



ESTUDIOS SOCIALES
CONTEMPORÁNEOS

ISSN 1850-6747

“La familia de la construcción”: representaciones corporativas y discurso empresarial. La “historia sagrada” del Centro de Constructores y Anexos de Mar del Plata¹

«The family of construction»: corporate representations and business discourse. The
“sacred history” Centro de Constructores y Anexos of Mar del Plata



Víctor Nahuel Pegoraro

Universidad Nacional de Mar del Plata
Facultad de Humanidades
Departamento de Historia/ Centro de Estudios Históricos (CeHis)

icorleone@hotmail.com

¹ El presente artículo es un avance de investigación dentro de un proyecto mayor de tesis de maestría, a partir de la llamada nueva historia de empresas, que estudia la cámara empresaria de la construcción en Mar del Plata entre 1935-1977

Víctor Nahuel Pegoraro “La familia de la construcción”: representaciones corporativas y discurso empresarial. La “historia sagrada” del Centro de Constructores y Anexos de Mar del Plata¹”, en Revista de Estudios Sociales Contemporáneos n° 12, IMESC-IDEHESI/Conicet, Universidad Nacional De Cuyo, 2015, pp. 193-208



Resumen

Indudablemente, a lo largo de la historia las corporaciones empresarias han construido sus propios discursos al interior y al exterior de su campo de acción. Ello ha seguido diferentes modalidades, empero con objetivos similares al pretender legitimar su intervención pública y política en la sociedad en que se desarrollan. El artículo pone el foco de atención en la industria de la construcción a través de un análisis micro de los empresarios del sector en una ciudad de la provincia de Bs As, donde la actividad resultó una de las ruedas maestras de su economía.

A lo largo de sus años de vida, desde el Centro de Constructores y Anexos (cámara empresaria local de la industria de la construcción privada) en la ciudad de Mar del Plata se ha ido reproduciendo un determinado relato fundante que se ha convertido ya en “historia sagrada”. Ello ha seguido determinados procesos de memoria colectiva, y de los actores, fortaleciendo la identidad institucional y potencializando líneas concretas de acción empresarial.

Palabras clave: industria, empresarios, representaciones, mito

Abstract

Throughout history, business corporations have built their own speeches inside and outside their scopes. In order to legitimize their claim, public and political interventions were made inside the society in which they develop their objectives.

This article focuses on the construction industry, analysing its businessmen in Mar del Plata, a city where this activity has been of mainly importance for its economy. At every stage of its life time, Mar del Plata’s Construction Centre and Annex (business local chamber of private industry) has reproduced certain story. This story has been transformed in a “sacred story”, following the processes of collective memories and giving force to its institutional identity and action lines of its businessmen.

Keywords: industry, businessmen, representations, myth





Introducción

Repensar la práctica de historiador desde una mirada antropológica resulta del todo relevante pero lo es más aun a la hora analizar el mundo social que intentamos dilucidar con sus herramientas. En este sentido, un enfoque interdisciplinario que trascienda las fronteras disciplinares en el seno de las ciencias sociales se impone como el camino más seductor para descubrir nuevas metodologías, conceptos y hasta complejizar nuestro acercamiento al objeto. Quizás la historia revela una mayor distancia que la antropología para experimentar una investigación que atienda a las percepciones ligadas al punto de vista etnográfico como esfuerzo de reconstrucción de la perspectiva “nativa” e interrogación de la diferencia cultural del sujeto investigador respecto del mundo social que intenta narrar (Guber, 2002). Sin embargo, cada vez es mayor la cantidad de trabajos que pretenden borrar esas divisorias en áreas del conocimiento estáticas para explicar la complejidad no sólo del quehacer del investigador sino también de la cultura humana a través del tiempo (Burke, 1994; Darnton, 1987; Le Goff, 1988; Wallerstein, 2005).

Sin caer en sesgos arbitrarios, en el presente trabajo nos concentramos, en principio, en la tarea de reflexionar sobre nuestro tema de investigación desde una mirada de la antropología histórica. Esto es, sumergirnos en nuestro referente empírico, los empresarios, para contribuir a explicar su lógica de funcionamiento y los procesos de construcción simbólica que llevaron a cabo hasta la actualidad. Desde allí aspiramos a examinar, y hasta revelar, una “historia sagrada”² sumada a ciertas

mitologías³ reproducidas por los actores diacrónicamente como formas de autorepresentarse y erigirse ante el resto de la sociedad. Del mismo modo, creemos factible sumergirnos en los criterios en los que se organizó este discurso y el mismo pasado de la corporación que los ampara. ¿Qué discursos continúan? ¿Cómo está presente en los agentes? ¿Qué elementos forman parte de la tradición, “mito de origen” y los rituales? ¿Existen metáforas parentales o genealogías? Quizás todas estas cuestiones resulten realmente ambiciosas, empero no dudaremos en plantearlas como insumo para enriquecer nuestro campo de investigación.

Para tal cometido, nos centraremos en la institución que ha nucleado a los empresarios de la construcción en la ciudad de Mar del Plata desde el año 1935 hasta el presente. Ello resulta pasible de ser estudiado por dos motivos, el primero corresponde al evidente empeño corporativo por reproducir y celebrar año tras año -desde conmemoraciones, fiestas, cenas, prensa oficial, reseñas, placas evocativas hasta eventos públicos- una tradición particular referida a “la familia de la construcción” en la ciudad. Precisamente, la apelación recurrente al pasado y el uso de una versión exclusiva legitima la acción y da cimiento a la cohesión del grupo de interés (Hobsbawm, 2002: 19). En todos estos actos se impone la finalidad de transmisión y vigencia en el presente del legado heredado por la conducción de la entidad. Por el otro, además de ser nuestro tema de indagación general, la tentativa de realizar una “etnografía del capitalismo”⁴ y sus instituciones impone un reto especial (Spivak, 2008; Lahoz Morelli, 1991; Rubén, 2004). Ergo, indagar en aspectos insospechados en una

2 Nos referimos a una concepción moral de los actores que conciben su pasado a través de una versión casi intocable de los hechos, de allí que lo intentemos analizar como un producto social específico.

3 Si bien existen diversas definiciones antropológicas del término “mito”, lo tomamos como la forma en que una comunidad explica los principios centrales que conforman los sistemas de creencias sobre los que se construyen ante ellos mismos y ante los “otros”. Se trata de un relato que tiene una explicación muy profunda para una cultura, que emerge desde su propia tradición y se reproduce continuamente.

4 Esta línea, también llamada “antropología de las organizaciones” y eminentemente interdisciplinaria, sobre todo desde el ámbito académico brasileño se consagra a producir conocimientos etnográficos en todo tipo de organizaciones. Los tres sectores-focos son: el estatal (que incluye, además de las empresas todavía nacionales, prioritariamente la educación y la salud), el privado, y el denominado tercer sector o economía solidaria o de diversas otras maneras.





primera lectura enriquece el enfoque que nos propusimos desde el inicio y hacen que descubramos nuevas variables de análisis.

Cabe destacar que “no se trata tan sólo de oponer nuestras versiones a las versiones nativas con pretensiones de denuncia o corrección. Lo que importa es entender cómo han llegado a ser posibles de ser expresadas y admitidas” (Visacovsky, 2004: 134). Este es el propósito rector que tomamos aquí pues desmenuzando los componentes de aquella historia sagrada lograremos entender los procesos políticos y económicos más generales en donde se inserta la misma.

Históricamente la construcción resultó ser una de las ruedas maestras de la actividad económica de nuestra ciudad, junto a otras como la pesca, el turismo, el comercio o la industria textil, y uno de los componentes más dinamizadores de ella, envolviendo tras de sí un sinnúmero de trabajadores y transacciones financieras a través de un empresariado activo sumado al empuje estatal. Si tomamos por ejemplo las estadísticas oficiales desde la década de 1930, se puede advertir, por un lado, el incremento de las superficies edificadas (de los 48.000 m² en 1925, llega en 1935 a 58.000 m², trepando a 152.000 en 1940 y 370.000 m² en los diez años siguientes) y, por otro, el poderío tanto del sindicato de la construcción (que hacia 1946 contaba con alrededor de 6000 asociados en una ciudad de 100.000 habitantes) como los conflictos obreros (Pastoriza, 2008) y el sector patronal, el cual creó una institución que supo actuar entre las corporaciones más importantes de la ciudad (hoteleros, pescado, comercio, etc) e intervenir políticamente.

El Centro de Constructores y Anexos (CCyA) fue fundado en 1935 por iniciativa de un conjunto de empresarios constructores, de origen ítalo-argentino, desarrollando una ferviente labor hasta nuestros días y

convirtiéndose en una institución tradicional de la ciudad. Asimismo, ha sido una corporación muy fuerte de la vida política y económica en la historia de Mar del Plata a lo largo del siglo XX. En este sentido, no sólo su accionar se restringe al ámbito privado propio del rubro que representa, sino que estamos en presencia de una cámara empresarial de gran exhibición pública (y hasta de vanagloria) a lo largo de sus años de existencia.

Veremos que la identidad del “constructor” erigido va más allá de su tarea de artesano y oficio para destacar un concepto amplio donde entran a jugar condiciones socio-históricas particulares. Mitologías que se fueron construyendo institucionalmente en torno a ciertos valores ciudadanos ligados al progreso y al compromiso con la comunidad. Una identidad perdurable y continua que se reproduce por canales formales e informales basada en una identificación plena con la ciudad que ellos mismos construyeron material y moralmente.

Los empresarios más poderosos del sector a nivel local formaron parte de las sucesivas comisiones directivas y tuvieron un rol protagónico en los procesos de bonanza económica zonal. Así, un primer “boom de construcciones” en la década de 1930 encontró a un conjunto de emprendedores dedicados al rubro como los hombres que materializaron los altos índices registrados y, a su vez, la fundación de un organismo que los representara. Casi veinte años más tarde, estas empresas de construcción tuvieron un rol protagónico en la industria edilicia que se erigía en altura con el resultado visible de cientos de edificios, creando grandes fortunas y consolidando un rol que ya venían ocupando desde la época de los chalets y las construcciones modernas: estas “fuerzas vivas” de antaño dan paso a los “paladines del progreso social”.⁵ Ya en el presente, desde fines de 2003 hasta el 2011 (año récord) se ha registrado otra enérgica expansión de la actividad que tiene como principales actores a los miembros del CCyA y a algu-





nos capitalinos.

No obstante ello, los periodos de prosperidad fueron permeados por crisis eventuales y estructurales que vivía la ciudad y el país. Los asociados (pequeños, medianos y grandes empresarios) dinamizaron sus activos y se fueron adaptando a las diferentes coyunturas, aunque muchos quebraron. El CCyA fue pasando por diferentes etapas también de acuerdo a estos avatares financieros pero sin mermar sus esfuerzos corporativistas ni sus modos de intervenir públicamente para no olvidar ni derribar, o mejor dicho, seguir construyendo el “mito”. Esta puede ser una continuidad palpable en el tiempo, emprendemos la tarea de analizar sus componentes principales.

Relato de fundación: “Historia sagrada” y mito de origen

A lo largo de sus años de vida, desde el Centro de Constructores y Anexos en la ciudad de Mar del Plata se ha ido reproduciendo un determinado relato fundante que se ha convertido ya en “historia sagrada”. Ello ha seguido determinados procesos de memoria colectiva, y de los actores, fortaleciendo la identidad institucional y potencializando líneas concretas de acción empresarial. Por ello, esta “historia sagrada” se torna susceptible de ser estudiada, no para demostrar su veracidad o “desacralizarla”, sino con el fin de analizar un orden moral constitutivo de la corporación que parece “natural” y que fue reproducido fervientemente hasta nuestros días. Finalmente, el mito perduró como telón de fondo (y como legado) en los sucesivos dirigentes legitimados por su propia historia a actuar en el terreno político, económico y social. De ahí que este mito particular tenga un carácter performativo que nos interesa.⁶

En 1978, el CCyA publica un compendio histórico para sus socios y la comunidad en base a su 43° aniversario que recita así:

Durante el tiempo transcurrido desde aquel 8 de setiembre de 1935, nuestra tarea no sufrió desmedro, no registró ninguna declinación con respecto a la primera etapa, por el contrario, aprovechando, si acaso la experiencia que íbamos adquiriendo de nuestros antecesores, fuimos multiplicando los esfuerzos en favor de la causa que nos guía y que no es otra que acrecentar y fomentar la Industria de la Construcción en Mar del Plata, centro de nuestra preocupación fundamental (Publicación del 43° aniversario del CCyA, 1978)

La filiación con el hito de creación es directa destacando la gravitación del CCyA de nuestra ciudad “colocado a la cabeza de las entidades hermanas de la Argentina”. Verbigracia, el CCyA es sinónimo de progreso, trabajo, adelanto, Mar del Plata. Todos estos preceptos fueron de alguna manera instaurados desde los años fundantes, pasemos entonces ahora a describir el contexto de gestación.

La necesidad de aunar fuerzas y defender los intereses profesionales dentro de la industria de la construcción llevó a un grupo de hombres italianos y argentinos a reunirse en asamblea con el fin de institucionalizar el gremio empresario en 1935. Éstos formaban parte de una segunda generación de constructores, dueños de pequeños y medianos emprendimientos que dominaban el mercado, evolucionando de grupos familiares de albañiles o artesanos, a empresas constructoras, de yeseros, de carpinteros, dueños de corralones, etc. También dieron continuidad a su presencia con algunos miembros de la familia obteniendo formación universitaria y siendo la primera camada de ingenieros o arquitectos de origen marplatense.

⁶ El concepto “performatividad” hace referencia a la capacidad de algunas expresiones de convertirse en acciones y transformar la realidad o el entorno. Se ha utilizado la expresión sobre todo en la lingüística con autores varios como Barthes, Austin o Derrida, sin embargo tomamos el análisis de las fiestas y el carácter performativo de los mitos de: Isambert, Francois-André, Le sens su sacre. Fete et religion populaire, París, Editions du Minuit, 1982.





Lo cierto es que el momento elegido por una decena de conocidos constructores para la primera reunión proclive a asociarse fue un 17 de julio de 1935. Este primer día de reunión resulta clave pues se toman medidas que afectaran los pasos a seguir y anuncia el perfil que terminará de contornearse en los años venideros. El edificio de la Sociedad Italiana de Socorros Mutuos “XX Settembre” se transforma en la sede fundacional y lugar de las primeras siete sesiones celebradas. Los presentes dieron el consentimiento para establecerla como sede provisoria y eligieron a la Primera Comisión Directiva (CD) por voto nominal para actuar interinamente (presidente y vice firman el acta como autoridades provisorias). Este elenco dirigencial permanece sin grandes variaciones hasta los albores de los años cincuenta donde se asiste a un recambio sobre todo en los cargos más altos, aunque siguen apareciendo “socios fundadores” en las diferentes comisiones y como “vocales”. En este sentido, a partir de estos años figuran los nombres que regirán los destinos de la institución hasta finales de los setentas donde observamos otro cambio generacional: en este caso son los hijos o familiares, en casi todos los casos, los que dirigen actualmente el CCyA.

Las figuras más resonantes del momento dentro del gremio local fundaron esta sociedad a la cual se irían integrando otros no menos importantes. El grado de representatividad de la primera hora se debe medir, había muchos constructores y subcontratistas que siguieron trabajando a la par de estos acontecimientos aunque varios de ellos elegirían formar parte en los años venideros. Se estipuló que la afiliación al CCyA fuera de manera individual (léase, personal) a través del pago de una cuota de ingreso mensual a quien tuviera matrícula sin excepción. Los llamados a formar el Centro, con indeclinable preeminencia política del de constructores, fueron los denominados sectores patronales afines o “anexos” que se encontraban dispersos en sus propias comisiones y sociedades definidos por rama de actividad: fabricantes de mosaicos, constructores

de obras sanitarias, empresarios carpinteros, herreros, yeseros, electricistas, vidrieros, pintores, cementeros, canteristas, propietarios de hornos de ladrillos, concesionarios de arena y las casas de materiales para la construcción.

Ahora bien, cómo este simple nucleamiento de constructores de chalets, que continúan trabajando, ya como empresas constructoras familiares, como contratistas de las obras mayores se convierte en una corporación gremial y una cámara empresaria local decididamente activa e interesada en el progreso de la ciudad, con personalidades del mundo de la construcción que influían en diferentes espacios políticos de la vida asociativa y la cosa pública. Más allá de lo estrictamente administrativo y organizativo que ya hemos estudiado, se fueron instituyendo ciertos preceptos y relatos de la grandiosidad de la obra emprendida a partir de un lenguaje grandilocuente desde el seno de la entidad que ha pervivido y se ha transformado en el código a seguir y respetar.

En plena década de 1930, se instala un discurso proclive a acentuar la importancia del progreso de Mar del Plata junto al turismo y la construcción, factor dinámico por excelencia de la ciudad balnearia. “Progreso”, “construcción” y “Mar del Plata” serán entonces las patas centrales de la rueda maestra de la modernización.

El CCyA de Mar del Plata viene acentuando su personería a través de su actuación en visibles y progresivas gradaciones. No es ya solamente una agrupación gremial dispuesta a la defensa de los intereses afines a su estructura orgánica, sino que trata de expandir su radio de acción espiritual, creando vinculaciones con entidades afines, y por sobre todo, robusteciendo el concepto honroso que inviste, como uno de los factores propulsivos del progreso general. Construcción en términos concretos, significa “construir”, realizar y materializar propósitos en percepciones tangibles. Construir a la vez, en términos abstractos importa sumarse





a los factores que imprimen el progreso de los pueblos. En una palabra lleva la enseña más honrosa que puede ofrecer la ejecutoria de la vida moderna: trabajo” (“La construcción marplatense”, 1938: 25).

En este sentido, los empresarios constructores se veían a sí mismos como factores dinámicos de la riqueza de la ciudad y motores de desarrollo. Durante la década de los treinta, se materializó un proyecto urbano que hacía eje en la obra pública como motor de desarrollo y de la producción con la convicción de que ello desataría otros engranajes de la economía regional. En este sentido, empíricamente los encargados de llevar adelante estos planes salían de las filas del gremio de la construcción a partir de los vínculos personales y corporativos tejidos entre sus integrantes y el poder político.

Como vemos, el CCyA nació como sinónimo de modernización y con las perspectivas de traer consigo grandes planes para la ciudad: “un destino prometedor”. Por otra parte, desde las primeras apariciones públicas de la dirigencia se insistía en los valores que encarnaba la entidad de forma individual a partir de “congregar a la gran familia de la construcción en base al trabajo y el respeto”. De este modo, cada uno de los integrantes se reunía para “encarar y resolver los grandes problemas” que afrontaban no sólo la industria sino la ciudad. Como una obra en construcción, “se implantaron los cimientos” y “el edificio moral” en los pocos años de vida a partir de la “voluntad y la fortaleza colectiva” (“La Construcción Marplatense”, 1937).

Los principios puestos en práctica desde las primeras reuniones se repetirán una y otra vez casi de forma litúrgica. Son estos años (1935-1938) los que se recordarán en cualquier crónica posterior sobre la fundación o la historia del CCyA. Ello evidencia, por un lado la importancia del contexto de creación de la cámara y la filiación que tratará de buscar, a partir de ella, toda comisión directiva hasta la actualidad. De esta mane-

ra, la formación de genealogías tiene sentido para los actores de modo de perpetuar los fines primeros que construyeron, en un sentido amplio, una ciudad para los marplatenses.

La forma de reactualizar ello se da en consonancia con la designación de “socios honorarios” (por estatuto), el minuto de silencio por la muerte de algún colega y la confección de placas de mármol que hoy podemos ver en el hall de entrada de la sede social. Existen tres planchas de esta naturaleza que rememoran tres comisiones directivas distintas que ejercieron a lo largo del siglo XX, dando muestras del deseo de inmortalización y recordatorio de los miembros de la familia que pasó por el CCyA.

Entonces, mantener la tradición supone la construcción de un tipo de autoridad especial, la “autoridad tradicional”, basada en la apelación al pasado. Su eficacia radica en que pasa inadvertida como una forma de poder ya que opera mediante restricciones discursivas (Viscakovsky, 2002:58). La memoria de este ente empresarial es construida desde el recuerdo de los grandes hombres y los grandes proyectos efectuados para la ciudad y sus habitantes. De modo, que existe una continuidad entre el pasado ejemplar y el presente dinámico donde se es protagonista. Por otro lado, la genealogía democrática, el orgullo de “construir para la eternidad”, “un equipo que tenga los mismos valores”, son imágenes representadas hoy en día.

Aspectos del discurso nativo: ¿En qué consiste su vanagloria?

Los agentes producen las interpretaciones sobre el pasado desde sus posiciones relativas en el presente con la finalidad de reforzarlas. Así, leemos concepciones nativas (colectivas) de temporalidad, evidencia, autoridad y validez como recursos interpretativos mediante los cuales se producen definiciones actuales sobre el pasado. A través de ellos se seleccionan eventos y se





postulan secuencias a las cuales se les atribuyen valores que las tornan plausibles (Viscakovsky, 2004). Nos viene a la mente la metáfora del mito como “máquinas de suprimir el tiempo” de Lévi-Strauss, en el sentido que también aquí se naturalizan representaciones del pasado, presente y futuro. Ello nos permite pensar en la generación de un “mito de origen” en condiciones sociales definidas que se refuerza de forma escrita y en diversas celebraciones.

A grandes trazos consideramos que el discurso esgrimido a lo largo de los años por el CCyA contiene elementos preponderantes que les permite todavía a los actores enarbolar la importancia de la institución de la que forman parte:

- Historia y su relación con los pioneros marplatenses
- Participación institucional en hechos históricos: actividad dinámica y compromiso ciudadano
- Humildad y comportamiento lineal (objetivo)
- Servicio a los socios y a la comunidad
- “Hogar de la familia trabajadora”: valores que encarna
- Genealogía inmanente
- Apoliticismo

Estos tópicos aparecen de manera recurrente tanto en las consideraciones escritas como en los testimonios de los sujetos. La identidad por la que se vela parece ser una constante a partir de los elementos nombrados. No se trata, entonces, de la veracidad o no de estas postulaciones sino en la significancia que tiene para los actores repetir y traer a la palestra aseveraciones que tendrían sus ejemplos en la realidad. Sin lugar a dudas, el interés por el pasado es un asunto de poder y en una institución que se compromete por una determinada

versión del mismo adquiere demostración pública.

Otro modo de enlazar el tiempo presente con el pasado es el de referirse a los integrantes de la asociación como genealogías. Hombres de negocios y familias empresarias emparentadas por lazos de sangre pero también por cuestiones de valores del trabajo y de compromiso con el “progreso de la ciudad”. En varias ocasiones, ya desde el inicio, más que constructores de obras se autorreferencian como “constructores de modernidad y progreso” o “paladines” (como habíamos citado ya). Ello evidencia que la perspectiva que logran reproducir al interior y exterior del campo es el de un gremio cohesionado, de fuerte raigambre y consolidado que lucha por el porvenir como cualquier familia de la sociedad marplatense. Además, desde sus lugares fueron generando espacios de intervención y contribuyeron a edificar “una ciudad más abierta y más linda” (“La Construcción Marplatense”, 1940).

Ahora bien, un motivo de vanagloria es el vinculado a la perdurabilidad y a la larga historia de la cámara empresarial que ha sobrevivido a diferentes gobiernos y a las diversas fluctuaciones de la economía local y nacional. Ello ha generado voces al interior de que hablen de una continuidad a través del tiempo como si la acción empresarial no haya sufrido cambios ni matices a lo largo del siglo XX y XXI. Sobre este particular, hay un determinado lenguaje de filiación entre los actores que se centra en una historia común porque serían “plenamente conscientes de que sólo de un pasado homogéneo respecto al presente podía producirse una serie temporal continua donde el pasado guardase analogía con el presente, pudiendo cumplir funciones paradigmáticas” (Viscakovsky, 2002:308). En este caso no hubo una genealogía rota sino que se mantendría el vínculo con aquellos fundadores de origen italiano (valor trabajo), y éstos que son sus sucesores serían los encargados de llevar adelante la difícil tarea de no perder el importante legado y de inmortalizar los valores engendrados. Por eso llama mucho la atención que la corporación





actúe como una institución social más allá de su radio de injerencia.

Un lema que aparece recurrentemente es aquel inaugurado por el primer presidente de la comisión directiva en 1935: “...no es solamente una institución gremial empresaria, sino que sus fines son mucho más amplios, ya que nuestra ciudad tiene un brillante y grandioso porvenir y las construcciones han de correr paralelamente al mismo” (Libro I Acta de Asambleas, 1935). Mientras que en 1955 podemos leer de un discurso:

...Ayer ellos, hoy nosotros, mañana llegarán otros con nuevas inquietudes, transformando con su capacidad e ímpetu la obra realizada. Tal es la consigna que nos dejaron como inmensa fortuna los que un día de 1935 crearon este hogar marplatense, abierto a toda expresión de trabajo por el progreso y la convivencia creadora... (“Mar del Plata Edilicia”, 1951:1)

En la actualidad en el sitio web queda retratado así...

El CCyA ha mantenido en el tiempo la pujanza que le dio origen, a través de la cultura del trabajo y el esfuerzo con inteligencia. Constituido en Cámaras Empresarias de distintos rubros del sector, nuestra institución ha trabajado incansablemente por el desarrollo de la ciudad, esta inquietud fue, es y seguirá siendo una política fundamental de su gestión. Y ese es un compromiso para esta entidad que nunca está distante de las problemáticas de Mar del Plata porque son sus problemáticas (<http://www.centrodeconstructoresyanexos.org/>)

Una pretensión del empresariado de la construcción, nucleado en esta entidad, fue inspirar su actuación

en una vocación unánimista con la ciudad de Mar del Plata.⁷ Así, la ciudad se convirtió en fuente de riqueza para estos hábiles emprendedores que supieron sacar provecho de las óptimas condiciones que presentaba la localidad para los negocios inmobiliarios. Diacrónicamente se lee que la construcción transitó por un camino aparte, mientras otras actividades declinaban aquella seguía su ritmo por la condición especial de balneario y el arribo de turismo. Este es otro componente del mito de “ciudad feliz”, que se fue instalando a lo largo de las décadas del siglo XX en la opinión pública, como centro de oportunidades donde la “construcción” y el “progreso” son inseparables.

Visibilidad y “performatividad” del mito: Conmemoraciones y aniversarios

“House organ”⁸

Por lo que podemos observar el CCyA tuvo una vocación/esfuerzo editorial muy enérgica y dinámica a través de las diferentes “generaciones” que coincidieron en llevar a la práctica aspiraciones de corte propagandístico. La prensa oficial, que fue transformándose de acuerdo a los tiempos históricos, buscó desde el inicio cohesión al interior de la institución, una preocupación por el accionar conjunto y por los problemas de actualidad. Se apelaba al lenguaje del empresario a que forme parte activa y revalorice su identidad corporativa dando muestras de un proyecto longevo que perdurara como instrumento y eslabón del poder ya ganado en la esfera económica y pública. Asimismo, los distintos formatos tuvieron también limitaciones organizacionales y económicos o bien buscaron adaptarse a las condiciones de momento. En este plano, el viejo

7 Usamos la expresión de “unanimidad” para explicar la pretendida identidad totalizante que unía a la actividad de la construcción con la comunidad urbana donde se desenvolvía, y la ciudad de Mar del Plata. Esta proposición relegaba a un costado el carácter portuario de la localidad imponiendo un criterio único.

8 Actualmente se viene utilizando la denominación de “house organ” para hacer referencia al canal de comunicación que utilizan ciertas organizaciones o empresas como medios de llegar a sus componentes y empleados. Esto tendría el principal objetivo de optimizar la imagen de la institución y comunicarla a su personal, mientras intentaría mejorar la motivación y profundizar el sentido de pertenencia.





anhelo de tener un órgano de prensa se materializó además en números especiales y conmemorativos de la fundación del CCyA o del “día de la construcción”: dos fiestas anuales que son hitos de la sociabilidad y cultura empresaria local de lo que se dio a llamar la “familia de la construcción marplatense” hasta la actualidad. En principio, este discurso, o este mito, junto con aquellas prácticas se fueron construyendo y alimentando a través de ciertas publicaciones y números aniversarios.

Resulta perceptible el interés al interior de la institución por mantener por lo menos en sus publicaciones una historia viva, el legado de los fundadores y el reconocimiento de las familias que dieron su paso en el “hogar de la construcción marplatense” (refiriéndose a la sede social). Estas ediciones que han cubierto el siglo XX son utilizadas como fuentes históricas en varios trabajos académicos, creemos que antes se deben elucidar toda esta serie de elementos que han generado un mito o una “historia sagrada” alrededor del tema. En el año 2015, la institución cumple ochenta años de existencia donde se sacará, seguramente, un nuevo canal propagandístico conmemorando el acto.

Los volúmenes presentados dieron una gran importancia a la historia de la cámara empresaria resaltando el vínculo directo con el progreso y el devenir urbano de Mar del Plata. Desde los sucesivos formatos de revista (“La Construcción Marplatense” 1937-1947; “Mar del Plata Edilicia” 1951-1952; “Construcción Marplatense” 1968-1974; y, “La Construcción Marplatense” 1988-1990) junto a los numerables boletines informativos, pasando por anuarios, revista del cincuentenario y los recursos informáticos del 50° y 75° aniversario (CD con fotos y videos) se quiso reconstruir el perfil de un gremio asociado a grandes personas del ámbito local que dieron todo por su ciudad. En este sentido, la vocación con la comunidad y la solidaridad social habría caracterizado a la entidad con la creación de una asociación mutual, un jardín de niños y una conducta de respeto a través del tiempo.

Este conjunto tuvo la intención de sintetizar el accionar del CCyA como “fuerza viva” de la realidad urbana y en compromiso con el avance socioeconómico. En sus páginas o recursos cinematográficos se da un pantallazo del momento de fundación (con fotos y actas) para brincar siempre al periodo de publicación dejando de lado el tiempo recorrido hasta ese hito. Esto es, hay una mirada al pasado autorreferencial desde las comisiones directivas contemporáneas con los primeros realizadores. Así desde 1955 (1957), 1985 (50° aniversario), 2005 (70° aniversario) o 2010 (75° aniversario) se salta hacia 1935 (año de fundación) sin más mostrando la filiación con estos grupos y la continuidad de proyecciones, valores como la humildad y la honestidad sostenidos corporativamente. Entonces...

La creación de secuencias de eventos o narrativas sobre el pasado se funda en narrativas anteriores que operan como esquemas de interpretación a priori, narrativas maestras o paradigmas. Esta función es posible debido a que para los agentes el pasado guarda una conexión analógica con el presente, con el fin de asegurar una continuidad que lo legitime. Estas operaciones actualizan el pasado y desafían su reproducción estereotípica al producir nuevas versiones emergentes de condiciones contextuales específicas (Visacovsky, 2002:135)

Cada formato muestra mojonos que son tomados por una memoria colectiva de la institución para ser repetidos. Quizás trascender esto sobrepasaría los propósitos puestos por los mismos actores a la hora de producirlos. Figuran en todos sponsors, empresas y firmas más reconocidas dentro del campo empresarial a nivel local concentrando intereses varios y auspiciando cada evento. Con esto queremos sostener el carácter ostentoso del cariz editorial de este tipo de trabajos que llama la atención en épocas de bonanza financiera pero también en la coyuntura de caída de las variables económicas generales y, en particular, de la actividad de





la construcción.

Las fiestas: espacios de sociabilidad política y cultural

La Antropología ve la fiesta como un fenómeno cultural, es decir, como la expresión y manifestación de la forma de producir, de reproducirse, de organizarse socialmente y de reproducir las condiciones ideológicas de la producción social por parte de un grupo humano. Es un rito que se enmarca dentro de lo que podemos llamar herramientas simbólicas de construcción de la vida colectiva. En este sentido, la fiesta refuerza la solidaridad grupal y resuelve cíclicamente los conflictos desintegradores y los peligros de desorden clasificatorio. Desde esta perspectiva, la fiesta puede ser analizada como ritual iniciático -roles y status-, ritual identitario -expresión de la identidad del grupo donde la comunidad se muestra a sí mismo, a los invitados, a los forasteros representando sus orígenes y sus mitos- y ritual performativo -como rito realizativo, actualizador de la memoria colectiva, de las formas de cohesión social y de las pautas o modelos de comportamiento cultural- (Martínez Montoya, 2004).

Para insertarnos en nuestro objeto de estudio nos parece necesario rescatar las últimas dos dimensiones con el fin de elucidar ciertas claves de funcionamiento y el carácter performativo del mito. Observamos que la realización de fiestas, como símbolo de una “colectividad”, por parte de la entidad empresarial a lo largo de los años conlleva toda una preparación y organización en la mente de sus promotores. De este modo, observamos que finalmente en este tipo de fiestas es el ámbito donde se actualiza la historia del grupo en el que se instruye pertenencia y permanencia de los miembros creando identidad y ritualizando ciertas prácticas propias de lo que podríamos llamar un “ethos empresarial”. Pasemos entonces a describir, de forma sucinta, los modos en que se llevaron a cabo este tipo de festividades: recordemos que eran de dos tipos.

Las celebraciones anuales cumplían similar función que el denominado “house organ” pero con otro cariz, materializadas en “cenas de camaradería” más íntimas (julio o setiembre) casi como efemérides y la “fiesta anual de la construcción” de carácter masivo (noviembre) donde la institución se lucía y ponía a prueba su vida cultural a tono con los contactos y relaciones políticas. Estamos en presencia, entonces, de dos tipos distintos de fiestas que se fueron desarrollando a través de los años con mayor o menor continuidad, una realizada a mitad de año y otra hacia finales.

Con respecto a la primera, las reuniones de camaradería fueron las más frecuentes entre los asociados ya que demandaban escasa preparación y presupuesto. En general, concurrían decenas de afiliados (la comisión directiva no podía faltar) haciendo del festejo un encuentro cordial y amistoso entre empresarios constructores y contratistas. Es más, muchas veces se constituían contratos por trabajos mediante acuerdos de palabra en la reunión misma. Por las descripciones en actas, notas en boletines y diversos testimonios, podemos evidenciar que estas reuniones íntimas servían para cohesionar a los integrantes de la institución, integrar a los socios que no participaban directamente en las decisiones, fraternizar con los dirigentes en un ambiente cálido e informal, crear y mantener un sentido de pertenencia entre todos, reproducir una identidad particular, recordar a los socios extintos, despertar interés por la función gremial y social del CCyA, etc.

Una vez inaugurada la sede social definitiva en 1945, se la quiso convertir no sólo en el centro de las funciones específicas para los servicios que demandara la cámara empresarial sino también en la “casa de la construcción marplatense” y en el “hogar de la familia de la construcción”. De ahí que se haya utilizado aquel espacio no sólo para los almuerzos y cenas de socios a los que hacíamos referencia sino que fue contando con otros atractivos para la vida social de los empresarios: cancha de bochas, bar y buffet, parrilla y quincho, salón de actos





y de muestra de materiales, biblioteca. Numerosas reuniones de otras instituciones de la ciudad se llevaron a cabo dentro del inmueble perteneciente al CCyA.

Si pensamos en el “día de la construcción” sin dudas es el mojón que más reunió esfuerzos de las sucesivas comisiones directivas y las subcomisiones de trabajo para celebrar y lucir el lugar ganado dentro de la economía y sociedad marplatense. Si bien hubo años en que no se realizó, por motivos de las constantes crisis económicas que afrontaba el país, la alternativa elegida fue la publicación en las páginas centrales de los diarios locales de una reseña institucional con comentarios sobre su historia y las perspectivas en la industria de la construcción.

La grandilocuencia del festejo fue madurando acorde a la inserción de la corporación en el ámbito político regional, a la cantidad de socios y la capacidad administrativa para volcar parte de los fondos sociales a la realización del importante acontecimiento. En los primeros años de vida, las reuniones se fueron celebrando en importantes restaurantes y hoteles familiares donde concurrían asociados, comerciantes, el periodismo local, algunos bancarios, dirigentes de entidades y pocas autoridades. Empero, con el correr del tiempo también se invitaría a la familia del socio (mujer e hijos) y personas influyentes del ámbito local a fiestas de gran dinámica (sorteos, bandas de música, pista de baile, relatores y animadores, elección de la reina y princesas de la construcción, entre otros) en los salones más selectos (Hotel Provincial, Hotel Hermitage o Golf Club).⁹

Traigamos un ejemplo a la palestra, el presidente manifestaba en reunión con de la Subcomisión de Fiestas:¹⁰

La fiesta debe realizarse en un salón de categoría, por entender que se trataba de una reunión anual de camaradería y no debían escatimar esfuerzos para que la familia de la construcción quedara satisfecha. Debiera invitarse a las autoridades representativas de la ciudad gerentes de bancos, personalidades de la municipalidad, obras sanitarias, de manera que la institución demuestre su jerarquía, no debemos permitir que paulatinamente vayamos perdiendo el concepto logrado a través de muchos años de lucha, por el contrario la institución debe aumentar su ya consolidado prestigio y ello será posible gracias al esfuerzo mancomunado de todos (CCyA-Acta de Asamblea 992, 1967)

Ya concretado el festejo, el vicepresidente declara ante sus colegas “podemos sentirnos satisfechos espiritualmente de haber congregado a la familia de la construcción en una noche de sana expansión” (CCyA-Acta de Asamblea 1024, 1968)

Se puede entrever que las fiestas permitían descargar tensiones propias del mundo de los negocios y los nerviosismos del funcionamiento de la competencia empresarial dentro de la industria de la construcción. Al poder compartir un espacio de diversión y recreación, sin ataduras, podían convivir tanto grandes, medianos como pequeños empresarios con sus familias en un ambiente que se prestaba para el intercambio. Sin embargo, la propia disposición de las mesas y los invitados (sobre todo en el “día de la construcción”) hacía que se proyectara/reproduzca una determinada forma de distribución social dentro de la institución: la cabecera estaba formada por presidente, secretario y alguna autoridad junto a socios honorarios; no obstante, la pista de baile era el lugar donde se circulaba libremente. Por otro lado, la confección de la lista de

9 Las diversas crónicas hablan de que a la fiesta de la construcción concurrían alrededor de 300 personas.

10 Comisión de trabajo formada cada año junto con las de “Asuntos gremiales”, “Asuntos municipales”, “Prensa y cultura”, “Hacienda y finanzas”, “Relaciones”. Cabe aclarar que las denominaciones de estos auténticos grupos de trabajo casi no fueron variando a lo largo de la historia de la institución. La supervivencia de la subcomisión de fiestas nos demuestra la importancia que revistieron las celebraciones y conmemoraciones para la corporación.





asistentes aseguraba el control de quien sería parte o no de la celebración. De esta manera, la fiesta es el terreno de realización de la cultura empresarial y de traducción de un “ethos” particular: “asociados y familiares testimoniaron su adhesión a nuestra institución” (CCyA-Memoria y balance, 1979).

Los organizadores se aseguraban que los concurrentes estuvieran bien atendidos con un buen servicio gastronómico, que garantizaba el lugar o el servicio contratado, y buen entretenimiento. Un tiempo importantísimo de la fiesta es el destinado al consumo, a veces en exceso, de comida y bebida. Un testimonio oral recabado en una celebración actual nos dice: “Los constructores siempre fuimos famosos por el buen asado, el buen vino y las chicas”. En resumen, son todos ritmos que marcan el compás de la fiesta que celebra a la “familia de la construcción”: este es un lema característico desde los primeros años de constitución de la entidad, de forma muy amplia engloba desde el discurso a los hombres solos (asociados) que asisten a las fiestas, sus familias y hasta a los obreros de la industria como jefes de familia. Y, como “la construcción es la industria madre de la ciudad de Mar del Plata”, la “familia de la construcción” adquiere un tono totalizador al ser desde sus entrañas no solo una “familia” típica de la ciudad sino “la familia marplatense”.¹¹

Sin lugar a dudas, junto con aquellas publicaciones que analizamos *supra* notamos en la práctica un claro esfuerzo por hacer del festejo una demostración pública del poder de la industria de la construcción y de su principal ente empresarial. Desde allí se nutre de la participación de las autoridades políticas y de sus vínculos con el Estado (intendente, gobernador y presidente) y las asociaciones más prominentes (Bolsa de Comercio, Colegio de Abogados, Rotary Club, UCIP, Asociación Italiana de Socorros Mutuos, Cámara Argentina de la Construcción, Consejo Empresario, Ingenieros, Diario “La Capital”, en-

tre otros) seguido de un homenaje a la trayectoria o recordación de antiguos socios (minuto de silencio o voto de aplausos), cena protocolar, acto en cementerio de la Loma o en vía pública y colocación de placas conmemorativas. Estos importantes números se repartían entre los asistentes a esta cadena de festejos (que fueron madurando a través de los años pero en general se mantiene), a entidades afines y a las dependencias municipales para hacer circular y legitimar lo actuado.

Proyectos institucionales e instrumentos de propaganda

Junto con las fiestas y las revistas ya mencionadas existieron otros instrumentos que dieron visibilidad a la institución y contribuyeron a reproducir un “mito” en torno a la industria de la construcción dentro de la ciudad en general, y a los constructores, en especial. Nos referiremos brevemente a ellos en el presente apartado a fin de aportar elementos para estudiar y analizar el discurso corporativo.

Si bien existieron diferentes sucesos que se encaminaron a ampliar el radio de acción de la entidad dentro del contexto urbano local, sobre finales de la década de 1960 acudimos a notables esfuerzos de la comisión dirigente de llevar el nombre del CCyA hacia nuevos cauces. Si bien este anhelo no era nuevo, ya que la sociedad patronal se erigió con estos preceptos, los proyectos ahora pensados dan muestras del interés tácito por actuar en la vida pública y demostrar la filiación natural entre la industria que representa y el progreso, no sólo edilicio, de Mar del Plata. Así, el propósito de realizar un cortometraje documental sobre la ciudad en 1969 constituía un verdadero “blasón para la institución” y para la ciudad de modo de “mostrar la condición eminentemente turística, su extraordinaria fisonomía edilicia y su brillante porvenir” (CCyA-Memoria y Balance, 1969). El nombre de la película, “Vertical Mar

11 La categoría nativa “familia” tiene un contenido particular en relación a la comunidad marplatense.





del Plata”, devino del contexto de boom de las construcciones en altura desde la década anterior y hacía referencia al cambio de rostro en el plano urbano e inmobiliario. Con la colaboración de la Dirección Municipal de Turismo y la sociedad que la filmó se estrenó en el Cine Ocean Rex para iniciar su gira de exhibiciones por las salas del país.¹²

Otro de los proyectos materializados y visibles comprendió la elaboración de una carroza con el logo oficial en la fiesta del mar e inauguración de la temporada de verano en 1970: la Dirección Municipal de Turismo invitó a la institución a que sea parte del desfile anual aportando una carroza que represente a la industria de la construcción, la cual se financió con la contribución voluntaria de los asociados. El mismo ente estatal le otorgó el segundo premio a la carroza del CCyA en la que desfilaron la reina y princesas de la construcción.

Indudablemente, quedan sin referir otros planes similares donde la entidad intervino en el terreno público y privado. Sin embargo, dados los propósitos de este artículo haremos mención a una gran obra no solo de infraestructura sino de organización en la que también se quiso poner sobre el tapete la grandilocuencia de la gestión privada del CCyA. La materialización de ocho “Expo Construcciones” hasta la fecha desde la década de los noventa consolidó a la corporación en una de las patas centrales de la política de la ciudad. Se trató de una serie de ferias industriales con la distribución de stands de múltiples empresas e instituciones ligadas a la industria de la construcción. Se hizo exhibición técnica a partir de una plaza de equipos y máquinas en la que el público y los interesados pudieron apreciar los avances producidos en el rubro y un gran espacio vinculado a los desarrollos inmobiliarios de alta gama buscando el interés de los inversores nacionales e internacionales. Esta idea ya había estado latente entre el grupo diri-

gente cuarenta años atrás cuando se hizo la exposición industrial de la provincia de Buenos Aires “Mar del Plata 58” en 1958 y en otras realizadas durante la década de 1970.

Conclusiones

Indudablemente, a lo largo de la historia las corporaciones empresarias han construido sus propios discursos al interior y al exterior de su campo de acción. Ello ha seguido diferentes modalidades, empero con objetivos similares al pretender legitimar su intervención pública y política en la sociedad en que se desarrollan. El artículo ha puesto el foco de atención en la industria de la construcción a través de un análisis micro de los empresarios del sector en una ciudad de la provincia de Bs As, donde la actividad resultó una de las ruedas maestras de su economía.

Las representaciones sociales compartidas por muchos argentinos relacionan a Mar del Plata con el turismo y la pesca. Este imaginario colectivo contrasta con el cariz y el discurso que ha propuesto el Centro de Constructores y Anexos donde ocupa un rol central la relación construcción/ turismo ubicando, tal vez, en segundo plano la identificación pesquera con que se relaciona a la ciudad. Si bien ha proliferado el primer matiz hacia el exterior, creemos que al interior de la comunidad marplatense ha terminado por imponerse el segundo. Esto puede explicarse por diversos modos, quizá se ha reverenciado lo estrictamente urbano (centro de la ciudad) por ser el ámbito de las transacciones comerciales e inmobiliarias más importantes para los actores del rubro. Otro tanto podría tener que ver con la historia de la marginación del barrio del puerto a nivel étnico, cultural, social y económico dentro de la colectividad urbana.

12 El contrato lo firmó el CCyA con la empresa Dúo (Mario David y Luis María Sobrón) y a partir del año 1970 salió en varias salas cinematográficas del país. Apoyaron la iniciativa importantes firmas inmobiliarias y empresarios de la construcción, aunque el nombre del CCyA no salió formalmente, la misma fue patrocinada por motivos comerciales por la Dirección Municipal de Turismo.





No obstante, un punto central para seguir repensando el problema se vincula al contexto histórico mismo de producción de estos discursos: la coyuntura de modernización donde se originó la cámara empresarial estuvo versada en torno al radio céntrico, donde el puerto aparecía casi más allá de la frontera con su propia lógica y desarrollo; por otro lado, el contexto de “boom” de la actividad durante las décadas de 1950 y 1970 tuvo lugar exclusivamente en el casco tradicional ligado estrechamente al “turismo masivo” y a la “ciudad feliz”. También debemos tener en cuenta el mercado de tierras urbano en cuanto a que preferentemente los lotes más valorizables y valorados, podría agregarse de especulación, no son característicamente los cercanos al puerto.

Diacrónicamente, la entidad que hemos estudiado fue reproduciendo un determinado relato fundante que se ha convertido ya en “historia sagrada”. Ello ha seguido determinados procesos de memoria colectiva, y de los actores, fortaleciendo la identidad institucional y potencializando líneas concretas de acción empresarial y política. Sin dudas, el mito construido ha sido efectivo y exitoso para los actores ya que sus elencos dirigenciales han podido reproducir una historia lineal sin sobresaltos ni conflictos.

Vimos algunos hitos donde tratamos de entrever el contexto de creación de una “historia sagrada” de la institución que estudiamos, desde los primeros años de fundación, y cómo en distintos ámbitos se fue reproduciendo y hasta enalteciendo a lo largo de los años con aportes de unos cuantos dirigentes y personas relacionadas. Cabe aclarar, en ningún momento se trató de desechar o criticar los diferentes componentes del discurso empresarial sino complejizar su análisis a través de variables e instrumentos propios de las ciencias sociales. Así, se intentaron extraer determinados elementos de lo que propusimos llamar “mito” para ser analizados históricamente, de modo de entender y profundizar sobre las condiciones de producción de valores,

ideas, proyectos y objetivos de la corporación empresarial. Tampoco lo pensamos de forma organicista entreviendo decisiones personales y esfuerzos colectivos con sus alcances, éxitos y limitaciones.

Si hablamos de un “comportamiento lineal”, la propia acción de los staff durante ochenta años ha variado y sufrido altibajos. Lo mismo pasa con las actividades oficiales que han apoyado orgánicamente y las tensiones internas a la hora de elegir las comisiones directivas o de trabajo. Por su parte, el apoyo explícito a cada gobierno y proceso político (de hecho o de facto) ha permitido también su supervivencia en el espacio público durante tantos años y hecho realidad viejas aspiraciones. En torno a la “familia”, toda corporación se ve y se muestra como una familia con propósitos evidentes de trascender dentro de la sociedad local pero con ansias de despegue hacia cauces ilimitados para convertir a la institución en la insignia del sudeste bonaerense. Este grupo familiar (nos referimos a las “generaciones al mando”), creemos, han permanecido en el poder logrando recambios herméticos pues se repartían los cargos entre los protagonistas. De ahí, que las elecciones democráticas que patrocinaban tuvieran límites prácticos en torno a la sucesión de líderes.

Para finalizar, la vocación unanimista del CCyA con el progreso urbano resulta el símbolo subyacente de una entidad que brega por los intereses económicos de los empresarios del sector acorde a los negocios inmobiliarios, empero ello también acarrea una serie de elementos culturales que pueden ser analizados históricamente y que hemos tratado de evidenciar. Sin embargo, el supuesto relato estático puede ser desarmado y contrastado con la realidad de su propio desarrollo. En este sentido, varios de los elementos esgrimidos en el discurso propio se deben morigerar y discutir el momento histórico/ contexto eventual donde se han vociferado.





Referencias bibliográficas

- CLIFFORD, J. (1995) Sobre la autoridad etnográfica. En: Dilemas de la cultura, Barcelona: Gedisa.
- CRUZ, J. C. (1971) Sentido antropológico del mito. Anuario Filosófico, 4, 31-84. Disponible en la web: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/1846>
- GEERTZ, C. (1997) “Estar allí. La antropología y la escena de la escritura” y “El yo testifical. Los hijos de Malinowski”. En: El antropólogo como autor, Barcelona: Paidós.
- GIL, G. (2006) Controles etnográficos y expertos en el campo: cuando los “nativos nos leen”. En Cuadernos del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano, 20: 129-148.
- GUBER, R. (2002) “El cabecita negra” o las categorías de la investigación etnográfica en la Argentina, en Sergio Visacovsky y R. Guber (comps.) Historias y estilos de trabajo de campo en la Argentina, Bs As: Antropofagia
- HOBBSAWM, E. (2002) Introducción: La invención de las tradiciones. En Eric Hobsbawm y Terence Ranger (eds.) La invención de la tradición, Barcelona: Crítica.
- ISAMBERT, F. (1982) Le sens su sacre. Fete et religion populaire, París: Editions du Minuit.
- LEVI-STRAUSS, C. (1986) Cuando el mito se convierte en Historia. En: Mito y significado, Bs As: Alianza Editorial
- MARTÍNEZ MONTOYA, J. (2004) La fiesta patronal como ritual performativo, iniciático e identitario. Univ. de Deusto/Deustuko Unib. Fac. de Filosofía y CC. de la Unibertsitateen Etorbidea, 24. 48007 Bilbao. BIBLID [I 137-439X, 26; 347-367]. Disponible en la web: <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/26/26347367.pdf>
- NEIBURG, F. (1995) El 17 de octubre de 1945: un análisis del mito de origen del peronismo. En: Juan Carlos Torre (comp.) El 17 de octubre de 1945, Bs As: Ariel.
- VISACOVSKY, S. (2002) La genealogía rota y La genealogía restaurada. En: El Lanús. Memoria y política en la construcción de una tradición psiquiátrica y psicoanalítica argentina, Bs As: Alianza
- VISACOVSKY, S. (2004) Entre lo evidentemente sucedido y lo posiblemente experimentado: para una reconciliación entre historia, memoria social y análisis narrativo”. En Entrepasados. Revista de Historia, XIII, 26,
- VISACOVSKY, S. (2005) El temor de escribir sobre historias sagradas. Memoria social, moralidad política y audiencias nativas en la Argentina. En: Sabina Frederic y German Soprano (comps.) Cultura y política en etnografías sobre la Argentina, Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial
- WALLERSTEIN, Immanuel. (2005) La antropología, la sociología y otras ciencias dudosas. Las incertidumbres del saber. En: pp. 141-173. Barcelona: Gedisa.

