expone Jauretche, un caso ya tradicional es el hecho de enviar a sus hijos a colegios de “renombre” donde pueden construir una red de “contactos” o relacionarse con gente de la alta sociedad.

Sería ahora interminable la lista de colegios particulares en que la enseñanza es un afecto exclusivamente secundario, sean religiosos o particulares, y más en éstos: lo único que importa es el prestigio social del plantel básico que pone los apellidos, tras los que corre el “medio pelo” especialmente en los colegios de niñas, con una terrible repercusión económica en los recursos familiares. (Jauretche, 1966, pág. 161)

Esta cita muestra que el asistir a determinados lugares no deja de ser un aspecto simbólico que en el caso de las clases altas efectivamente constituye su identidad social pero para *el medio pelo* no es más que una forma de obtener reconocimiento social.

Como no hay autenticidad, las pautas no nacen del grupo; será más acertado decir que el grupo nace de las pautas porque estas crean la imagen del status, y lógicamente sólo por éstas se logra la apariencia de pertenecer al mismo: es la apariencia de una apariencia. (Jauretche, 1966, pág. 158)

Otras instituciones codiciadas por *el medio pelo* son los clubes tradicionales como el Jockey Club o el Rotary tal como lo muestra de Imaz en su libro “Los que mandan”, o ciertos deportes que gozan también de un alto reconocimiento social, como el polo y las carreras de caballo.

Tal como lo sugiere Jauretche, las estrategias que implican un acercamiento físico a la clase alta tienen también un costo económico que se adiciona al producido por las prácticas de consumo. Por ejemplo, los colegios más reconocidos suelen poseer una cuota mensual elevada que aumenta si se tiene en cuenta los costos de uniformes y útiles escolares “indicados” para dicho ámbito. Además, en



el caso de los clubes y deportes característicos de las elites nacionales suele vestirse de formas específicas lo cual significa también un alto costo.

Los ámbitos ocupados por la clase alta, y por ende anhelados por *el medio pelo*, al igual que los bienes que conforman un signo de estatus social, varían en el tiempo, de acuerdo al contexto social y económico. Las distintas influencias extranjeras que imperan en las lógicas de los sectores más elevados de la sociedad también influyen en la definición de cuáles son en cada momento los bienes y lugares codiciados. Desde hace muchas décadas se asiste a un abandono parcial de las tendencias europeas para centrarse ahora en Estados Unidos y todo lo relacionado a su cultura como un indicador de estatus social. Iphone, Netflix y Starbucks por ejemplo han llegado a constituirse hoy en día, en Argentina, como símbolos de una determinada posición social.

De este modo queda en evidencia una vez más que la cultura de ciertos sectores nacionales se estructura en torno a las tendencias imperialistas que, muy lejos de haber prescripto con la revolución de la independencia, continúan vigentes.

Retomando el tema de las actitudes que expresan una identidad social, para que el *medio pelo* sea reconocido como parte de la clase alta no sólo basta con concurrir a los espacios reservados a las elites. También resulta imprescindible a estos fines el hecho de comportarse de maneras específicas en dichos lugares, demostrando poseer gustos, educación, hábitos, ideologías, formas de hablar, actuar y pensar similares a las del grupo codiciado.

El gran avance de las tecnologías en las últimas décadas generó nuevas estrategias destinadas a lograr la aceptación del *medio pelo* como miembro de la clase alta. Las redes sociales como Facebook, instagram o snapchat se convirtieron en un espacio óptimo para hacer público el estilo de vida de las personas, lo cual no quiere decir que lo que se muestre sea siempre real. Es decir, las fotos que se suben a estos sitios muchas veces tienen la característica de estar diseñadas para demostrar la supuesta pertenencia a un sector social. Los objetos o lugares que aparecen de fondo, la ropa que se usa, los accesorios, el estilo mismo de las fotos con sus ediciones de moda son algunos de los elementos que hacen de ellas "estrategias de apariencia social".

Un artículo periodístico titulado "La falsa felicidad en las redes sociales", escrito por Leila Sucari y publicado en el portal de actualidad "Enlace Crítico" indica al respecto

[...] Vivimos gran parte del tiempo en una realidad paralela. Las redes sociales nos permiten construir y mostrar una imagen de nosotros mismos que muchas veces no coincide con la verdadera. [...] En Twitter y en Facebook no somos quienes somos, sino quienes quisiéramos

ser. [...] Lo que se publica no siempre es reflejo de la realidad [...] El objetivo es demostrar, aparentar y ser aceptado. (Leila Sucari, 2015)

## **Conclusión**

De acuerdo a la hipótesis que se mantuvo a lo largo de todo el ensayo, la actitud particular de los sujetos que intentan simular un nivel social superior al real se deriva de la inicial introducción de teorías europeas a fin de reproducir la dependencia nacional. Estas teorías fueron tomadas por la mayoría de los gobernantes de turno asentando de ese modo las bases de la cultura nacional sobre cimientos extranjeros.

Resulta interesante rescatar la continuidad que esta conducta ha tenido a lo largo de la historia y cómo, a pesar de que aquí se abordó sólo desde el *medio pelo*, se replica en cada una de las clases sociales. También se debe atender a las consecuencias de dichas prácticas como por ejemplo el hecho de que un grupo sacrifique su identidad original, sus costumbres y sus hábitos por formar parte de un sector al cual en realidad no pertenece.

Como reflexión final, no se puede desconocer que este tipo de actitudes no hace más que continuar produciendo y reproduciendo la dependencia económica y política por medio de la dependencia cultural.

## **Bibliografía**

De Imaz, J. 1964, *Los que Mandan*. Buenos Aires, EUDEBA.

Galasso, N. 2010, *Los hombres que reescribieron la historia*. Buenos Aires, Cooperativa Punto de Encuentro.

Jauretche, A. 1966, El medio pelo en la sociedad argentina, apuntes para una sociología nacional. Recuperado de <http://www.labaldrich.com.ar/wp-content/uploads/2013/05/Arturo-Jauretche-El-medio-pelo-en-la-sociedad-argentina.pdf>.

Jauretche, A. 2012, *El Plan Prebisch: retorno al coloniaje*. Buenos Aires, Corregidor.

Recalde, A. 2012, *Pensamiento nacional y cultural*. Buenos Aires, Nuevos Tiempos.

Sucari, L. 2015, La falsa felicidad en las redes sociales. Enlace Crítico. Recuperado de <http://www.enlacecritico.com/investigaciones-articulos/la-falsa-felicidad-en-las-redes-sociales>