

Redes de sociabilidad religiosa y campo económico en la Argentina. Aproximaciones conceptuales a partir de una historia de vida.

Gabriel Levita.

Cita:

Gabriel Levita (2007). *Redes de sociabilidad religiosa y campo económico en la Argentina. Aproximaciones conceptuales a partir de una historia de vida.* VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-106/323>

Redes de sociabilidad religiosa y campo económico en la Argentina. Aproximaciones conceptuales a partir de una historia de vida.

Gabriel Levita

Facultad de Ciencias Sociales, UBA

levgab@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

Dar cuenta de los mecanismos sociológicos que vinculan, por un lado, creencias, representaciones y formas de acción con base religiosa y, por el otro, modalidades de lazo social, identidades y estrategias de reproducción de quienes se encuentran en las cúspides de los sistemas de dominación y estratificación social de la Argentina de las décadas del 60' y del 70' es el propósito del plan de investigación del cual se desprende el presente trabajo. A través de su desarrollo recorreremos sintéticamente las principales reflexiones que ha generado el relevamiento de una historia de vida en particular a la luz de una serie de conceptos que hemos considerado pertinentes para hacer una primera aproximación a una de las dimensiones planteadas. En concreto, se trata del proyecto de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales "Representaciones colectivas y poder social. Catolicismo y poder económico en la Argentina de los años 60' y 70'", que se propone indagar sobre el lugar que ocupa el catolicismo en la conformación de las mentalidades, lazos sociales y modalidades de acción de determinados grupos que dan unidad al poder económico en nuestro país. Es así que se han planteado una serie de objetivos específicos que dan cuerpo a la propuesta, a saber:

1. Determinar distintas conexiones de sentido entre catolicismo y poder económico a partir del estudio de grupos empresarios, gerentes y técnicos que hacen explícita su identidad católica a través de a) las trayectorias de los actores y b) ideas expresadas en los órganos institucionales de las organizaciones y grupos mencionados.
2. Dar cuenta de las redes sociales constituidas por y a través del "poder religioso": es decir de los obispos.
3. Establecer el rol de las creencias religiosas en los comportamientos económicos, políticos y culturales de los actores mencionados.
4. Cuestionar las visiones y perspectivas "esencializadoras" sobre los vínculos propuestos.

Pero todo intento de dar respuesta a los interrogantes que estos objetivos implican sería incompleto sin una adecuada contextualización que incluya el análisis de las racionalidades económicas y trayectorias sociales de actores no

católicos con el fin de habilitar una comparación posterior. En este sentido, se ha dado lugar al relevamiento de historias de vida de empresarios, gerentes y técnicos ligados a organizaciones confesionales no católicas y a cámaras empresariales no confesionales con la finalidad de comparar sus estrategias corporativas e individuales en el mundo económico.

De modo que aquí intentaremos acercarnos al caso de un pequeño empresario marroquino de origen judío que fue presidente de la Cámara de la Industria Marroquina Argentina durante los años 60'. Trataremos de comprender, mediante el ensayo de esta primera aproximación, aspectos de su trayectoria sumamente relevantes para el proyecto que giran en torno a la vinculación entre las redes sociales de origen religioso y el mundo económico. Para ello, repasaremos la naturaleza de la historia de vida como instrumento metodológico y recorreremos brevemente los conceptos de *capital social* y de *campo económico* de Pierre Bourdieu para luego adentrarnos en el caso particular en torno al cual está articulada esta ponencia.

LA HISTORIA DE VIDA

En tanto uno de los principales abordajes cualitativos de la investigación social, las historias de vida “buscan expresar, a través del relato de una vida, problemáticas y temas de la sociedad, o de un sector de esta. Hablar de la vida de una persona significa mostrar las sociabilidades en las que esta persona está inserta, y que contribuye a generar con sus acciones; es hablar de las familias, de los grupos sociales, de las instituciones a las que está ligada, y que forman parte, más o menos intensamente, de la experiencia de vida del sujeto” (Mallimaci y Giménez Béliveau 2007). Además, acercarnos al relato de los hechos de la vida de un individuo nos brinda una perspectiva diacrónica que se vuelve una poderosa herramienta para comprender, no ya a un individuo en particular, sino a un momento histórico desde el punto de vista de alguien que está, a su vez, inserto en un sector social determinado y en ámbitos de actividad específicos.

Como contrapartida, deberíamos recordar las limitaciones a las que estamos sometidos en términos de generalizaciones y, a la vez, hacer hincapié en el hecho de que la historia de vida está construida principalmente en base a relatos formulados por el entrevistado en los que este, consiente o inconscientemente, intenta imponer su definición de la situación y la imagen que tiene de sí y que quiere dar de sí. Entonces, si nuestro trabajo de investigación consiste mayormente en interpretaciones de segundo orden –es decir interpretar la interpretación del sujeto-, en este caso deberíamos hablar de interpretaciones de tercer orden. Ocurre que se trata, irónicamente, de la historia de vida de alguien que ha muerto. José Holzkan, tal es su nombre, falleció hace cuatro años y las entrevistas les fueron realizadas recientemente a su esposa y a su hija. Si bien hubiera resultado sumamente enriquecedor incorporar sus relatos de manera complementaria, debemos trabajar sobre las representaciones de José únicamente a partir de las declaraciones de sus familiares directas. Nos encontramos aquí, sin lugar a dudas, con una dificultad que nos obliga a extremar los recaudos y a consultar otro tipo de fuentes que,

al mismo tiempo y lamentablemente, escasean. Si la constitución de la identidad personal se realiza en forma narrativa y los individuos aprehenden la totalidad de sus acciones a través de sus propios relatos, estamos ante una triple mediación narrativa: la de José en sus interacciones con su familia, la de su familia en las entrevistas con el investigador, la del investigador en el análisis conceptual.

CAPITAL SOCIAL Y CAMPO ECONÓMICO

Para ensayar nuestra primera aproximación nos valdremos de los conceptos de *capital social* y de *campo económico* formulados y desarrollados por Bourdieu a lo largo de su obra. La noción de *capital social* remite al “agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento o reconocimiento mutuo” (Bourdieu 1985: 248; citado en Portes 1999). Y si entendemos por *capital* a un valor o a una energía que, siendo además transformable en diversas *formas de capital*, es susceptible de ser acumulada y de generar ocasionalmente beneficios para su poseedor, se vuelve evidente el hecho de que este tipo de capital constituye un medio clave, una llave, a través de la cual acceder a otras formas de capital, valiéndose, en este caso, de la red de relaciones sociales, para obtener recursos derivados o facilitados por otros miembros de la red. Red, o redes, que pueden tener diversos orígenes, interesándonos en este punto las redes de sociabilidad ligadas a instancias institucionalizadas de una religión y los lazos sociales que se generan al interior de una comunidad religiosa.

Por otra parte, Bourdieu define el concepto de *campo* como una zona específica de actividad social estructurada en posiciones desiguales organizadas jerárquicamente. “La estructura de un campo es un estado de relaciones de fuerza entre los agentes o las instituciones comprometidas en la lucha o, si se prefiere, de la distribución de capital específico que, acumulado en el curso de las luchas anteriores orienta las estrategias ulteriores. Esta estructura, que se encuentra en el principio de las estrategias destinadas a transformarla, está, ella misma, siempre en juego: las luchas que se libran en el campo tienen como meta en disputa el monopolio de la violencia legítima (la autoridad específica) que es característica o propia del campo considerado, es decir, en definitiva, la conservación o la subversión de la estructura de la distribución del capital específico (hablar de capital específico significa que el capital vale *en relación* con un determinado campo, o en los límites de ese campo, y que sólo es convertible en otra especie de capital bajo determinadas condiciones) (...). Todos los que están comprometidos en un campo tienen en común un cierto número de intereses fundamentales, en primer lugar todo lo que está ligado a la existencia misma del campo: de allí que exista una complicidad objetiva que subyace en todos los antagonismos” (Bourdieu 1980: 114 y 115).

Así, los agentes -o empresas- que se encuentran en el campo económico son definidos por el volumen y la estructura del capital específico que poseen –con arreglo, a su vez, a las trayectorias de estos agentes- y “determinan la

estructura del campo que los determina” (Bourdieu 2000: 221). Justamente, la fuerza de un agente determinado depende de la disponibilidad de estas diferentes “cartas de triunfo” –que conllevan desiguales posibilidades de imponerse frente a otros agentes-, es decir del volumen y estructura del capital específico que posee en cada uno de sus tipos: capital financiero –real o potencial-, es decir el dominio directo o indirecto de recursos financieros; capital cultural, desglosable en capital tecnológico, capital jurídico y capital organizativo; capital comercial, relativo al dominio de las redes de distribución y servicios; capital simbólico, referido al dominio de recursos que hacen a la imagen de la marca; y capital social como “conjunto de recursos movilizados (...) a través de una red de relaciones más o menos extensa y más o menos movilizable que procura una ventaja competitiva” (Bourdieu, 2005: 222).

De modo que un agente que posea un considerable volumen de capital social estará en mayores condiciones de situarse en una posición favorable del campo traduciendo ese entramado de contactos en importantes ventajas. La posibilidad –y aquí se refleja claramente la naturaleza potencial del capital social- de movilizar voluntades y ejercer influencias de manera directa o indirecta en su ámbito redundando en acciones que lo llevan a aumentar el volumen de su capital económico o bien, en tiempos de adversidad estructural, a conservarlo en la mayor medida posible. Una red de relaciones sociales, sea cual fuera su origen, puede facilitar, por ejemplo, el acceso a recursos financieros –capital financiero-, a tecnologías y *know how* –capital comercial y simbólico- y a organizaciones u asociaciones que mejoren su posición en el campo de fuerzas, entre otras ventajas. Es decir que se pueden generar en el campo, a partir de coincidencias en los intereses de los agentes –surgidos, a su vez, de su posición en la estructura- configuraciones que los coaliguen apuntando a la persecución de privilegios, como es el caso de las cámaras empresariales que constituyen ámbitos corporativos que buscan aumentar el rendimiento de sus miembros frente a quienes no lo sean relacionándose también con el Estado y los sindicatos.

Precisamente, “entre todos los intercambios con el exterior del campo económico, los más importantes son los que se establecen con el Estado. La competencia entre empresas asume a menudo la forma de competencia *por el poder sobre el poder del Estado*”, sobre la política fiscal -tarifas e impuestos-, crediticia –préstamos para investigación y desarrollo- y salarial –legislación sobre remuneraciones mínimas–, entre otras. “En los intentos de modificar en su favor las ‘reglas del juego’ vigentes y hacer valer de tal modo alguna de sus propiedades susceptibles de funcionar como capital en el nuevo estado del campo, las empresas dominadas pueden utilizar su capital social para ejercer presiones sobre el Estado y obtener de él la modificación del juego en su beneficio” (Bourdieu 2000: 231 y 232).

Esta es parte de la batería conceptual con la que intentaremos este primer acercamiento al caso particular de José, permitiéndonos previamente hacer algunas consideraciones en relación a su contexto histórico.

LA ARGENTINA DE JOSÉ

José Holzkan nació en 1912 y su vida abarca casi todo el siglo veinte argentino, su trayectoria y la de su familia están atravesadas por los principales procesos socio-históricos que tuvieron lugar en esos años en nuestro país.

Deberíamos remontarnos a los años 80' del siglo XIX, cuando el fomento por parte del gobierno argentino a la inmigración de ultramar alcanzó finalmente a las comunidades judías de Europa oriental. La "invitación" a colonizar estas tierras fue seguida, diez años después, por la creación de la *Jewish Colonization Association*, una asociación filantrópica dedicada al establecimiento de colonias agrícolas en diversos países de América. Su fin era rescatar a los judíos del este del viejo continente de las penurias de la pobreza y el antisemitismo. Una de las primeras colonias en fundarse fue la "Colonia Mauricio", en las cercanías de Carlos Casares, Provincia de Buenos Aires.

Esta etapa de inmigración europea, que introdujo en nuestro país importantes cambios sociales, políticos, económicos y demográficos sufrirá un duro embate con la crisis de la economía mundial de 1930. Misma crisis que iniciará en la Argentina un marcado aumento del intervencionismo estatal y de la multiplicación de la actividad industrial. Así, fueron los gobiernos conservadores de esta década y, más tarde, el gobierno militar iniciado en 1943 los que crearon el *locus* institucional del intervencionismo estatal que favoreció el surgimiento del peronismo. Los aparatos estatales, con su capacidad de acción ampliada sobre la sociedad y la economía fueron una condición estructural y objetiva que favoreció la creación del peronismo (Sidicaro 2002).

Si bien la actividad industrial ya había dado un salto durante la década del 30' y, especialmente, durante la segunda guerra mundial, es a partir de mediados de la década del 40' cuando la política industrialista adquiere un grado de institucionalización mucho mayor y se amplía cuantitativa y cualitativamente el mercado interno. Esto es, aumentó la demanda de bienes de consumo, entre ellos, indumentaria y de artículos suntuosos.

Este "primer peronismo" cuadra en lo que Beck denomina *primera modernidad* y que "se define por la noción de una sociedad que se constituye en el marco de un Estado-nación (...). A su vez estas sociedades se caracterizan por el pleno empleo, al menos en principio; quiere decir que tanto la política social (vale decir la política del Estado de bienestar) como la organización cotidiana de las biografías tienen como vector la plena ocupación. Otro rasgo de estas sociedades de la primera modernidad consiste en que pueden atribuirse identidades colectivas preexistentes, surgidas de la clase, de la etnia o de grupos religiosos relativamente homogéneos. Y finalmente esas sociedades se definen por el mito del progreso" (Beck 2001: 13 y 14). A este modelo de sociedad también podemos imputarle lo que el mismo autor llama *efecto ascensor*. La sociedad de clases es llevada en su conjunto un piso más arriba: aunque puedan atenuarse, las desigualdades persisten, pero con un plus colectivo de movilidad social, ingresos, educación, derechos, consumo, vivienda, etc. se reducen o atenúan, así, las identidades y vinculaciones culturales de clase y el propio tipo de sociedad es cuestionado por una serie de procesos que ella misma genera. Se trata de una radicalización de la

modernización que conduce a la *segunda modernidad* sustentada en la globalización –como pérdida de hegemonía estatal-, la individualización –en tanto individualismo institucionalizado que orienta los derechos sociales y políticos hacia los individuos y no más hacia los grupos- y la merma del trabajo asalariado –que implica el deterioro del mundo del trabajo como factor central en la constitución identitaria de las personas.

Dentro de este esquema podemos tratar de entender, al menos en parte, la profusión de políticas liberales, o solapadamente liberales, que acabaron con el modelo económico apoyado en la producción industrial y la existencia de un fuerte mercado interno, a través de la apertura económica y la desregulación del comercio exterior iniciada a mediados de la década del 70'.

Asistimos así al aumento en la importación de bienes de consumo que no fue en forma alguna, salvo contadas excepciones, controlado por el Estado y que golpeó fuertemente a la industria nacional. Esto no sólo produjo el cierre de numerosas empresas ligadas a la producción de artículos ahora importados sino también, y en parte consecuentemente, el debilitamiento del restante parque industrial que se veía acorralado por la baja en la demanda de sus productos resultado de las recesiones y crisis económicas que reducían el poder de compra de las clases medias y populares.

LA HISTORIA DE JOSÉ

José Holzkan nació en 1912 en la Colonia Mauricio, Partido de Carlos Casares, Provincia de Buenos Aires. Fue el primero de la tercera generación de su familia nacida en el país, habiendo inmigrado sus bisabuelos en 1891 desde la entonces Rusia a causa de la pobreza y el antisemitismo. El mayor de cuatro hermanos, vivió en una precaria casa en el campo hasta que a los seis años comenzó a estudiar en la escuela primaria en el pueblo de Carlos Casares. Allí vivió con sus abuelos y tíos hasta los once años, cuando comenzó a trabajar. De sus amigos de la infancia, ninguno seguirá siéndolo una vez abandonado el pueblo. No habiendo habido escuela secundaria en la zona, su educación formal finalizó con su primer oficio, que lo llevó a trabajar de cadete en diversas tiendas de ramos generales.

Los contactos formados principalmente por familiares y vecinos, también judíos, fueron su vía de acceso a los empleos en los que se ubicaba. El alto grado de integración de la colectividad judía de la colonia propiciaba la formación de redes sociales extensas y duraderas que contaban además con una fuerte inserción en la actividad comercial de la zona. Originariamente campesinos, desde el año de la fundación de la colonia muchos inmigrantes se habían volcado al comercio a partir de los pequeños capitales –económicos- que hubieran podido ir juntando en la actividad agropecuaria. En este caso, también estamos ante redes sociales con amplia extensión territorial. La pertenencia no ya solamente a una colonia agrícola sino también a una comunidad religiosa con miembros en diversos pueblos y ciudades del país proyecta espacialmente el conjunto de relaciones sociales estratégicas de las que puede formar parte el sujeto.

Aun así, las prácticas religiosas nunca fueron muy observadas ni por los Holzkan ni por los Naiberg –la familia materna-, pero vivieron el judaísmo como una tradición, como una serie de actos formales que incluían ir una vez al año a la sinagoga, circuncidar a los hijos varones, hablar en idish y comer en familia para las festividades centrales.

Con la promesa del progreso personal bajo el brazo, llegó a la Ciudad de Buenos Aires, aproximadamente en el año 1930, a protagonizar una efímera experiencia laboral interrumpida por la crisis económica. Los empleos como cadete volvieron a ocuparlo, esta vez en Garré (Prov. de Buenos Aires), Rancul (Prov. de La Pampa) y otros pueblos de la zona. Su llegada definitiva a la capital no fue hasta 1934, año en que comenzó a trabajar de vendedor de ropa interior masculina en Avellaneda. Si bien estos empleos también fueron conseguidos por medio de contactos, especialmente a partir de los trabajos anteriores, habría que destacar una característica sumamente interesante de las redes sociales. A medida que esas relaciones potenciales se actualizan –se hacen acto- pueden ampliarse en diversas direcciones con relativa autonomía respecto del criterio fundante de la red social originaria. En otras palabras, conchabado al comienzo a través de sus vínculos con la comunidad religiosa inmigrante, la propia naturaleza de la actividad comercial, que implica la necesidad de vincularse con numerosos agentes –cuantos más mejor-, provoca que se vayan generando nuevos contactos con sujetos no pertenecientes a la comunidad religiosa, pero a los que jamás habría podido llegar sino gracias a esta. El hecho de que a través del tiempo no conservara amigos de la colonia o del pueblo, pero que siguiera relacionándose y conectándose con un altísimo grado de eficacia desde el punto de vista económico, da cuenta de estos lazos.

El inicio de su carrera en el negocio de la marroquinería llegó en 1941 cuando, al casarse con Yeny Szlazer, pusieron un negocio minorista de venta de carteras de cuero en el barrio porteño de Constitución. A Yeny la conoció por medio de su hermana, quien conocía a la tía de esta. Así, el nexo que se produjo a través de sus parientes directos también es imputable a la existencia de una red de relaciones sociales basada, en este caso, en instancias formales e informales de sociabilidad religiosa.

“(...) Siempre había una persona... Porque una tía mía vivía en Lanús y mi cuñada vivía en Lanús, entonces se conocían. Y él ya tenía veintiocho años, no era una criatura de veinte años. Entonces nos conocía esa persona y le dijo ‘mirá, hay una chica así y así ¿Por qué no vas...? ¿Por qué no venís...?’. Y así nos conocimos. Nos conocimos en el cuarenta y nos casamos en el cuarenta y uno.”

Su nueva esposa había estado trabajando en la venta de carteras de cuero que su padre fabricaba. Así, con la ayuda del Sr. Szlazer, instalaron el comercio en cuya parte posterior habitaban. Recordemos la interesante propiedad del capital -social en este caso-, de transformarse en determinadas situaciones en otros tipos de capital. O, mejor aun, no de transformarse sino de generar o habilitar la adquisición de otras formas de capital, aumentando tanto el volumen como la composición global de los capitales específicos del agente. El capital

social de José, con el cual se instaló comercialmente, aunque sea en forma precaria, y gracias al cual conoció a quien sería su esposa va derivando, a través de la intervención del Sr. Szlazer en capital financiero, comercial, organizativo y, en definitiva, económico. Fue el padre de Yeny, a quien conoció a partir de redes sociales con base religiosa, quien le facilitó créditos para alquilar e instalar el local, redes de clientes y proveedores y conocimiento y *know how* acerca de un oficio que José no conocía que constituyeron “cartas de juego” favorables que se tradujeron en un mayor volumen de capital económico y una mejor posición en dicho campo.

“Yo lo conocí en el cuarenta. En el cuarenta y uno nos casamos. Así que cuando yo lo conocí en el cuarenta él ya estaba con ese negocio en Avellaneda. Entonces mi papá dijo: ‘para estar ahí en ese negocio’, era un negocito, no era un negocio ¿no? Entonces ‘es preferible que se vengan para acá’ y pusimos el negocio donde estamos. Él se puso con marroquinería y no entendía nada. Que existía una cartera, por ejemplo. Ni cómo era. (...) Y cuando vinimos a Constitución conseguimos el crédito por el apoyo de mi padre. Sabían que era yerno de Szlazer. Que era una persona [Szlazer] que pagaba, que era seria. ‘Si es yerno de Szlazer no va a ser tan malo y vamos a darle’. (...)”

El negocio prosperó y las buenas ventas animaron a José a, en 1945, contratar tres costureras y comenzar a fabricar allí mismo las carteras que venderían al por mayor y en forma minorista. Las transformaciones físicas que el nuevo, aunque pequeño, taller exigían, obligaron al matrimonio a mudarse a la casa de la madre de José en Lanús. Nuevamente, es lícito pensar que la presencia de un suegro con experiencia en la fabricación de artículos de cuero pudo influir decisivamente en la decisión de José de volcarse también él a la producción misma. Además, requisito indispensable para dar este paso, fue el haber contando con familiares que los albergaran en su casa despejando el espacio del local original.

Los cambios producidos incluyeron su asociación a la entonces Cámara de la Industria Marroquinera Argentina (C.I.M.A.), a la que llegó a partir de una invitación a un evento social organizado por la entidad, motivado por la posibilidad de trabar relaciones con otros fabricantes y vendedores con el fin de establecer contactos y conseguir información que redundaran en un provecho para el negocio. Notemos que, si bien no fue él quien le formuló esta invitación, el Sr. Szlazer ya era miembro de la Cámara, con lo cual José contaba con un cierto aval producto de su, repitámoslo una vez más, capital social. También resulta interesante el alto grado de conciencia –en comparación con otros campos- que poseen los agentes del campo económico respecto de sus “cartas de triunfo” y de las estrategias más convenientes para mejorar su posición en este espacio de fuerzas. José tenía todo el tiempo en mente la conveniencia de ampliar sus redes sociales. Y este proceder realimentaba la tasa de conversión y expansión del volumen de su capital global incorporando nuevas capacidades comerciales y económicas.

“Ahí uno escuchaba, por ejemplo, ‘sí, porque para la temporada que viene se va a vender el violeta’. (...) Y otro decía ‘sí, no, porque también se va a vender

la cartera ovalada'. Entonces vos decís 'hay que hacer carteras ovaladas'. Y por ejemplo, va Fulano, que es cliente, de paso te ve, está Fulano, que es fabricante, de paso te ve. De paso te ve vestido. Porque así de entrecasa nos vemos todos. La gente iba con la familia."

En 1950 fue invitado a formar parte de la Comisión Directiva en el muy secundario cargo de vocal suplente. Habría que aclarar que este era un gremio con una gran presencia de empresarios de origen judío y, en consecuencia, también había mayoría de judíos en la Cámara. Movido siempre dentro de circuitos ligados a miembros de esta comunidad se establecía lo que podríamos llamar junto con Weber *afinidad étnica* (Weber 1922: 319).

Eran todos paisanos [en la Cámara]. Prácticamente un ochenta por ciento eran paisanos (...). Eran tres o cuatro de veinte [los no judíos]. Así era el gremio también. Y por ser paisanos había alguna relación aparte. Los que eran similares mantenían una amistad. Nosotros teníamos una amistad con Herzovich. Hasta hoy en día (...).

Así, fue ganando creciente protagonismo y subiendo progresivamente de posición en la Comisión Directiva hasta llegar en 1962 a la presidencia de la Cámara, cargo que ocuparía durante ocho años y tras el cual se fue desvinculando por voluntad propia de las actividades corporativas. Si bien, los cargos eran electivos y había que ser votado para ascender, José se vio beneficiado por su amistad con el anterior presidente, Herzovich. Pero antes de llegar a la cúspide participó personalmente en las negociaciones con el Sindicato por las convenciones colectivas de trabajo. Esto fue, durante los primeros dos gobiernos de Perón, una tarea ardua que no estuvo exenta de roces con funcionarios gubernamentales. Otra de sus tareas fue la de impedir, en representación de la Cámara, el ingreso de mercadería importada.

Con un negocio próspero y una prometedora carrera en la C.I.M.A., José también formaba parte de otras organizaciones que, aunque no tengan ligazón directa con el campo económico, dan cuenta del volumen del capital social de José que por otras vías sí llevó a la actividad económica. Si bien no conservaba amigos de su vida en el campo, fue miembro de la Asociación de Residentes de Carlos Casares en Buenos Aires, que nucleaba a los casarences de la capital y organizaba eventos sociales a beneficio del pueblo. En sus comienzos, formaban parte de esta asociación una mayoría de judíos provenientes de la Colonia Mauricio, hecho que da cuenta de que la tasa de migración rural-urbana fue mucho mayor en la colectividad judía de Carlos Casares que en la española e italiana, lo cual contribuyó a la conservación de ciertas redes sociales aún después de haber migrado a la Capital. Además fue director de la Asociación de Amigos de la Calle Bernardo de Irigoyen, que organizaba actividades de promoción comercial, colectas benéficas y gestiones ante la Municipalidad de la ciudad. En estas últimas José tomaba una parte importante en los reclamos por el mantenimiento del espacio público de la zona. Por otra parte, ocasionalmente recaudaba dinero para colectas organizadas por la Asociación Mutual Israelita Argentina en apoyo al Estado de Israel. Su creciente presencia en la Cámara y en las asociaciones lo perfilaban como alguien idóneo, por su prestigio y sus contactos, para esta tarea.

“Activaba donde podía, donde era sano. No se metía en cosas raras. Cuando veía una cosa que no era... se abría. Por eso te digo que él era sociable. No era un engrupido. Era muy simple y donde podía se metía”.

Los peores años para el negocio llegaron a partir de la segunda mitad de los años setenta con el ingreso al mercado nacional de productos importados que compitieron con las carteras de cuero. Frente a este nuevo desafío, se vio obligado a tercerizar algunas de las actividades de la cadena productiva e incluso a fabricar nuevos productos o nuevas versiones de viejos productos que, siendo menos suntuosos, tuvieran más demanda entre la población, a su vez perjudicada por las sucesivas crisis económicas. Resta subrayar el decisivo papel que juega el capital social en las trayectorias sociales afectadas por situaciones económicamente adversas, esto es, frente a la merma del capital económico. Frente a la brutal caída en la demanda de los productos que fabricaba, una serie de factores decisivos tuvo lugar para garantizar la supervivencia económica de la fábrica y el negocio y conservar la posición de José en el campo económico, o al menos atenuar su retroceso. La reconversión que tuvo lugar en su empresa sólo fue posible: a partir de una sólida red de clientes y proveedores gracias a la cual pudo cambiar parte de sus insumos y “ubicar” sus nuevos productos –con mayor demanda potencial- entre la clientela, al prestigio de su empresa que lo avaló en su incursión en esta nueva porción del mercado y, fundamentalmente, al capital cultural-organizativo que suscitó en él el pragmatismo que lo llevó al cambio de estrategia que resultó imprescindible para continuar su desenvolvimiento dentro del campo. Todos factores –red de clientes, prestigio, organización- cuya génesis en la trayectoria de este actor nos remonta, de una u otra manera, al capital social y a las redes de sociabilidad ligadas a instancias religiosas y a los lazos sociales que se generan al interior de una comunidad religiosa.

RECAPITULACIONES

Retomando los objetivos centrales de esta ponencia consideramos que hemos llevado a cabo satisfactoriamente nuestra propuesta de hacer una primera aproximación conceptual al análisis de esta historia de vida, relevada en el ámbito de un proyecto de investigación mucho mayor.

Sin caer en ningún tipo de reduccionismo, resulta esencial remarcar el rol del capital social en la trayectoria de los actores y en la estructuración de sus horizontes de experiencias. En especial, a partir del estudio de este caso, se ha puesto en relevancia la importancia fundamental de los capitales heredados y de una suerte de acumulación originaria de capital social ligado a la comunidad religiosa que posteriormente rinde sus frutos habilitando el aumento del volumen global del capital y la reformulación de su composición a favor del capital económico.

Hemos dado cuenta de mecanismos sociológicos que operan en la vinculación de las esferas religiosa y económica. En este caso, hicimos el recorrido a través de una historia de vida y del concepto de capital social en su puesta en

juego en el campo económico, pero queda abierta la posibilidad, o posibilidades, de extender el análisis aquí ensayado a otros aspectos no profundizados del material relevado a través de estos u otros conceptos. En todo caso, por la naturaleza misma del trabajo y del objeto de estudio serán siempre aportes necesarios para la producción de conocimiento sociológico en el área que nos convoca.

En definitiva, debe ser la investigación empírica fundada en marcos teóricos sólidos la que ponga en acción las categorías pertinentes a los propósitos y objetivos de cada indagación.

BIBLIOGRAFÍA

Beck, Ulrich (1992): *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998.

Beck, Ulrich (2001): "Políticas alternativas a la sociedad del trabajo", en *Presente y futuro del Estado de Bienestar: el debate europeo*. Buenos Aires: Miño y Dávila, 2001.

Berger, Peter y Luckmann, Thomas (1967): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 2006.

Bourdieu, Pierre (1980): "Quelques propriétés des champs", en *Questions de sociologie*. París: Minuit, 1980.

Bourdieu, Pierre (2000): *Las estructuras sociales de la economía*. Buenos Aires: Manantiel, 2005.

Gutkowski, Hélène (1991): *Vidas... en las colonias. Rescate de la herencia cultural*. Buenos Aires: Contexto, 1991.

Mallimaci, Fortunato y Giménez Béliveau, Verónica (2007): "Historia de vida y métodos biográficos", en Vasilachis de Gialdino, Irene (ed.), *Estrategias de investigación cualitativa*. Buenos Aires: Gedisa, 2007.

Portes, Alejandro (1999): "Capital Social: Sus orígenes y aplicaciones en la sociología moderna", en J. Carpio y I. Novacovsky (compiladores), *De Igual a Igual. El desafío del Estado ante los nuevos problemas sociales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1999.

Sidicaro, Ricardo (2002): *Los tres peronismos. Estado y poder económico. 1946-55 / 1973-76 / 1989-99*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2005.

Schütz, Alfred (1974): *Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires: Amorrortu, 1974.

Weber, Max (1922): *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. México: Fondo de Cultura Económica, 2005.