The top half of the cover features several abstract, three-dimensional geometric shapes, possibly representing houses or buildings, rendered in a style reminiscent of Piet Mondrian's 'De Stijl' movement. The shapes are composed of flat, colored planes in shades of red, white, grey, and blue, set against a dark, muted green background. One large shape is centrally located, with a smaller one to its right and another partially visible on the right edge. The overall effect is one of floating, geometric forms.

**PIERRE
BOURDIEU
LAS ESTRUCTURAS
SOCIALES DE
LA ECONOMÍA**



PIERRE BOURDIEU

**LAS ESTRUCTURAS
SOCIALES
DE LA ECONOMÍA**

MANANTIAL
Buenos Aires

Título original: *Les structures sociales de l'économie*
Éditions du Seuil
© Éditions du Seuil, mayo de 2000

Esta obra fue publicada con el apoyo del Ministerio
de Asuntos Extranjeros y del Servicio Cultural
de la Embajada de Francia en la Argentina

Traducción: Horacio Pons

Diseño de tapa: Estudio R

cultura Libre

Hecho el depósito que marca la ley 11.723
Impreso en la Argentina

© 2001, Ediciones Manantial SRL
Avda. de Mayo 1365, 6° piso,
(1085) Buenos Aires, Argentina
Telefax: 54 11 4383-7350/4383-6059
E-mail: info@emanantial.com.ar
www.emanantial.com.ar

ISBN: 987-500-059-0

Primera edición, 2001
Primera reimpresión, 2002

Impreso en mayo del 2002 en Talleres Gráficos Leograf SRL,
Rucci 408, Valentín Alsina, Argentina

Derechos reservados
Prohibida su reproducción total o parcial

Para Jérôme

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	13
I. El mercado de la casa	29
1. Disposiciones de los agentes y estructura del campo de producción.....	35
Anexos	93
I. Entrevistas	93
II. Cuadros estadísticos.....	101
III. El salón de la casa individual.....	105
2. El Estado y la construcción del mercado.....	107
Anexos	141
I. Análisis de las correspondencias múltiples.....	141
II. Fuentes.....	142
3. El campo de los poderes locales.....	145
Anexos	161
Entrevistas: tres puntos de vista sobre el campo local.....	161
4. Un contrato bajo coacción.....	169
Anexos	197
I. El instructivo y su uso.....	197
II. Dos entrevistas.....	202

Conclusión. Los fundamentos de la miseria pequeñoburguesa.....	207
Anexos	215
Índice de siglas	215
II. Principios de una antropología económica	219
Anexos.....	249
El campo de la empresa: un estudio de caso	249
Post scriptum. Del campo nacional al campo internacional	253
Índice de documentos y cuadros	263
Índice de nombres	265
Índice de conceptos	267

*While economics is about how people make
choices, sociology is about how they don't
have any choice to make.*

BERTRAND RUSSELL

Introducción

*Hacen falta siglos de cultura para
producir un utilitarista como Stuart Mill.*

HENRI BERGSON

La ciencia que llamamos “economía” descansa en una abstracción originaria, consistente en disociar una categoría particular de prácticas –o una dimensión particular de cualquier práctica– del orden social en que está inmersa toda práctica humana. Esta inmersión, algunos de cuyos aspectos o efectos encontramos al hablar, tras los pasos de Karl Polanyi, de “*embeddedness*”, obliga –aun cuando, por las necesidades del conocimiento, estemos constreñidos a tratarla de otro modo– a pensar cualquier práctica, empezando por aquella que se da, de la manera más evidente y más estricta, por “económica”, como un “hecho social total”, en el sentido de Marcel Mauss.

Lo cual significa decir que los estudios específicos que, hace casi cuarenta años, realicé en Argelia sobre la lógica de la economía del honor y la “buena fe” o sobre los determinantes económicos y culturales de las prácticas de ahorro, crédito e inversión, o bien –a mediados de la década de 1960–, con Luc Boltanski y Jean-Claude Chamboredon, sobre la banca y su clientela, e incluso los más recientes, con Salah Bouhedja, Rosine Christin, Claire Givry y Monique de Saint-Martin, acerca de la producción y la comercialización de casas individuales, se distinguen de la economía en su forma más común en dos aspectos esenciales: en cada caso, intentan poner en juego el conjunto de los saberes disponibles sobre las diferentes dimensiones del orden social, esto es –y los menciono desordenadamente–, la familia, el Estado, la escuela, los sindicatos, las asociaciones, etc. –y no sólo la banca, la empresa y el mercado–; y se dotan de un sistema de conceptos que, forjado con vistas a explicar los datos de la observación, podría presentarse como una teoría alternativa para comprender la acción económica: el concepto de *habitus*, originado en el esfuerzo por dar razón de las prácticas de hombres y mujeres que se ven en medio de un cosmos económico extra-

ño y extranjero, importado e impuesto por la colonización, con una preparación cultural y disposiciones —en especial económicas— adquiridas en un universo precapitalista; el concepto de *capital cultural* que, elaborado y llevado a la práctica más o menos en el mismo momento en que Gary Becker ponía en circulación la noción de “capital humano”, difusa y vaga, y pesadamente recargada de presupuestos inaceptables desde un punto de vista sociológico, aspiraba a dar cuenta de diferencias en otras circunstancias inexplicables en los rendimientos escolares de niños desigualmente dotados en el plano cultural y, en términos más generales, en toda clase de prácticas culturales o económicas; el concepto de *capital social* que yo había elaborado, desde mis primeros trabajos de etnología en Cabilia o en Béarn, para explicar diferencias residuales ligadas, *grosso modo*, a los recursos que pueden reunirse, por procuración, a través de las redes de “relaciones” más o menos numerosas y ricas, y que, a menudo asociado hoy al nombre de James Coleman, responsable de su lanzamiento en el mercado extremadamente protegido de la sociología norteamericana, se utiliza con frecuencia para corregir, por medio del efecto de las “*social networks*”, las implicaciones del modelo dominante;¹ el concepto de *capital simbólico*, que tuve que construir para dar razón de la lógica de la economía del honor y la “buena fe”, y que pude precisar y afinar en, por y para el análisis de la economía de los bienes simbólicos, y muy en especial de las obras de arte; por último, y sobre todo, la noción de *campo*, que tuvo cierto éxito, en una forma inconexa y a menudo un poco lavada, en la “*New Economic Sociology*”.² La introducción de estas nociones no es más que un aspecto de un cambio más global de lenguaje (marcado, por ejemplo, por la sustitución del léxico de la decisión por el de la disposición o del adjetivo “racional” por “razonable”), que es indispensable para expresar una visión de la acción radicalmente diferente de la que funda, de manera las más de las veces implícita, la teoría neoclásica.

Al recurrir a conceptos que se elaboraron y se pusieron en juego en relación con objetos tan diversos como las prácticas rituales, las conductas económicas, la educación, el arte o la literatura, no querría que pareciese que hago un sacrificio a esa especie de anexionismo reduccionista, ignorante de las especificidades y los particularismos propios de cada microcosmos social, al que hoy se entregan cada vez más ciertos economistas, convencidos de que es posible contentarse con los conceptos más generales del pensamiento económico más depurado para analizar, al margen de cualquier referencia a los trabajos de los historiadores o de los etnólogos, realidades sociales tan complejas como la familia, los intercambios generacionales, la corrupción o el matrimonio. Mientras que por mi parte me inspiré, en realidad, en una convicción totalmente opuesta: puesto que el mundo social está presente en su totalidad en cada acción “económica”, es preciso dotarse de instrumentos de conocimiento que, lejos de poner entre paréntesis la multidimensionalidad y la multifuncionalidad de las prácticas, permi-

tan construir *modelos históricos* capaces de dar razón con rigor y parsimonia de las acciones e instituciones económicas, tal como se presentan a la observación empírica. Esto, desde luego, al precio de una puesta en suspenso anterior de la adhesión a las evidencias y las nociones previas de sentido común. Como lo atestiguan tantos modelos deductivos de los economistas que son meras formalizaciones y formulaciones matemáticas de una intuición de sentido común, esta ruptura acaso nunca sea tan difícil como cuando lo que se trata de poner en entredicho está inscripto, como los principios de las prácticas económicas, en las rutinas más triviales de la experiencia corriente.

Sólo podría dar una idea del trabajo de conversión que es necesario para romper con la visión primera de las prácticas económicas evocando la larga serie de asombros, sorpresas y desconciertos que me llevaron a *experimental* de manera completamente sensible el carácter contingente de tantas conductas que son el pan cotidiano de nuestra vida: el cálculo de costos y beneficios, el préstamo con interés, el ahorro, el crédito, la reserva, la inversión e incluso el trabajo. Recuerdo haber pasado horas acosando con preguntas a un campesino cabile que trataba de explicarme una forma tradicional de préstamo de ganado, porque no se me había ocurrido que el prestamista, contra toda razón “económica”, podía sentirse obligado con el prestatario en nombre de la idea de que éste garantizaba el mantenimiento de un animal que, de todos modos, habría que alimentar. También me acuerdo de la suma de pequeñas observaciones de apariencia anecdótica o de comprobaciones estadísticas que tuve que acumular antes de comprender poco a poco que, como todo el mundo, yo tenía una filosofía implícita del trabajo, fundada sobre la equivalencia de éste y el dinero: la conducta juzgada extremadamente escandalosa del albañil que, al retorno de una prolongada estadía en Francia, pidió que se añadiera a su salario una suma correspondiente al precio de la comida ofrecida al término de las obras y en la que se había negado a participar, o el hecho de que, para una cantidad de horas o días de trabajo objetivamente idénticos, los campesinos de las regiones del sur de Argelia, menos afectadas por la emigración, se consideraran de buena gana más ocupados que los cabiles, más propensos por su parte a juzgarse sin trabajo o desocupados. Algunas de las personas que yo observaba, en especial los cabiles, estaban *descubriendo* esa filosofía que para mí (y para todos mis iguales) iba de suyo, y se apartaban laboriosamente de una visión, que me resultaba muy difícil de pensar, de la actividad como *ocupación social*.³ Recuerdo también haber sentido una especie de estupefacción divertida ante la historia extraordinaria de esos niños de Lowestoft, en Inglaterra, que —como lo informaron los diarios del 29 de octubre de 1959— habían creado un seguro contra castigos que preveía que, por cada paliza, el asegurado recibiría cuatro chelines, y que, frente a ciertos abusos, llegaban al extremo de establecer una cláusula complementaria por la cual “la sociedad no era responsable de los accidentes voluntarios”.

A falta de esas “predisposiciones” que los escolares espontáneamente stuart-millianos de Lowestoft habían mamado en la cuna, los agentes económicos que yo observaba en la Argelia de la década de 1960 debían aprender o, más exactamente, *reinventar* con mayor o menor éxito según sus recursos económicos y culturales, todo lo que la teoría económica considera (al menos tácitamente) como un dato, es decir, como un don innato, universal e inscripto en la naturaleza humana: la idea del trabajo como actividad que procura un ingreso monetario en oposición a la mera ocupación conforme a la división tradicional de las actividades o al intercambio tradicional de servicios; la posibilidad misma de la transacción impersonal entre desconocidos, ligada a la situación del mercado, en oposición a todos los intercambios de la economía de la “buena fe”, como la llaman los cabiles, entre parientes y familiares o entre desconocidos, pero “domesticados”, por decirlo así, por el aval de allegados e intermediarios capaces de limitar y conjurar los riesgos inherentes al mercado; la noción de inversión a largo plazo, en oposición a la práctica de la reserva o la mera previsión inscrita en la unidad directamente experimentada de los ciclos productivos; la concepción moderna, con la que ya estamos tan familiarizados que olvidamos que fue el motivo de interminables debates ético jurídicos, del préstamo a interés y la idea misma de contrato, con sus vencimientos estrictos, hasta entonces desconocidos, y sus cláusulas formales, que ocupó gradualmente el lugar del intercambio de honor entre hombres de honor, que excluía el cálculo y la búsqueda de ganancia y obedecía a una preocupación aguda por la equidad, etc. Otras tantas innovaciones parciales, pero que se transforman en sistema porque echan raíces en una representación del futuro como lugar de posibilidades abiertas y que justifican el cálculo.⁴

De ese modo yo podía verificar, como si se tratara de una situación experimental, que hay condiciones económicas y culturales de la conversión de la visión del mundo que se exige a aquellos que, dotados de disposiciones modeladas por el universo precapitalista, se ven arrojados al cosmos económico importado e impuesto por la colonización. Sólo una forma muy particular de etnocentrismo, disfrazada de universalismo, puede inducir a atribuir universalmente a los agentes la aptitud del comportamiento económico racional, y suprimir así la cuestión de las condiciones económicas y culturales del acceso a esa aptitud (erigida de tal modo en norma) y, al mismo tiempo, la de la acción indispensable si se pretende universalizar dichas condiciones. En efecto, sólo si se rompe de manera radical con el prejuicio antigenético de una llamada ciencia pura, es decir, fundamentalmente deshistorizada y deshistorizante, por estar basada (como la teoría saussuriana de la lengua) en una puesta entre paréntesis inicial de todo el arraigo social de las prácticas económicas, se puede devolver a su verdad de instituciones históricas realidades sociales cuya aparente evidencia ratifica y consagra la teoría económica.

Todo lo que la ciencia económica postula como un dato, vale decir, el conjunto de las disposiciones del agente económico que fundan la ilusión de la universalidad ahistórica de las categorías y conceptos utilizados por esta ciencia, es en efecto el producto paradójico de una larga historia colectiva reproducida sin cesar en las historias individuales, de la que sólo puede dar razón el análisis histórico: por haberlas inscripto *paralelamente* en estructuras sociales y estructuras cognitivas, en esquemas prácticos de pensamiento, percepción y acción, la historia confirió a las instituciones cuya teoría ahistórica pretende hacer la economía, su aspecto de evidencia natural y universal; y lo hizo en especial por medio de la *amnesia de la génesis* que propicia, tanto en ese ámbito como en otros, el acuerdo inmediato entre lo “subjetivo” y lo “objetivo”, entre las disposiciones y las posiciones, entre las previsiones (o las esperanzas) y las posibilidades.

Contra la visión ahistórica de la ciencia económica, entonces, hay que reconstruir por un lado la génesis de las disposiciones económicas del agente económico, y muy en especial de sus gustos, sus necesidades, sus propensiones o sus aptitudes (para el cálculo, el ahorro o el trabajo mismo) y, por el otro, la génesis del propio campo económico; es decir, hacer la historia del proceso de diferenciación y autonomización que conduce a la constitución de ese juego específico: el campo económico como cosmos que obedece a sus propias leyes y otorga por ello una validez (limitada) a la autonomización radical que lleva a cabo la teoría pura al erigir la esfera económica en universo separado. Sólo muy progresivamente la esfera de los intercambios mercantiles llegó a separarse de los demás dominios de la existencia y afirmó su *nomos* específico, el enunciado por la tautología “negocios son negocios”; sólo muy progresivamente las transacciones económicas dejaron de concebirse según el modelo de los intercambios domésticos, gobernadas por lo tanto por las obligaciones familiares (“en los negocios no hay sentimientos”) o sociales; y sólo muy progresivamente el cálculo de las ganancias individuales, y por ende el interés económico, se impuso como principio de visión dominante, si no exclusivo, contra la represión colectivamente aplicada y controlada de las inclinaciones calculadoras que se asociaba a la economía doméstica.

La palabra “conversión”, que puede parecer impropia o excesiva, se impone si se advierte que el universo en el que los recién llegados deben entrar también es – y en la misma medida que aquél del que salen – un universo de creencia: paradójicamente, el universo de la razón echa sus raíces en una visión del mundo que, si bien asigna un lugar central al principio de razón (o, si se prefiere, de economía), no tiene la razón por principio. La observación de las conversiones forzadas –a menudo muy costosas y dolorosas– que los recién llegados a la economía propiamente económica deben realizar bajo la presión de la necesidad, permite sin duda hacerse una idea aproximada de lo que ocurrió en los orígenes

del capitalismo, cuando se inventaron las disposiciones al mismo tiempo que se instituía poco a poco el campo en el cual iban a cumplirse. El *espíritu de cálculo*, que no interviene en absoluto en la capacidad –sin duda universal– de someter los comportamientos a la razón calculadora, se impone poco a poco, en todos los ámbitos de la práctica, contra la lógica de la economía doméstica, fundada sobre la represión o, mejor, la negación del cálculo: negarse a calcular en los intercambios entre familiares es negarse a obedecer el principio de economía, como aptitud y propensión a “economizar” o “hacer economías” (de esfuerzo, de pena y luego de trabajo, de tiempo, de dinero, etc.), negativa que, a la larga, puede indudablemente favorecer una especie de atrofia de la inclinación y la aptitud para el cálculo. Mientras que la familia proporcionaba el modelo de todos los intercambios, incluidos los que consideramos como “económicos”, la economía, constituida en lo sucesivo como tal, reconocida como tal, con sus propios principios y su propia lógica –la del cálculo, la ganancia, etc.–, pretende ahora, para gran escándalo del padre cabile a quien su hijo reclama un salario, convertirse en el principio de todas las prácticas y de todos los intercambios, aun los producidos en el seno de la familia. De esa inversión de la tabla de valores nació la economía tal como la conocemos. (Y que ciertos economistas particularmente intrépidos, como Gary Becker, no hacen más que seguir en su movimiento, del que su pensamiento mismo es el producto impensado, cuando aplican a la familia, el matrimonio o el arte modelos construidos según el postulado de la racionalidad calculadora.)

En una especie de autoconfesión, la sociedad capitalista deja de “pagarse a sí misma con la falsa moneda de su sueño”, sueño de desinterés, generosidad, gratitud: al tomar nota, en cierto modo, del hecho de que tiene una economía, erige en económicos los actos de producción, intercambio o explotación, reconociendo explícitamente como tales los fines económicos con respecto a los cuales se orientaban desde siempre. La revolución ética a cuyo término la economía pudo constituirse *en cuanto tal*, en la objetividad de un universo separado, regido por sus propias leyes, las del cálculo interesado y la competencia sin límites por la ganancia, encuentra su expresión en la teoría económica “pura” que registra, al inscribirlos tácitamente en el principio de su construcción de objeto, el corte social y la abstracción práctica cuyo producto es el cosmos económico.

Paradójicamente, ese proceso es en sí mismo indisoluble de una nueva forma de represión y negación de la economía y lo económico que se instituye con el surgimiento de todos los campos de producción cultural fundados sobre la represión de sus condiciones económicas y sociales de posibilidad.⁵ En efecto, sólo al precio de una ruptura que tiende a rebajarlos al mundo inferior de la economía –la que hemos visto que se constituyó despojando los actos y las relaciones de producción de su aspecto propiamente simbólico–, los diferentes universos de producción simbólica pudieron afirmarse como microcosmos cerrados y

separados, donde se realizan acciones íntegramente simbólicas, puras y desinteresadas (desde el punto de vista de la economía económica). La emergencia de esos universos que, como los mundos escolásticos, ofrecen posiciones en las que podemos sentirnos con argumentos para aprehender el mundo como un espectáculo, de lejos y desde arriba, y organizarlo como un conjunto únicamente destinado al conocimiento, va a la par con la invención de una visión escolástica del mundo que tiene una de sus expresiones más perfectas en el mito del *homo oeconomicus* y la *rational action theory*, forma paradigmática de la ilusión escolástica que lleva al científico a poner su pensamiento pensante en la cabeza de los agentes actuantes y a situar en el principio de las prácticas de éstos —es decir, en su “conciencia”— sus propias representaciones espontáneas o elaboradas o, peor aun, los modelos que tuvo que construir para dar razón de sus prácticas.

Numerosos observadores, alertados en particular por economistas especialmente clarividentes, como Maurice Allais,⁶ comprobaron que existe una distancia sistemática entre los modelos teóricos y las prácticas concretas, y diversos trabajos de economía experimental (no siempre liberados del error escolástico) mostraron que, en muchas situaciones, los agentes toman decisiones sistemáticamente diferentes de las que pueden preverse a partir del modelo económico, sea por ejemplo que no intervengan en los juegos de acuerdo con las predicciones de la teoría de los juegos, sea que apelen a estrategias “prácticas”, sea que se preocupen por actuar de conformidad con su sentido de la justeza o la justicia y por ser tratados de la misma forma. Esta discrepancia empíricamente verificada no es más que el reflejo de la distancia estructural, que analicé desde mis primeros trabajos de etnólogo, entre la lógica del pensamiento escolástico y la lógica práctica o, según la fórmula de Marx referida a Hegel que no me canso de citar, “entre las cosas de la lógica y la lógica de las cosas”. Es indudable, en efecto, que las disposiciones y los esquemas modelados por la inmersión en un campo que, como el económico, se distingue de los demás en varios aspectos y en especial por un grado excepcional de “racionalización formal”,⁷ pueden engendrar prácticas que se revelan conformes (al menos burdamente) a la racionalidad, sin que pueda suponerse pese a ello que siempre tienen la razón por principio. Es cierto que las sanciones se imponen en ellas sin miramientos ni equívocos (así, para designar un veredicto brutal y sin atenuantes, se habla de “pagar verdaderamente su falta”)* y que las conductas pueden aspirar abiertamente, sin pasar por cínicas u oportunistas, a la búsqueda de la maximización de la ganancia individual. El interés económico, al que se tiende a reducir erróneamente cualquier clase de interés, no es sino la forma específica que asume la inversión en el campo econó-

* La expresión entre comillas es en el original “*vérité des prix*”, literalmente “la verdad de los precios”, donde *prix* tiene el sentido de castigo (n. del t.).

mico cuando éste es aprehendido por agentes dotados de disposiciones y creencias adecuadas, por haberse adquirido en y por una experiencia precoz y prolongada de sus regularidades y su necesidad. Las disposiciones económicas más fundamentales, necesidades, preferencias, propensiones, no son exógenas, esto es, dependientes de una naturaleza humana universal, sino *endógenas* y dependientes de una historia, que es la misma del cosmos económico en que se exigen y recompensan. Vale decir que, contra la distinción canónica entre los fines y los medios, el campo impone a todos, pero en *grados diversos según su posición y sus capacidades económicas*, no sólo los medios “razonables”, sino los fines –a saber, el enriquecimiento individual– de la acción económica.

La *economía de las prácticas económicas*, esa razón inmanente a las prácticas, no tiene su principio en “decisiones” de la voluntad y la conciencia racionales o en determinaciones mecánicas originadas en poderes exteriores, sino en las disposiciones adquiridas por medio de los aprendizajes asociados a una prolongada confrontación con las regularidades del campo; esas disposiciones son capaces de generar, incluso al margen de cualquier cálculo consciente, conductas y hasta previsiones que más vale llamar *razonables* que *racionales*, aun cuando su conformidad con las estimaciones del cálculo nos incline a pensarlas y tratarlas como productos de la razón calculadora. La observación muestra que, aun en ese universo en que los medios y los fines de la acción y su relación se llevan a un grado muy alto de explicitación, los agentes se orientan en función de intuiciones y previsiones del sentido práctico, que muchas veces deja implícito lo esencial y, a partir de la experiencia adquirida en la práctica, se embarca en estrategias “prácticas”, en el doble sentido de implícitas, no teóricas, y cómodas, adaptadas a las exigencias y urgencias de la acción.⁸

(Debido a que la lógica “económica” del interés y el cálculo es indisociable de la constitución del cosmos económico en que se genera, el cálculo estrictamente utilitarista no puede dar completa razón de prácticas que permanecen sumergidas en lo no-económico; y no puede explicar, en particular, lo que hace posible el objeto del cálculo, es decir, la formación del valor con referencia al cual hay motivo para calcular o –lo que es igual– la producción de lo que llamo la *illusio*, la creencia fundamental en el valor de las apuestas y del juego mismo. Esto se ve con claridad en el caso de campos como el religioso o el artístico, en que los mecanismos sociales de producción de interés no “económicos” –en el sentido restringido– obedecen a leyes que no son las del campo económico: podrán plegarse localmente al principio de economía –con el recurso, por ejemplo, al molino de plegarias* o la aplicación del *do ut des* a los intercambios con

* En el budismo tibetano, cilindro que contiene cintas de papel cubiertas con mantras. Al hacerlo girar, se obtienen los beneficios atribuidos a la repetición de esas fórmulas (n. del t.).

las potencias sobrenaturales— sin que quepa esperar comprender su funcionamiento, ni siquiera de manera muy parcial, a partir de ese único principio. Del mismo modo, todos los cálculos del mundo relacionados con los que se realizan en el mercado del arte —o, *a fortiori*, el universo de la ciencia e incluso la burocracia— no harán que avancemos un centímetro en la comprensión de los mecanismos que constituyen la obra de arte como un valor susceptible de ser objeto de cálculos y transacciones económicas. No sucede de otra manera, aunque aquí las cosas se vean con mucho menos claridad, en el campo económico: en efecto, si hacemos a un lado ciertas situaciones históricas —como las que pude observar en Argelia— o algunas condiciones sociales relativamente extraordinarias —por ejemplo la de los adolescentes de extracción obrera que, por haber adquirido, a raíz de su paso por la institución escolar, aun cuando haya sido desafortunado, disposiciones menos estrictamente ajustadas que las de sus mayores a las posiciones probables, pudieron recurrir a medios diversos para escapar a la mera reproducción—, todo coadyuva a hacer olvidar el carácter socialmente construido y por lo tanto arbitrario y artificial de la inversión en el juego y las apuestas económicas; de hecho, el principio último del empeño en el trabajo, la carrera o la búsqueda de la ganancia se sitúa más allá o más acá del cálculo y la razón calculadora, en las profundidades oscuras de un *habitus* históricamente constituido que hace que, salvo algún suceso extraordinario, nos levantemos cada mañana sin discusiones para ir a trabajar, como lo hicimos ayer y lo haremos mañana.)

El “*scholastic bias*”, tal como acabo de describirlo, no es sin duda el único principio de las distorsiones que afectan hoy la ciencia económica. A diferencia de la sociología, ciencia paria, siempre sospechosa de compromisos políticos, de la que los poderosos, en el mejor de los casos, no esperan otra cosa que saberes subalternos y un poco auxiliares de manipulación o legitimación, y que por ello está menos expuesta que otras a demandas susceptibles de amenazar su independencia, la economía es cada vez más una ciencia de Estado, que por esa razón está recorrida por el pensamiento estatal: constantemente habitada por las preocupaciones normativas de una ciencia aplicada, se consagra a responder políticamente a demandas políticas, a la vez que se defiende de cualquier implicación política mediante la altura ostentosa de sus construcciones formales, de preferencia matemáticas.

De ello se deduce que, entre la teoría económica en su forma más pura, es decir la más formalizada, que nunca es tan neutral como quiere creerlo y hacerlo creer, y las políticas que se ponen en práctica en su nombre o se legitiman por su intermedio, se interponen agentes e instituciones que están impregnados de todos los presupuestos heredados de la inmersión en un mundo económico particular, originado en una historia social singular. La economía neoliberal, cuya lógica tiende hoy a imponerse en todo el mundo por conducto de instancias in-

ternacionales como el Banco Mundial o el FMI y los gobiernos a los cuales éstos dictan, directa o indirectamente, sus principios de “gobernanca” [*“gouvernance”*],⁹ debe unas cuantas de sus características, presuntamente universales, al hecho de estar inmersa, *embedded*, en una sociedad particular, es decir, arraigada en un sistema de creencias y de valores, un *ethos* y una visión moral del mundo; en síntesis, un *sentido común económico* ligado, como tal, a las estructuras sociales y cognitivas de un orden social particular. Y la teoría económica neoclásica toma de esta economía particular sus presupuestos fundamentales, que formaliza y racionaliza, para erigirlos así en fundamentos de un modelo universal.

Este modelo se apoya en dos postulados (que sus defensores tienen por proposiciones demostradas): la economía es un dominio separado, gobernado por leyes naturales y universales que los gobiernos no deben contrariar con intervenciones intempestivas; el mercado es el medio óptimo de organizar la producción y los intercambios de manera eficaz y equitativa en las sociedades democráticas. Se trata de la universalización de un caso particular, el de los Estados Unidos de Norteamérica, caracterizado, en lo fundamental, por la debilidad del Estado que, ya reducido al mínimo, fue sistemáticamente minado por la revolución conservadora ultraliberal, como consecuencia de la cual surgen diversas características típicas: una política orientada hacia la retirada o la abstención del Estado en materia económica, la transferencia (o la subcontratación) de los “servicios públicos” al sector privado y la conversión de bienes públicos como la salud, la vivienda, la seguridad, la educación y la cultura —libros, películas, televisión y radio— en bienes comerciales, y de los usuarios en clientes; la renuncia, ligada a la reducción de la capacidad de intervención en la economía, a la facultad de igualar las oportunidades y hacer retroceder la desigualdad (que tiende a aumentar de manera desmesurada), en nombre de la vieja tradición liberal de la *self help* (heredada de la creencia calvinista en que Dios ayuda a quienes se ayudan a sí mismos) y de la exaltación conservadora de la responsabilidad individual (que lleva, por ejemplo, a achacar la desocupación o el fracaso económico en primer lugar a los mismos individuos y no al orden social, y que alienta a delegar a niveles inferiores de autoridad, región, ciudad, etc., las funciones de asistencia social); la desaparición de la visión hegeliano durkheimiana del Estado como instancia colectiva con la misión de actuar como conciencia y voluntad colectiva, responsable de las decisiones concordantes con el interés general, y de contribuir a favorecer el fortalecimiento de la solidaridad.

Además, es indudable que la sociedad norteamericana llevó al límite extremo el desarrollo y la generalización del “espíritu del capitalismo”, producto de una revolución ética de la que Max Weber había encontrado una encarnación paradigmática en Benjamin Franklin, y su exaltación del incremento del capital convertido en “deber”; y también el culto del individuo y del “individualismo”, fundamento de todo el pensamiento económico neoliberal, que es uno de los pi-

lares de la *doxa* sobre la cual, según Dorothy Ross, se construyeron las ciencias sociales norteamericanas;¹⁰ o, siempre de acuerdo con Ross, la exaltación del dinamismo y la plasticidad del orden social estadounidense que, en oposición a la rigidez y el temor al riesgo de las sociedades europeas, induce a vincular la eficacia y la productividad a una vigorosa flexibilidad (contrapuesta a las coacciones asociadas a una fuerte seguridad social) e incluso a hacer de la *inseguridad social* un principio positivo de organización colectiva, capaz de producir agentes económicos más eficaces y productivos.¹¹

Vale decir que, entre todas las características de las sociedades en que está “inmerso” el orden económico, las más importantes para las sociedades contemporáneas son la forma y la fuerza de su tradición estatal, de las que no se puede hacer abstracción, como ciertos políticos apremiados y apresurados, sin exponerse a proponer como avances progresistas medidas preñadas de terribles regresiones momentáneamente invisibles pero, a plazo más o menos largo, completamente ineluctables. Un poco a la manera de los políticos y los altos funcionarios franceses que, al imponer en la década de 1970, sin duda con toda buena fe, una nueva política de ayuda a la vivienda inspirada por una visión neoliberal de la economía y la sociedad, no sabían que preparaban los conflictos y los dramas que debían oponer perdurablemente a los habitantes de los grandes complejos colectivos abandonados por sus ocupantes más favorecidos, contra los residentes de los chalets pequeñoburgueses.¹²

El Estado es la culminación y el producto de un lento proceso de acumulación y concentración de diferentes tipos de capital: capital de fuerza física, policial o militar (que la definición weberiana evoca al hablar del “monopolio de la violencia—física—legítima”); capital económico, necesario entre otras cosas para asegurar el financiamiento de la fuerza física; capital cultural o informacional, acumulado en la forma, por ejemplo, de estadísticas, pero también de instrumentos de conocimiento dotados de validez universal en los límites de su incumbencia, como los pesos, las medidas, los mapas y los catastros; por último, capital simbólico. De tal modo, el Estado está en condiciones de ejercer una influencia determinante sobre el funcionamiento del campo económico (como también en los demás, aunque en menor grado). En especial, porque la unificación del mercado de bienes económicos (y también de bienes simbólicos, de los que el mercado de intercambios matrimoniales es una dimensión) acompañó la construcción del Estado y la concentración de los diferentes tipos de capital que éste llevó a cabo. Esto equivale a decir que el campo económico está habitado más que cualquier otro por el Estado, que contribuye en todo momento a su existencia y persistencia, pero también a la estructura de relaciones de fuerza que lo caracteriza. Cosa que hace, especialmente, por medio de las diferentes “políticas” más o menos circunstanciales que lleva a la práctica de manera coyuntural (por ejemplo, las “políticas de la familia”, que mediante las leyes sucesorias, la polí-

tica fiscal, las asignaciones familiares y la asistencia social actúan sobre el consumo —en especial de casas— y los niveles de vida) y, más profundamente, a través de los efectos estructurales que ejercen las leyes presupuestarias, los gastos de infraestructura, en especial en el ámbito de los transportes, la energía, la vivienda, las telecomunicaciones, la (des)fiscalización de la inversión, el control de los medios de pago y de crédito, la formación de la mano de obra y la regulación de la inmigración, la definición y la imposición de las reglas del juego económico, como el contrato de trabajo: otras tantas intervenciones políticas que hacen del campo burocrático un estimulador macroeconómico que contribuye a asegurar la estabilidad y la previsibilidad del campo económico.

De tal modo, se advierte a las claras que la inmersión de la economía en lo social es tal que, por legítimas que sean las abstracciones operadas en función de las necesidades del análisis, hay que tener nitidamente presente que el verdadero objeto de una verdadera economía de las prácticas no es, en última instancia, otra cosa que la economía de las condiciones de producción y reproducción de los agentes y las instituciones de producción y reproducción económica, cultural y social, es decir, el objeto mismo de la sociología en su definición más completa y general. La propia inmensidad de la tarea hace que debamos resignarnos a perder elegancia, parsimonia y rigor formal, es decir, a abdicar de la ambición de rivalizar con la economía más pura, sin renunciar pese a ello a proponer modelos, pero fundados en la descripción más que en la mera deducción, y capaces de ofrecer antidotos eficaces al *morbus mathematicus*, del que los pensadores de la escuela de Cambridge ya hablaban a propósito de la tentación cartesiana del pensamiento deductivo.¹³ Y darse el gusto de descubrir que algunos de los problemas que tanto desconciertan a los economistas, como la cuestión de por qué los ricos no gastan toda su fortuna antes de morir o, más simplemente, por qué los jóvenes acuden en ayuda de los viejos, o a la inversa, encuentran acaso un esbozo de solución una vez que se deja el aire enrarecido de la teoría pura.

NOTAS

1. Las estrategias que apuntan a “corregir” las insuficiencias o lagunas de un paradigma sin que jamás se lo cuestione verdaderamente —Herbert Simon al hablar de “racionalidad limitada” o Marc Granovetter al reintroducir las “*social networks*”— hacen pensar en las laboriosas construcciones por medio de las cuales Tycho Brahe se esforzaba por salvar el modelo geocéntrico de Ptolomeo contra la revolución copernicana.

2. Para un análisis de la diferencia entre el concepto de capital cultural (puesto en juego en P. Bourdieu y J.-C. Passeron, *Les Héritiers. Les étudiants et la culture* (París, Éditions de Minuit, 1964) y la noción de “capital humano”, propuesta por G. Becker, véanse P. Bourdieu, “Avenir de classe et causalité du probable”, *Revue française de Sociologie*, xv (enero-marzo de 1974), págs. 3-42, y *La Noblesse d'État. Grandes écoles et*

esprit de corps (París, Éditions de Minuit, 1989), págs. 391-392; sobre el capital social, véase “Le capital social. Notes provisoires”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 31 (enero de 1980), págs. 2-3; sobre el capital simbólico, *La Distinction. Critique sociale du jugement* (París, Éditions de Minuit, 1979) [traducción castellana: *La distinción. Análisis social del criterio selectivo*, Madrid, Taurus, 1991], *Méditations pascaliennes* (París, Éditions du Seuil, 1997) [traducción castellana: *Meditaciones pascalianas*, Barcelona, Anagrama, 1999] y, para una actualización reciente, “Scattered remarks”, *European Journal of Social Theory*, 2(3) (agosto de 1999), págs. 334-340.

3. Sobre el “descubrimiento del trabajo” pueden leerse P. Bourdieu (con A. Darbel, J.-P. Rivet y C. Seibel), *Travail et travailleurs en Algérie*, segunda parte (París-La Haya, Mouton, 1963), y P. Bourdieu y A. Sayad, *Le Déracinement. La crise de l'agriculture traditionnelle en Algérie* (París, Éditions de Minuit, 1964).

4. Sobre las condiciones económicas de acceso al cálculo económico podrán verse P. Bourdieu, *Travail et travailleurs en Algérie*, *op. cit.*, y *Algérie 60* (París, Éditions de Minuit, 1977); y sobre las condiciones culturales, podrá encontrarse una exposición del surgimiento progresivo de la *market culture*, teoría social espontánea que describe las relaciones sociales “exclusivamente en términos de mercancía e intercambios, cuando en realidad seguían implicando mucho más”, en W. Reddy, *The Rise of Market Culture. The Textile Trades and French Society, 1750-1900* (Cambridge, Cambridge University Press, 1984).

5. En P. Bourdieu, *Méditations pascaliennes*, *op. cit.*, pág. 29 *sq.* y 64 *sq.*, se encontrará un desarrollo de este análisis.

6. Cf. M. Allais, “Le comportement de l'homme rationnel devant le risque: critique des postulats et axiomes de l'école américaine”, *Econometrica*, 21 (1953), págs. 503-546.

7. Desde este punto de vista, se podría concordar con Max Weber en que la teoría de la utilidad marginal es un “hecho histórico cultural” que manifiesta ese aspecto fundamental de las sociedades contemporáneas que es la tendencia a la racionalización –formal–, correlativa en especial de la generalización de los intercambios monetarios.

8. El hecho de que prácticas que podemos calificar de *raisonables* por estar dotadas de una razón y ser *sensatas*, no tengan en su origen la razón o el cálculo racional, tiene consecuencias muy concretas: los problemas y las maneras de resolverlos son completamente diferentes de lo que lo serían si se llevaran a un estado explícito y metódico.

9. “Gobernancia” es uno de los numerosos neologismos que, producidos por los *think tanks* y otros círculos tecnocráticos y vehiculizados por los periodistas e “intelectuales” a la moda, contribuyen a la “globalización” del lenguaje y de los cerebros.

10. Cf. D. Ross, *The Origins of American Social Science* (Cambridge, Harvard University Press, 1998), y también P. Bourdieu y L. Wacquant, “Les ruses de la raison impérialiste”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 121-122 (marzo de 1998), págs. 109-118.

11. Cuando los hechos demuestran que una fuerte productividad puede asociarse a una vigorosa flexibilidad, tal como sucede en economías como la de Dinamarca, pero combinadas con sólidas garantías sociales.

12. En P. Bourdieu *et al.*, *La Misère du monde* (París, Éditions du Seuil, 1993) [traducción castellana: *La miseria del mundo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica,

1999], podrá encontrarse un análisis más profundo de las consecuencias a largo plazo de la política de la vivienda estudiada más adelante.

13. E. Cassirer, *La Philosophie des Lumières* (Brionne, Gérard Monfort, 1982), pág. 109 [traducción castellana: *Filosofía de la Ilustración*, México, Fondo de Cultura Económica, 1943].

El mercado de la casa

No hay crítica de los presupuestos de la economía ni puesta en entredicho de sus insuficiencias y sus límites que no hayan sido expresadas, aquí o allá, por tal o cual economista. Ésa es la razón por la cual, en vez de ofrecer un sacrificio, luego de tantos otros, a cuestionamientos tan ineficaces como estériles y condenados a parecer ignorantes o injustos, tuvimos que arriesgarnos a afrontar, con las armas de la ciencia social, un objeto típicamente asignado a la economía, la producción y comercialización de casas individuales, con lo que pusimos al descubierto, *como por añadidura*, una serie de cuestiones referidas a la visión antropológica que la mayor parte de los economistas introducen en su práctica.

Las decisiones económicas en materia de vivienda —tales como comprar o alquilar, comprar una unidad usada o nueva y, en este caso, una casa tradicional o una casa industrial— dependen, por un lado, de las *disposiciones* económicas (socialmente constituidas) de los agentes, en particular de sus gustos, y de los medios económicos que pueden poner a su servicio; por el otro, del *estado de la oferta* de viviendas. Pero los dos términos de la relación canónica, que la teoría económica neoclásica trata como datos incondicionados, dependen a su vez, de manera más o menos directa, de todo un conjunto de condiciones económicas y sociales producidas por la “política de la vivienda”. En efecto, especialmente por medio de todas las formas de reglamentación y de ayuda financiera destinadas a favorecer tal o cual manera de satisfacer los gustos en materia habitacional, }ayudas a los constructores o los particulares, como los préstamos, las exenciones, los créditos baratos, etc., el Estado —y quienes están en condiciones de imponer sus puntos de vista a través de él— contribuye muy vigorosamente a *producir el estado del mercado* de la vivienda, en especial cuando orienta directa o indirectamente las inversiones financieras —y también afectivas— de las dife-

rentes categorías sociales en materia habitacional. Así, cualquier medida que aspire a reducir la oferta de locaciones accesibles —mediante una restricción de los créditos concedidos a la construcción de viviendas de bajo alquiler— encauza a una parte de los posibles locatarios hacia la propiedad, que es en sí misma más o menos atractiva según la importancia de las ayudas personales y el costo del crédito. Del mismo modo, una política como la establecida por la ley de 1977 constituyó la coronación de todo un conjunto de acciones que se proponían orientar hacia la propiedad (es decir, en la intención de algunos de sus inspiradores —que asociaban la vivienda colectiva y locativa al colectivismo o el socialismo—, hacia la adhesión duradera del orden establecido y por lo tanto hacia una forma de conservadurismo) las “decisiones” de las categorías sociales menos inclinadas hasta entonces a satisfacer así su necesidad habitacional, y a hacer del acceso a la propiedad de su vivienda una forma fundamental de inversión.

{ En resumen, el mercado de las casas individuales (como cualquier mercado, aunque sin duda en grados diferentes) es el producto de una *doble construcción social*, a la que el Estado hace una contribución decisiva: construcción de la demanda, a través de la producción de las disposiciones individuales y, más precisamente, de los sistemas de preferencias individuales —en materia de propiedad o de locación especialmente— y también por medio de la asignación de los recursos necesarios, es decir, las ayudas estatales a la construcción o la vivienda definidas por leyes y reglamentos cuya génesis es igualmente posible describir; construcción de la oferta, a través de la política del Estado (o de los bancos) en materia de crédito a los constructores, que contribuye, junto con la naturaleza de los medios de producción utilizados, a definir las condiciones de acceso al mercado y, más precisamente, la posición en la estructura del campo, extremadamente disperso, de los fabricantes de casas, y por lo tanto las coacciones estructurales que pesan sobre las decisiones de cada uno de ellos en lo que se refiere a producción y publicidad. Y basta llevar un poco más adelante el trabajo de análisis para descubrir además que la demanda sólo se especifica y se define por completo en relación con un estado particular de la oferta y también de las condiciones sociales, en especial jurídicas (reglamentos en materia de construcción, permisos para construir, etc.), que le permiten satisfacerse.

Es difícil dejar de ver, sobre todo con referencia a la compra de un producto tan cargado de significación como la casa, que el “sujeto” de las acciones económicas no tiene nada de la pura conciencia sin pasado de la teoría ortodoxa y que, muy profundamente arraigadas en el pasado individual y colectivo, a través de las disposiciones que son responsables de ellas, las estrategias económicas se integran las más de las veces a un sistema complejo de estrategias de reproducción y por lo tanto están preñadas de toda la historia de lo que apuntan a perpetuar, es decir, la unidad doméstica, en sí misma consumación de un trabajo de construcción colectiva, una vez más atribuible, en una parte esencial, al Estado; tampoco

puede dejar de advertirse que, correlativamente, la decisión económica no es la de un agente económico aislado, sino la de un colectivo: grupo, familia o empresa, que funciona como campo.

El análisis, en consecuencia, debe consagrarse a describir la estructura del campo de producción y los mecanismos que determinan su funcionamiento (en lugar de conformarse con el simple registro, que exige en sí mismo una explicación, de las covariaciones estadísticas entre variables y acontecimientos) y también la estructura de la distribución de las disposiciones económicas y, más especialmente, de los gustos en materia habitacional; sin olvidar establecer, mediante un análisis histórico, las condiciones sociales de la producción de ese campo particular y de las disposiciones que en él encuentran la posibilidad de realizarse más o menos completamente.

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES DE LOS AGENTES Y ESTRUCTURA DEL CAMPO DE PRODUCCIÓN*

Muchas de las particularidades de la fabricación de viviendas, y de las relaciones que se establecen entre las empresas constructoras, son la resultante de las características específicas de ese producto en que el componente simbólico cumple un papel especialmente fuerte. En cuanto bien material que se expone a la percepción de todos (como la ropa) y de manera *duradera*, esta propiedad expresa o delata, más decisivamente que otras, el ser social de su propietario, sus “medios”, como suele decirse, pero también sus gustos, el sistema de clasificación que pone en juego en sus actos de apropiación y que, al objetivarse en bienes visibles, da pábulo a la apropiación simbólica efectuada por los otros, que son así capaces de situarlo en el espacio social al situarlo en el espacio de los gustos.¹ Es además motivo de *inversiones* a la vez económicas y afectivas particularmente importantes:² bien de consumo que, debido a su elevado costo, suscita una de las decisiones económicas más difíciles y llenas de consecuencias de todo un ciclo de vida doméstica, también es una “colocación”, es decir, un ahorro no financiero y una inversión cuyo valor se pretende conservar o aumentar, a la vez que procura satisfacciones inmediatas.³ En ese concepto, es el elemento central de un *patrimonio* del que se espera que perdure al menos tanto como su propietario e incluso que le sobreviva, en calidad de herencia transmisible.

* Para una exposición más detallada de los datos sobre los que se apoyan los análisis presentados en este capítulo, el lector puede remitirse a dos artículos aparecidos en *Actes de la recherche en sciences sociales*, 81-82 (marzo de 1990): P. Bourdieu (con la colaboración de S. Bouhedja, R. Christin y C. Givry), “Un placement de père de famille”, págs. 6-33, y P. Bourdieu y M. de Saint-Martin, “Le sens de la propriété”, págs. 52-64.

LA MITOLOGÍA DE LA “CASA”

Pero no se pueden comprender totalmente las inversiones de todo tipo de las que es objeto, en dinero, trabajo, tiempo y afectos, si no se advierte que, como lo recuerda el doble sentido de la palabra, que designa a la vez el edificio de vivienda y al conjunto de sus habitantes, la casa [*maison*] es indisoluble del *hogar* [*maisonnée*] como grupo social duradero y del proyecto colectivo de perpetuarlo. En efecto, se sabe que en ciertas tradiciones culturales, en especial campesinas o aristocráticas, la palabra “casa” remite inseparablemente a la morada material y a la familia que vivió, vive y vivirá en ella, entidad social cuya trascendencia con respecto a las personas individuales se afirma justamente en el hecho de que dispone de un patrimonio de bienes materiales y simbólicos—en especial un nombre, a menudo diferente del de sus miembros— que son transmisibles en línea directa.⁴ En muchas sociedades, la construcción de una nueva casa es, como en la antigua Cabilia, una empresa colectiva que moviliza a todo el grupo de parentesco en una prestación personal voluntaria (en especial para el transporte de las vigas), coincidente con la fundación de una nueva familia. Y aún hoy el proyecto de “construir” se asocia casi siempre al de “fundar un hogar” (o aumentarlo), edificar una casa en el sentido de “gente de la casa”, es decir, a la creación de un grupo social unido por los lazos de la alianza y el parentesco, redoblados por los de la cohabitación.⁵

Así, tratar la casa como un mero bien de capital caracterizado por una tasa determinada de amortización y su compra como una estrategia económica en el sentido restringido del término, haciendo abstracción del sistema de estrategias de reproducción de las que es un instrumento, sería despojar al producto y el acto económico—incluso sin saberlo— de todas las *propiedades históricas*, eficientes en ciertas condiciones de la historia, que deben a su inserción en un tejido histórico y que es importante inscribir en la ciencia porque están inscritas en la realidad en que está inmerso su objeto. A través de la creación de una casa se afirma tácitamente la voluntad de crear un grupo permanente, unido por relaciones sociales estables, un linaje capaz de perpetuarse perdurablemente, a la manera de la *morada*, duradera y estable, inmutable; es un proyecto o una apuesta colectiva sobre el futuro de la unidad doméstica, esto es, sobre su cohesión, su integración o, si se prefiere, sobre su capacidad de resistir la desagregación y la dispersión. Y la empresa misma consistente en elegir juntos una casa, acondicionarla, decorarla, en síntesis, de hacer de ella un “hogar” que sentimos “bien nuestro”—entre otras razones porque amamos en él los sacrificios de tiempo y trabajo que costó y también porque, en cuanto testimonio visible del éxito de un proyecto común cumplido en común, es la fuente siempre renovada de una satisfacción compartida—, es un producto de la cohesión afectiva que redobla y refuerza la cohesión afectiva.

Un análisis antropológico de las inversiones que suscita la casa también debería tomar en cuenta toda la herencia de mitologías colectivas o privadas (en especial literarias) que se le asocia y que, como veremos, la retórica publicitaria constantemente evoca, despierta y reactiva.⁶ Pero el recordatorio de los invariantes antropológicos que aún hoy asedian la representación dominante no debe inducirnos a ignorar las variaciones de la significación y la función de la casa según los medios y los momentos. El uso social de la casa como morada estable y duradera de la familia presupone la tradición de *sedentarismo* (en oposición a todas las formas de nomadismo, temporario o permanente) propia de las economías agrarias, que favorece el arraigo en el suelo y la inmutabilidad en el tiempo. Y es solidario de una visión conservadora del mundo, que valora todas las formas de arraigo (el *Heimat* y el *heimlich* que la ideología *völkisch* opone al “vagabundeo” y el desarraigo) y exalta las relaciones sociales encantadas, concebidas según el modelo de una familia integrada, de la “comunidad” (*Gemeinschaft*) agraria idealizada.

Ligada a la familia como *hogar*, a su permanencia en el tiempo, que aspira a garantizar y supone, la compra de la casa es a la vez, por lo tanto, una inversión económica —o, al menos, una forma de atesoramiento, en cuanto elemento de un patrimonio duradero y transmisible— y una inversión social, en la medida en que encierra una apuesta sobre el porvenir o, más exactamente, un *proyecto de reproducción* biológica y social. La casa es parte integrante de la familia como unidad social tendiente a asegurar su propia reproducción biológica: actúa como condición permisiva en los planes de fertilidad, y también su reproducción social: es uno de los principales medios a través de los cuales la unidad doméstica asegura la acumulación y la conservación de cierto patrimonio transmisible. De ello se deduce que las transformaciones de las tradiciones en materia de constitución o disolución de la unidad doméstica (y en particular el aumento de la frecuencia de los divorcios o la caída de la cohabitación entre generaciones diferentes) son propicias para afectar, más o menos directamente, las estrategias habitacionales, y en particular las decisiones favorables a la locación o el acceso a la propiedad.

Las disposiciones más o menos inconscientes que llevan a constituir prácticamente la casa como morada estable de un hogar permanente hacen que —sin duda por el efecto de una contaminación metonímica del continente por el contenido, del modo de producción por el producto— la mayoría de los agentes económicos tengan, en lo que se refiere a ella, una preferencia en materia de tecnología de fabricación cuyo único equivalente encontramos en algunos productos alimenticios y, en términos más generales, en todos los bienes suntuarios: asociados a un modo de producción calificado de tradicional que se concibe como una garantía no sólo de calidad técnica sino también de *autenticidad* simbólica, casi siempre se inclinan a privilegiar la casa “hecha a mano”, a la antigua, realmente o en la modalidad del símil (la “casa de albañiles”⁷ hecha con bloques de

hormigón [*parpaings*], producida según un modo de organización industrial), de propiedad individual y situada en un marco auténtica o ficticiamente campestre (loteo), y esto en detrimento de la casa industrial (o de la vivienda en un inmueble colectivo). Como lo veremos más adelante, esa necesidad habitacional socialmente constituida está particularmente desarrollada entre los consumidores más empapados en las tradiciones sucesorias que apuntan a perpetuar la casa, en especial por el privilegio otorgado al mayor de los descendientes.

Las propiedades del producto sólo se definen por completo en la relación entre sus características objetivas, tanto técnicas como formales, y los esquemas inseparablemente estéticos y éticos de los *habitus* que estructuran su percepción y apreciación, definiendo así la *demanda real* que los fabricantes deben tener en cuenta. Y las seducciones o restricciones económicas que llevan a las decisiones de compra observadas sólo se instauran como tales en la relación entre cierto estado de la oferta propuesta por el campo de producción y cierto estado de las exigencias inscriptas en las disposiciones de los compradores, así llevados a contribuir a las coacciones que padecen. En consecuencia, hay que pensar en términos absolutamente nuevos la oferta y la demanda, y su relación. En efecto, en un momento dado la *oferta* se presenta como un *espacio diferenciado y estructurado de oferentes en competencia cuyas estrategias dependen de los otros competidores* (y no como una suma agregada de oferentes independientes); y por estar estructurada (en especial debido a la intervención del Estado) puede satisfacer y explotar la *demanda*, también diferenciada y estructurada, que en parte contribuyó a crear.

Si no es falso decir que la producción produce el consumo, es porque la oferta, por el mero hecho de tender a anular todas o parte de las otras maneras posibles de satisfacer la necesidad habitacional (por ejemplo el alquiler de casas individuales), contribuye a imponer una forma particular de satisfacerla, bajo la apariencia de respetar los gustos del consumidor rey; y porque, paralelamente, las empresas capaces de organizar su actividad a fin de dar a una producción industrial en serie las apariencias de una producción artesanal de tradición sólo pueden tener éxito en la medida en que logren hacer que el consumidor pague muy caro su deseo más o menos fantasmático de una casa individual, duradera, transmisible y “hecha a mano”. (Ése es sin duda el aspecto en que el mercado de la casa participa de la lógica característica del mercado de obras de arte, en el que las preferencias se encauzan también hacia una tecnología dominada por el culto de la autenticidad de la “*manifattura*” garantizada por la firma, testimonio de que la obra ha salido de la mano del maestro, es decir, es “de mano maestra”.)

La gran eficacia de la publicidad sólo se explica porque halaga las disposiciones preexistentes para mejor explotarlas, sometiendo al consumidor a sus expectativas y exigencias bajo la apariencia de servirlos (a la inversa de una políti-

ca que se valiera de un conocimiento realista de las disposiciones para esforzarse por transformarlas o desplazarlas hacia otros objetos).⁸ Con este fin, apela a efectos que, a riesgo de escandalizar, hay que llamar “poéticos”. Como la poesía, efectivamente, y con medios muy similares, juega con las *connotaciones* del mensaje y usa sistemáticamente la facultad del lenguaje poético de evocar las experiencias vividas “propias de cada uno de los individuos, variables entre éstos y también en el mismo individuo según los momentos”.⁹ La publicidad moviliza palabras o imágenes capaces de hacer resurgir las experiencias asociadas a la casa, de las que podemos decir, sin contradecirnos, que son comunes y singulares, triviales y únicas. Son comunes por lo que deben a una tradición cultural y, en particular, a las estructuras cognitivas heredadas; por ejemplo, las que pone de relieve el análisis estructural del espacio interior de la casa o de la relación entre el espacio doméstico y el espacio público. Son únicas en lo que deben a la forma socialmente especificada que reviste, para cada uno de nosotros, el encuentro, en el transcurso de una historia singular, de las palabras y los seres domésticos.

Esto es lo que muestra con mucha claridad el análisis de su experiencia de lector de avisos inmobiliarios que propone Marc Augé.¹⁰ Al explicitar las experiencias subjetivas que los anuncios suscitan en su mente (la de un habitante de la ciudad, hombre y culto), Augé revela los mecanismos sobre los cuales se apoya el discurso publicitario (como, más en general, cualquier discurso poético) para evocar el universo de las connotaciones privadas: por un lado, la memoria encantada de las experiencias originarias, que están a la vez situadas y datadas, y son por lo tanto únicas, translocales y transhistóricas (en la medida en que cada infancia contiene también algo de todas las infancias); por el otro, el juego de las asociaciones literarias que generan la seducción de las palabras evocadoras y de las imágenes sugestivas al menos en la misma medida en que la expresan. El efecto simbólico del anuncio es el producto de una colaboración entre el autor, que abreva en su patrimonio cultural palabras e imágenes capaces de despertar en su lector experiencias únicas, y el lector, que contribuye a conferir al texto inductor el poder simbólico o, mejor, el *encanto* que ejerce sobre él: munido de todas sus experiencias anteriores del mundo corriente y también del mundo literario, el lector proyecta sobre el texto-pretexto el aura de correspondencias, resonancias y analogías que le permiten reconocerse en él; y puesto que *se reencontra*, como suele decirse, en la pequeña mitología privada del mundo doméstico que se le propone, puede hacerla suya, apropiársela dejándose poseer por ella: “El sistema de los anuncios, en suma, funciona como lo haría una trampa selectiva cuyos mecanismos sirvieran para orientar las diferentes categorías de víctimas hacia sus respectivos lugares de cautiverio”.¹¹ La magia y el encanto de las palabras participan directamente de la magia y el encanto de las cosas que evocan: el placer que el lector experimenta al habitar sus casas de palabras,

“viejos prioratos”, “antiguos molinos”, “posadas” o “casas solariegas del siglo XVIII”, no es más que una anticipación simbólica del placer de habitar, de sentirse “en casa” en un universo de cosas que es siempre indisociable del universo de las palabras necesarias para llamarlas y dominarlas; en una palabra, para *domeesticarlas*.

La casa es el objeto de toda una serie de actividades que realmente hay que calificar (con un adjetivo tomado de Ernst Cassirer) de “mitopoyéticas”, ya sean verbales, como los intercambios de palabras encantadas sobre los arreglos realizados o a realizar,¹² o prácticas, como el bricolaje, ámbito de una verdadera creación poética cuyo límite es el palacio del constructor Cheval:* esas intervenciones demiúrgicas concurren a tramsutar el simple objeto técnico, siempre neutro e impersonal, a menudo decepcionante e inadecuado, en una especie de realidad insustituible y sagrada, uno de esos *churingas* en los cuales, como en los cuadros, los álbumes o las tumbas de familia, el linaje afirma y celebra su unidad y su continuidad.¹³

EL ESPACIO DE LOS COMPRADORES Y LA GÉNESIS SOCIAL DE LAS PREFERENCIAS

Pero el análisis antropológico —o fenomenológico— de la significación de la casa corre el riesgo de hacer olvidar que, tanto en ese ámbito como en otros, las experiencias y las expectativas están diferenciadas, y de acuerdo con un principio que no es otro que la posición ocupada en el espacio social.¹⁴ El deseo mismo de posesión, en el que se cumple la representación encantada de la casa como morada, no tiene la universalidad que le atribuye tácitamente el análisis fenomenológico (o etnológico). Es muy notable el hecho de que los caminos por los que se satisface hayan sufrido una profunda mutación. En efecto, el vínculo entre la casa y la herencia, y por lo tanto la familia, se debilitó: mientras que el papel que toca a la transmisión directa de esa categoría de patrimonio que es la casa está en decadencia (entre los propietarios recientes, quienes deben su vivienda a una herencia o una donación ya no representaban en 1984 más que el 9 por ciento del total),¹⁵ la compra a crédito constituye el modo más frecuente de adquisición de la vivienda principal, y el monto promedio de los reembolsos anuales pesa cada vez más sobre el presupuesto de las familias que llegan a ser propietarias cada vez más temprano y sin esperar heredar la vivienda de sus padres, por otra parte condenada en la mayoría de los casos a la venta.

* Palacio ideal construido entre 1879 y 1912 en Hauterives, departamento de Drôme, por Ferdinand Cheval (1836-1924), llamado el Facteur Cheval (n. del t.).

A diferencia de lo que se observaba en las generaciones más antiguas, en las que casi siempre se tenía acceso a la propiedad por conducto de la herencia o gracias a una lenta acumulación de ahorros, los propietarios de las generaciones más recientes ven en ese acceso un medio de alojarse y constituir a la vez un patrimonio inmobiliario, mientras que el ahorro disminuye de manera constante (pasó del 18 por ciento en 1970 al 12 por ciento en 1987, sin la contrapartida de un incremento de los créditos familiares, que se mantuvieron estables durante el mismo período).¹⁶ Empero, más profundamente, la estadística muestra con claridad que las preferencias varían según diferentes factores: el capital económico, el capital cultural, la estructura del capital tomado en su conjunto, la trayectoria social, la edad, el estado civil, la cantidad de hijos, la posición en el ciclo de vida familiar, etc.

La inquietud de tomar en cuenta el *sistema de factores determinantes* obliga a liberarse de las limitaciones inherentes a las monografías dedicadas a poblaciones *pre-fabricadas* (los hogares de escasos recursos, los jubilados, los autoconstructores o “castores”, los nuevos adquirentes) y a huir de las simplificaciones características de las *explicaciones parciales* con que se conforman la mayoría de las veces los análisis estadísticos. Así, la encuesta que el INSEE* realiza a intervalos regulares sobre muestras importantes (29.233 hogares en 1984, 23.606 en 1978) recoge la situación de la vivienda, su evolución, el sistema de financiamiento, las principales características de los hogares, etc., pero deja escapar factores explicativos tan importantes como la trayectoria social a lo largo de varias generaciones (o por lo menos la profesión del padre); y el análisis que se propone no otorga el peso que les corresponde a factores como el capital cultural o técnico (cuando la división del trabajo entre investigadores atentos a factores o poblaciones diferentes —los adquirentes de su primera vivienda en un caso, el sector locatario en otro, etc.— no termina por impedir en los hechos las comparaciones y la síntesis).¹⁷

Del análisis secundario de un conjunto de cuadros realizados a nuestro pedido a partir de los datos producidos por la encuesta sobre la vivienda efectuada por el INSEE en 1984,¹⁸ se desprende que las posibilidades de acceder a la propiedad dependen del *volumen del capital* poseído, que actúa sin duda en calidad de condición permisiva, pero que la propensión a comprar en lugar de alquilar depende sobre todo de la *estructura de ese capital*, es decir, del peso relativo del capital económico y del capital cultural.

* Se trata del Instituto Nacional de Estadística e Investigaciones Económicas. El lector encontrará en las págs. 215-7 un índice de las siglas utilizadas en este libro, con su denominación completa y su correspondiente traducción (n. del t.).

La tasa de propietarios de una casa sólo aumenta bastante poco con el ingreso: pasa de 35,2 por ciento para la franja de ingresos más baja a 43,1 por ciento para la más alta. Al contrario, la tasa de propietarios de un departamento varía fuertemente: del 8,1 al 22,1 por ciento respectivamente. Cuando sólo se toman en cuenta las personas que se mudaron hace menos de tres años a la vivienda que ocupan en el momento de la encuesta, y no el conjunto de propietarios y locatarios, se observa que la proporción de los primeros pasa del 8,9 por ciento en 1978 entre quienes tienen los ingresos más bajos al 35,4 por ciento de quienes gozan de los ingresos más altos; la proporción de propietarios de departamentos también crece fuertemente con el monto de los ingresos.¹⁹

Todo sucede como si fuese necesario un volumen mínimo de capital económico para plantearse el proyecto de convertirse en propietario o como si, por debajo de cierto umbral, fuera demasiado osado considerar la compra de una vivienda: interrogados sobre las diferentes razones que les impiden comprar un departamento o una casa, el 45 por ciento de los empleados y el 42 por ciento de los obreros mencionan como motivo principal la falta de medios financieros, contra sólo el 24 por ciento de los integrantes de las profesiones intermedias, el personal superior y los miembros de las profesiones liberales.²⁰ El temor al endeudamiento en un contexto en que no se sabe "qué deparará el futuro" también es mencionado con más frecuencia por los empleados (15 por ciento) que por las otras categorías (8 por ciento). Por su parte, son muchos más los artesanos, comerciantes y empresarios (18 por ciento) que el personal superior y las profesiones intermedias (2 por ciento) o los obreros (1 por ciento) que indican que la inversión inmobiliaria ya no es rentable.

Todo induce a concluir, entonces, que la *estructura del capital* cumple un papel determinante en la elección entre la compra y el alquiler: en efecto, si se dejan a un lado los jubilados, las proporciones de propietarios son más elevadas en las categorías que son sensiblemente más ricas en capital económico que en capital cultural, y que dependen principalmente del primero para su reproducción, a saber, en 1984, 76,8 por ciento de los empresarios, 66,1 por ciento de los artesanos y 65 por ciento de los agricultores. Se sabe que, de manera general, las patronales industriales y comerciales invierten más que todas las demás categorías, y en todos los sentidos del término, en la *posesión de bienes materiales*: casas, automóviles de lujo. Todo permite suponer que el hecho de que estas categorías de fuerte herencia profesional dependan en gran medida de la *herencia económica* para su reproducción las predispone a pensar la vivienda como elemento de un patrimonio transmisible y a hacer de ella la *ubicación [placement] del padre de familia* por excelencia (y también, en algunos casos, una verdadera colocación [placement] especulativa).

A la inversa, la proporción de propietarios es claramente más baja en las categorías de fuerte capital cultural. Dentro del campo del poder, según una lógica ya observada en varios otros ámbitos, los empresarios, más a menudo propieta-

LA TASA DE PROPIETARIOS Y LOCATARIOS DE UNA CASA O UN DEPARTAMENTO
SEGÚN LA CATEGORÍA SOCIOPROFESIONAL DEL JEFE DE FAMILIA EN 1984

	Propietario			Locatario			Otros	Total
	C. I.	Dept.	Total	C. I.	Dept.	Total		
Agricultores	61,3	3,7	65,0	8,9	7,6	16,5	18,5	100
Obreros semicalificados	28,3	3,8	32,1	14,7	47,3	62,0	5,9	100
Obreros calificados	39,1	6,4	45,5	10,4	38,8	49,2	5,3	100
Capataces	55,3	9,3	64,6	8,9	19,8	28,7	6,7	100
Empleados de servicios	21,7	7,6	29,3	5,3	47,6	52,9	17,9	100
Obreros jubilados	47,4	7,9	55,3	8,7	25,2	33,9	10,8	100
Artesanos	54,6	11,5	66,1	6,6	22,4	29,0	4,8	100
Comerciantes	44,4	14,1	58,5	9,0	25,9	34,9	6,6	100
Artesanos y comerciantes jubilados	50,2	19,5	69,7	3,1	19,3	22,4	7,9	100
Policías	25,8	4,5	30,3	8,7	37,5	46,2	23,4	100
Empleados de comercio	21,5	6,1	27,6	5,6	57,2	62,8	9,6	100
Empleados administrativos	23,9	13,2	37,1	5,6	50,4	56,0	6,8	100
Empleados públicos	28,4	8,4	36,8	5,0	51,6	56,6	6,6	100
Empleados jubilados	39,1	13,1	52,2	4,8	34,0	38,8	9,0	100
Profesiones intermedias empresarias	36,3	15,4	51,7	6,6	35,7	42,3	6,0	100
Profesiones intermedias públicas	36,0	11,2	47,2	6,9	38,5	45,4	7,4	100
Técnicos	43,4	13,7	57,1	6,0	32,2	38,2	4,6	100
Maestros	39,8	13,8	53,6	5,2	30,5	35,7	10,8	100
Jubilados de profesiones intermedias	52,0	18,2	70,2	3,9	20,8	24,7	5,1	100
Empresarios	50,0	26,3	76,3	1,9	16,7	18,6	4,6	100
Personal superior privado	36,1	22,4	58,5	8,8	27,7	36,5	5,0	100
Ingenieros	41,8	18,3	60,1	9,7	25,4	35,1	4,8	100
Personal superior público	32,5	17,4	49,9	10,1	29,6	39,7	10,5	100
Profesores	33,9	15,8	49,7	6,5	32,7	39,2	11,1	100
Profesiones liberales	42,3	23,5	65,8	6,5	24,1	30,6	3,6	100
Profesiones artísticas	20,6	16,6	37,2	9,1	44,7	53,8	8,9	100
Personal superior jubilado	46,6	31,1	77,7	3,3	16,3	19,6	2,8	100
Otros	27,2	9,5	36,7	5,8	38,3	44,1	19,3	100
Conjunto	39,7	11,1	50,8	7,8	32,9	40,7	8,6	100

C.I.: casa individual. Dept.: departamento.

Fuente: Encuesta del INSEE, 1984. Cuadro realizado a nuestro pedido.

rios, se oponen a los profesores, las profesiones artísticas y al personal superior del sector público, con más frecuencia locatarios; en la posición intermedia se encuentran el personal superior del sector privado, los ingenieros (más próximos al personal superior público y a los profesores) y las profesiones liberales (más cercanas a los patrones). Dentro de las clases medias hallamos una estructura análoga: en un polo los artesanos y los comerciantes, más a menudo propietarios, y en el otro los maestros y las profesiones intermedias del sector público (los empleados administrativos y de las empresas son propietarios con mucho menos frecuencia que las otras categorías).

Mientras que el índice de propietarios es más o menos independiente del ingreso en las fracciones más ricas en capital económico que en capital cultural, está estrechamente ligado a él en las fracciones en que la relación entre ambos tipos de capital se invierte, de las que se sabe que recurren más que otras al crédito para financiar su acceso a la propiedad: el 88 por ciento de los empresarios con menos de cien mil francos de ingresos anuales en 1984 son propietarios de una casa, contra el 44,5 por ciento de los que ganan entre cien mil y doscientos mil francos (lo cual está ligado, sin duda, al hecho de que los empresarios con ingresos más bajos habitan más frecuentemente en comunas rurales o pequeñas aglomeraciones).²¹ Del mismo modo, entre los artesanos, la proporción de propietarios es del 56,5 por ciento para los poseedores de ingresos inferiores a los cincuenta mil francos, del 54 por ciento para quienes tienen ingresos medios y de 54,5 por ciento para los que cuentan con ingresos superiores a los cien mil francos. Los pequeños comerciantes y los agricultores con los ingresos más elevados son propietarios de sus casas en un porcentaje un poco más alto que quienes disponen de ingresos más bajos (entre los miembros de las profesiones liberales, que acumulan capital económico y capital cultural, el hecho de ser propietario o locatario de una casa o un departamento es independiente del monto de los ingresos). A la inversa, las variaciones son particularmente fuertes entre los maestros y las profesiones intermedias de la función pública: menos del 10 por ciento de los primeros de ingresos más bajos (que también son los más jóvenes) son propietarios de una casa, contra más del 60 por ciento de quienes cuentan con ingresos superiores a ciento cincuenta mil francos, y se advierten variaciones similares en las profesiones intermedias del sector público. Asimismo, entre los ingenieros y el personal superior (de los sectores público o privado), el índice de propietarios crece vigorosamente con el ingreso.

En lo que se refiere al *capital cultural*, no ejerce prácticamente ningún efecto visible sobre la tasa de propietarios dentro de cada categoría social, cualquiera sea el ingreso. De todas maneras, en las categorías inferiores parece que un mínimo de capital educativo, marcado por la posesión de un CEP o un CAP, es la condición necesaria del acceso a la propiedad (sin duda en conexión con disposiciones ascéticas señaladas también por una escasa fertilidad); la probabilidad

de ser propietario es más baja entre los obreros, los empleados, los técnicos o las profesiones intermedias carentes de títulos que entre los poseedores de un CEP o un CAP, que por su parte son más frecuentemente propietarios de sus casas que los miembros de las mismas categorías que cuentan con un BEPC o un bacherato.²²

La categoría de los poseedores de CEP o CAP permite captar los efectos de un tipo particular de capital cultural que encuentra un lugar de aplicación especialmente visible en el caso del acceso a la propiedad, el *capital técnico* (de la “persona que se da maña”), en parte adquirido en la escuela y señalado más o menos claramente por la posesión de un CAP (*cf.* anexo: “Capital técnico y disposiciones ascéticas”, pág. 97). Así, situados en la cima de la jerarquía de los trabajadores manuales, cuyas capacidades técnicas poseen, sin duda en el más alto grado de excelencia, los capataces y contra maestres²³ pueden poner los conocimientos parcialmente adquiridos en la escuela, certificados por títulos escolares como el CAP o el BEP y reforzados a lo largo de la carrera profesional, al servicio de las disposiciones ascéticas que están sin duda en el origen de su ascenso profesional y los llevan a aceptar muchos sacrificios para llegar a tener una casa levantada en parte o en su totalidad (el caso de los “castores”) por sí mismos, a menudo con la ayuda de colegas o de integrantes de sus familias.

Entre los adquirentes recientes de casas que son los primeros propietarios de las residencias que habitan, los obreros no calificados de la industria y el artesanado, los obreros calificados del sector de mantenimiento, los empleados de comercio y las profesiones intermedias de la función pública (otras tantas categorías situadas en el sector “izquierdo” del espacio social, del lado de lo “público”) son quienes más dicen (según la encuesta realizada por el INSEE en 1984) haber elegido un modelo de casa por catálogo (más del 48 por ciento en cada uno de estos grupos); los agricultores, los artesanos, los pequeños comerciantes, los empresarios y los miembros de las profesiones liberales (categorías que, para su reproducción, se apoyan en el capital económico) son los que menos utilizaron ese modo de construcción (menos del 25 por ciento en cada una de las categorías).

Se sabe, además, que la propensión a atribuir más importancia al aspecto técnico y menos al aspecto simbólico de la casa crece a medida que se desciende en la jerarquía social. El análisis de los datos procedentes de la encuesta efectuada en 1984 por el Institut français de démoscopie en una muestra representativa de 998 personas pone de relieve una oposición particularmente fuerte en lo que se refiere a las representaciones de la casa prefabricada entre los individuos situados en la cima de la jerarquía económica (los poseedores de los ingresos más elevados), social (el personal superior y los miembros de las profesiones liberales) y cultural (las personas con títulos de mayor nivel y que cursaron estudios superiores), por un lado, y quienes poseen los ingresos más bajos, son obreros o

EL MODO DE CONSTRUCCIÓN DE LA CASA (NUEVOS PROPIETARIOS)*

	Totalmente construida por uno mismo	Plano elaborado por uno mismo o por profesionales	Casa elegida por catálogo	Promotor inmobiliario	Total
Agricultores	4,2	75,8	18,3	1,7	100
Obreros semicalificados	8,4	31,8	48,1	1,7	100
Obreros calificados	9,4	34,9	43,6	12,1	100
Capataces	12,5	36,8	35,9	14,8	100
Obreros jubilados	9,9	55,5	29,2	6,3	100
Artesanos	25,5	49,3	19,7	5,4	100
Comerciantes	10,6	56,0	24,0	9,5	100
Artesanos y comerciantes jubilados	9,9	52,7	27,9	9,4	100
Policías, militares	3,6	35,7	38,8	21,9	100
Empleados de comercio	5,1	36,1	49,9	8,9	100
Empleados administrativos y de empresas	3,2	33,2	46,1	17,6	100
Empleados públicos	4,8	36,5	38,3	20,4	100
Empleados jubilados	3,3	60,0	34,9	1,8	100
Profesiones intermedias empresariales	3,2	40,7	38,6	17,4	100
Profesiones intermedias públicas	1,5	27,3	48,4	22,8	100
Técnicos	6,2	41,7	34,1	18,0	100
Maestros	4,3	52,8	26,9	16,1	100
Jubilados de profesiones intermedias	4,1	48,0	43,0	5,0	100
Empresarios	18,1	49,5	21,6	10,8	100
Personal superior privado	0,9	47,7	33,1	18,3	100
Ingenieros	5,8	39,3	32,9	21,9	100
Personal superior público	1,3	40,0	38,8	19,9	100
Profesores	8,0	47,8	25,9	18,3	100
Profesiones liberales		75,1	19,0	5,9	100
Personal superior jubilado	2,3	72,2	22,7	2,8	100
Conjunto	7,6	42,0	37,1	13,2	100

* Se excluyeron del cálculo los "no correspondientes", es decir, las familias que no son primeras propietarias de la casa.

Fuente: Encuesta del INSEE, 1984. Cuadro realizado a nuestro pedido.

están inactivos y sólo hicieron estudios primarios, por el otro.²⁴ Los primeros tienen la representación más negativa de la casa prefabricada: son los que más creen que la gente encarga ese tipo de casas porque no puede pagar una casa tradicional o para liberarse de las formalidades administrativas. Los segundos estiman con más frecuencia que puede haber buenas razones para escoger una casa prefabricada, y que quienes lo hacen gustan de las cosas modernas; creen que ese tipo de vivienda es más sólida, más fácil de personalizar. Por lo tanto, todo parece confirmar que, como se pudo observar en otros ámbitos de la práctica, los más desprovistos económica y sobre todo culturalmente adhieren —sin hacer de ello, desde luego, una verdadera toma de partido— a una estética que podríamos llamar *funcionalista*, liberada (por defecto) de las prevenciones ligadas al nivel cultural: al considerar la casa como un instrumento que debe ser cómodo, seguro, sólido, de fácil disponibilidad y eventualmente modificable, tienen de ella una visión tecnicista, reforzada por la competencia técnica que pueden poner al servicio de su transformación. Y todo hace creer que, entre los asalariados, los más atentos al interés que presentan las casas industriales y, en todo caso, los menos sensibles (relativamente) a los promotores inmobiliarios de “residencias” de nombres evocativos son los obreros calificados, los técnicos o los pequeños ingenieros, sin duda porque son quienes están más alejados de la representación dominante de la casa, sea debido a su cultura técnica, a su origen social o a las dos cosas a la vez.

El efecto del *tamaño de la aglomeración* es bien conocido. Pero lo esencial es que se especifica según el volumen y la estructura del capital poseído. La distancia entre las clases sociales aumenta cuando se pasa de las comunas rurales a las grandes aglomeraciones, tanto en lo que se refiere a ser propietario de la vivienda como a vivir en una casa individual.²⁵

Nicole Tabard muestra que las diferencias entre el personal superior o las profesiones liberales y los obreros son más acentuadas en el Essonne que en el conjunto de Francia.²⁶ La “democratización” aparente del acceso a la propiedad de una casa individual es atribuible en esencia al hecho de que los segmentos superiores de la clase obrera residen con más frecuencia en una comuna rural o, cuando lo hacen en una aglomeración, en las zonas periféricas. El análisis de la encuesta de 1984 confirma que la proporción de propietarios de casas individuales varía, dentro de cada categoría, en relación inversa con el tamaño de la comuna. Los obreros prácticamente sólo pueden tener acceso a la propiedad en los municipios rurales. Los capataces, al contrario, pueden ser dueños de casas aun en la aglomeración parisina (en una proporción del 31,6 por ciento).

De manera general, la proporción de los propietarios, siempre baja entre las personas de menos de treinta y cinco años, crece con la *edad*. Todo parece indicar que el acceso a la propiedad es cada vez más tardío a medida que se descien-

de en la jerarquía social, exceptuados los capataces, entre quienes hay un cincuenta por ciento de dueños de casas en la franja de edad de treinta a treinta y cuatro años. Así, entre los obreros no calificados los propietarios superan a los inquilinos sólo en la categoría de más de cincuenta años; el acceso a la propiedad coincide a menudo con el momento de la jubilación. En realidad, la edad misma no cobra sentido sino como un momento del *ciclo de vida doméstica*: la cuestión de la compra de una casa se plantea con un vigor particular en determinadas etapas de ese ciclo, en relación con la preocupación de “fundar una familia”, como suele decirse, esto es, en el momento de casarse o en los años siguientes, en conexión con la llegada de los hijos.

Según la encuesta del INSEE, las parejas casadas son las que más “deciden”, a cualquier edad, ser propietarias de su residencia principal y recurren para ello al préstamo (entre los nuevos adquirentes, nueve de cada diez son parejas casadas). En cambio, cuando los solteros, entre quienes a los cincuenta años se encuentran dos veces menos propietarios que entre las parejas casadas, se convierten en dueños, lo hacen sobre todo por herencia o compra al contado. La tasa de propietarios entre los divorciados también es baja; a menudo, el divorcio está acompañado por un repliegue hacia el sector locativo.²⁷

En la generación de parisinos nacidos entre 1926 y 1935, la mayoría de quienes compraron su vivienda ya habían constituido su familia antes de tener acceso a la propiedad. En el caso del personal directivo superior ese acceso se produjo en una etapa del ciclo de vida familiar anterior a la de los obreros o empleados. Al parecer, esto se debe a que los primeros son más capaces de afrontar los gastos que representan la educación de los hijos y el reembolso de los préstamos para la vivienda.²⁸ Es probable que, en las generaciones siguientes, el acceso a la propiedad, producido a una edad cada vez más temprana, haya obligado a las parejas, incluidas las de las clases populares y medias, a hacer frente a la vez a los gastos educativos y el pago de los préstamos.

La parte de los miembros de los sectores asalariados de las clases medias (empleados, personal directivo medio, pero también capataces) y de las clases acomodadas que son propietarios de una casa crece más a menudo con la cantidad de hijos a cargo. A la inversa, entre los jornaleros, los obreros semicalificados, los obreros calificados y los empleados de comercio, la relación es más compleja, dado que la propensión a adquirir una casa es indisociable de una ambición de ascenso social inseparable, a su vez, de una restricción de la fecundidad: así, se observa que en esas categorías las familias con dos hijos son propietarias de una casa con más frecuencia que quienes no los tienen, quienes sólo tienen uno y quienes tienen tres o más.²⁹

De hecho, como sucede también con el conjunto de los consumos, para explicar más completamente las diferencias verificadas en materia de vivienda no

sólo habría que tener en cuenta el volumen y la estructura del capital (que rigen la acción de factores tales como el tamaño de la aglomeración de residencia o de la familia) sino también *la evolución temporal* de esas dos características, que pueden captarse especialmente a través del origen social y geográfico y que a menudo se retraducen en los cambios de vivienda o del status de ocupación de ésta. Aunque prácticamente no existan datos estadísticos sobre los efectos del origen social (casi nunca tenido en cuenta en las encuestas), al margen de las indicaciones proporcionadas por las entrevistas, todo permite suponer que el acceso a la propiedad (las más de las veces gracias al crédito) fue principalmente cosa de los “advenedizos” que eran también “recién llegados” a la sociedad urbana, provincianos que “subían a París” o las grandes ciudades y que compraron casas en los nuevos barrios de la periferia o de los suburbios (mientras que los antiguos residentes tenían más posibilidades de vivir, muchas veces como inquilinos, en los viejos barrios del centro).³⁰

Las posibilidades de ser propietario o inquilino no son las mismas si uno es hijo o hija de padres propietarios o de padres locatarios de su residencia principal. El estudio comparativo de los locatarios y los nuevos adquirentes de propiedades de una misma generación (treinta y nueve años en el momento de la encuesta) que viven en el departamento de Alpes Marítimos pone de relieve que las hijas de propietarios tienen dos posibilidades sobre tres de convertirse en dueñas (desde los treinta y nueve años), mientras que las hijas de inquilinos tienen un poco menos de una posibilidad sobre dos.³¹ (La distribución de los hijos de propietarios y locatarios es *grosso modo* la misma.) El origen social (recogido aquí de manera indirecta y burda) contribuye sin duda a estructurar las estrategias residenciales de las familias, pero sólo a través de toda una serie de mediaciones como el tipo de aglomeración, el momento del ciclo de vida, la profesión y el origen del cónyuge, etc.

Los segmentos asalariados de las clases medias, grandes usuarios del crédito bancario, y las fracciones superiores de la clase obrera, representan una parte importante de los “accedidos” recientes a la propiedad. Según la encuesta realizada por el INSEE en 1984, los maestros, el personal superior de la función pública, los técnicos, las profesiones intermedias de los sectores público y privado y los obreros calificados son, entre todos los propietarios de casas, quienes más ocupan una casa relativamente nueva, terminada en 1975 o años posteriores. Si bien el recurso al crédito para comprar una casa es generalizado, según la encuesta mencionada alcanza su mayor frecuencia en estas mismas categorías (a las que hay que agregar a los ingenieros y los capataces) (véase el cuadro “Los «primeros propietarios» de casas en 1984”, pág. 51).

Los segmentos asalariados de las clases medias, cuando no son ya dueños de una casa, figuran también entre los que más desean llegar a serlo o, si se trata de propietarios de departamentos y contemplan la posibilidad de mudarse, los que

más afirman querer comprar una casa. Así, el acceso a la propiedad de casas experimentó su crecimiento más pronunciado en la región del espacio social definida por la primacía del capital cultural sobre el capital económico, es decir, en todas las categorías superiores (ingenieros, personal directivo superior) y medias (técnicos, personal directivo medio, empleados) de los asalariados del sector público o semipúblico (con la excepción, sin embargo, de las profesiones artísticas e intelectuales), y también en las regiones superiores de la clase obrera (capataces, obreros calificados) e incluso en un segmento no desdeñable de los obreros semicalificados y los jornaleros.

De ello se deduce que el proceso global de crecimiento de la tasa de propietarios está acompañado por una *homogeneización* de los dos sectores que se oponen en la dimensión horizontal del espacio social, es decir, desde el punto de vista de la estructura del capital: categorías que hasta entonces se inclinaban poco a hacer de la compra de su vivienda una forma fundamental de inversión y que habrían representado una clientela natural para una política orientada a propiciar la creación de vivienda públicas (casas individuales o inmuebles colectivos) destinadas al alquiler entraron, gracias al crédito y las ayudas oficiales, en la lógica de la acumulación de un patrimonio económico y dieron así un lugar, en sus estrategias de reproducción, a la transmisión directa de bienes materiales; mientras que en el mismo momento las categorías que hasta entonces sólo contaban con la herencia económica para reproducir su posición debían apoyarse en el sistema educativo para efectuar las reconversiones impuestas por los rigores de la competencia. (Estos dos movimientos complementarios y convergentes contribuyeron sin duda a reducir la distancia entre la “derecha” y la “izquierda” del espacio social y del campo político, ya que reemplazaron las diferentes oposiciones que dividían la realidad y la representación del mundo social, propiedad y locación, liberalismo y estatismo, privado y público, por oposiciones atenuadas entre formas mixtas. Lo cual significa decir, de paso, que sólo se pueden comprender las decisiones individuales, en materia política pero también económica –por ejemplo, el aumento de las inversiones en la educación o los consumos culturales–, si se toman en cuenta las estructuras objetivas y su transformación.)

En el primer período de fuerte crecimiento de la fabricación de viviendas que va desde 1950 hasta 1963-1964, el personal directivo superior y medio se volcó en gran número hacia la propiedad, mientras que la proporción de propietarios de viviendas aumentaba casi con la misma rapidez entre los obreros y los empleados (que partían de un índice más bajo) y notoriamente menos entre los miembros de las profesiones liberales y la patronal, grande o pequeña.³² Tras la baja de la etapa 1964-1968, que afecta a todas las categorías sociales pero muy especialmente a los obreros, la difusión de la propiedad recupera un ritmo relativamente acelerado (menor, sin embargo, que en la década de 1950), sobre todo entre el personal directivo superior y medio, y

LOS "PRIMEROS PROPIETARIOS" DE CASAS EN 1984

	Primer propietario	No primer propietario	Total
Agricultores	31,2	68,8	100
Obreros semicalificados	49,8	50,2	100
Obreros calificados	63,9	36,1	100
Capataces	67,6	32,4	100
Empleados de servicios	50,1	49,9	100
Obreros jubilados	33,8	66,2	100
Artesanos	59,2	40,8	100
Comerciantes	53,8	46,2	100
Artesanos y comerciantes jubilados	39,7	60,3	100
Policías, militares	62,3	37,7	100
Empleados de comercio	48,0	52,0	100
Empleados administrativos y de empresas	56,9	43,1	100
Empleados públicos	59,1	40,9	100
Empleados jubilados	38,0	62,0	100
Profesiones intermedias empresarias	63,9	36,1	100
Profesiones intermedias públicas	62,5	37,5	100
Técnicos	68,3	31,7	100
Maestros	61,7	38,3	100
Jubilados de profesiones intermedias	44,7	55,3	100
Empresarios	63,2	36,8	100
Personal superior privado	56,9	43,1	100
Ingenieros	66,6	33,4	100
Personal superior público	66,6	33,4	100
Profesores	46,0	54,0	100
Profesiones liberales	28,8	71,2	100
Profesiones artísticas	24,1	75,9	100
Personal superior jubilado	47,1	52,9	100
Otros	30,5	69,5	100
Conjunto	50,5	49,5	100

Fuente: Encuesta del INSEE, 1984. Cuadro realizado a nuestro pedido.

también entre los capataces y obreros calificados (mientras que los empleados, los obreros semicalificados y los jornaleros se mantienen en una tasa muy baja, y la patronal y los miembros de las profesiones liberales tienen entonces un crecimiento más débil que todas las demás categorías). Luego de 1974, el avance de la propiedad de viviendas vuelve a hacerse lento, en tanto que la propiedad de casas individuales se mantiene e incluso experimenta un leve crecimiento durante la década de 1980; esto sucede porque, a fines de la década anterior, llegan en masa al mercado, gracias a las nuevas formas de ayuda y de crédito, nuevos productos ofrecidos por las grandes empresas de construcción industrial o semiindustrializada e idóneos para atraer a nuevos compradores, reclutados en su mayor parte entre los obreros calificados, los empleados y el personal directivo medio.³³

La aparente democratización del acceso a la propiedad que sugiere el aumento del índice de propietarios (pasa del 35 por ciento en 1954 al 45,5 por ciento en 1973, el 46,7 por ciento en 1978, y sigue en crecimiento desde entonces, hasta llegar al 51,2 por ciento en 1984) disimula diferencias considerables según la ubicación de la vivienda (la oposición entre el residente suburbano y el de la ciudad reemplazó la que había entre este último y el habitante del campo) y según sus características mismas (comodidad, etc.) que, cuando se combinan, determinan enormes distancias en los *modos de vida* asociados al hábitat o impuestos por él. Las diferencias conciernen en principio a los costos reales, no sólo en dinero, a través del crédito, sino también *en tiempo*: en tiempo de trabajo para acondicionar la casa, por ejemplo en el caso de los capataces que dedican las noches y los domingos al “bricolaje”, en tiempo de espera para convertirse en propietario o estar “verdaderamente instalado” y por último, y sobre todo, en *tiempo de viaje* para trasladarse al trabajo.

En la región parisina, el acceso a la propiedad de la vivienda estuvo a menudo acompañado por un desplazamiento hacia el segundo cordón suburbano. Así, en la generación de las personas nacidas entre 1926 y 1935 y residentes en la región aludida, el 25 por ciento vivía en París antes de acceder a la propiedad, contra sólo el 14 por ciento luego de adquirir su vivienda. Entre quienes se marcharon de París, casi dos tercios (el 63 por ciento) añoran el barrio en que vivían y habrían preferido quedarse en él.³⁴ Los propietarios de casas lamentan cada vez más el alejamiento del centro de la ciudad (más que del lugar de trabajo). Entre 1978 y 1984, la proporción de dueños de casas individuales que se quejaban de estar lejos del centro se duplicó y más, pasando del 10 al 20 por ciento de los primeros adquirentes y del 11 al 24 por ciento de los demás propietarios, mientras que se mantenía relativamente estable entre los propietarios de departamentos (del 9 al 10 por ciento entre los nuevos adquirentes y del 7 al 10 por ciento en los otros casos).³⁵

Si bien los gastos en transporte son particularmente elevados para los propietarios de los segmentos asalariados de las clases medias y superiores, los costos en tiempo de trabajo para terminar la casa o subvenir a su mantenimiento mediante tareas diver-

EL MODO DE ACCESO A LA PROPIEDAD DE UNA CASA O UN DEPARTAMENTO

	Propietarios de casas				Propietarios de departamentos					
	Herencia	Compra al	Crédito	Otros*	Total	Herencia	Compra al	Crédito	Otros*	Total
	o donación	contado				o donación	contado			
Agricultores	37,5	22,9	38,8	0,8	100	54,1	18,3	27,6	-	100
Obreros semicalificados	13,2	13,1	71,9	1,8	100	16,1	15,2	65,2	3,5	100
Obreros calificados	7,6	4,7	84,1	3,6	100	8,2	10,3	75,7	5,8	100
Capataces	5,5	4,7	85,8	4,0	100	6,9	9,3	76,1	7,8	100
Empleados de servicios	19,4	19,0	61,7	-	100	22,2	22,3	53,1	2,4	100
Obreros jubilados	21,1	35,1	39,3	4,4	100	17,2	42,2	35,9	4,7	100
Artisanos	10,9	11,7	75,8	1,6	100	13,7	11,2	68,6	6,5	100
Comerciantes	9,5	16,1	72,7	1,8	100	25,2	16,0	53,4	5,3	100
Artesanos y comerciantes jubilados	19,5	46,2	31,3	3,0	100	20,5	49,8	28,6	1,2	100
Policías, militares	5,3	10,1	81,4	3,2	100	8,0	12,4	75,2	4,4	100
Empleados de comercio	12,1	13,8	69,7	4,4	100	11,8	35,7	52,5	-	100
Empleados administrativos y de empresas	9,4	9,0	78,3	3,3	100	7,2	11,5	78,6	2,7	100
Empleados públicos	7,4	9,8	80,8	2,0	100	14,2	8,3	74,9	2,6	100
Empleados jubilados	20,8	37,3	38,9	3,0	100	7,5	49,1	40,6	2,8	100
Profesiones intermedias empresarias	5,5	5,2	86,4	2,9	100	6,5	6,8	85,3	1,4	100
Profesiones intermedias públicas	5,7	7,1	85,1	2,1	100	7,4	10,3	78,5	3,8	100
Técnicos	4,2	3,9	87,9	4,0	100	1,8	7,4	86,0	4,7	100
Maestros	2,9	7,5	89,0	0,6	100	11,6	11,5	76,9	-	100
Jubilados de profesiones intermedias	15,8	33,1	48,9	2,2	100	7,5	40,5	48,7	3,3	100
Empresarios	3,1	11,3	83,1	2,5	100	14,2	29,5	56,3	-	100

EL MODO DE ACCESO A LA PROPIEDAD DE UNA CASA O UN DEPARTAMENTO (Continuación)

	Propietarios de casas				Propietarios de departamentos				Total
	Herencia o donación al contado	Compra	Crédito	Otros*	Herencia o donación al contado	Compra	Crédito	Otros*	
Personal superior privado	2,8	8,1	88,1	0,9	7,1	9,7	81,4	1,8	100
Ingenieros	4,4	4,7	88,9	2,0	1,5	12,8	83,3	2,3	100
Personal superior público	5,5	5,5	88,4	0,6	3,2	7,9	85,5	3,4	100
Profesores	6,8	11,4	78,3	3,5	4,1	10,8	83,2	1,9	100
Profesiones liberales	7,7	15,8	76,0	0,5	4,0	9,8	84,2	2,0	100
Profesiones artísticas	2,3	10,2	87,5	-	7,6	17,9	74,5	-	100
Personal superior jubilado	16,6	34,6	47,4	1,4	5,0	43,1	50,6	1,3	100
Otros	28,6	37,0	31,2	3,2	21,9	34,1	42,6	1,4	100
Conjunto	14,1	18,7	64,4	2,8	10,8	23,6	62,5	3,1	100

* Compra mediante pago de renta vitalicia, compra como locación de ocasión, locación-venta [leasing], locación por adjudicación.
Fuente: Encuesta del INSEE, 1984. Cuadro realizado a nuestro pedido.

sas son especialmente altos entre los obreros.³⁶ Las formas de energía consumidas en los estratos populares que viven en casas individuales son menos costosas que las de los departamentos, porque “incorporan trabajo doméstico”. En cambio, para las otras clases sociales, el gasto de energía doméstica varía de una a dos veces entre departamentos y casas individuales, y aún más en las categorías acomodadas.³⁷

Las diferencias también se refieren a las *ganancias* de uso y comercialización eventual. Las casas en propiedad son desde luego de valores muy desiguales, debido a su calidad técnica o estética y sobre todo a su ubicación: muestran muchas variaciones en espacio y comodidad; están instaladas de maneras muy diferentes y situadas a distancias muy desiguales de *los servicios públicos o privados*, educativos, culturales, comerciales, etc., y del lugar de trabajo. Así, los obreros agrícolas y los obreros no calificados de la industria y el artesanado son propietarios de las casas más pequeñas, mientras que los empresarios y los miembros de las profesiones liberales poseen las más espaciosas. En 1984, el 73 por ciento de los integrantes de las profesiones liberales y el 71,5 por ciento de los empresarios propietarios ocupaban una casa de más de ciento veinte metros cuadrados, contra el 14 por ciento de los obreros no calificados, el 16 por ciento de los obreros agrícolas y el 17,5 por ciento de los capataces propietarios. Las diferencias que separan a las distintas categorías sociales son del mismo orden si se considera la cantidad de habitaciones. En 1975, la proporción de viviendas sin confort entre las ocupadas por los obreros propietarios era 8,6 veces más alta que la correspondiente a los miembros de las profesiones liberales y el personal directivo superior del mismo status ocupacional.³⁸

Así, este análisis de los datos estadísticos permite, a despecho de los límites inherentes a su modo de recolección, trazar un primer esbozo del sistema de factores explicativos que, con importancias diferentes (que sólo podría precisar un análisis de regresión de los datos pertinentes recogidos por una encuesta especial en una misma población representativa), orientan las decisiones que los agentes económicos pueden tomar en los límites que, por un lado, asignan a sus disposiciones el estado de la oferta habitacional (ligado al funcionamiento del campo de producción) y, por el otro, los medios económicos de que disponen y que, en el mismo concepto que el estado de la oferta, dependen muy estrechamente de la “política de la vivienda”.

LA LÓGICA ESPECÍFICA DEL CAMPO DE PRODUCCIÓN³⁹

Para comprender la lógica del mercado de las casas individuales, hay que postular dos principios metodológicos de construcción del objeto que son al mismo tiempo hipótesis sobre la naturaleza misma de la realidad estudiada. En primer lugar, las relaciones objetivas que se establecen entre los diferentes constructores que compiten por la conquista de porciones de ese mercado constitu-

yen un campo de fuerzas cuya estructura en un momento dado está en el origen de las luchas que aspiran a conservarlo o transformarlo. En segundo lugar, las leyes generales de funcionamiento que valen para todos los campos y, más especialmente, para todos los campos de producción económica, se especifican según las propiedades características del producto.

Más adecuada que las nociones de “sector” o “rama” de la industria que designan corrientemente *agregados* de empresas que elaboran el mismo producto y que a veces se asimilan a un agente único orientado hacia una función común sin preguntarse sobre la homogeneidad de los conjuntos considerados ni —omisión más grave— sobre las relaciones entre sus componentes, la noción de campo permite tomar en cuenta las diferencias entre las empresas (cuya magnitud varía sin duda muy fuertemente según las “ramas”) y también las relaciones objetivas de complementariedad en la rivalidad que las unen y oponen a la vez; por lo tanto, comprender la lógica de la competencia cuyo ámbito es el campo y establecer las propiedades diferenciales que, al funcionar como *ventajas específicas*, definidas en su existencia y su eficacia mismas en relación con el campo, determinan la posición que cada empresa ocupa en el espacio de éste, vale decir, en la estructura de la distribución de esas ventajas.

Entre las propiedades específicas que hacen de la casa un producto completamente singular, lo que explica las características particulares del campo de producción, y en especial el predominio aplastante de las empresas “nacionales” (pese a la presencia de una cantidad muy pequeña de empresas internacionales) y la persistencia de pequeñas compañías artesanales junto con las grandes firmas de producción industrial, es sin duda la muy fuerte carga simbólica con que está investida y su relación determinante con el espacio. Debido a la dimensión simbólica del producto, la fabricación de casas se sitúa a medio camino entre dos formas opuestas de actividad productiva: por un lado, la de obras de arte, en que la proporción de la tarea dedicada a la fabricación del producto material es relativamente escasa y queda en manos del artista mismo, mientras que la parte objetivamente consagrada a la promoción y creación simbólica de la obra (por los críticos, los *marchands*, etc.) es mucho más importante; por el otro, la producción de bienes materiales como el petróleo, el carbón o el acero, en que el aparato de fabricación ocupa un lugar preponderante en tanto que el papel de la carga simbólica es muy débil. Estamos, desde luego, frente a un *continuum*; y podríamos señalar toda una serie de posiciones intermedias como, por ejemplo —por el lado de la producción de obras de arte—, la alta costura, actividad semiartística que ya experimenta una división del trabajo de fabricación y unas estrategias de promoción y venta bastante parecidas a las vigentes en el ámbito de la fabricación de viviendas, o bien —por el lado de la industria pesada— la fabricación de automóviles, en que la actividad de producción simbólica del producto, con el diseño, la creación de marcas, modelos, etc., ocupa un lugar más importante.

La casa es también un producto *doblemente ligado al espacio* y a un lugar del espacio: concebido como un bien inmueble, inmóvil, es una morada que, en su definición dominante, es y debe ser construida en el lugar (y no “prefabricada”); por otra parte, está contenida en la lógica de las tradiciones locales, a través de las normas arquitectónicas y técnicas impuestas por los reglamentos administrativos y sobre todo por los gustos de los compradores eventuales por los estilos regionales. Todo ello hace que puedan perpetuarse *micromercados de base local*, parcialmente apartados de la competencia general, en especial porque, al menos en las regiones rurales, aún muy intensamente apegadas a la representación tradicional de la casa, y sin duda mucho más allá, se da preferencia a los artesanos del lugar y la compra de una casa industrial —como hemos visto— no puede parecer sino como un efecto de la indigencia o una excentricidad incomprensible.

Las características particulares del producto y de las disposiciones que contribuyen a darle forma, en su realidad misma, al imponer la definición dominante de lo que debe ser, hacen que en un mercado dividido en sectores de base geográfica podamos encontrar lado a lado una pequeña cantidad de enormes sociedades industriales o semiindustriales que venden por catálogo casas que, pese a todo, sólo representaban el 10 por ciento del mercado de la casa individual en 1981, algunas grandes firmas inmobiliarias que construyen “pueblos” (al mismo tiempo que oficinas, centros comerciales y edificios de viviendas), un gran número de empresas medianas que construyen entre una veintena y varios centenares de casas por año en una o varias regiones, y una multitud de pequeñas y medianas empresas (en promedio una por cantón) que hacen algunas casas por año y a veces realizan pequeños loteos.⁴⁰

Según otra fuente, la encuesta realizada en 1983 por la UCB (Union de crédit pour le bâtiment de la Compagnie bancaire) sobre los constructores de casas, las empresas que levantaban por lo menos veinte casas por año en 1982 edificaban el 38 por ciento del total, mientras que las sociedades de promoción inmobiliaria (privada y pública) construían el 26 por ciento de las casas (en la forma de viviendas agrupadas) al mismo tiempo que otros edificios (oficinas, centros comerciales, etc.). El resto de las construcciones, el 36 por ciento, estaba a cargo de pequeñas empresas del sector y de pequeños artesanos locales que hacían algunas casas por año, y por particulares que las edificaban por medio de un arquitecto o un estudio inmobiliario o las construían por sí mismos (solos u organizados en mutuales como los castores) o con la ayuda de artesanos, en negro o no (la autoconstrucción representa casi el 10 por ciento de las casas producidas).⁴¹

Los constructores de casas individuales, empresas de la construcción, estudios inmobiliarios y constructores especializados, a menudo designados con la expresión de constructores de casas por catálogo, también se diferencian de ma-

nera muy marcada según el área geográfica de su mercado: el 69 por ciento se limitan a actuar en uno o dos departamentos, el 28 por ciento operan en una decena de ellos (dos o tres regiones del INSEE), el 4 por ciento en cuatro a nueve regiones y sólo el 1 por ciento en la totalidad del territorio nacional. El 45 por ciento de los constructores tienen otra actividad (trabajos de modificación y restauración, agencias inmobiliarias, realización de loteos) al margen de la construcción. En consecuencia, no es fácil descubrir qué tienen en común un gran agente inmobiliario parisino, ligado a los grupos bancarios, un franquiciador que todos los días envía a sus técnicos a ayudar a pequeños artesanos locales, un gran constructor cuyos equipos de venta establecen planes de financiamiento mientras él subcontrata la producción, la filial de un gran grupo de la construcción que produce grandes obras en serie, la empresa familiar de base regional que se encarga de todos los aspectos de las casas que fabrica o la pequeña empresa local que, entre otras actividades, edifica algunas casas.

Así, son sin duda pocos los "sectores" de la producción económica en que las diferencias entre las empresas sean tan marcadas: en principio por el tamaño, que varía desde las grandes unidades de producción que anualmente lanzan al mercado millares de casas (más de cuatro mil en promedio en 1984 para las cuatro primeras) hasta los pequeños artesanos cuya producción anual se cuenta en unidades (a comienzos de la década de 1980, el 93 por ciento de las empresas ocupaban a menos de diez asalariados y menos de cien empresas daban trabajo a mil empleados o más); por el modo de financiamiento, desde los grandes constructores más o menos completamente sometidos a los bancos hasta los artesanos propietarios de su empresa; por el modo de fabricación y las estrategias de comercialización, etc. Sin embargo, esos productores totalmente incomparables en apariencia actúan en el mismo campo y entran en una competencia menos desigual de lo que podríamos creer (en especial porque está circunscripta por los efectos de la distancia geográfica, que favorece el funcionamiento de los mercados locales, y también por la diferenciación de la demanda).

LA ESTRUCTURA DEL CAMPO DE LOS CONSTRUCTORES

Imposibilitados de reunir todos los datos necesarios sobre el conjunto de los productores de casas, en un primer momento limitamos el análisis a las empresas constructoras de casas individuales y a los agentes inmobiliarios más importantes por su volumen de negocios.⁴² Y lo hicimos apoyándonos en la lista elaborada por *Le Moniteur des travaux publics et du bâtiment* del 18 de octubre de 1985, que enumera las primeras cuatrocientas empresas del rubro de la construcción y el marco de vida (entre las cuales sólo unas cuarenta son sociedades constructoras e inmobiliarias), clasificadas según su volumen de negocios, y en los

anuarios de la UNCM (Union nationale des constructeurs de maisons individuelles) y la FNPC (Fédération nationale des promoteurs-constructeurs). También incluimos en el análisis, en calidad de ejemplos testigos y con fines comparativos, cinco empresas más pequeñas.

Además de los cuatro grandes grupos, Phénix, Maison Bouygues, Bruno-Petit, Groupe Maison Familiale (GMF) y sus filiales, Maison Évolutive, Alskanor y Bâti-Volume para Phénix, France Construction, STIM SA y Bâti para Maison Bouygues, Pavillon Moderne de Sologne y SIF et Cie para Bruno-Petit, se incluyeron los siguientes constructores y agentes inmobiliarios: Cogedim, Seeri, Sinvim et Cie, Promogim SA, Fériel, Meunier-Promotion, Kaufman and Broad, Saci, Laguarigue-Le Clair Logis, Bâti-Service Promotion, Lemoux Bernard, Ast Construction, Sonkad, Établissements Émile Houot, Kiteco, Maisons Mondial Pratic, EPIB-SA, Prisme, Entreprise Vercelletto, Léna Industrie, Bâti Conseil, Socarel, GTM-MI, GTM et Cie y Breguet. Los cinco pequeños constructores son: Nord France Habitation, Sergeco, Maison Occitane, AMI y OMI-France. (Se efectuaron entrevistas con los directivos y vendedores de las siguientes compañías: Phénix, Maison Bouygues, Nord France Habitation, Sergeco, Kaufman and Broad y Bruno-Petit.)

Se procuró recoger la mayor cantidad de informaciones objetivas concernientes a estas empresas en los dos sindicatos que las agrupan (la UNCM y la FNPC), en las propias firmas y en la prensa especializada (en particular en las encuestas realizadas por el equipo "Performances et stratégies" del *Moniteur des travaux publics et du bâtiment*). La compañía Ribourel no pudo incluirse en el análisis, ya que las informaciones a su respecto eran demasiado incompletas. Por otra parte, junto con las veintiséis sociedades constructoras o inmobiliarias incorporadas al análisis a título de elementos activos, hubo que abordar como elementos complementarios otras dieciocho sociedades sobre las cuales las informaciones disponibles eran muy escasas.

De cada una de estas cuarenta y cuatro firmas se acopiaron las informaciones concernientes a la antigüedad (fecha de creación); el status jurídico (sociedad anónima, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad de franquicia) y la organización de la empresa (sector principal de actividad —inmobiliaria o grupos de pueblos, construcción de casas por unidad—, existencia de filiales y cantidad de marcas representadas, que no hay que confundir con la cantidad de modelos: una sociedad podía tener una sola marca —caso más frecuente— o varias); el lugar de la sede social (París, región parisina, provincia) y la extensión de la red de implantación y venta (toda Francia, una o varias regiones, etc.); la cantidad global de personal empleado; la importancia y calidad de la actividad económica (capital; volumen de negocios; resultado neto contable obtenido en 1984; cantidad de casas en construcción —a falta de la cantidad de casas entregadas, dato más seguro pero no informado—; proporción representada por las exportaciones en el volumen de ventas); el modo de control de la sociedad (ejercido por la familia, por los bancos, por las grandes empresas de la construcción) y la diversificación de ese control.⁴³ Todas las informaciones se recogieron para el año de referencia de 1984. Nos esforzamos por reunir datos que permi-

tieran medir el dinamismo relativo de las diferentes sociedades: evolución del número de casas en construcción y del volumen de negocios entre 1983 y 1984 o —aunque en concepto de elementos complementarios— de ese mismo volumen entre 1979 y 1984 y de la cantidad de casas en construcción entre 1983 y 1984, así como el número de filiales y la parte correspondiente a la exportación en el volumen de ventas de las compañías (actividad en general poco importante), otras tantas informaciones que faltaban en una cantidad relativamente significativa de empresas.

No fue posible obtener una serie de informaciones rigurosamente necesarias para la construcción de un modelo del campo, en especial sobre la estructura del personal empleado y el reclutamiento de los miembros del equipo directivo y el consejo de administración, el tipo de producto y el modo de fabricación y la proporción de las inversiones dedicadas a la investigación, en el sector comercial y la producción.

Nos topamos aquí con todas las cuestiones que bien conocen los especialistas de las empresas sobre la definición y los límites de la firma y el tratamiento de las filiales: por ejemplo, ¿había que incluir las filiales nacidas de un anhelo de diversificación comercial o las compañías que, como France-Terre para Bruno-Petit (él es su presidente y director general) o France-Lot para GMF, permiten a las empresas de construcción eludir la ley que prohíbe a los constructores vender el terreno al mismo tiempo que la casa (esto sin tener lazos jurídicos con el *holding*)? ¿Cómo abordar a los franquiciadores (tres en la muestra: Lemoux Bernard, Sonkad y Kiteco) que explotan una marca apoyándose en pequeñas empresas locales a las que proporcionan asistencia técnica? Cada uno de los indicadores recogidos plantean problemas que a menudo resultan de la dificultad de determinar la identidad de la firma: por ejemplo, la fecha de creación plantea la cuestión de las fusiones y absorciones (con el paso de la marca de una unidad a otra). En términos más generales, nos enfrentamos con el problema de la comparabilidad de los datos: por ejemplo, algunos constructores consideran la cantidad de casas vendidas, otros las unidades entregadas o construidas. En otras palabras, los datos reunidos al cabo de un enorme trabajo de examen detenido de los anuarios sindicales, los balances de actividad, los historiales de la prensa, completado por el interrogatorio directo de las empresas mismas, de periodistas, de servicios administrativos, etc., son muy incompletos y existe una enorme desproporción entre los resultados obtenidos por el análisis y el trabajo invertido.⁴⁴

La principal oposición según el tamaño de las empresas, medida con diferentes indicadores toscamente correlacionados —el volumen de negocios, el capital, la cantidad de casas en construcción, el volumen del personal empleado—, que correspondía, *grosso modo*, a una oposición según el área de actividad (nacional, regional o local) y la ubicación (parisina o provincial), enmascaraba una oposición secundaria, ortogonal a la precedente, que un segundo conjunto de análisis fundados en los datos extraídos de la encuesta realizada por el INSEE en 1987, sobre la estructura del personal empleado por las diferentes empresas de construcción, permite poner al descubierto. La estructura del empleo, y en particular la proporción respectiva de empleados y personal superior, es un indicador

bastante seguro de las orientaciones de la empresa y de la primacía otorgada a la producción o la comercialización del producto.

En vez de acumular indicadores más o menos dispares (como en el análisis anterior), decidimos rehacer el análisis referido a la misma muestra de constructores (antes descripta), pero limitándonos a las informaciones sobre el volumen global del personal empleado y sobre su distribución de acuerdo con las posiciones en la división del trabajo y el espacio geográfico que se reúnen en la encuesta sobre la estructura de los empleos realizada todos los años por el Servicio de Estudios y Estadística del Ministerio de Asuntos Sociales y Empleo y dirigida por el INSEE. Como esos datos están amparados por el secreto estadístico, sólo pudimos tener acceso a ellos después de haber iniciado un expediente en que los solicitábamos y comparecido ante el Comité del Secreto Estadístico, y tras redescubrir o reconstruir (a costa de una investigación a menudo muy difícil) el número de acceso a los archivos de cada una de las empresas incluidas. Para respetar el compromiso contraído de no publicar ningún dato concerniente a tal o cual compañía expresamente mencionada, en el diagrama reemplazamos sus nombres por el número de orden que se les adjudicaba en los cuadros estadísticos, pero recordamos en el comentario las otras propiedades de las empresas distribuidas según los factores fundamentales tomados en cuenta por el análisis.

La oposición principal se establece entre grandes sociedades nacionales inmobiliarias o constructoras de casas individuales, ligadas en su totalidad a grupos bancarios, o franquiciadores que dan prioridad a la concepción y la difusión, y pequeñas y medianas empresas de implantación regional o local y capital familiar (por lo tanto con escasas vinculaciones con el mercado financiero), que construyen casas industrializadas o de almacén de madera o metal y que reúnen todos los oficios. Por un lado (*a la derecha del diagrama* de pág. 62) encontramos empresas que —como lo manifiesta la estructura de empleos, en que los obreros y artesanos están prácticamente ausentes y los ingenieros o técnicos tienen una escasa representación, a la inversa del personal superior y los empleados— tienen un sector financiero y departamentos de estudios o investigación y publicidad muy importantes; se trata ante todo de las empresas comerciales y financieras que subcontratan la fabricación. Los constructores situados en ese polo del espacio, aunque muy heterogéneos a primera vista, tanto desde la óptica de la estructura del capital y el status jurídico (filiales de grandes grupos financieros o de construcción y obras públicas, grandes empresas familiares) como por la cantidad de obras en construcción, que va desde treinta para Gestion immobilière hasta más de cuatro mil para GMF y Maison Bouygues, tienen en común una estructura del empleo que privilegia a los empleados, el personal directivo (medio o superior) y los ingenieros (en desmedro de los obreros y artesanos), y que se explica por el recurso masivo a las subcontrataciones, basado en el retorno a una llamada fabricación tradicional, asociada a una función

EL CAMPO DE LOS CONSTRUCTORES DE CASAS INDIVIDUALES

Filiales de empresas constructoras y/o empresas de producción unificada

Personal del sector terciario y/o subcontratación

Personal del sector secundario y/o sin subcontratación

<p>obreros semicalificados 2 (24,06)</p> <p>17</p> <p>obreros calificados</p> <p>32</p> <p>32 otros Jugares</p> <p>Obradores</p> <p>45</p> <p>NOEL 42</p> <p>1 (10,94)</p> <p>obreros semicalificados*1 40</p> <p>5</p> <p>obreros calificados* PHEN 13</p> <p>18 27</p> <p>2</p>	<p>Análisis factorial de las correspondencias</p> <p>Cuadro de cincuenta líneas (constructoras), entre ellas cinco ilustraciones (agentes inmobiliarios), y de cincuenta columnas (empleos: empresario, personal superior, ingenieros, personal directivo medio, técnicos, contramastres, empleados, obreros calificados industriales, obreros calificados del arteariado, obreros semicalificados industriales, obreros semicalificados del arteariado; lugar de la actividad: talleres, fábricas, obradores, oficinas, otros lugares).</p> <table border="1"> <tr> <th colspan="2">Factores</th> <th>valor propio</th> <th>porcentaje</th> </tr> <tr> <td>1-</td> <td>0.31884</td> <td></td> <td>38,94</td> </tr> <tr> <td>2-</td> <td>0.19577</td> <td></td> <td>24,06</td> </tr> <tr> <td>3-</td> <td>0.09830</td> <td></td> <td>12,08</td> </tr> </table> <p>Contribuciones más grandes</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>1º factor</th> <th>2º factor</th> <th>3º factor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3">Constructores</td> </tr> <tr> <td>24</td> <td>20,1</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>10,8</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>40</td> <td>8,0</td> <td>41</td> </tr> <tr> <td>41</td> <td>5,1</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>4,9</td> <td></td> </tr> <tr> <td>38</td> <td>3,9</td> <td></td> </tr> <tr> <td>28</td> <td>2,9</td> <td></td> </tr> <tr> <td>34</td> <td>2,7</td> <td></td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>2,6</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>83,6</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>11,9</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>9,9</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>6,8</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>18</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>44</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>28</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>32</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>38</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>29</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Variables</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Obrero calificado del arteariado 37,9</td> <td>Obrero calificado Industrial 52,6</td> <td>Personal sup. 50,8</td> </tr> <tr> <td>Personal sup. 17,0</td> <td>Obrero semicalificado Industrial 33,2</td> <td>Personal directivo medio 17,5</td> </tr> <tr> <td>Empleado 11,9</td> <td>Obrero calificado arteariado 12,8</td> <td>Obrero ingeniero 8,9</td> </tr> <tr> <td>Personal directivo medio 10,4</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>CARACTACE</p> <p>PERSONAL DIRECTIVO MEDIO 20 43 49</p> <p>EMPLEADO TÉCNICO 28 28 25</p> <p>BOYQUEMS 47</p> <p>28 30 44 28 37</p> <p>7 20 18 26</p> <p>24 28 38 7 40 38</p> <p>15 INGENIERO 51 PERIOR 8 15</p> <p>4</p> <p>EMBAUO 21</p> <p>EMPRESARIO</p> <p>oficinas</p>	Factores		valor propio	porcentaje	1-	0.31884		38,94	2-	0.19577		24,06	3-	0.09830		12,08	1º factor	2º factor	3º factor	Constructores			24	20,1	17	8	10,8	32	40	8,0	41	41	5,1	11	3	4,9		38	3,9		28	2,9		34	2,7		14	2,6				83,6			11,9			9,9			6,8			18			44			28			32			38			29	Variables			Obrero calificado del arteariado 37,9	Obrero calificado Industrial 52,6	Personal sup. 50,8	Personal sup. 17,0	Obrero semicalificado Industrial 33,2	Personal directivo medio 17,5	Empleado 11,9	Obrero calificado arteariado 12,8	Obrero ingeniero 8,9	Personal directivo medio 10,4		
Factores		valor propio	porcentaje																																																																																												
1-	0.31884		38,94																																																																																												
2-	0.19577		24,06																																																																																												
3-	0.09830		12,08																																																																																												
1º factor	2º factor	3º factor																																																																																													
Constructores																																																																																															
24	20,1	17																																																																																													
8	10,8	32																																																																																													
40	8,0	41																																																																																													
41	5,1	11																																																																																													
3	4,9																																																																																														
38	3,9																																																																																														
28	2,9																																																																																														
34	2,7																																																																																														
14	2,6																																																																																														
		83,6																																																																																													
		11,9																																																																																													
		9,9																																																																																													
		6,8																																																																																													
		18																																																																																													
		44																																																																																													
		28																																																																																													
		32																																																																																													
		38																																																																																													
		29																																																																																													
Variables																																																																																															
Obrero calificado del arteariado 37,9	Obrero calificado Industrial 52,6	Personal sup. 50,8																																																																																													
Personal sup. 17,0	Obrero semicalificado Industrial 33,2	Personal directivo medio 17,5																																																																																													
Empleado 11,9	Obrero calificado arteariado 12,8	Obrero ingeniero 8,9																																																																																													
Personal directivo medio 10,4																																																																																															

Empresas de producción diversificada y/o empresas autónomas

comercial extremadamente desarrollada. Comparten el hecho de tener su sede social en la región parisina (con la excepción de Fériel, cuya sede está en Roubaix pero que tiene una filial en esa región), haber sido creadas entre 1965 y 1975 –salvo la SACI (1951)– y estar ligadas por su capital (que se sitúa en el promedio de las empresas de la muestra) a grupos bancarios, compañías de seguros y grandes empresas de obras (norteamericanas, en el caso de Kaufman and Broad).

El ejemplo más significativo es el de Bruno-Petit Construire: poco tiempo antes de la encuesta, la empresa había abandonado su modo de fabricación industrializada, basada en la utilización de paneles prefabricados de hormigón alveolado, para volver a los bloques de hormigón (a la vez que conservaba en la filial que funcionaba como Maison Bruno-Petit una parte del personal muy calificado que exigía el procedimiento anterior, lo que le permitió reducir el tiempo de intervención entre las diferentes secuencias de la obra gruesa); paralelamente, desarrolló su servicio comercial y multiplicó las pequeñas filiales regionales. De manera más general, el estrechamiento del mercado a principios de la década de 1980 y la intensificación de la competencia de los pequeños artesanos incitaron a los productores a reforzar su capacidad de venta (en detrimento de la búsqueda de innovaciones técnicas) y a tratar de estar geográficamente más cerca de la clientela.

Encontramos características completamente similares en los franquiciadores que tienen una cantidad de empleados muy reducida (de diez a quince en las tres empresas de la muestra), todos ellos personal directivo o técnicos. Poseedoras de un capital que, en relación con el volumen de la producción, es extremadamente pequeño (y está en su mayor parte en poder del propietario), estas empresas comerciales “ofrecen ante todo una financiación” y sus productos son absolutamente tradicionales.

Todas las sociedades situadas en el polo opuesto (*a la izquierda del diagrama*) tienen una implantación regional más o menos amplia y su sede está con frecuencia en el interior del país (Metz en el caso de Ast, Mamers en el de Verceilletto, Alençon en el de Laguarrigue, Gérardmer en el de Houot). Se trata de pequeñas y medianas empresas independientes y a menudo antiguas (Verceilletto, 1903; Houot, 1927; Laguarrigue y André Beau, 1957) sin vinculación alguna con grupos financieros o grandes firmas constructoras. Basadas en un capital familiar, llevan a menudo el apellido de su presidente y director general. Comparten el rechazo de cualquier recurso a las subcontrataciones para la obra gruesa y el empleo de procedimientos de construcción industrializados (paneles prefabricados, losas de hormigón, armazones metálicos o de madera, etc.) que, en algunos casos, son de su invención y exigen una mano de obra especializada (“operarios de casas”) conformada por personal estable (lo que excluye la subcontratación y el reclutamiento según las necesidades). Si a ello se agrega que son muy dependien-

tes de las empresas que proveen los elementos de construcción, puede advertirse que estas firmas de organización muy rígida, de las cuales Phénix es una figura típica, difícilmente estén preparadas para ofrecer productos “personalizados” y menos aún para ajustarse a los albuces del mercado. Sin embargo, la *innovación técnica* y hasta estética tienen su origen en ellas.

Así, Houot, sociedad anónima de capital familiar fundada en 1927, es una vieja empresa muy integrada de carpintería industrial que en 1957 empieza a construir casas de esqueleto de madera con un procedimiento de construcción específico. Verceletto, otra sociedad anónima de capital familiar fundada en 1903, es una antigua empresa de albañilería que explota la marca Ouest-Construction con un procedimiento de fabricación basado en el hormigón armado premoldeado que requiere el empleo de una mano de obra muy calificada para el montaje de la obra gruesa. Socarel, sociedad anónima fundada en 1967, explota un sistema especial, una mampostería de bloques de cemento, y cuenta entre su personal con una gran proporción de operarios de casas. La misma Phénix, fundada en 1945, y la más antigua de las empresas que sólo hacen casas individuales –también la más industrializada (con sus filiales)–, utiliza un sistema industrializado de armazón metálica y losas de hormigón que sólo los “operarios de casas” pueden montar en el obrador, lo que excluye cualquier recurso a las subcontrataciones.

El segundo factor distingue dos categorías de empresas que el primero confunde: por un lado (*parte alta del diagrama*), filiales de grandes grupos con vocación exclusivamente regional, es decir, subcontratistas integrados (en oposición a los subcontratistas externos de Maison Bouygues, por ejemplo), totalmente especializados en la construcción de casas individuales; por el otro (*parte baja del diagrama*), pequeñas empresas locales integradas, de tipo familiar, de producción más diversificada. Mientras que las primeras contienen una fuerte proporción de obreros industriales o artesanos (según el procedimiento de fabricación), encargados de fabricar o construir la obra gruesa, y una escasa proporción de empleados, ya que las casas matrices se encargan de las funciones comerciales, las segundas son pequeñas y medianas empresas integradas, que atienden por sí mismas todas las fases de la producción, desde la obra gruesa hasta el servicio de posventa.

El análisis de las *estructuras del empleo* de las distintas empresas, verdadero revelador de las opciones económicas fundamentales, permite entonces distinguir tres grandes clases de firmas de producción de casas que, provistas de recursos muy desiguales, están destinadas a futuros muy diferentes en la competencia que las opone. En primer lugar, las empresas (*situadas en la parte baja y a la derecha del diagrama de pág. 62*) que, gracias a toda una serie de innovaciones organizacionales, dominan el mercado de la casa individual: al precio de la hazaña consistente en producir “casas de albañiles” sin albañiles propios, lo-

gran fabricar industrialmente productos de apariencia tradicional; además, gracias a una gran inversión en el aspecto comercial y sobre todo en la publicidad, saben dar a la fabricación industrial de productos en serie las apariencias del artesanado tradicional y explotar el mito de la casa como morada, valiéndose de características reales del modo de fabricación tradicional, pero desviadas de su sentido original. (Este sistema fundado en el encuadramiento moderno de una producción tradicional evoca el modo de producción basado en la regimentación por parte de las empresas agroalimentarias —lácteas o queseras especialmente— de campesinos muy pequeños sometidos de tal modo a la disciplina “industrial” y convertidos en subcontratistas de hecho.)

Típica de la categoría, la empresa Maison Bouygues se funda el 5 de febrero de 1979; experimenta un desarrollo extremadamente rápido, ya que al cabo de diez años llega a ocupar el primer lugar en el mercado de la casa individual: de tres casas entregadas y treinta y un millones de volumen de ventas en 1979, a tres mil quinientas casas y mil doscientos millones en 1987. Una estrategia publicitaria relativamente simple pero muy coherente, concebida por la agencia Synergie, sostiene durante todo ese período un éxito comercial excepcional. A lo largo de los primeros años de existencia de Maison Bouygues, la publicidad insiste en la notoriedad y la imagen de marca que hay que imponer. Así, el primer anuncio, realizado en febrero de 1979, impone el logo, el color rojo puro y el eslógan “casa de albañiles”. Ya vemos perfilarse a la izquierda del logo una silueta (al trazo, en blanco y negro), la del albañil, parado en una pose familiar, con un pie sobre dos bloques de hormigón apilados (*foto 1, pág. 66*). Este anuncio también pone el acento en la especificidad de un producto “tradicional” —en oposición a las casas “industriales” de sus principales competidores, en especial Phénix— y exhibe con claridad su “posicionamiento” en el mercado como productor de una “serie media y baja”. En 1980 y 1981, el personaje del albañil cobra cada vez más importancia: en lo sucesivo se trata de un verdadero “tipo” y ya no de una silueta; se colorea y agranda hasta alcanzar la altura del logo; el personaje es simpático e inspira confianza. El eslógan “casa de albañiles” se impone y engloba todos los otros mensajes (*foto 2, pág. 66*). Se encuentra la fórmula definitiva: logo rojo, eslógan, albañil, texto blanco sobre fondo azul ultramar, que se convertirán en los modos de reconocimiento permanentes de la marca. La apertura de una séptima filial en 1980 justifica la aparición de anuncios en las revistas (*Télé 7 jours, Match, Parents, Maison individuelle*). Desde entonces, a cada etapa de la vida de la empresa corresponde una “estrategia mediática” adaptada: en 1981, creación de una novena filial (Maison Bouygues cubre más del 75 por ciento del territorio) y campañas radiales; en 1982 se alcanzan los mil millones de ventas, se inaugura la decimotercera filial y Maison Bouygues comienza a hacer publicidad nacional. En 1983, un nuevo tema, “los recién casados”, se dirige a las parejas jóvenes, parte importante de la clientela (*foto 3, pág. 67*). El albañil es reemplazado por los recién casados (en la misma pose) y el eslógan subsiste, pero se hace hincapié en la facilidad de acceso. En 1984, la marca está bien afianzada y la empresa se sitúa en segundo lugar en el mer-

UNA MARCA QUE SE IMPONE

**Nord-Picardie: février 1979.
Maison Bouygues vous propose des maisons bâties
par des maçons pour le prix d'un loyer.**



1. Norte y Picardía: febrero de 1979. Maison Bouygues le ofrece casas construidas por albañiles al precio de un alquiler.



2. Presupuesto gratuito para la construcción de una casa de albañiles. Maison Bouygues, una casa de albañiles.



3. Una casa de albañiles. Sí, usted puede.



5. Reparación especial. Publicidad en televisión: ¡estreno el 10 de septiembre!



4. Descubra las nuevas casas "Imaginación". Una casa de albañiles ciento por ciento ventajosa.

cado de la casa individual. Tras haber consagrado cinco años al desarrollo de su notoriedad y su imagen de marca, Maison Bouygues lanza una nueva serie: la casa Grand-Volume. La estrategia publicitaria cambia: es preciso que el consumidor sueñe con la "sala catedral" y el entresuelo. Con el lanzamiento de la Grand-Volume, 1985 es el año de la "Imaginación" (nombre de uno de los modelos propuestos a la clientela). Esta campaña se basa en la explotación de fotos de interiores, pero la publicidad nacional sigue presentando al albañil, esta vez en primer plano y cada vez más grande, con la cuchara en la mano derecha y el pulgar de la izquierda en alto (*foto 4, pág. 67*).

Con la apertura de la televisión al sector de la casa individual y la compra de TF1 por Bouygues, la actividad del sector *marketing* se concentra en la pantalla chica. En el ámbito de la publicidad audiovisual y pese a inversiones que son menos de la mitad de las de Phénix, Maison Bouygues se impone en 1986 entre los telespectadores con una publicidad, *L'Ami de la famille* ["El amigo de la familia"], muy orientada hacia el producto (visita muy detallada de una casa) y vigorosamente identificada con la marca (el albañil sentado con la familia en la postura y el papel de un amigo, logo, música...) (*foto 5, pág. 67*). La compra de TF1 coincidirá naturalmente con una intensa presencia publicitaria en ese canal, la creación de un concurso organizado por éste y *Télé-Star*. Esta fuerte inserción en la televisión aumenta con el auspicio, a partir de 1986, del equipo de fútbol de Bernard Tapie, el Olympique de Marsella, cuyos partidos se transmiten en programas especiales y en los noticieros: dibujado sobre la camiseta de los jugadores marseleses, el logo naranja es reconocible desde lejos y, en primer plano, la legibilidad es perfecta. Convertida en el líder de la casa individual en Francia, en 1987 Maison Bouygues confía su publicidad a la agencia RSCG (Roux, Séguéla, Cayzac et Goudard).

En cuanto a la segunda clase, la de las empresas integradas y organizadas alrededor de la puesta en práctica de un procedimiento de fabricación industrial, ya sean semejantes a las anteriores por la magnitud e importancia de su actividad, como Phénix, la más antigua y poderosa de la categoría, o menos importantes, tanto por la cantidad de casas fabricadas como por el volumen de su capital o su personal, están sometidas a las coacciones técnicas extremadamente rígidas de la producción integrada, que se retraducen en coacciones sociales, debido a la necesidad de mantener un personal permanente altamente especializado en casas. Obligadas a moverse siempre a contrapelo de la demanda corriente de casas-moradas, están en cierto modo prisioneras de las condiciones organizativas que en algún momento facilitaron su progreso en el plano tecnológico. Por ser las menos preparadas para responder a la nueva situación creada por la crisis y el achicamiento del mercado, pasan a menudo por situaciones difíciles. Y si las más grandes conservan las cartas de triunfo ligadas a las economías de escala y la diversificación de los riesgos que les asegura su tamaño, buen número de ellas, en especial las más pequeñas, se redujeron al status de filiales de grandes grupos.

Queda por último el conjunto de las pequeñas y medianas empresas familia-

res e integradas que producen de acuerdo con el modelo tradicional. Al ofrecer un producto “hecho a mano” por los artesanos, albañiles y carpinteros, los más tradicionalmente asociados a la idea de “autenticidad”, en materiales —piedra, madera, bloques de hormigón, cemento, etc.— representativos de la idea de permanencia y estabilidad, y según técnicas de fabricación probadas, así como los “planos” que, aunque sean impuestos por los clientes que actúan como arquitectos espontáneos, reproducen casi siempre modelos inconscientes, estas empresas tienen en su favor toda la lógica tradicional de la demanda más tradicional. Pero cabe preguntarse si, en un ámbito en que el arte de producir las apariencias cumple un papel tan importante, las grandes empresas que se volcaron a la producción industrial de la apariencia de la casa tradicional no lograrán, en ese dominio lo mismo que en otros, imponerse a esas pequeñas firmas que producen realmente una tradicionalidad más o menos adulterada (una parte importante de los elementos que utilizan son productos industriales) y que sólo podrán sobrevivir si aceptan integrarse, en calidad de subcontratistas o de compañías franquiciadas, a vastas empresas capaces de producir de manera industrial la imagen esperada de sus productos “tradicionales”. Dicho esto, las pequeñas empresas artesanales son en cierto sentido indispensables para el funcionamiento de todo el sistema, al que aportan su justificación simbólica. Mediante las “casas burguesas” que construyen a menudo en un estilo local que es el producto de una reconstrucción histórica más o menos aproximada —casas señoriales, masías, moradas, etc.—, siguen dando vida y figura concreta al modelo dominante de la casa tradicional que tantos compradores llevan en su inconsciente como una especie de ideal, y esto mucho más allá de la clientela capaz de alcanzarlo.

LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

El peso relativo que una empresa concede a la función comercial es sin duda uno de los indicadores más vigorosos y significativos de su posición en el campo de los constructores. Éstos, en efecto, se ven frente a la siguiente alternativa: esforzarse por transformar los esquemas de percepción o apreciación socialmente construidos (los gustos) que los compradores potenciales aplicarán a su producto, a su realidad física de objeto entregado a la percepción, pero también a los materiales con que está hecho y los procedimientos de fabricación que su configuración sensible muestra o delata a la inspección de un cliente ansioso o inquieto, en especial desarmando los prejuicios contra la casa industrial y rompiendo las asociaciones corrientes entre la casa y lo antiguo, lo tradicional, para sustituirlas por asociaciones novedosas e insólitas, entre aquella y lo moderno, la vanguardia, la investigación técnica, la comodidad, etc.; o bien, a la inversa, empeñarse por colmar la brecha entre la impresión espontáneamente suscitada

por el producto y la apariencia que se trata de hacerle generar. Como las grandes empresas industriales nunca escogieron verdaderamente el camino de la subversión y el modernismo asumido y proclamado, se distinguen sobre todo por la amplitud de la acción simbólica de transfiguración que sus servicios comerciales y en particular los publicitarios, pero también los vendedores, realizan con vistas a reparar el desfase eventual entre el producto ofrecido y percibido y el esperado, y a convencer al cliente de que el producto propuesto está hecho para él y que él está hecho para ese producto.

A medida que aumenta el tamaño de la empresa, se incrementan la burocratización y el personal. El personal que trabaja en los obradores pasa de mayoritario a minoritario, crece levemente la cantidad de administrativos y fuertemente la de los empleados comerciales (esto es, de 10,5 a 12,5 por ciento, 18, 21,5 y 23,2 por ciento cuando vamos de las empresas que construyen entre veinte y cincuenta casas a las que fabrican de cincuenta a cien, de cien a doscientos cincuenta, de doscientos cincuenta a mil y, por último, a las más grandes que construyen más de mil). Cuanto más se agranda la empresa, más parece imponerse la constitución de una gran red de vendedores: el boca a boca ya no basta y hay que dar más cabida a la exploración y la publicidad. Sin embargo, la cantidad de ventas realizada por cada vendedor disminuye con el tamaño, mientras que la de pedidos anulados se incrementa (en 1984, casi el 40 por ciento de los pedidos registrados por los vendedores de las compañías más grandes fueron luego rescindidos por los clientes, contra un poco menos del 10 por ciento en el caso de las empresas más pequeñas). Es comprensible entonces que la cuestión del reclutamiento y la capacitación de los vendedores resulte prioritaria para las sociedades constructoras más grandes, tanto más cuanto que aquellos son extremadamente móviles (en promedio, de seis a ocho meses de permanencia en una misma firma según *Le Moniteur des travaux publics et du bâtiment*). Varios constructores (Bruno-Petit, Phénix) crearon escuelas internas de venta. Otros procuran mejorar sus métodos de reclutamiento.

Al igual que el peso del sector comercial, el recurso a los diferentes medios de exploración comercial y publicidad aumenta con el tamaño de las empresas. Así, la proporción de constructores que, según la encuesta de la UCB de 1983, declaran hacer publicidad con frecuencia en los diarios pasa del 48 por ciento entre los más pequeños (los que fabrican entre veinte y cuarenta y nueve casas) al 69 por ciento en quienes construyen entre cincuenta y noventa y nueve unidades, 72 por ciento para los que producen entre 100 y 249, y 74 por ciento para los constructores de doscientas cincuenta o más; la proporción de quienes presentan *stands* en ferias y exposiciones es del 26, 44, 59 y 74 por ciento respectivamente. Las diferencias serían más amplias si pudiéramos tomar en cuenta la proporción de los constructores que hacen publicidad en los grandes semanarios, la radio o la televisión. Las compañías de mayor tamaño organizan grandes "campañas publicitarias" y apelan a una gama muy vasta de medios de exploración: desplegados repartidos en los buzones, folletos, catálogos publicitarios, prospectos, publicidad en los diarios regionales y nacionales, semanarios y revistas, afiches, *stands* en salones y ferias, casas modelo expuestas en centros

o “pueblos”, o bien en puntos estratégicos (grandes tiendas, estaciones, etc.), mensajes radiales y desde hace poco (1985) televisivos (los clientes de las empresas constructoras más grandes son los que más dicen haberse enterado de la existencia de la compañía gracias a la publicidad, la radio o el diario). Las pequeñas empresas, al contrario, se apoyan sobre todo en las redes de relaciones de interconocimiento y los avisos en los diarios locales.

Es sabido que, como cualquier acción simbólica, la publicidad nunca tiene tanto éxito como cuando halaga, excita o despierta disposiciones preexistentes que expresa y a las que de ese modo brinda la oportunidad de reconocerse y realizarse. Es comprensible que todas las empresas abrevan más o menos igualmente en el tesoro de palabras y temas más aptos para inducir las representaciones más tradicionales de la casa y el hogar, por ejemplo mediante la evocación de la superioridad de la propiedad sobre el alquiler (“comprar cuesta menos que alquilar”) o los encantos de la *naturaleza*: con el objetivo, sin duda, de incorporar la casa a una serie de asociaciones atrayentes, pero también y sobre todo para hacer que se olvide el alejamiento de la residencia ofrecida con respecto al centro de la ciudad o el lugar de trabajo, invitando a hacer de necesidad virtud y a convertir la relegación en un suburbio remoto en retorno electivo al campo (*foto 3, pág. 78*).

Los procedimientos utilizados son casi siempre los mismos: uno de los más comunes consiste en comparar dos situaciones radicalmente opuestas, la del adquirente y la del no adquirente; otro propone un diálogo ficticio entre el cliente potencial y el profesional que muestra su producto dando la ilusión de una relación directa y personal; un tercero, muy empleado para enmascarar las propiedades indeseables del producto, consiste en utilizar lo que podríamos llamar jugada de prestidigitador, que aspira a llamar la atención sobre las ventajas reales o presuntas, las calidades o facilidades ofrecidas, etc., para ocultar los inconvenientes o trastornos. Y la publicidad inmobiliaria no siempre retrocede ante los argumentos financieros o técnicos dudosos o las deformaciones groseras con respecto al medio ambiente de la casa o la casa misma. Varios grandes constructores incurrieron en violaciones de la ley del 27 de diciembre de 1973, cuyo artículo 44.1 prohíbe “toda publicidad que implique [...] afirmaciones, indicaciones o pretensiones falsas o susceptibles de inducir a error cuando se refieren a uno o varios elementos”. Así, la Cámara Penal condenó en 1983 a la compañía Maison Bouygues por haber difundido un catálogo que anunciaba “casas a medida” –cuando en realidad no ofrecía sino casas correspondientes a “tipos determinados”– y “una verdadera armazón construida por oficiales carpinteros”, “siendo así que los materiales utilizados se confeccionan industrialmente y son prefabricados, y las armazones no se montan de acuerdo con las técnicas ancestrales”.

Las distintas empresas se ven también menos necesitadas de recurrir a la publicidad, la retórica de la ancestralidad y la seguridad cuanto más próximos a

ellas están en los hechos concretos su producto y su modo de producción. Y si la intensidad de las estrategias publicitarias aumenta con el tamaño de las empresas, lo que cambia es sobre todo su forma cuando pasamos de aquellas que, aunque deban hacer concesiones a las apariencias —como la imitación del revoque en los paneles prefabricados—, se apoyan principalmente en las cualidades técnicas de su producto, a las que, como Maison Bouygues, fundan su estrategia sobre la creación de las apariencias de un producto y un modo de producción “tradicionales”. La utilización de los diferentes temas y procedimientos retóricos varía, en efecto, según la posición en el campo. La estrategia consistente en atribuir al producto vendido las “cualidades” del productor es sin duda más frecuente en las publicidades de las sociedades más grandes y antiguas. Basadas en el supuesto previo de que sólo una casa sólida puede fabricar casas sólidas o que una casa sólida no puede sino fabricar casas sólidas, y por lo tanto que las casas fabricadas por una casa antigua y duradera son necesariamente sólidas y duraderas, esas empresas se esfuerzan —según una lógica que es la de la participación mágica— por contaminar el producto por el productor. De tal modo, y como Maison Bouygues es una firma reciente, se invocará la antigüedad del grupo Bouygues como garantía de la calidad de las casas del mismo nombre, en la creencia de que el comprador tendrá pocas posibilidades de advertir el deslizamiento: “Maison Bouygues tiene el respaldo de la experiencia de treinta años del grupo Bouygues y toda su capacidad de compra. Así, Maison Bouygues logró reducir el costo de las casas de albañiles”.⁴⁵

Las grandes sociedades constructoras procuran ante todo desarmar las resistencias o inquietudes de sus clientes más desprovistos (“Ser propietario de una casa Grand-Volume es más fácil de lo que usted cree”). Al jactarse de sus servicios, su asistencia financiera, jurídica, administrativa, etc., e insistir en las garantías que ofrecen, aspiran a generar confianza. “Cualquiera sea su problema: crediticio (nuevos préstamos PAP y APL), de terreno (servicio de asesoramiento sobre terrenos), administrativo u otro, nuestros especialistas lo documentarán con precisión. De ese modo podrá conocer sus posibilidades de adquirir una casa individual en el sector de su elección” (Maisons Alskanor, 1979). Si a veces tienden a dramatizar un poco la situación de compra (“es la compra más importante de su vida”, GMF; “cuando usted decide construir, compromete parte de su vida”, Bruno-Petit), es para destacar mejor su capacidad de hacerse cargo de todo y apelar a la liberación de las preocupaciones que justifica su reputación: “Todo el mundo sabe perfectamente que una casa de albañiles es incomparable. Además, Maison Bouygues le brinda todas las ventajas de un gran constructor y elimina cualquier inquietud sobre el precio, la garantía, la calidad” (Maison Bouygues, 1984). La “carta Phénix”, la “ley Bruno-Petit” o las garantías ofrecidas por GMF o Maison Bouygues supuestamente protegen a los clientes “de cualquier eventualidad”.

Paradójicamente, las estrategias publicitarias tienden a asemejarse porque están determinadas en gran medida por la competencia: los diferentes constructores lanzan más o menos en el mismo momento campañas que se valen prácticamente de la misma argumentación (“la casa personalizada”, “convírtase en propietario”, etc.). No podemos, por ejemplo, comprender muchos de los argumentos invocados por Maison Bouygues si no advertimos que esta sociedad, en su esfuerzo por arrebatar el primer lugar a Maison Phénix, adoptó resueltamente la decisión de producir tradicionalidad en serie, mientras que, en el otro sentido, Phénix sigue invocando justificaciones técnicas o financieras más o menos “modernistas” a la vez que hace concesiones, tanto en el producto como en su promoción publicitaria, a las demandas tradicionales: “La seriedad y la competencia de Maison Bouygues permiten hoy ofrecer casas individuales a todos, incluso a quienes tienen modestos recursos financieros. Su casa Bouygues no será prefabricada [léase: como lo son las casas Phénix], será una casa de albañiles construida por los mejores operarios de su región”.⁴⁶

La ventaja que aseguran a las empresas más modernas el recurso a técnicas industriales de prefabricación liviana y la utilización de componentes industrializados, como tabiques o marcos, está compensada —y por lo tanto limitada— por la pasión de la clientela por los modos de fabricación tradicionales que, aunque incluyan cada vez más el uso de elementos industrializados, dan una imagen tranquilizadora de solidez. La pregnancia de la imagen de la casa de albañiles es tan fuerte que los constructores de casas industriales deben recurrir a estrategias de camuflaje a fin de disimular los componentes procedentes de la industria, tanto en la realidad (con las fachadas de mampostería o ladrillos, de función puramente decorativa, o la puesta en valor de las vigas y todas las características que señalan una casa tradicional) como en el discurso destinado a destacarlas, que adopta la retórica de lo “local”, lo “tradicional”, el “estilo regional”, etc.

En cierto sentido, la situación era relativamente clara mientras la distribución de las cartas técnicas de triunfo —ligadas al grado de industrialización— entre las empresas variaba en razón inversa a la distribución de los recursos simbólicos, ligada al grado de conformidad con el modelo del producto y el modo de producción artesanales. Una ruptura decisiva de esta especie de equilibrio que ofrecía toda clase de posibilidades a las pequeñas empresas artesanales y familiares fue la provocada por la innovación organizacional consistente en fundar empresas constructoras capaces de producir industrialmente símiles de lo tradicional, en especial mediante la conversión en capital simbólico de una particularidad de su organización —el recurso masivo a la subcontratación y la franquicia—, con lo que lograron conciliar lo inconciliable, es decir, las ventajas técnicas de la producción en serie y las ventajas simbólicas de la fabricación artesanal.⁴⁷

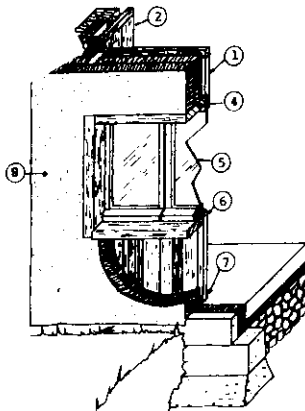
Las dificultades que pone en evidencia la contradicción entre los procedimientos de fabricación industrial y las expectativas de la clientela se muestran

con toda claridad en los discursos y las imágenes publicitarias de las empresas medianas de alcance local que ofrecen productos basados en un procedimiento industrial. Así, la publicidad de Maison Dégut se apoya en esencia en argumentos técnicos como la resistencia de los “paneles portantes de tres hojas cruzadas” (“un panel de dos metros cincuenta de alto por un metro de ancho resiste diecisiete toneladas antes de deformarse”), que se presentan en un corte y cuya fabricación se describe en detalle, o bien su eficacia en materia de aislamiento y ventilación y también de confort psicológico y biológico (“la casa de estructura de madera de A. Dégut es sana porque no destruye el campo continuo de las radiaciones atmosféricas necesarias para el equilibrio biológico del individuo”). Pero, por otro lado, invoca de entrada los prestigios de lo noble y lo antiguo para justificar un procedimiento coronado por medallas de oro y bronce y sancionado por títulos: “El método de A. Dégut se inspira en las tradiciones de antaño (revestimientos de madera de los castillos) que han dado pruebas de sus aptitudes desde hace quinientos años”. Y garantiza un “aspecto exterior [...] rústico, gracias al



Procédé de construction structure bois

par panneaux porteurs a triple lames croisées



- ① Panneau imposte
- ② Panneau lamellé collé
- ③ Isolation laine de roche haute densité
- ④ Linteau lamellé collé
- ⑤ Fenêtre (profil prismatic)
- ⑥ Coudière lamellé collé
- ⑦ U métallique galvanisé
- ⑧ Enduit extérieur élastofibre à base de titane

maison dégut

B P 2 42140 CHAZELLES-SUR-LYON
Tél. 77 54.22.59

découverte d'une nouveauté dans la construction !

UN PROCÉDÉ FRANÇAIS unique, de construction à structure bois, e obtenu par son inventeur André DEGUT, 2 Brevets dans 23 pays

Folleto publicitario de Maison Dégut, 1986.

Método de construcción en estructura de madera mediante paneles portantes con tres hojas cruzadas.

enduido en fibra elástica sobre la base de titanio”. La colisión semántica es evidente, y el intento de valoración no tiene otro recurso que proyectarse hacia un porvenir lejano en que el avance tecnológico de hoy se convertirá en la “tradicción de mañana”.

Encontramos la misma contradicción, pero mostrada en estado bruto, por decirlo así, sin eufemismos ni transfiguraciones, en la publicidad de las Maisons Émile Houot, pequeña empresa familiar que, fundada en 1957 y con sede en Gérardmer, construye pueblos y casas individuales en Lorena y el norte de los Alpes. La imagen presenta aquí sin rodeos —la firma no tiene un eslógan publicitario propio— la verdad del proceso: la casa fabricada según una técnica industrial (el método Houot) llega “directo de fábrica”; cae del cielo, totalmente terminada, prolongada en las cuatro esquinas por las líneas convencionales que, como en las historietas de Superman, sirven para expresar la velocidad del vuelo. Es recibida con grandes exclamaciones (“¡Bravo por las casas Houot!”) por el círculo familiar que, perro incluido, la espera en la escenografía convencional de una “sala” pequeñoburguesa curiosamente instalada al aire libre. Es imposible delatar con más claridad el contraste entre el producto industrial, venido de otro mundo, que hay que evocar y a la vez hacer olvidar transfigurándolo, y el aspecto “familia” que se afirma, en primer plano, en su definición social más conformista: la pareja unida, el padre arrellanado en su sillón con un diario en la mano, la madre, en una pose de fotonovela, sentada sobre el apoyabrazos, con el brazo (sin duda) sobre el hombro de su marido, los dos hijos —un varón de pie con el brazo levantado en dirección al objeto volador, como anunciador de la modernidad, y una niña sentada—, reproducción en espejo de la pareja parental, de la que están separados por una mesa ratona y un ramo, símbolo en muchas tradiciones de la primavera y la vida que recomienza... La construcción iconográfica es la que se pone en juego para expresar el *milagro* y, si no temiéramos la pedantería de una referencia que algunos considerarían fuera de lugar, por tratarse de este arte de historieta de baja estofa, podríamos aludir al análisis de Erwin Panofsky con respecto a los Reyes Magos de Rogier Van der Weyden: la casa Émile Houot ocupa poco más o menos el lugar de la criatura rodeada por un halo de rayos dorados y de la que sabemos de inmediato, porque en la percepción del cuadro comprometemos una visión perspectiva del espacio, que flota en el aire, como una aparición.⁴⁸

La contradicción, que encuentra su resolución simbólica en la retórica del milagro, completamente adaptada a los fines del mensaje publicitario, hace que a menudo se confunda la intención expresiva. Así, la publicidad para las Maisons de l’Avenir, pequeña empresa de vocación regional que, fundada en 1967 y con sede en Rennes, recurre a una fabricación industrial pesada, mezcla las imágenes habituales de la casa terminada, rodeada de árboles y poblada de niños, con fotografías de las etapas de fabricación, más evocativas de la industria que

FANTASTIQUE

LES MAISONS HOUOT

EN DIRECT D'USINE



Les nouvelles maisons Houot arrivent. Pour un meilleur confort, elles sont à structure entièrement bois et ont toutes des combles aménagés. Fabriquées en 3 mois, livrées en 1 semaine. **Beuvez les maisons Houot!**

0340 GÉRARDNER
XONRUPT-LONGEMER
Centre Exposition Xonrupt-Longemer
Route de Colmar
Tél. 20.63.14.29
Maison-exposition ouverte tous
les jours de 14 h à 20 h, compris
samedi et dimanche



Pour en savoir plus sur ces étonnantes maisons renvoyez ce bon à l'adresse ci-dessus.

Nom _____ Adresse _____
Tel. _____

Folleto publicitario,
Maisons Houot, 1986.
*¡Fantástico! Las casas Houot,
directo de fábrica.*

de la artesanía tradicional. El procedimiento industrial que se pretende tradicional, como lo indica el nombre, grotescamente construido, de “superbloques de hormigón” [“*superparpaing*”] mediante el cual se lo designa, sólo aparece en la cara oculta del desplegable.

Todas estas contradicciones, y los choques semánticos que suscitan en el discurso, desaparecen en el caso de las empresas que apelan a métodos de construcción tradicionales, ya sea por medio de una organización que es la de la producción en serie basada en la subcontratación, o a través de formas más o menos modernizadas de artesanado tradicional. Una empresa como Sergeco que, creada en París en 1962, ofrece casas individuales llamadas de “nivel medio”, construidas a medida según los métodos más tradicionales con materiales tradicionales —ladrillo hueco, cobre para las cañerías, etc.—, puede movilizar sin inconvenientes todo el arsenal simbólico de la casa-morada: desde el eslógan, “nuestras casas están hechas para durar”, hasta la cubierta, titulada —de manera sin duda deliberadamente ambigua— “una casa para amar”, y que representa una casa tratada en el estilo de los libros infantiles, que crece en una flor, así como los bebés nacen en los repollos (foto 1, pág. 78). Hay una armonía perfecta entre la evocación de la fabricación —dos albañiles levantando

una pared de ladrillos— y la de la casa terminada (no reproducida aquí), la primera como una garantía de “larga vida” de la segunda, es decir, entre otras cosas, del “bienestar de la familia” y del rendimiento a largo plazo de la juiciosa inversión que ésta ha hecho.

En cuanto a las publicidades de Maisons Sprint, pequeña empresa regional creada en 1966 en Marsella, nada, como no sea el nombre, que alude a la rapidez, contraría la evocación encantada de la imagen más tradicional de la casa: por un lado, las seguridades asociadas a la idea de “gran empresa”, no sólo la

Maisons de l'Avenir des maisons en «Superparpaings»

Votre Maison de l'Avenir, assise sur des fondations (1) traditionnelles de maçonnerie, est construite en «Superparpaings»: (2) spécialement fabriqués dans notre bétonnere.

Son enduit extérieur, (3) d'aspect taloché, bénéficie d'une préparation en sous-face éliminant les risques de fissures.

Sa charpente en bois massif (4), chevillée à l'ancienne est réalisée par nos charpentiers compagnons du Tour de France. Traitée longitudine et insecticide, elle reçoit, selon les régions, une toiture en ardoise (5) ou en tuile.

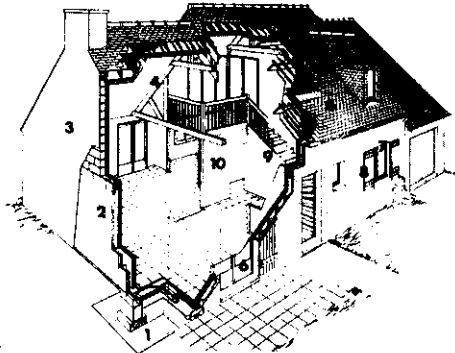
Toutes ses menuiseries sont soigneusement fabriquées et assemblées dans nos ateliers par des compagnons menuisiers.

Portes (6) et fenêtres (7) à double vitrage sont en bois exotique.

Volets (8) à assemblage par languettes incorporées avec barre et écharpes sont en Sapin du Nord de finition "Lasure".

Escalier (9) à quartier tournant avec marches et contremarches, limon et crémaillères réalisés selon l'épure traditionnelle en bois exotique sélectionné.

Cloisons intérieures autoportantes (10), isolation (11) (laine minérale et polystyrène), chauffage électrique, électricité, sanitaires, revêtements de sols, ravalement sont réalisés par nos propres équipes et des artisans sélectionnés et contrôlés par nos soins.



Le superparpaing est fabriqué en béton armé dosé à 370 kg de ciment au m³ "Superparpaing" est une marque déposée.

Desplegable publicitario, Maisons de l'Avenir, 1986.

Maisons de l'Avenir, casas en "superbloques de hormigón".

"experiencia" y la gestión racional, con "las herramientas informáticas para manejar los obradores, coordinar los esfuerzos, optimizar las compras", sino también la actividad "multidisciplinaria" que reúne a especialistas de títulos evocadores de científicidad, "ingeniero en hormigón, ingeniero en hormigón, térmico, geólogo, geómetra"; no sólo el carnet profesional de miembro de la UNCFI y el control de la SOCOTEC, sociedad de control técnico de la construcción, sino también el aval de un gran banco y la protección de un gran grupo asegurador; por el otro lado, todas las garantías asociadas al modo de fabricación tradicional, desde la "auténtica habilidad manual" del "oficial" a quien vemos ocupado en un embaldosado, hasta las "terminaciones refinadas y armoniosas" (foto 2, pág. 78). Las ilustraciones pueden versar en su mayor parte sobre los artesanos, embaldosadores, yeseros, techistas, albañiles, y los llamados materiales "nobles" que ellos utilizan, el discurso que las acompaña puede invocar el reducido número del producto ofrecido ("anualmente sólo construimos una cantidad limitada de casas") y su adaptación perfecta a los gustos del cliente ("un arte de vivir

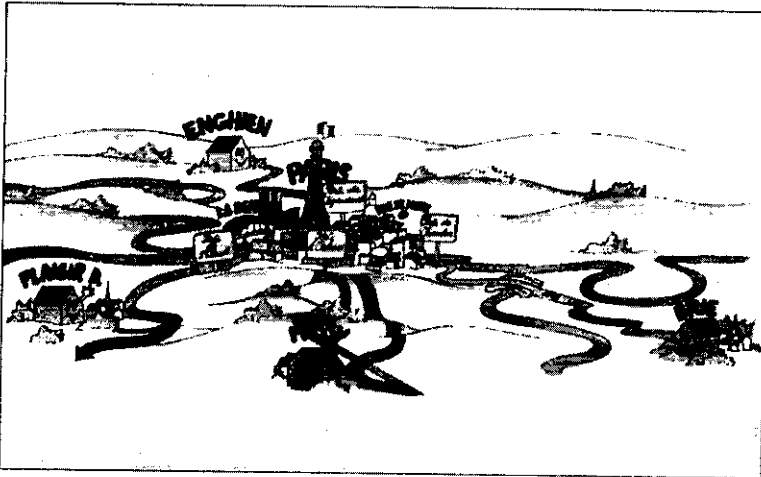


1. Desplegable publicitario,
Sergeco, 1986.
*Una casa para amar.
Sergeco, su casa en Île-de-France.*



Un authentique tour de main
Vous n'avez pas à connaître les règles de construction,
le nombre d'or des proportions, le tour de main de com-
pagnon, la recette d'un cruauté. En visitant une maison
Sprint, vous avez simplement à observer, à tolérer, à vous
laisser gagner par le charme qui se dégage de cet équilibre
général, le chatoiement des couleurs, la touche du soleil.

2. Desplegable publicitario,
Maisons Sprint, 1986, pág. 12.
*Una verdadera habilidad
manual.*



3. Sergeco, catálogo, 1983-1984, pág. 5.

a medida”) y abreviar sin moderación, para exaltar esas “casas hechas con mano maestra”, en el tesoro de los estereotipos similipoéticos que constituyen el discurso de pretensión literaria sobre la casa: misterio, encanto, naturaleza, proporciones, tradición, región, terruño, morada, espacios, volúmenes, patio, entresuelo, pérgola, asador, rincón de la chimenea, viga de madera, terracota, teja redonda, calor de la lumbre, historia, alma.

LA CRISIS Y EL EFECTO DE CAMPO

Las relaciones de fuerza entre las empresas dependen de la coyuntura económica global, que por otra parte ellas *refractan* según su lógica específica. El efecto de campo nunca se ve con tanta claridad como en oportunidad de la crisis que, en torno de la década de 1980, afecta el mercado de la casa: como deben contar, en sus estrategias de fabricación y comercialización, con la demanda de construcciones “tradicionales” y “personalizadas” que los pequeños productores artesanales supuestamente satisfacen, las grandes empresas industriales, que sólo pueden bajar los costos aumentando la producción al precio de una estandarización del producto, tienen que multiplicar las estrategias técnicas (como la diversificación de los modelos), organizacionales (como la organización en gran escala de una fabricación de aspecto artesanal) o simbólicas (como el recurso a una retórica de lo tradicional, lo original, lo único), para limitar o enmascarar los efectos de la producción en serie. Así, muchas empresas nacionales se ven en la necesidad de abandonar su política de producción integrada e industrializada para adoptar estrategias productivas que eran las de las pequeñas empresas artesanales o semiartesanales y volver a métodos de fabricación tradicionales apoyados en la subcontratación.

Los constructores nacionales más importantes, en especial Phénix, fueron los primeros afectados y sufrieron en su mayor parte una caída de la actividad (particularmente fuerte en el caso de Phénix, que después de haber construido más de dieciséis mil casas a fines de la década de 1979, sólo producía ocho mil en 1984, siete mil doscientas en 1985 y seis mil doscientas en 1986). La renovación muy veloz de las empresas es sin duda una de las características fundamentales de este campo: según la encuesta realizada por la UCB en la primavera de 1983 entre el 80 por ciento de los constructores que iniciaron por lo menos veinte casas en 1982, el 59 por ciento eran recién llegados que habían creado sus empresas menos de diez años antes (vale decir, después de 1976) o que, más escasos, construían menos de veinte casas en 1976. Se trataba casi siempre de empresas locales, pequeñas o medianas, y los productores más importantes también eran los más antiguos (Phénix, por ejemplo, fundada en 1945, y GMF, en 1949); pero también se observaban algunos casos de progreso muy rápido: así, Maison Bouygues, creada en 1979, se situaba en 1982 en el segundo lu-

gar en el mercado de la casa individual vendida por catálogo; del mismo modo, los Architectes-bâisseurs, establecidos en 1981, habían logrado a partir de 1984 agrupar a cuatrocientos arquitectos organizados en pequeñas sociedades. Pero si las aperturas eran numerosas, sobre todo en la década de 1970 e incluso en la de 1980, los cierres y declaraciones de quiebra lo eran aún más porque, según la encuesta de la UCB, la cantidad de constructores pasó de mil cien en 1976 a sólo ochocientos en 1982. Tras un período de fuerte expansión —el número de casas en construcción había pasado de 107 mil en 1962 a 281 mil en 1979—, la fabricación de casas individuales sufrió desde 1980 una declinación muy pronunciada; el número de unidades en obra sólo era de 192 mil en 1985, aunque esta disminución haya sido más tardía y también menos marcada que la de la construcción de inmuebles colectivos.

La crisis modificó la relación de fuerzas en favor de las pequeñas empresas. “Los pequeños y medianos constructores aprovecharon la situación para ganarles la partida a los grandes, que habían entrado en sus territorios. Más cercanas a su clientela, conocedoras de sus expectativas y sus gustos, las pequeñas y medianas empresas vigorizaron en estos últimos años su capacidad de venta y, en su mayoría, tuvieron desempeños honorables en lo más profundo de la crisis. Por ejemplo, en 1984, Vercelletto tenía en Mamers 350 obras en construcción (contra 250 en 1983); Cleverte, 226 en Lyon (contra 158); Maison Chapel, 107 en Brignoles (contra 60; las Maisons Archambault, 50 en Tours (contra 22). Al parecer, ese respiro fue de corta duración, porque en 1985, y de manera general, los pequeños y medianos constructores también tuvieron que marcar el paso; muchos acusaron incluso una caída notoria de la actividad. Además, los grandes, que aprendieron las lecciones de la guerra, a partir de principios de año dieron una voltereta y empezaron a calcar la estrategia de las pequeñas y medianas empresas.”⁴⁹ Para sostener la lucha contra estas últimas, los grandes se reorganizaron y, mediante la creación de filiales regionales o a través de formas originales de subcontratación, se dotaron de estructuras emparentadas con las de sus rivales pequeñas y medianas, a fin de tratar de acercarse a los consumidores y sus expectativas. Así, Bruno-Petit subdividió sus marcas Bruno-Petit y Chalet Idéal en pequeñas y medianas compañías más autónomas, y cedió a sus nuevos directivos una parte minoritaria del capital. Del mismo modo, Maison Phénix creó estructuras más pequeñas en las distintas regiones. Esta diversificación interna de las grandes empresas fue de la mano con una fuerte tendencia a la concentración: en 1982, la cuota de mercado de los constructores que hacían más de doscientos cincuenta casas por año, que representaban un 5 por ciento de la totalidad, era del 50 por ciento de las casas construidas por el conjunto de los fabricantes, mientras que la de las compañías nacionales, que sólo representaban el 1 por ciento del total, llegaba al 33 por ciento.

Algunas de las empresas más grandes intentan conciliar la estandarización de la

producción y la personalización del producto mediante estrategias técnicas y comerciales que apuntan a ofrecer combinaciones singulares de elementos más o menos estandarizados y proponer todo un abanico de métodos de construcción (la innovación más eficaz es la organización masiva, gracias a la subcontratación, de una fabricación tradicional: la “casa de albañiles”) y una gama de fórmulas de venta (casas entregadas llave en mano, listas para terminar, en *kit* o agrandables, etc.). Así, Claude Pux, por entonces presidente de la Union nationale des constructeurs de maisons individuelles (UNCFMI), cita una encuesta que registra 985 modelos de treinta y cuatro constructores en 1984 y anuncia que esa cantidad seguirá en aumento. Algunos constructores sólo ofrecen ya casas personalizadas y renuncian a su catálogo. *Le Moniteur des travaux publics et du bâtiment* del 2 de mayo de 1986 titula: “La casa individual se personaliza. Los constructores nacionales encontraron un nuevo caballito de batalla: los «proyectos personalizados». Una contraofensiva apuntada a los pequeños y medianos constructores, que acompaña su regionalización”. Y el responsable del presupuesto publicitario de Maisons Phénix expone la nueva estrategia comercial en una entrevista (de 1987): “Hace algunos años, todos los constructores vendían casas por catálogo. Las herramientas de venta evolucionaron. Ya no se vende así. Ahora, la gente quiere una casa personalizada. Si la encerramos en un catálogo, tienen la impresión de elegir entre casas ofrecidas. Luchamos contra eso, queremos que la persona sienta que está construyendo verdaderamente su casa y elija todo lo que quiera. Primera evolución: en Phénix las casas ya no tienen nombre. Hace un año que empezamos con eso. Cada vendedor tiene vistas de casas (fotos) que puede mostrar a los clientes, casas que realizó o puede realizar. Ya no va a haber catálogo. Habrá un legajo de proyecto de construcción. Se les presentarán vistas de casas sin nombre, por ejemplo la casa con tejados transformables, a lo mejor con una propuesta de plano que podrá modificarse. Para cada cliente se abrirá un legajo de proyecto de construcción. No se les impondrá nada al principio. Es un trabajo bastante semejante al del arquitecto. Hay que responder a la motivación de la gente que quiere elegir. Todos los constructores pelean por la casa personalizada, son conscientes de que la demanda ha evolucionado”. Así, el hecho de que el lenguaje de la “personalización” que se impuso desde hace tiempo en el orden bancario con respecto al crédito termine también por aplicarse, bajo el efecto de la crisis, al producto mismo, no puede sino contribuir a fortalecer de manera considerable la coherencia y la eficacia simbólica del dispositivo comercial puesto en práctica por las empresas.

Esta diversificación no es exclusiva de una estandarización evidente de los productos de la misma empresa y de una homogeneización de los productos de las firmas que ocupan posiciones vecinas en el campo. Eso es lo que dice claramente una vendedora de Kaufman and Broad: “Con respecto a los competidores, es lo mismo con distinto nombre. [...] Tenemos las mismas empresas, utilizamos los mismos materiales y además tratamos de dar un plus”. Si el primer efecto deriva directamente de la necesidad técnica de bajar los costos, el segundo parece deberse, al menos en parte, a la competencia que lleva a las empresas

más grandes a ofrecer a sus clientes productos capaces de rivalizar con los que tienen el mayor éxito en sus competidores más directos (en la circulación de la información corresponde un papel fundamental, sin duda, a los clientes mismos, quienes, al utilizar lo que un constructor les transmitió para poner a prueba a los otros, informan a los vendedores sobre los argumentos de venta propuestos por la competencia). El hecho de que las empresas competidoras no dejen de acercarse e incluso de espíarse mutuamente y hasta de plagiar, ⁵⁰ o que recurran a la deserción de directivos o vendedores, con lo que logran una transferencia de capital técnico incorporado, tiene sin duda influencia en la aparición más o menos simultánea de modelos similares en compañías que ocupan posiciones vecinas, como Phénix, en declinación, y Bouygues, en ascenso: ⁵¹ por ejemplo, la casa “Grand-Volume”, que fue un gran éxito de Maison Bouygues cuando se lanzó en 1984, se anticipó por poco tiempo al modelo “Spacio” de Phénix, que en la misma época sufrió un fracaso humillante.

En realidad, sin embargo, en las luchas a corto plazo que los conducen a sacarse recíprocamente ideas, métodos, personal, etc., los competidores comprometen las cartas de triunfo que pueden lanzar a la batalla, y *todo el pasado de la relación estructural está presente en cada momento de esa relación*, especialmente, en el caso de la rivalidad entre Phénix y Bouygues, a través de la estructura misma del empleo dentro de la empresa y todas las formas de inercia e histeresis resultantes. Si nos atenemos a las grandes tendencias, podemos decir que la crisis aseguró el triunfo de la demanda más tradicional en el plano técnico y estético: bloques de hormigón para las paredes, armaduras industriales para el esqueleto, madera para la carpintería exterior (con las ventanas de cristales pequeños estilo “Île-de-France”, muy caras y poco sólidas). El achicamiento del mercado se tradujo en una *reducción de la dispersión social* de la clientela. Ahora bien, sabemos que las más grandes empresas industriales, y muy especialmente Phénix, que dominaba el mercado, habían llevado adelante una política de producción masiva tendiente a bajar los costos mediante la estandarización del producto y el aumento de las ventas basado en la conquista de las categorías sociales menos favorecidas (los grandes productores nacionales, que concentran una parte importante de la fabricación de casas individuales, construían sobre todo chalets de cuatro a seis habitaciones, con una superficie habitable de entre cincuenta y ciento veinte metros cuadrados en una sola planta, sin sótano, mientras que los constructores regionales ofrecían casas más grandes, de cinco a ocho habitaciones y entre ciento diez y ciento veinte metros cuadrados, con un precio más alto por metro cuadrado). De ello se deduce que el debilitamiento de la demanda de las categorías menos solventes afectó en primer lugar a las empresas más grandes y volvió a dar primacía a los constructores regionales, que siempre apuntaron a una clientela de posición más acomodada. ⁵² Los constructores especializados en los “niveles bajos de la gama” (Maison Phénix, Maison

Mondial Pratic) reaccionaron tratando de ganar clientelas más favorecidas. Pero, a la inversa, algunas sociedades importantes que producían sobre todo con destino a una clientela acomodada sólo pudieron mantener su posición diversificando su actividad: es lo que sucedió con Kaufman and Broad que, especializada en la construcción de “pueblos” para personal superior e ingenieros, tuvo que lanzarse a construir departamentos, oficinas y residencias para jubilados; algo similar pasó con la Société des constructions modernes Laguarrigue, que en 1982 se dirigía a una clientela de bastante buena posición y que, para intentar limitar los efectos de la crisis y la reducción de su actividad, empezó a proponer casas más baratas para clientes más modestos (con la serie “Record”, cuyo primer precio era en 1986 de 221 mil francos para setenta y tres metros cuadrados habitables).

LAS ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA COMO CAMPO

Pero para explicar de manera más completa y precisa la relación de fuerza entre las empresas y su evolución a lo largo del tiempo, es decir, las estrategias que ponen en práctica para transformarla o conservarla, en especial frente a la redistribución de las cartas de triunfo determinada por la crisis, hay que cambiar de escala y pasar del campo de la totalidad a cada una de las firmas que, al menos en el caso de las grandes, son unidades relativamente autónomas que también funcionan como campos. Es notorio, en efecto, que la empresa no es una entidad homogénea susceptible de ser identificada con un sujeto racional, el “empresario” o el “*management*”, orientado hacia una función objetiva única y unificada. La empresa está determinada (u orientada) en sus “elecciones” no sólo por su posición en la estructura del campo de producción sino también por su estructura interna que —producto de toda su historia anterior— todavía guía su presente. Dividida en organizaciones principalmente volcadas a la producción, la investigación, el *marketing*, el financiamiento, etc., está compuesta por agentes cuyos intereses específicos están ligados a cada una de esas organizaciones y funciones, y que pueden entrar en conflicto por múltiples razones, en particular por el poder de decidir las orientaciones de la firma. Sus estrategias se determinan por medio de innumerables decisiones, pequeñas o grandes, ordinarias o extraordinarias, que son en cada caso el producto de la relación, por un lado, entre intereses y disposiciones asociados a posiciones en las relaciones de fuerza dentro de la empresa y, por el otro, capacidades de hacer valer esos intereses o disposiciones que, por su parte, también dependen del peso de los diferentes agentes involucrados en la estructura, y por lo tanto del volumen y la estructura de su capital. Vale decir que el “sujeto” de lo que a veces se denomina la “política de la empresa” no es otro que el campo de la empresa o, más precisamente, la estructura de la relación de fuerza entre los diferentes agentes que forman parte de

ella o, al menos, entre aquellos que tienen mayor peso en esa estructura y desempeñan en la decisión un papel proporcionado a dicho peso individual. Los estudios de casos destinados a analizar la génesis de una decisión carecen prácticamente de sentido mientras se atienen a las manifestaciones fenoménicas del ejercicio del poder, es decir, a los discursos o las interacciones, e ignoran la estructura de las relaciones de fuerza entre las instituciones y los agentes (a menudo constituidos como cuerpos) que están en lucha por la facultad de decidir, esto es, las disposiciones e intereses de los diferentes directivos y las bazas de que disponen para llevarlos al triunfo.

Las estrategias de los directivos envueltos en la lucha competitiva dentro del campo del poder de una empresa y las visiones del futuro, previsiones, proyectos o planes que se esfuerzan por imponer, dependen especialmente del volumen y la estructura de su capital, más bien económico (acciones, etc.) o más bien educativo y, más en particular —en ese nivel—, del tipo de capital educativo que poseen y también de la posición —ligada por su parte a las propiedades precedentes— que ocupan en la empresa (director financiero, director comercial, jefe de personal, ingeniero de producción, etc.). Si se sabe que en las sociedades más grandes y burocráticas la orientación hacia una u otra de las funciones fundamentales de la empresa: financieras, comerciales, técnicas, está estrechamente ligada al tipo de capital educativo poseído y, al mismo tiempo, a trayectorias sociales y educativas generadoras de disposiciones específicas (y también de capital social, vinculado a la pertenencia corporativa), es comprensible que las luchas que se desarrollan dentro de los equipos dirigentes en oportunidad de decisiones ordinarias o extraordinarias, y muy en especial durante las crisis de sucesión, deban mucho al anhelo que pueden tener los distintos directivos y, a través de ellos, los diferentes cuerpos (ingenieros de minas o de puentes y carreteras, inspectores de finanzas, ex alumnos de HEC, etc.), de promover las actividades de las que son parte integrante y mantener o mejorar de ese modo su posición, perpetuando o transformando el equilibrio entre las funciones a las que se asocian sus intereses.

Así, sólo pueden entenderse las estrategias de las diferentes empresas embarcadas en la lucha por la dominación del mercado de la casa individual y, en particular, las de las firmas más grandes, como Maison Bouygues y Maison Phénix, si se toma en cuenta toda su historia social y en especial la evolución, dentro de cada una de ellas, de las relaciones de fuerza entre las distintas categorías de directivos, quienes, cuando tienen el poder de hacerlo, pueden sacrificar *los "intereses" de la empresa* a la satisfacción de *los suyos propios dentro de ella*. Para comprender, por ejemplo, las razones o las causas que hicieron que la empresa Maison Phénix, como un barco que siguiera a la deriva, perseveró tanto tiempo, pese a la crisis que la golpeaba, en la dirección que le había dado su fundador, habría que reconstruir la historia de la evolución de la estructura de las relacio-

nes entre los directivos que pretendían luchar para mantener el rumbo y los que, al contrario, deseaban encauzar la empresa hacia otro camino.

Pequeña sociedad de ingenieros que en un inicio trabajaba principalmente para Électricité de France, Maison Phénix experimentó un rápido crecimiento y a fines de la década de 1960 quedó en una situación de casi monopolio en el mercado de la construcción industrial de casas individuales. Si bien su declive recién es visible a partir de 1980, hay signos muy anteriores que lo delatan, desde mediados de la década de 1970, cuando la empresa tuvo que hacer frente a una crisis de sucesión. Tras la jubilación de André Pux, que tenía la legitimidad y la autoridad del fundador (“cuando él decía: ‘Sigan haciendo las casas como antes, no cambien nada’, la gente no se atrevía a decir una palabra”, o bien: “‘Empiecen por ganar dinero, después tendrán derecho a hablar’, tenía autoridad para decirlo”), los grupos financieros no tardaron en tomar el control del capital. El nuevo presidente y director general, Roger Pagezy, ingeniero de la Escuela de Minas, era el representante de un gran grupo, Pont-à-Mousson. Claude Pux, hijo del fundador, que lanzó a partir de 1965 el sector comercial de la empresa pero que no contaba con ningún título académico de prestigio ni, al parecer, con el sostén de su padre, intentó apoyarse en las filiales regionales para imponerse ante la nueva autoridad máxima. Pero la autonomía de esas filiales, que en un primer momento se había propiciado (el 49 por ciento de su capital se había vendido a sus presidentes y directores generales, mientras que la compañía matriz conservaba otro 49 por ciento y el 2 por ciento restante quedaba en poder de Claude Pux), se restringió a continuación (los presidentes de las filiales regionales serían reemplazados y el grupo recompraría en 1982 su capital). Los efectos de la crisis de sucesión fueron mucho más graves porque ésta sobrevino en un momento en que los competidores se desarrollaban, decidían hacer inversiones publicitarias importantes y ocupaban cada vez más terreno.

Partida del fundador, crisis de sucesión, conflictos entre la sede central y las filiales regionales, aumento de la competencia, declinación general de la actividad en el sector a partir de 1980: otros tantos factores que, entre otras cosas, provocan una pérdida de la *confianza en la empresa*, en el valor de sus productos. El fracaso que sufre el modelo “Spacio”, propuesto por Phénix en el momento en que el modelo “Grand-Volume” de Bouygues, aunque técnica y financieramente muy parecido, alcanza un éxito muy grande, no puede disociarse de todo el universo de las relaciones en el seno de la empresa (en la que los sindicatos hacen su aparición a mediados de la década de 1980): mientras que el “espíritu de la casa” cae fuertemente en Phénix, donde los vendedores “desmoralizados” ya no parecen *creer en su producto*, sus pares de Bouygues, sometidos a un control muy estricto (“nos siguen más de cerca”, decía un tráfugo de Phénix) y con un mayor apego a su empresa, se muestran más “agresivos” y eficaces. Mediante las estrategias comerciales (el partido de lo tradicional, la “casa de albañiles” de Bouygues en contraposición a la modernidad vergonzante de Phénix) y las disposiciones de quienes están encargados de llevarlas adelante, y en particular los vendedores, lo que se traslada en cierto modo a las prácticas, con las consecuencias conocidas, es toda la política social de la empresa, las relaciones entre

los servicios comerciales y los encargados de la publicidad y la investigación, etc. Prueba sin duda de que toda la empresa, con su estructura y su historia y, a través de ella, toda la estructura y la historia del campo, están presentes en todo momento en cada una de las estrategias, irreductibles al decreto instantáneo de un calculador racional.

La crisis de sucesión será seguida por varias otras, y Phénix no dejará de ir de reorganización en reorganización, de dificultad en dificultad. En 1979, Saint-Goban-Pont-à-Mousson cede el 45 por ciento de su participación en el capital de la sociedad a varios inversores, el más importante de los cuales es en lo sucesivo la *Compagnie générale des eaux*, lo que ocasionará cambios en los niveles directivos. En 1984-1985, nueva reorganización. *Maison Phénix* padece numerosos fracasos, en especial en sus distintas tentativas de desarrollo o compra de empresas en el extranjero (a las que por otra parte deberá renunciar). Todas las cartas de triunfo específicas que le habían permitido ocupar una posición dominante en el campo, el capital técnico (el método de construcción relativamente económico que había significado su éxito era descalificado por los competidores), pero también el capital simbólico que representaban, tanto dentro de la sociedad como fuera de ella, la autoridad y la legitimidad del fundador, el espíritu de empresa vigorosamente desarrollado y la confianza en el producto, se debilitaron poco a poco, sin que nadie hubiera sabido o podido inventar y sobre todo imponer las nuevas bazas que habrían podido procurar una reconversión del modo de producción. Sin duda porque cada una de las innovaciones técnicas o comerciales habría supuesto un estremecimiento de la jerarquía de las diferentes funciones y los diferentes sectores de la empresa, en especial el técnico y el comercial, y por lo tanto una redefinición revolucionaria de los sistemas de intereses asociados a las distintas posiciones.

Así, el espacio diferenciado y estructurado de la *oferta*, es decir, de las empresas de producción de casas (o de sus agentes, desde los directivos hasta los vendedores) que, para mantener o mejorar su posición en la estructura, deben desplegar estrategias de producción —y por lo tanto productos, casas— y comercialización —en especial publicidades—, dependientes en sí mismas de la posición que les aseguran sus cartas de triunfo, entablan una relación de *homología* con el espacio diferenciado y estructurado de la *demanda*, vale decir, el espacio de los compradores de casas. El ajuste de la oferta y la demanda no es el resultado de la agregación milagrosa de innumerables milagros efectuados por calculadores racionales capaces de tomar la decisión más adecuada a sus intereses. A pesar de las apariencias, no hay nada natural ni evidente en el hecho de que los compradores más desprovistos acudan a las empresas que ofrecen los productos más burdos, sobre todo estéticamente, mientras que los demás se inclinan “espontáneamente” hacia las compañías que en el espacio de los productores de casas ocupan posiciones homólogas a las que ellos tienen en el espacio social, es decir, hacia los productores y los productos más aptos para satisfacer su gusto por el confort, la tradición, la originalidad; en síntesis, su sentido de la distinción. Si

ese ajuste se produce, es porque la correspondencia entre las características sociales de los compradores y la de las empresas, y por ende de sus productos, de su personal, en particular los vendedores (las sociedades que ofrecen casas calificadas de nivel bajo a la clientela más desfavorecida —obreros, empleados— tienen los vendedores con menos títulos, que son a menudo antiguos obreros), o de sus publicidades (estrechamente ligadas a la calidad social de la clientela, que por su parte está con frecuencia vinculada a la posición de la sociedad en el campo), está en el origen de toda una serie de efectos estratégicos que en lo esencial son indeseados y parcialmente inconscientes. Y de tal modo nos vemos inducidos a sustituir el mito de la “mano invisible”, concepto clave de la mitología liberal, por la lógica de la orquestación espontánea de las prácticas, fundada en toda una red de homologías (entre los productos, los vendedores, los compradores, etc.). Esta especie de orquestación sin director de orquesta está en el origen de innumerables estrategias que podemos considerar sin sujeto, porque son más inconscientes que verdaderamente queridas y calculadas, como la consistente en que un vendedor identifique sus intereses con los de sus clientes o se presente a sí mismo como garantía de la transacción (“yo tengo una igual”), y que sólo puede ser concebible, y sobre todo eficaz desde el punto de vista simbólico, sobre la base de una afinidad, garantizada por la homología de las posiciones, entre los *habitus* de los compradores y los vendedores.

NOTAS

1. Es conocida, por ejemplo, la importancia que los miembros de la burguesía y de la aristocracia atribuían en el siglo XIX a la calidad social de su domicilio, lo que podía llevarlos a decidir alquilar en un “buen” barrio en vez de comprar en otro menos cotizado. Y puede verse un indicio de esta conciencia de dar motivo a los juicios de los demás en las leyendas del tipo de “con esto me basta” o “esto me gusta” que exhiben a veces los chalets pequeño-burgueses.

2. Una de las pruebas de este interés es el éxito de la prensa dedicada a la decoración de la casa, que cumple una función semejante a la de los manuales de *savoir-vivre* en otro ámbito de la práctica.

3. Debido a la pluralidad de funciones económicas que cumple simultáneamente, la casa plantea arduos problemas a la clasificación contable.

4. Sobre el modelo de la “casa”, véanse P. Bourdieu, “Célibat et condition paysanne”, *Études rurales*, 5-6 (abril-septiembre de 1962), págs. 32-136, y “Les stratégies matrimoniales dans le système des stratégies de reproduction”, *Annales*, 4-5 (julio-octubre de 1972), págs. 1105-1127; E. Claverie y P. Lamaison, *L'Impossible mariage. Violence et parenté en Gévaudan, XVIIe, XVIIIe et XIXe siècles* (París, Hachette, 1982); y también C. Lévi-Strauss, *Paroles données* (París, Plon, 1984), pág. 177 [traducción castellana: *Palabra dada*, Madrid, Espasa-Calpe, 1985].

5. De tal modo, se observa que la curva que representa la evolución de la tasa de ahorro no financiero (asimilado a la inversión inmobiliaria) de las familias exhibe una forma muy similar a la curva que muestra la evolución de la cantidad de matrimonios (cf. L. Crétin y P. L'Hardy, "Les ménages épargnent moins qu'il y a quinze ans", *Économie et statistique*, 219, marzo de 1989, págs. 21-26).
6. Se encontrará el estudio de un ejemplo de mitología colectiva particularmente ligada al área mediterránea, pero sin duda siempre inscrita en el inconsciente europeo, en P. Bourdieu, "La maison kabyle ou le monde renversé", en J. Pouillon y P. Maranda (comps.), *Échanges et communications. Mélanges offerts à Claude Lévi-Strauss à l'occasion de son 60° anniversaire* (Paris-La Haya, Mouton, 1970), págs. 739-758.
7. El eslógan publicitario "Una casa de albañiles" ["*Une maison de maçons*"] fue lanzado por la empresa Bouygues para promover sus casas industriales.
8. Vemos con ello todo lo que implica la transformación, hoy muy intensamente alentada en los servicios públicos, educativos y culturales en especial, del usuario (oyente, espectador, alumno, estudiante, etc.) en *cliente*.
9. A. Martinet, *To Honor Roman Jakobson*, citado por G. Mounin, *La Communication poétique* (Paris, Gallimard, 1971), pág. 25.
10. M. Augé, *Demeures et châteaux* (Paris, Éditions du Seuil, 1989).
11. *Ibid.*, pág. 79.
12. Podemos hacernos una idea de ese enorme trabajo de apropiación, que tiene su equivalente en el orden del discurso, si miramos atentamente las fotografías de las transformaciones interiores o exteriores que sus dueños efectuaron en las casas Phénix, en *Les Honneurs de la maison. Six photographes dans la maison*, testimonios obtenidos bajo la dirección de Lucien Clergue (Paris, Pandora, 1982).
13. A la manera de los *churingas*, esos objetos de piedra o madera decorada que representan el cuerpo físico de un ancestro determinado y que entre los arandas se atribuyen solemnemente, en cada generación, a la persona viviente considerada como la reencarnación de ese antepasado, y que se sacan periódicamente para revisarlos y honrarlos, los álbumes de familia y todos los bienes preciosos, archivos, joyas y retratos familiares que se transmiten de generación en generación, como el apellido y a veces algunos nombres de pila, deben su carácter sagrado al hecho de que, al testimoniar materialmente la antigüedad y la continuidad del linaje, consagran su unidad social, siempre indisoluble de la permanencia en el tiempo (cf. P. Bourdieu, *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris, Éditions de Minuit, 1965).
14. Esto es lo que constituye el límite de la antropología filosófica que sobrevive aún hoy, en especial en Alemania, y de la mayoría de los intentos de los etnólogos de trasladar, sin cuestionamiento crítico, sus instrumentos y hábitos de pensamiento fuera de sus terrenos tradicionales de aplicación.
15. C. Taffin, "L'accesion à tout prix", *Économie et statistique*, 202 (septiembre de 1987), págs. 5-16. La transmisión directa, sin embargo, es mucho más importante de lo que muestran las cifras: la ayuda de la familia, en efecto, se produce en formas diversas (préstamos sin interés, donación de terrenos, aporte parcial, etc.).
16. Cf. L. Crétin y P. L'Hardy, "Les ménages épargnent...", art. cit.
17. Una de las tentativas más sistemáticas fue la realizada por Pierre Durif, a quien

más adelante encontraremos entre los iniciadores de la reforma del financiamiento de la vivienda, y Sylvie Bernard a partir de la encuesta habitacional de 1967, comparada en particular con la de 1963 (cf. P. Durif y S. Bernard, "Les Français et la maison individuelle", *Économie et statistique*, 7, diciembre de 1969, págs. 3-16; P. Durif, "Propriétaires et locataires en 1967", *Économie et statistique*, 3, julio-agosto de 1969, págs. 41-56). La encuesta realizada en 1986 por Catherine Bonvalet y su equipo del Institut national d'études démographiques (INED) sobre la historia habitacional de la generación de las personas nacidas entre 1926 y 1935 y residentes en la región parisina (n = 1987 individuos) apuntaba a captar, en un primer momento, las circunstancias y los factores de la llegada a París, del "recorrido habitacional" y de la constitución del patrimonio inmobiliario a lo largo del ciclo de vida, así como los proyectos de jubilación y mudanza: con gran hincapié en el estudio de los factores demográficos y sociales, prestaba mucho menos atención al capital económico, al capital cultural o al efecto de la política y la oferta de viviendas (C. Bonvalet, A. Bringé y B. Riandey, *Cycle de vie et changements urbains en région parisienne. Histoire résidentielle d'une génération*, París, INED, 1988 [junio], 179 páginas y anexos). El estudio sobre el origen geográfico y familiar, la vida profesional, la vivienda y los modos de vida que Nicole Tabard y su equipo realizaron en el Credoc con mil hogares del Essonne que tenían por lo menos un hijo menor de veinte años, se centró en un primer momento en la construcción de una tipología socioprofesional de las comunas y barrios del departamento y en el análisis de las relaciones, por un lado, entre la morfología de los municipios o barrios de residencia y los comportamientos y prácticas de los hogares en materia de vivienda; por el otro, entre la trayectoria social y geográfica de los encuestados y su localización específica en el Essonne (N. Tabard *et al.*, *Relations entre la structure socio-économique de l'espace, la production de l'environnement et les conditions de logement. Analyse de l'enquête Essonne*, París, Credoc, enero de 1987, 124 páginas).

18. La interpretación de las estadísticas se alimentó constantemente de las indicaciones e hipótesis que se desprendían de un conjunto de entrevistas en profundidad (n = 45) que realizamos con propietarios de casas individuales de la región parisina y del Mediodía de Francia (véanse los anexos, págs. 93-100).

19. M. Villac, G. Balland y L. Touchard, "Les conditions de logement des ménages en 1978", *Les Collections de l'INSEE*, serie "Ménages", 85 (1980).

20. SOFRES, *Les Français et l'immobilier*, marzo de 1986.

21. En esta categoría, el índice de propietarios también es independiente de la edad.

22. El índice de propietarios de un departamento parece más ligado al título que el índice de propietarios de una casa, al menos en algunas categorías. Pero es indudable que hay que ver en ello un efecto de la *urbanización*: los dueños de departamentos son más frecuentes en las grandes aglomeraciones, en las que hay mayor cantidad de personas con títulos.

23. Los capataces con menores ingresos (menos de 65 mil francos por año) son mucho más frecuentemente propietarios de su vivienda (39,5 por ciento) que los empleados (16,5 por ciento) o los directivos medios (8,2 por ciento) que cuentan con los mismos recursos.

24. Cf. G. Ballester, *Maison préfabriquée* (París, Institut français de démoscopie, noviembre de 1984).

25. M. Villac, G. Balland y L. Touchard, "Les conditions de logement...", art. cit., págs. 161-166. Además del tamaño de la aglomeración, habría que tomar en cuenta la región. Pierre Durif mostró que en 1968 existían disparidades regionales muy pronunciadas, en especial entre el oeste y el este de Francia: la proporción de casas individuales superaba entonces el promedio en todo el oeste y era particularmente alta en el norte; en cambio, la vivienda colectiva era más importante en el centro, el este y sobre todo el sudeste (cf. P. Durif y S. Berniard, "Les Français et la maison individuelle", art. cit., en especial págs. 5-7).

26. N. Tabard *et al.*, *Relations entre la structure socio-économique de l'espace...*, *op. cit.*

27. C. Bonvalet *et al.*, *Cycle de vie et changements urbains...*, *op. cit.*, pág. 121.

28. *Ibid.*, págs. 125-126.

29. Sobre el vínculo entre la restricción de la fecundidad y la ambición de ascenso, cf. P. Bourdieu y A. Darbel, "Le fin d'un malthusianisme?", en Darras, *Le Partage des bénéfices* (París, Éditions de Minuit), págs. 117-129, y P. Bourdieu, *La Distinction...*, *op. cit.*

30. Esta hipótesis se ve confirmada por los primeros resultados publicados de la encuesta que Nicole Tabard realizó en el Essonne y que debería permitir afinar el conocimiento de los efectos de la trayectoria social. El estudio pone de relieve, en particular, los lazos entre el origen social —especialmente en el caso del personal superior y los miembros de las profesiones liberales— y el hecho de vivir en una comuna más o menos "enclavada".

31. Cf. P. Culturello, *De la location à l'accession*, Niza-Marsella, GERM-CERCOM, 1989 (informe de investigaciones para la CNAF).

32. C. Topalov, *Le Logement en France* (París, Presses de la FBSP, 1987), en especial págs. 305-314. El índice de agricultores y patronos de la industria y el comercio propietarios de sus viviendas, ya muy elevado al comienzo del período, aumentaba más lentamente.

33. La lógica de la explotación cada vez más intensiva de un "yacimiento" en camino de agotarse llevó sin duda a los bancos a achicar los límites de los riesgos razonables. Debido a ello, la crisis afectó duramente a los tomadores de préstamos de las clases populares. Así, 21 de las 51 causas por ventas de casas falladas entre 1981 y 1983 en los tribunales de segunda instancia de Rennes y Saint-Malo a raíz de procesos entre un adquirente de vivienda y un prestamista concernían a obreros, de los cuales nueve trabajaban en la construcción y en obras públicas, cinco afectaban a empleados y tres a agricultores; en veinte casos se desconocían las categorías socioprofesionales (cf. Agence d'urbanisme et de développement intercommunal de l'agglomération rennaise, *Les Accédants à la propriété en difficultés financières*, Rennes, febrero de 1986).

34. Cf. C. Bonvalet *et al.*, *Cycle de vie et changements urbains...*, *op. cit.*, pág. 131.

35. Cf. M. Eenschooten, "Le logement de 1978 à 1984. Toujours plus grand et toujours mieux", *Économie et statistique*, 206 (enero de 1988), págs. 33-43.

36. N. Tabard, *Consommation et inscription spatiale. Synthèses et perspectives* (París, Credoc, 1984).

37. Este conjunto de efectos colaterales negativos del cambio de vivienda explica el

hecho, en apariencia paradójico, de que el acceso a la propiedad de un departamento moderno se viva a menudo, y con mucha lógica, como una regresión, a pesar de todos los esfuerzos desplegados para *contentarse* (ese desfase paradójico entre la experiencia de los agentes y la mejora aparente de sus condiciones habitacionales, ligada al paso de la villa de emergencia o zonas marginales a la urbanización de viviendas de bajo alquiler, se me había presentado con toda claridad en la investigación que realicé en Argelia en la década de 1960; cf. P. Bourdieu, *Algérie 60, op. cit.*, págs. 83-114).

38. Cf. C. Topalov, *Le Logement en France, op. cit.*, pág. 315.

39. Como la investigación sobre la que se apoya esta obra se realizó a fines de la década de 1980, los datos recogidos se refieren a un período anterior a la década de 1990. La decisión de concentrarse en ese período se justifica por la amplitud y la importancia de las transformaciones estructurales que lo caracterizan y el hecho de que una economía esencialmente histórica no puede razonar a margen de un marco espaciotemporal definido.

40. "Maison individuelle: promoteurs et constructeurs résistent bien", *Le Moniteur des travaux publics et du bâtiment*, 9 (2 de marzo de 1984), pág. 37. De ello resulta que el "sector" se caracteriza por el empleo de una mano de obra numerosa; los gastos de personal en las empresas de construcción e ingeniería de más de cincuenta asalariados representaban el 38 por ciento del volumen de negocios sin impuestos incluidos en 1981 y el 90 por ciento del valor agregado (cf. J.-J. Granelle y M. Pelège, *Construction, croissance et crise. Réflexions pour une relance*, París, Éditions du Moniteur, 1985). Dicho esto, los progresos de la industrialización total o parcial (en el plano de los componentes utilizados) hacen que el costo de la fabricación propiamente dicha ocupe cada vez menos lugar en la construcción de edificios (sobre todo de los inmuebles o residencias de gran jerarquía), mientras que se incrementa la parte de las erogaciones anexas, precio del terreno, honorarios del escribano y sobre todo costos de comercialización y gastos financieros (cf. P. Madelin, *Dossier I comme immobilier*, París, A. Moreau, 1974, págs. 265-268; y también *Le Moniteur des travaux publics et du bâtiment*, suplemento Magazine 17, 28 de abril de 1980: "El precio de los terrenos está en alza constante. La carga financiera global aumentó del 20 por ciento del costo final de la operación en 1978 al 30 por ciento a principios de 1980").

41. UCB, *Regards sur une profession: les constructeurs de maisons individuelles* (París, UCB, 1983). La realidad es mucho más compleja de lo que lo hace suponer esta clasificación. ¿Dónde ubicar, por ejemplo, las asociaciones de arquitectos como *Architectes-bâisseurs*?

42. Aunque la casa individual haya motivado numerosas publicaciones, no existe ningún estudio sobre el conjunto de los constructores (si se exceptúan algunos datos confidenciales como el Baromètre UCB).

43. En esa etapa de la investigación no se tuvo en cuenta el control ejercido por sociedades extranjeras.

44. Como este primer análisis, realizado sucesivamente en las cuarenta y cuatro sociedades constructoras o inmobiliarias y en las treinta empresas de construcción, sólo dio resultados muy decepcionantes y en cierto sentido demasiado previsibles, no lo reproduciremos aquí. Se presenta en detalle en *Éléments d'une analyse du marché de la maison individuelle* (París, Centre de sociologie européenne, 1987), págs. 53-60.

45. Folleto publicitario: “Une maison de maçons, oui, vous pouvez”, 1984, cuarenta y seis páginas.

46. Francis Bouygues, texto introductorio a un folleto de presentación de la sociedad Maison Bouygues, 1984.

47. El mismo tipo de efectos, que sólo pueden comprenderse en una perspectiva estructural, se observa en el ámbito de la producción editorial, en la que productores o distribuidores de una literatura “comercial” industrialmente producida y destinada al gran consumo pueden simular (o remedar) las invenciones auténticas de la vanguardia, mediante artificios de *marketing* que a menudo se apoyan en la adhesión de buena fe, ligada a efectos de *alodoxia*, de ciertos críticos mal informados (cf. P. Bourdieu, “Une révolution conservatrice”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 126-127, marzo de 1999, págs. 3-28).

48. E. Panofsky, *Essais d'iconologie. Les thèmes humanistes dans l'art de la Renaissance*, traducción de C. Herbert y B. Teyssèdre (Paris, Gallimard, 1967, primera edición de 1939), págs. 24-25 [traducción castellana: *Estudios sobre iconología*, Madrid, Alianza, 1980].

49. “La maison individuelle se personnalise”, *Le Moniteur des travaux publics et du bâtiment*, 2 de mayo de 1986, págs. 30-34; cf. también “Des constructeurs sur mesure”, *Le Moniteur des travaux publics et du bâtiment*, 30 de abril de 1987, págs. i-xviii.

50. La sociedad Breguet-Construction fue condenada a fines de 1973 por haber copiado los modelos de la empresa norteamericana Kaufman and Broad, lo que significaba proveerse con pocos gastos de muchos modelos que habían sido largamente probados por esa compañía (cf. P. Madelin, *Dossier I comme immobilier, op. cit.*, pág. 226, que cita muchos otros ejemplos de procesos, deserción de directivos y plagios de modelos).

51. Una secretaria comercial de la sociedad Bouygues que antes había trabajado nueve años en Phénix y a quien su antiguo director de ventas, que había dejado esta empresa para incorporarse a la primera, hizo entrar en ella, explica lo siguiente: “En parte, Bouygues fue lanzada por mí ex jefe regional de Phénix [...]. El director regional de Maison Bouygues se fue de Phénix. Lanzó entonces Maison Bouygues Île-de-France, que funcionó muy bien, y se llevó a algunos de sus colegas con quienes trabajaba bien”. Recuerda a continuación que varios vendedores de Phénix que ella conocía también se pasaron a Bouygues.

52. Un análisis de las solicitudes de permisos de construcción presentadas en la alcaldía de Taverny en el Val-d'Oise permite verificar directamente la preponderancia de los pequeños y medianos constructores locales. De las treinta y dos solicitudes de construcción de casas individuales presentadas en 1984 y las treinta tramitadas en 1985 (que representan menos del 20 por ciento de los expedientes de todas clases: construcción de edificios, tiendas, demoliciones, etc.), sólo una escasa proporción (menos del 25 por ciento) correspondía a constructores nacionales (Phénix, Bâti-Service, Maison Bouygues, Nouveaux Constructeurs y Alskanor).

ANEXOS

I. ENTREVISTAS

1. Dos "nuevos propietarios"

El señor y la señora P., que viven desde 1977 en una casa Phénix en un loteo compuesto por 134 unidades en Perray-en-Yvelines, en la región parisina, se cuentan entre esos "nuevos adquirentes" de propiedad que, al disponer únicamente de un capital económico muy escaso pero de un capital cultural o educativo relativamente más elevado, compraron terreno y vivienda gracias a varios créditos. El señor P., nacido en Tarbes, con un padre que fue sucesivamente pintor en la construcción y repartidor de un depósito, se trasladó a la región parisina porque no encontraba trabajo en su zona; los padres de su mujer, nacida en Bretaña, eran porteros de edificios. Durante los tres primeros años de casados, el señor y la señora P. alquilaron un departamento, pero "siempre tenían el objetivo de comprar una casa, una casa individual". El señor P., que en el momento de la entrevista (en 1985) tiene treinta y cinco años, obtuvo un CAP de electricidad y otro como especialista en motores diesel, y ocupó diferentes puestos en la industria automotriz: en Citroën, después en UNIT, a continuación en Iveco y por último en Renault Véhicules Industriels, donde es electricista de automóviles; la señora P., que tiene treinta y dos años y cursó estudios secundarios sin obtener el bachillerato, fue secretaria durante once años en una empresa inmobiliaria. Al nacer su segunda hija, de dos años en el momento de la entrevista, dejó de trabajar; estima volver a hacerlo cuando la niña empiece el colegio.

En el momento de la compra, sus recursos no les permitían más que una elección limitada; "terminaron" en la sucursal de Phénix de Coignières. La mayoría de los demás propietarios del loteo están socialmente bastante próximos a ellos y sólo habrían tenido escasas posibilidades de acceder a la propiedad en otra coyuntura y otro estado del mercado: se trata de obreros en posición "bastante acomodada", empleados de oficina, del correo, bancarios, de compañías de seguros, algunos directivos medios y técnicos, un maestro; en el lugar viven también dos compañeros del señor P. Las casas se vendieron muy rápidamente, en apenas dos semanas, en 1977; los vendedores no "necesitaron zarandear" a los clientes.

El matrimonio P. buscó afanosamente su casa, "miraron por todas partes", visitaron casas en exposición y la Feria de París; tenían todas las revistas especializadas, enviaban los cupones y recibían la documentación: "Para ser precisos, eran sobre todo catálogos descriptivos, no mostraban sitios, el lugar de ninguna casa". Como tenían un aporte personal muy pequeño (alrededor de

cuarenta mil francos en 1976), debían encontrar a la vez un terreno y una casa que no fueran demasiado caros. Si hubieran comprado en un principio el terreno y algunos años después la casa, habría sido “difícil, porque es pedir dos veces préstamos”: “No, pensábamos que si nos prestaban dinero para comprar un terreno, ya no tendríamos para la casa. Y como hay que construir dentro de los tres o cuatro años, no podíamos. Entonces, más valía encontrar algo en que todo se hiciese junto, el terreno y la casa”.

Les ofrecieron un terreno en Gallardon: “No lo queríamos, es un rincón perdido, hay un tren a la mañana y otro a la noche, aunque ahora está un poco más edificado. Así que terminamos en el Phénix de Coignières. Y ahí nos dijeron: ‘En la zona no tenemos terrenos, no hay nada, pero si ustedes quieren, dentro de un año vamos a hacer un pueblo de casas Phénix en Perray-en-Yvelines’. Bueno, para nosotros eso significaban quince kilómetros más [que Trappes, donde querían vivir], pero, en fin”. Seis o siete meses después recibieron “una carta en que los invitaban a ir al Phénix de Coignières”, para ver la casa de muestra. Fueron a Phénix, entonces, pero no compraron el primer día. El señor P. cuenta: “Nos ofrecieron una de cuatro habitaciones al lado de la salida de la autopista. Nosotros habíamos ido antes, habíamos visto todo, el terreno, y dijimos que no la queríamos cerca de la autopista; todavía no la habían hecho, sólo estaba el terraplén [...]; en los planos no figuraba, bueno, casi no estaba, nada más que unas líneas, y nadie decía que era la salida de la ruta nacional 10, donde hay mucha circulación. El único terreno que nos ofrecieron era ése cerca de la salida. ‘¿No hay otros?’, preguntamos. Había otros con terrenos un poco irregulares, tampoco nos gustaban [...]. Así que ese día no pasó nada. Volvimos después, entonces, y nos propusieron una casa de cinco habitaciones. Pero nosotros al principio queríamos una de cuatro, y nos encontramos con una de cinco que no queríamos”. Y agrega: “En fin, la ubicación estaba bien, era perfecta, pero tenía un ambiente de más. Bueno, era un poco más cara al principio”. La casa y el terreno costaban doscientos setenta mil francos en 1977: “El precio inicial no era caro para nada”, aclara la señora P., y su marido lo admite: “Era relativamente barato en comparación con los demás”. Sin embargo, el precio que pagarán será en realidad mucho más alto: “¡Pero ojo, vamos a devolver el doble!”.

Todo se presentaba, no obstante, para darles la sensación de que esa casa era “barata”. Como reserva, en 1976, sólo tuvieron que pagar dos mil quinientos francos. “Podíamos echarnos atrás y sólo perdíamos quinientos francos de gastos administrativos. Así que, digamos que no era arriesgado”, explica el señor P. Como su aporte personal era de cuarenta mil francos, tenían que pedir créditos. El Crédit foncier [banco de créditos hipotecarios] les otorgó uno “por 126 mil francos”; también tenían otros cincuenta mil en un plan de ahorro para la vivienda. “Y además, como eso no alcanzaba”, solicitaron otro préstamo de cincuenta mil francos en la firma en que trabajaba la señora P. Un ex compañero del señor

P., que había comprado una casa Phénix, decía estar “contento”. El señor P., en consecuencia, no tenía prejuicios desfavorables. “Les” habían dicho con claridad que en las casas Phénix “se escuchaba todo, no eran muy sólidas porque las hacían con planchas de hormigón, en fin, prefabricadas. Así que todo eso me apenaba un poco”, cuenta la señora P., que agrega un poco después: “Pero para nosotros en un principio no era caro, y estaba en un sitio que nos venía bien”. El señor P. aclara: “Nos habría gustado otra cosa, pero no podíamos pagarla”. Haciendo de necesidad virtud, se dijeron: “Bueno, no es peor que otras”. Ambos trabajaron mucho para arreglar su casa: terraza, obras de aislamiento, cristales dobles, huerto, césped en un terreno que en un comienzo era un baldío. Desde luego, “las casas están un poco demasiado cerca unas de otras”; y lamentan la sonoridad de los tabiques, la reducida dimensión del garaje, la falta de sótano y de un rincón para el bricolaje, el ruido de la caldera... La estación está lejos: el vendedor les había asegurado que enfrente del loteo se construiría una nueva, pero la instalaron en el lugar en que estaba la vieja. El terreno alrededor de la casa es de mala calidad: al construir, “se llevaron la tierra para revenderla y después trajeron alquitrán, bueno, todas las porquerías que recuperaron”, y agregaron únicamente diez centímetros de tierra vegetal. Les resulta mucho más difícil decir qué es lo que les gusta de la casa; tienen al menos una satisfacción: no es una casa de catálogo, no existe en el catálogo Phénix; un arquitecto planeó las casas especialmente para ese programa.

Saben que tal vez se queden para siempre en esa casa, pero esperan poder irse de allí dentro de cinco o seis años, tener “algo mejor”. “Nuestra meta –dice la señora P.– sigue siendo tener una casa para nosotros, sobre todo solos”; “cien metros cuadrados son suficientes”, añade su marido, a quien le gustaría mucho tener un sótano: “para mí, sería la libertad”. Ya no quieren casas Phénix ni de construcción industrializada; “lo ideal sería hacerla construir por un artesano, y decirle: ‘La quiero así y asá’”. Y en caso de verse obligados a recurrir a una empresa constructora, serán más “exigentes” que la primera vez.

El señor y la señora B., que en 1980 compraron una casa Bâti Service en un loteo compuesto por cuarenta viviendas en Essarts-le-Roi, a no mucha distancia del bosque, cerca de Rambouillet, también forman parte de esos “recién llegados” a la propiedad que, aunque estén ubicados en el sector izquierdo del espacio social, disponen de más capital económico y sobre todo cultural y educativo que el señor y la señora P. De treinta años de edad en el momento de la entrevista (1985), el señor B. nació en Argelia, donde su padre era militar de carrera, “el equivalente de contramaestre superior”; llegó a Francia en 1962; luego de sus estudios secundarios y superiores en la École nationale de la statistique et de l’administration économique (ENSAE), ingresó como ingeniero en Électricité de France. Sus padres (la madre es secretaria) “habían echado el resto por los estu-

dios” de sus hijos: su hermano es médico y su hermana enfermera. La señora B., que nació en Túnez, tiene la misma edad que su marido: hija de un directivo de pequeña y mediana empresa, hizo una maestría en informática en la universidad, estudió en el Instituto de Administración de Empresas y es ingeniero en una gran compañía privada. Tras cuatro años de casados, el señor y la señora B. tienen dos niñas y desean tener un tercer hijo “de aquí a dos años”.

En un comienzo eran inquilinos de un departamento de los suburbios, una vez que pudieron “juntar un poco de dinero” (alrededor de ciento veinte mil francos) se decidieron: “Vamos a lanzarnos a comprar algo”. Como no podían conformarse con los pequeños espacios de los departamentos parisinos, no tenían ganas de vivir en un edificio (“en un edificio no me siento en casa, el hecho de compartir, de tener partes comunes, tipo ascensor, no me gusta mucho”, explica el señor B.) y habían “decidido ponerse en marcha”, se propusieron buscar en Saint-Quentin-en-Yvelines o en esta región, “una cosa de alrededor de cuatrocientos o cuatrocientos cincuenta mil francos”. Estuvieron a punto de comprar un plan de Ricardo Bofill, pero renunciaron a último momento porque había varias cosas que no les gustaban: la forma de los cuartos, la falta de sótano, etc. “Un día, en uno de los indicadores de los departamentos de la zona vimos Les-Essarts-le-Roi. Conocíamos Les Essarts y nos gustaba. De todos modos nos parecía fastidioso, era un poco más lejos que Maurepas para ir a París. Y después fuimos a ver. [...] Bueno, no había nada, eh. Era un plano. Había un gran cartel, «Bâti Service», y una especie de pequeña casa rodante con una señorita que se moría de aburrimiento adentro. Tenía una hermosa maqueta.” Luego de ver muy de cerca una casa equivalente a la suya, se decidieron en pocos días. “Desde el punto de vista del precio era un poco más cara [quinientos veinte mil francos] de lo que pensábamos pero, en fin, sentíamos que podíamos llegar si nos esforzábamos un poco.” Consiguieron con facilidad los préstamos necesarios, firmaron en 1980 y se mudaron en 1981. El “lugar” les gustaba, tenían “amigos”. Sobre todo, “nos gustó mucho el hecho de estar verdaderamente solos [...], además se podía poner una pequeña cerca. Entonces, no nos hacíamos muchas ilusiones porque de todos modos sabíamos que era un loteo y que había problemas del tipo de la copropiedad, pero iban a ser realmente menores que los que podía haber en el edificio”.

Su trayectoria social, sus desplazamientos sucesivos y su profesión los inclinaron sin duda a una visión un tanto desencantada, funcionalista, de la vivienda. Lo que buscaban y lo que les gustó en la casa Bâti Service que compraron era “una cosa funcional, algo funcional con cuartos que se pudiesen ordenar y guardar cosas [...]; queríamos algo claro, simple; fuimos a ver las casas Bâti Service y, para serle sincero, no dijimos ‘¡es fantástico!’; dijimos: ‘Está bien, es sobrio, es estándar’”. Pero no habrían vivido, sin embargo, en una casa Phénix: “Eso es Merlin-Plage, sabe. Es más bien la imagen del chalet de un mecánico en grande, y me parece que no envejece bien”.

El señor y la señora B. siguieron de cerca la construcción de su casa, lo que les permitió ahorrarse algunos sinsabores en el momento de la entrega: así, advirtieron que se habían olvidado de poner la ventana de la cocina, instalada en cambio en el garaje. Cuando le dijeron al jefe del obrador que creían que se había equivocado, el hombre montó en cólera; sin embargo, dos días después todo estaba en su lugar. Los defectos de construcción les acarrearón mucho menos problemas que a la mayor parte de los restantes propietarios del loteo. Así, la casa de un vecino tenía un caño de salida tapado y hubo que romper la cocina con un martillo neumático. Pero los incidentes, de todas maneras, fueron numerosos: cortes de electricidad para todos durante los dos primeros meses, garajes inundados los días de tormenta, estacionamientos tan pequeños y mal diseñados que los conflictos son constantes, paredes enteras que se descascaran, sin olvidar los problemas de los perros: “Entre los perros que alborotan y los que mean [risas], los tenemos hasta en la sopa”. Las dificultades en el momento de instalarse y los conflictos con el constructor contribuyeron a propiciar una forma de solidaridad, de ayuda mutua, pero poco a poco las relaciones se deterioraron y crecieron las tensiones. El señor y la señora B. procuraron mantenerse al margen de las “historias de vecinos” y las redes de invitaciones, a la vez que estaban “bien con todo el mundo, pero superficialmente”. Los otros propietarios son en general parejas un poco más grandes que ellos, de alrededor de treinta y cinco o cuarenta años, en su mayor parte con dos hijos, “una población con una mayoría de funcionarios o del sector público; mucha gente de Renault, algunos de Électricité de France, del correo, de organismos como la oficina impositiva, la policía [...], ejecutivos medios y capataces, en muchas parejas trabajan los dos”.

El señor y la señora B. saben con claridad que no se quedarán toda la vida en ese loteo: calculan mudarse dentro de más o menos cuatro años y no les gustaría ir a otro lugar así. “Quiero una casa sola con muros alrededor. Y punto. Preferiría una cosa puramente individual”, declara el señor B., mientras que su mujer desea que esa próxima casa no esté demasiado aislada ni demasiado alejada de las escuelas y de un centro. Les gustaría quedarse en el mismo “rincón”; desde el punto de vista estético, preferirían la “vieja casa con hermosas piedras”, pero las casas modernas “son más funcionales. Uno está seguro de que funcionan porque no hay sorpresas. Y además, en última instancia, si uno mismo puede hacer los planos, es una experiencia bastante interesante. Así que no sé. Dudo un poco...”

2. Capital técnico y disposiciones ascéticas

El señor y la señora R. y sus tres hijos viven en una casa cuyos planos diseñó el señor R. y que construyó él mismo, en un terreno que su padre y su abuelo habían comprado en las colinas de una ciudad minera de la región de Aix-en-

Provence. Originario de una familia de mineros y criado por sus abuelos, que trabajaban en la mina —su abuela en la criba, en la limpieza del carbón—, el señor R., de treinta y cinco años, es jefe de equipo en ella. “Estoy en el fondo, en el corte; saco el carbón, claro que con los medios modernos de hoy en día pero en fin, la mina siempre será la mina.” Su padre también trabajó cinco años en ella antes de instalarse, a su retorno del cautiverio [durante la Segunda Guerra Mundial], en una gran ciudad vecina, donde tuvo en un primer momento un empleo administrativo en una oficina recaudadora, para abrir luego una droguería por su cuenta.

El señor R. acumuló durante varios años un capital técnico diversificado: entre los dieciséis y los treinta años preparó y obtuvo no menos de cinco CAP en los centros de cursos de promoción de la mina. “Si empezamos desde el principio, yo era carroceros (en talleres mecánicos). Después aprobé el CAP de pintura, más tarde uno de diseño industrial, después un CAP de minero, de fogonero y enseguida aprobé uno de electromecánico. Eso me permitió hacer electricidad, plomería, calefacción... y además de todo eso me doy maña para hacer albañilería en el techo.” “Es de locos, uno verdaderamente se pregunta si con todos los CAP que tiene no debería ser multimillonario [risas], ¡porque yo no tengo nada, eh! Nada de nada, ni un solo CAP”, exclama la señora R., originaria de una familia más bien modesta repatriada de Argelia, que nunca tuvo empleo y cría a tres hijos de catorce, seis y cinco años.

Tras haber vivido los primeros seis años de su matrimonio en una HLM situada en una ZAC [zona de actividades comerciales] de una gran ciudad vecina, y luego en una casa asignada por la compañía minera, en la que no pagaban alquiler, el señor R. empezó a construir su propia vivienda. Gracias a un fuerte capital técnico, puesto al servicio de disposiciones ascéticas que comparte con su esposa (“tanto él como yo somos hormigas”, dice la señora R.), pudo realizar su proyecto, con un capital económico inicial muy bajo: alrededor de cuarenta mil francos, y sin recurrir al crédito. “Con cuarenta mil francos no se hace poca cosa, sabe. El bloque de hormigón, en esa época, estaba a un franco con setenta y cinco, de modo que se podían comprar cinco mil o seis mil y con eso ya se hacían dos casas así nomás. Entonces, compramos lo indispensable para empezar la casa [...]. Digamos que con esos primeros cuatro millones [de francos viejos] hice todo el pozo ciego, el primer revestimiento, levanté las paredes de la planta baja y empecé a hacer el primer piso. En general, podría decirle que con esa suma logré hacer toda la mampostería y la obra gruesa, sin contar la carpintería y todo eso.” Durante cinco o seis años hicieron los mayores ahorros posibles para poder comprar los materiales necesarios para la construcción. “A medida que él trabajaba y entraba el dinero, ahorrábamos y comprábamos”, explica la señora R. Una vez que decidieron “hacer todo por la casa”, ya no compraron nada que no fuera indispensable. “No compramos ni un plato, nada, pero nada de nada, salvo para co-

mer, dos pares de *jeans* y dos pulóveres por año. Digamos que durante cinco años nos jugamos todo a la casa, pero la parte de adentro, porque el exterior mi marido lo está haciendo ahora y nos privamos mucho menos que antes.” El señor R. hizo prácticamente todo solo en la casa, salvo el yeso del techo, la escalera y la instalación de la calefacción central, por la “buena razón” de que para ello habría necesitado cuatro o cinco meses, lo cual habría demorado la mudanza.

La construcción de la casa, que en total costó doscientos veinte mil francos, exigió economías rigurosas pero también, y acaso más aún, una inversión considerable de tiempo. “Cuando hacía mi casa aquí, trabajaba dieciocho, diecinueve horas por día. Había días que me levantaba a las tres y media de la mañana y hasta las nueve y media de la noche no paraba, salvo para comer un sándwich entre el mediodía y las dos; la cosa duró tres años. Y nunca fallé, sábados, domingos, Navidad y Año Nuevo incluidos.” En esto, el señor R. no es “una excepción, no, porque el que trabaja en la mina, para empezar, es de todas maneras un trabajador, no tiene problemas. Si no, no iría a la mina”. Había que invertir mucho tiempo en la obra; y también para elegir a los artesanos que debían encargarse de las cosas que el señor R. no hacía por sí mismo o para encontrar materiales de buena calidad al precio más bajo posible. “Antes de decidimos a decirle a una persona que viniera, nos pasábamos dos meses, eh. Entonces, nos informábamos de todo sobre él... y aquel o aquel otro, para saber si el artesano era alguien que servía, ver que no tuviera que hacer tres veces el trabajo, porque así no vale la pena. Es incluso una cuestión de dinero, una pérdida de tiempo”, explica el señor R., que un momento después agrega: “Siempre discutimos los precios con los comerciantes, con unos y otros, ella porque es *pied-noir*,* y yo porque siempre fue así, siempre tratamos de ingeniarnos”. Pero en el caso del enlosado “no se puede ganar mucho, a lo mejor un 10 por ciento como máximo, y eso si se calculan los más baratos, buscando a diestra y siniestra y mirando en todos los catálogos. Eso exige mucho tiempo y, a fin de cuentas, hay montones de veces que no se gana nada. Pero siempre tratamos de conseguir buen material, no muy caro, en fin, lo menos caro posible”.

Es evidente que la casa les brinda ahora muchas satisfacciones: “Claro que nuestra casa tiene una historia, cada elemento de nuestra casa tiene una historia, mientras que la gente que la compra así nomás, «llave en mano», como dicen...”, y la señora R. no termina su frase, repleta de sobrentendidos. Un poco más adelante, sin embargo, aclarará que tomar un crédito a veinte años para comprar una casa es demasiado tiempo y, sobre todo, “no es honesto”, porque “uno paga más o menos tres veces su casa”. “Y si no, cosa que también pasa, el padre y la madre trabajan muchas veces para afrontar las deudas, y los hijos,

* Nombre que se da familiarmente a los franceses originarios de Argelia (n. del t.).

desdichadamente... Vea, el mayor de los míos acaba de volver del colegio, son las tres y veinte y sabe que su madre está aquí cuando vuelve a casa.” “Estamos orgullosos [de la casa], podríamos hablarle horas de ella.”

La historia de su casa es inseparable de la historia de su familia. Su construcción estaba prevista desde mucho tiempo atrás; “siempre hablaron” de ello; y el señor R., desde que era “muy chico”, sabía perfectamente que construiría su casa en ese lugar para vivir. Desearon que “los niños llegaran” antes de que la señora R. cumpliera treinta años; así, las fatigas de la casa y las de la educación de los hijos, particularmente duras en la adolescencia, no pesarían al mismo tiempo. La época de las privaciones más grandes ha pasado; de vez en cuando van a un restaurante: “poco, pero a veces se nos da, y con nuestros hijos, porque estamos tan acostumbrados a tenerlos con nosotros que vayamos donde vayamos siempre los llevamos. Lo que pasa en casa es que moralmente somos una familia y queremos seguir siéndolo. Eso es muy importante para nosotros. Nuestros hijos forman parte de nosotros y nosotros de ellos, y de la casa, y todo es un círculo”, explica la señora R. Cuando, luego de seis años enteros consagrados a la construcción de la casa, fueron de vacaciones a Córcega, lo hicieron en familia a una villa de recreo; salían a pescar a las nueve de la mañana y los demás veraneantes no los veían. “La verdad, puede parecer tonto pero es así, no participamos para nada –salvo el mayor, que fue a bailar una o dos noches– en la vida de la villa, justamente porque nos bastamos a nosotros mismos.”

La organización interna de la casa se previó en función del futuro, de la vejez: dormitorio y baño estarán abajo cuando ya no puedan subir la escalera. Esperan aprovechar bien la jubilación del señor R. a los cincuenta y tres años, para viajar y “vivir una vida de a dos” que nunca tuvieron, porque cuando se conocieron la señora R. ya tenía un hijo de un primer matrimonio. No dejan de pensar en “más adelante”; prevén ya dividir el terreno en tres para hacer construir una casa para cada uno de sus hijos o que éstos puedan hacerla por sí mismos. Desde luego, “en estos días el trabajo exige moverse” y tal vez sus hijos no podrán vivir allí, pero “lo que sí es seguro es que nos gustaría que nuestros chicos tuvieran pese a todo una casa, un techo que los cubriera”.

II. CUADROS ESTADÍSTICOS

Propietarios y locatarios de casas y departamentos

DISTRIBUCIÓN POR CATEGORÍA SOCIOPROFESIONAL

	Propietarios						Locatarios						Con- junto
	Casa indiv.			Depto.			Casa indiv.			Depto.			
	IdF	Prov.	Fr.	IdF	Prov.	Fr.	IdF	Prov.	Fr.	IdF	Prov.	Fr.	
Obrero agrícola	0,6	0,7	0,7	0,2	0,0*	0,1	3,5	1,9	2,0	0,3	0,5	0,4	0,6
Peq. agricultor	-	1,1	1,0	-	0,4	0,2	-	0,2	0,2	-	0,0*	0,0*	0,5
Med. agricultor	0,0*	1,2	1,1	-	0,1	0,1	-	0,4	0,4	-	0,0*	0,0*	0,5
Gran agricultor	0,1	0,6	0,5	-	0,2	0,1	-	0,2	0,2	-	0,0*	0,0*	0,3
Agric. jubilado	0,3	3,9	3,5	0,2	1,4	0,9	-	2,5	2,3	0,1	0,8	0,6	2,0
OSC artesano	0,5	0,9	0,9	0,8	0,6	0,7	0,4	3,1	2,9	2,0	2,8	2,6	1,6
OSC industrial	1,5	3,9	3,7	1,4	1,5	1,5	5,6	9,3	9,1	3,8	7,8	6,6	4,9
Chofer	1,6	2,8	2,7	1,1	1,3	1,2	1,6	3,1	3,0	3,1	2,7	2,8	2,6
OC mantenimiento	1,2	1,5	1,5	0,6	0,6	0,6	3,0	2,5	2,6	1,6	2,1	1,9	1,6
OC artesano	3,8	4,8	4,7	2,9	4,3	3,8	6,5	8,4	8,2	5,8	7,9	7,2	5,8
OC industrial	4,8	8,7	8,3	3,4	5,2	4,5	6,5	9,7	9,5	6,6	9,5	8,6	8,0
Capataz	5,9	3,7	3,9	2,6	2,2	2,4	4,6	3,1	3,2	2,3	1,4	1,7	2,8
Personal servicio	0,6	0,8	0,8	1,4	0,7	1,0	0,5	1,0	0,9	2,1	2,0	2,0	1,2
Obrero jubilado	9,4	12,5	12,2	4,5	8,9	7,3	8,4	11,6	11,4	6,2	8,5	7,8	9,9
Artesano	3,0	4,0	3,9	2,0	3,5	3,0	4,6	2,3	2,4	2,1	1,8	1,9	2,9
Comerciante	2,6	1,8	1,9	1,9	2,3	2,2	2,1	2,0	2,0	1,2	1,4	1,4	1,7
Artesano o comerciante jubilado	2,6	3,9	3,8	3,4	6,4	5,3	0,4	1,3	1,2	1,1	2,0	1,7	3,0
Policía	1,6	1,0	1,1	0,5	0,8	0,7	2,3	1,8	1,8	2,0	1,8	1,9	1,4
Empleado comercio	0,4	0,6	0,6	0,5	0,7	0,6	2,5	0,7	0,8	1,7	2,1	2,0	1,1
Empleado administrativo empresa	3,4	2,1	2,3	4,9	4,3	4,5	2,6	2,7	2,7	8,3	4,6	5,8	3,8
Empleado público	1,8	2,6	2,6	2,1	3,0	2,7	2,4	2,3	2,3	6,3	5,3	5,6	3,6
Empleado jubilado	6,1	5,5	5,5	6,6	6,7	6,7	3,5	3,4	3,4	6,1	5,7	5,8	5,6

DISTRIBUCIÓN POR INGRESOS

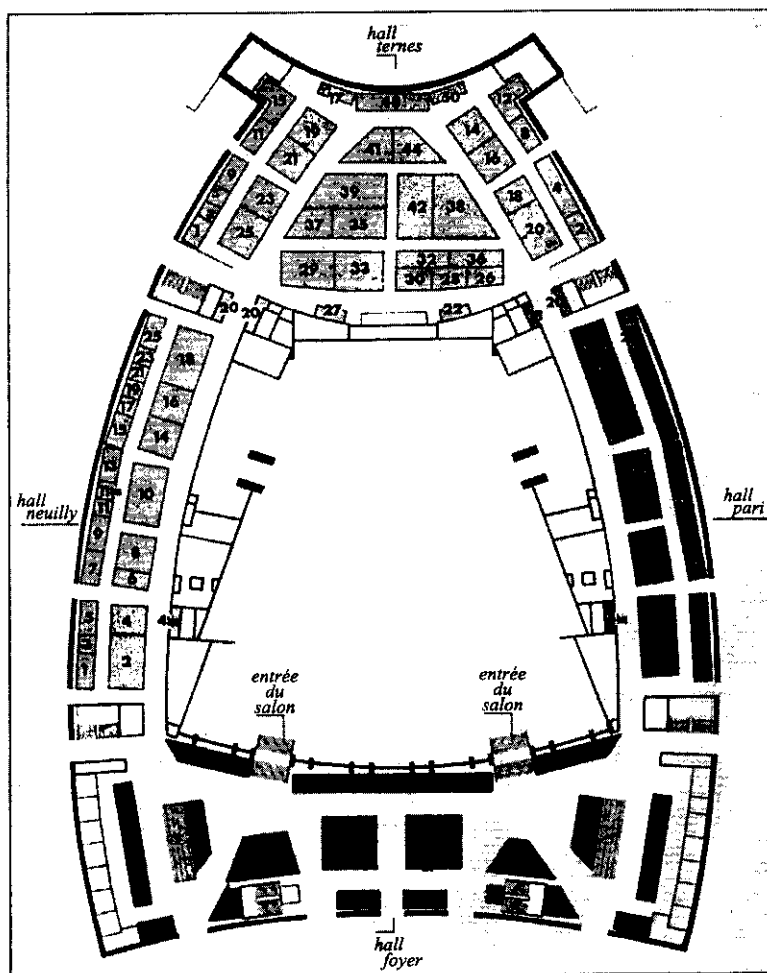
	Propietarios						Locatarios						Conjunto
	Casa indiv.			Depto.			Casa indiv.			Depto.			
	IdF	Prov.	Fr.	IdF	Prov.	Fr.	IdF	Prov.	Fr.	IdF	Prov.	Fr.	
<29.999 F	3,5	5,6	5,4	3,5	5,1	4,5	4,2	7,3	7,1	4,3	9,1	7,6	6,2
30-49.999 F	7,3	10,8	10,4	4,9	10,3	8,3	7,3	14,4	13,9	7,7	16,5	13,7	11,7
50-64.999 F	5,3	9,8	9,3	6,2	9,3	8,2	9,3	12,9	12,7	10,9	15,9	14,3	11,3
65-79.999 F	4,6	9,6	9,1	6,9	10,6	9,2	5,9	12,2	11,8	12,0	13,5	13,0	10,8
80-99.999 F	8,2	12,7	12,2	10,5	12,8	11,9	12,3	16,3	16,0	13,8	14,9	14,5	13,4
100-119.999 F	7,8	12,6	12,1	8,4	9,4	9,1	10,4	11,9	11,8	11,0	11,0	11,0	11,3
120-149.999 F	15,2	16,1	16,0	14,8	14,8	14,8	17,6	10,6	11,1	16,1	10,8	12,5	14,1
150-199.999 F	22,0	13,6	14,5	18,0	16,6	17,1	17,0	8,2	8,8	13,3	5,7	8,1	12,0
200.000 y más	26,1	9,1	10,9	26,7	11,0	16,8	15,9	6,0	6,7	10,8	2,5	5,1	9,2
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Referencias

- porcentaje nulo
- * porcentaje insignificante
- F francos
- Fr. toda Francia
- IdF Île-de-France
- oc obrero calificado
- osc obrero semicalificado
- Prov. Provincia

Fuente: Encuesta del INSEE, 1984. Cuadros realizados a nuestro pedido.

III. EL SALÓN DE LA CASA INDIVIDUAL*



* El plano y su leyenda se extrajeron de la *Guide de visite du Salon*, 1985, págs. 6-7.

El Salón de la Casa Individual, en el que están representadas las sociedades, grupos o empresas que quieren participar en el mercado, con un lugar que la mayoría de las veces es proporcional a su peso en el campo, brinda una especie de materialización directamente legible del campo de producción (en el que no figuran, desde luego, las pequeñas empresas artesanales) y de la estructura de la oferta. Así, en 1985, los constructores más grandes: Phénix, Maison Bouygues, GMF y Bruno-Petit, ocupan amplios *stands*, cercanos unos a otros, en un lugar central del salón. Las sociedades medianas tienen una fuerte representación, mientras que las más pequeñas quedan relegadas las más de las veces a los *stands* más chicos y en los márgenes. Hay excepciones, sin embargo: una empresa mediana, Sergeco, que sólo actúa en Île-de-France, ocupa un *stand* importante, no muy alejado de Phénix y Maison Bouygues (la firma está en una fase de expansión y procura aumentar su visibilidad; por ejemplo, últimamente expuso una casa en un lugar poco habitual, la estación del Este, y tiene *stands* en varias líneas de los ferrocarriles de la región parisina, etc.). Los agentes inmobiliarios son poco numerosos, sin duda porque prefieren recurrir a otras formas de manifestación. En la parte de atrás del salón, los representantes de los distintos organismos administrativos: Ministerios de Urbanismo, Vivienda y Transportes y Électricité de France; los organismos profesionales, UNSFA (Union nationale des syndicats français d'architecture), UNCFI (Union des constructeurs de maisons individuelles), Avocats Services. Los bancos y organismos crediticios están relativamente dispersos, unos en la parte de atrás, otros en sitios más centrales. En cuanto a las revistas especializadas, en su mayor parte ocupan pequeños *stands* (salvo una de ellas, *L'Indicateur Bertrand*, que cuenta con un *stand* más importante).

CONSTRUCTORES	T4 MAISONS BRUNO-PETIT	LOTEADORES
F38 A. J. M. Constructions	T28 MAISONS CANDET	N11bis CENTRALE TERRAINS COCIM
F5 ALRIC Société	P19 MAISONS CÉVENOLE	T11 IMOBEL S.A.
F26 ARVI S.A.	N7 MAISONS CHALET IDEAL	MATERIALES
P2 BATCO Société	P14 MAISONS COPRECO	F9 ATLANTIC
N19 BATISSEURS D'ARMOR	T97 MAISONS COSMOS-SEMIBAT	F13 PLACOPLATRE
T26 BATIVOLUME	T18 MAISONS DE L'AVENIR	F11 SURCHISTE Société
T14 BEAUCÉ PERCHE CONSTRUCTION	T42 MAISON DU G.S.C.I.C.	F15 TUILES ET BRIQUES DE FRANCE
P4 BERVAL	F38 MAISONS ESTELLE	ORGANISMOS DE FINANCIAMIENTO
P21 BIZZOZERO CONSTRUCTION	T8 MAISON ÉVOLUTIVE - COFRA	T50 CIRCI
P8 BREGUET CONSTRUCTION	P18 MAISON FAMILIALE	F29 COMPTOIR DES ENTREPRENEURS
F41 CARD S.A.	T25 MAISONS FRANCE CONFORT	F20 CRÉDIT AGRICOLE
N13 CARON ET CHAMBON	P13 MAISONS GOELAND S.A.	T29 CRÉDIT FONCIER DE FRANCE
T5 CASTEL CONSTRUCTIONS	P17 MAISON ISOLA	FIOFRANCE
N9 CLEVERTE	N10 MAISONS KITECO	N2 G.R.E.P. CAISSE EPARGNE ECUREUIL
N16 CONSTRUCTEURS DES RÉGIONS DE FRANCE	F33 MAISONS LARA (SOGAREL)	F8a110 MINISTÈRE DES P.T.T.
N17 CO RE LA	P6 MAISONS LELIEVRE	F27 S.A.C.I.A.C.
P20 C.T.R.	P1 MAISONS LEON GROSSE	P10a SAGIEP
N15 C.T.V.L. CONSTRUCTIONS TRADITIONNELLES DU VAL DE LOIRE	N14 MAISONS METAUT	T21 U.C.B. Union de crédit pour le bâtiment
T39 DONA CONSTRUCTIONS	N20 MAISON PASCAL MANTA	ORGANISMOS PÚBLICOS
F34es ENTREPRISE CURNIER (S.E.S. DUMEZ)	T38 MAISONS PHENIX	
	N11 MAISONS PRESTO-CONFORT	
	F42 MAISONS PUMA	
	N15 MAISONS ROUSILLON	
	P7 MAISON SIC	

CAPÍTULO 2

EL ESTADO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MERCADO*

La demanda con que deben contar los productores es en sí misma un producto social. Tiene su origen en esquemas de percepción y evaluación socialmente constituidos y socialmente alimentados y reactivados por la acción de los publicitarios y de todos aquellos que, a través de las publicaciones femeninas y las revistas dedicadas a la casa, especifican, refuerzan y modelan las expectativas en materia habitacional, al presentar como ejemplo su arte de vivir, y también por la acción de las instancias estatales que contribuyen de manera muy directa a orientar las necesidades mediante la imposición de normas de calidad (en especial por conducto de la intervención de las instancias locales, arquitectos departamentales, DDE [direcciones departamentales de infraestructura], consejos arquitectónicos, etc.). Pero lo que la caracteriza en sentido propio es que en gran medida es producida por el Estado. En efecto, los constructores, en particular los más grandes y los bancos asociados a ellos, tienen medios —mucho más poderosos que la mera publicidad— de darle forma; pueden influir, en particular, en las decisiones políticas encaminadas a orientar las preferencias de los agentes, alentando o contrariando en mayor o menor grado las disposiciones primarias de los clientes potenciales a través de medidas administrativas cuyo efecto es favorecer o impedir su realización. De hecho, hay sin duda pocos mercados que, como el de la casa, no sólo estén controlados sino que sean *verdaderamente* *construidos por el Estado*, muy especialmente por medio de la ayuda otorgada a los particu-

* Este capítulo se basa en un artículo aparecido en *Actes de la recherche en sciences sociales*, 81-82 (marzo de 1990), P. Bourdieu y R. Christin, “La construction du marché”, págs. 65-85.

lares, que varía en volumen y en las modalidades de la asignación, favoreciendo más o menos a tal o cual categoría social y, de ese modo, a tal o cual sector de constructores.

LA "POLÍTICA DE LA VIVIENDA": DE LOS GRANDES COMPLEJOS A LA CASA INDIVIDUAL

Así, en la década de 1960 se impone una política neoliberal muy adecuada para reconciliar a aquellos que, según una antigua tradición, ven en el acceso a la propiedad de una casa individual una manera de asociar a los nuevos propietarios al orden establecido, asegurando a todos "el derecho individual a la adquisición de un patrimonio mínimo", como escribe Valéry Giscard d'Estaing en *Démocratie française*, y a quienes, a la vez que denuncian en ocasiones la política y la mitología "del chalet", no proponen medida alguna orientada a superar las alternativas corrientes entre la vivienda individual y la vivienda colectiva, asistida por la colectividad, nacional o local, y confusamente asociada al colectivismo.

La creación en septiembre de 1966 del mercado hipotecario, que otorgaba a los bancos la facultad de ofrecer créditos a largo plazo y reducir el aporte inicial en el mismo momento en que se proponían nuevas modalidades de intervención a las instituciones financieras, fueran o no bancarias (establecimiento de la cuenta de ahorros para la vivienda, préstamos especiales diferidos del *Crédit foncier*—reemplazados en 1972 por los préstamos inmobiliarios por convenio—, prolongación de los créditos bancarios del *Crédit commercial de France* [CCF] a mediano plazo, créditos de las empresas inmobiliarias, etc.), favoreció un masivo financiamiento bancario de la construcción, que benefició sobre todo a los constructores más importantes: mientras que en 1962 los bancos sólo otorgaban el 21,7 por ciento de los créditos para la vivienda, en 1972 su participación se elevó al 65,1 por ciento, en tanto que la del sector público caía del 59,7 al 29,7 por ciento y la de los prestamistas de carácter no financiero del 18,5 por ciento en 1962 al 5,2 por ciento en 1972.

Phénix, la empresa constructora más antigua, creada en 1945, recién alcanza un volumen de producción anual importante (alrededor de doscientas casas) a partir de 1960; la mayoría de los constructores aparecen en la década de 1960 y desde principios de ese decenio comienzan a organizarse para tratar de convencer a los poderes públicos de la necesidad de retomar una política favorable a la vivienda individual. Así, en 1961, el director general de la compañía Phénix reúne en el SM (el sindicato de constructores de casas individuales, que se convertirá en la *Union nationale des constructeurs de maisons individuelles*, UNCM) a un pequeño número de empresarios que "creen en el desarrollo de la casa indivi-

dual". En 1962, con el apoyo del SMI, se constituye el CIMINDI (Comité interprofesional de la maison individuelle), encargado de sostener todas las iniciativas profesionales favorables al desarrollo de la construcción de casas individuales. El SMI participa en la elaboración de los textos que rigen la profesión (como la ley del 16 de julio de 1971) y actúa como grupo de presión, en especial frente a los alcaldes, con el fin de demostrar la necesidad de sustituir los grandes complejos habitacionales por una política de desarrollo de la casa individual. En 1968, estos profesionales encuentran un aliado (o un vocero) en la persona de Albin Chalandon, ministro de infraestructura, que se asigna el objetivo de acelerar la retirada del Estado (iniciada en 1966, con la creación del mercado hipotecario, etc.) e incorporar la vivienda a la lógica del mercado, favorecer el acceso a la propiedad (mediante el desarrollo de los créditos inmobiliarios, la extensión del subsidio por vivienda a nuevas categorías de beneficiarios y la entrega a los constructores de terrenos para edificar), limitar la construcción de grandes edificios en torre (circular del 30 de noviembre de 1972) y alentar la producción de casas individuales (en especial con el lanzamiento, el 31 de marzo de 1969, de un concurso internacional de la casa individual).

A lo largo de la década de 1970 las empresas de construcción por catálogo se desarrollan rápidamente, apoyándose en las facilidades ofrecidas a la clientela por los circuitos públicos de crédito y gracias a la reducción del aporte inicial exigido: mientras que la construcción a pedido (a una pequeña empresa, un arquitecto, etc.) exige una fuerte capacidad de ahorro, la construcción por catálogo aprovecha la posibilidad de ofrecer la mayor cantidad de cuotas y exige el menor aporte personal. La ley del 16 de julio de 1971, que reorganiza el conjunto de las profesiones de la actividad inmobiliaria, establece el contrato de construcción de la casa individual, que asegura a los adquirentes potenciales una serie de garantías con respecto a las sociedades constructoras y otorga al mismo tiempo nuevas facultades de intervención a las instituciones bancarias que aportan su aval a los constructores e instauran relaciones estrechas entre los más grandes de ellos. Se advierte así que las relaciones de fuerza entre las grandes empresas industriales y las pequeñas o medianas empresas que coexisten en el mismo mercado dependen de la "política de la vivienda" y, en particular, de las reglamentaciones que rigen la ayuda pública a la construcción y el otorgamiento de créditos, mediante la introducción de otros tantos arbitrajes entre los ocupantes de diferentes posiciones en el campo de producción.

CRÓNICA DE LA GÉNESIS DE UNA POLÍTICA

El mercado de la vivienda es sostenido y controlado, directa e indirectamente, por los poderes públicos. El Estado fija sus reglas de funcionamiento a través

de toda una *reglamentación específica* que se suma a la infraestructura jurídica (derecho de propiedad, comercial, laboral, contractual, etc.) y la reglamentación general (congelamiento o control de precios, regimentación de los créditos, etc.). Para comprender la lógica de este mercado burocráticamente construido y controlado, hay que describir por lo tanto la génesis de las reglas y reglamentos que definen su funcionamiento, es decir, hacer la historia social del campo cerrado en que se enfrentan, con armas y fines diferentes, los miembros de la alta función pública competentes en materia habitacional, construcción o finanzas y los representantes de intereses privados en el ámbito de la vivienda o la financiación. Sobre la base de antagonismos o alianzas de interés y afinidades de *habitus*, los reglamentos que rigen el mundo de la actividad inmobiliaria se definen, en efecto, en las relaciones de fuerza y de lucha entre, por un lado, los agentes o instituciones burocráticas investidos de poderes diferentes y a menudo rivales y con intereses corporativos a veces antagónicos, y por el otro, las instituciones o agentes (grupos de presión, *lobbies*, etc.) que actúan con el fin de imponer sus intereses o los de sus mandantes. Las luchas para transformar o conservar las representaciones legítimas que, una vez investidas de la eficacia simbólica y práctica del reglamento oficial, son capaces de regir realmente las prácticas, son una de las dimensiones fundamentales de las luchas políticas por el gobierno de los instrumentos del poder estatal, es decir —si generalizamos la fórmula de Max Weber—, por el monopolio de la violencia física y *simbólica* legítima.

Para comprender la “política del Estado” en cada uno de los ámbitos que tiene a su cargo, habría que saber cómo se presentan las diferentes tomas de posición sobre el problema considerado y las relaciones de fuerza entre sus defensores; también habría que conocer el estado de la opinión del *segmento movilizado y organizado de los “opinion makers”* (políticos, periodistas especializados, publicitarios, etc.) y de los grupos de presión (organizaciones profesionales, patronales, sindicales, asociaciones de consumidores, etc.), teniendo presente que la encuesta sociológica no hace más que registrar el resultado, en un momento determinado, de un trabajo político al que los mismos miembros de la alta función pública contribuyeron y cuyos efectos, como reacción, pueden ejercerse sobre ellos.

El campo de la alta función pública es el marco de un debate permanente con respecto a la función misma del Estado. Los funcionarios que son parte integrante de las organizaciones burocráticas orientadas hacia una u otra de las grandes funciones estatales (ministerios, direcciones, servicios, etc.) tienden a afirmar y defender su existencia defendiendo la de esas organizaciones y esforzándose por cumplir esas funciones. Pero ése no es más que uno de los orígenes de los antagonismos que dividen el campo de la función pública y orientan las grandes “opciones” políticas en materia habitacional. Para explicar el hecho de que los “poderes públicos” hayan “decidido”, en el caso de la vivienda, coordinar la

producción y la distribución por intermedio de una reglamentación administrativa en vez de dejar actuar a las fuerzas del mercado, también hay que tomar en cuenta, en primer lugar, el estado de las representaciones sociales, implícitas u objetivadas en el derecho o la reglamentación, que imponen que sea asegurada la provisión a todos de ciertos servicios insustituibles; y, segundo, las imperfecciones o los defectos de la competencia y la lógica del mercado que, en un estado determinado de la conciencia social de lo tolerable y lo intolerable y de la definición de las necesidades legítimas, imponen una intervención destinada a proteger los intereses de los usuarios contra una discriminación inaceptable mediante los precios. De tal modo, se puede plantear que la producción de un bien o un servicio es tanto más susceptible de control por parte del Estado cuanto más indispensable se presenta ese bien o servicio ante lo que podemos llamar la *opinión movilizadora o actuante* (en oposición a la idea corriente de “opinión pública”) y más defectuoso es el mercado en la materia.

Si el campo de la alta función pública disfruta de una autonomía indiscutible, que se arraiga en sus estructuras objetivas, sus tradiciones y sus propias reglas, así como en las disposiciones de los agentes, lo cierto es que las luchas competitivas que se desarrollan en él deben una parte de su lógica a las presiones, conminaciones o influencias externas. Para imponer su visión política —y promover sus intereses específicos—, cada uno de los agentes o grupos de agentes tiende, en efecto, a apoyarse en las fuerzas externas y en su portavoz en el seno de las instancias representativas (asambleas parlamentarias, comisiones, etc.) y a abreviar más o menos conscientemente en las representaciones que los agentes sociales producen individual y colectivamente. Para comprender realmente el estado de esas representaciones, sería conveniente describir la acción de los agentes y las instituciones que, tanto en la administración como fuera de ella, contribuyeron a inscribir el derecho a la vivienda entre los derechos fundamentales (con la ley del 22 de junio de 1982, título I, artículo 1°): reformadores sociales, asociaciones familiares, sindicatos, partidos, investigadores en ciencias sociales, etc. En efecto, es la larga historia de todas esas empresas de reforma la que tiene su consumación en la “política de la vivienda” tal como se realiza, en un momento dado, en una serie de instituciones (reglamentos, organismos especializados, procedimientos de ayuda financiera, etc.), objetivación provisoria de un estado de la relación de fuerza estructural entre los diferentes agentes o instituciones que actúan con vistas a mantener o transformar el *statu quo* en esta materia.

Decidir que el estudio se refiriera al período 1974-1976, durante el cual la “política de la vivienda” suscitó varias reflexiones y reformas (*Libro blanco* de las HLM, Comisión Barre, Comisión Nora-Eveno y, en menor medida, Comité de la Vivienda del Séptimo Plan), significaba ocuparse de un momento crítico en que se desataron los antagonismos y se promulgó la orden reglamentaria que se

mantuvo en vigor hasta fines de la década de 1980. La idea de una reforma de la política de la vivienda estaba en el aire desde principios de la década de 1970. El sistema de ayuda a la construcción que aún estaba en vigor estaba dominado por la *ayuda al ladrillo* [*aide à la pierre*], asistencia financiera pública aportada a la inversión de un maestro de obras, en la forma de un préstamo con tasas muy ventajosas.¹ Instituido por la ley del 3 de septiembre de 1947, ese sistema de adjudicación se completó en 1948 con medidas limitadas (llamadas de “subsidio a la vivienda”) de *ayuda a la persona*, asistencia financiera pública brindada a las personas con el fin de aliviar las mensualidades de un crédito contratado para la compra de una vivienda, y calculada en función de los recursos y de la situación familiar.² Este sistema despertó muchas críticas, aun cuando con el paso de los años toda una serie de medidas complementarias lo diversificaron y completaron. Se le reprochaba promover varios efectos negativos, como la desigualdad social en materia habitacional, la calidad insuficiente de la nueva construcción y el deterioro del parque existente. A fines de la década de 1960, en los “medios dirigentes” parecía imponerse cada vez más la necesidad de una reforma, sobre todo en las reflexiones individuales o colectivas que alimentaban los trabajos de las comisiones del quinto y el sexto plan.

Es lo que sucede, en 1965, con la obra de Claude Alphandéry, *Pour une politique du logement*; en 1969, con el Informe Consigny, balance del trabajo de una comisión reunida a solicitud de Albin Chalandon; ese mismo año, con la Comisión de la Vivienda del Sexto Plan, presidida por Claude Alphandéry. (A diferencia de Pierre Consigny, dedicado en lo sucesivo a funciones administrativas, Alphandéry sigue desempeñando un papel importante en 1975 entre los innovadores: encabeza la Dirección de Construcción del Ministerio de Infraestructura.) Pero ninguno de estos trabajos pone verdaderamente en entredicho el principio de la ayuda al ladrillo. El principal aporte a la reflexión de los reformadores es el que hacen en 1970 dos jóvenes funcionarios de la Dirección de Previsión del Ministerio de Finanzas (en esa época a cargo de Valéry Giscard d'Estaing), Yves Carsalade, ingeniero naval, y Hubert Lévy-Lambert, ingeniero de la Escuela de Minas.³ Estos dos funcionarios se valen de un modelo de simulación matemática, el llamado modelo Polo, que permite prever las consecuencias de las decisiones en materia habitacional, para criticar el régimen de ayuda en vigor (las reglas de adjudicación de las HLM favorecen a las familias más solventes en detrimento de los pobres; la ayuda personal sería menos costosa para el Estado que la ayuda al ladrillo) y defender un retorno a la lógica del mercado asociado a una ayuda personal (o, más precisamente, personalizada) que varíe en función del ingreso y la situación familiar de los beneficiarios. Todo hace pensar que estos dos funcionarios (a quienes volveremos a encontrar en el análisis estadístico presentado más adelante) se inspiran sobre todo en la intención teórica de establecer, en referencia a la vivienda tomada como terreno de aplicación, un modelo que permita la simulación de los fenómenos económicos, más que un proyecto político de transformación.

Recién entre 1971 y 1974 los poderes públicos empiezan a llevar a la práctica todas esas propuestas teóricas en una serie de reformas: ley de julio de 1971 que crea el subsidio a la vivienda de carácter social, reforma de la financiación en 1972, concentración de los préstamos del *Crédit foncier* en las familias de medianos ingresos, establecimiento de los préstamos inmobiliarios por convenio. Pero, como estas medidas dejan intacto el fundamento de todo el sistema, la ayuda al ladrillo “modulada” según la categoría habitacional, su efecto no es otro que el de aumentar considerablemente su complejidad sin mejorar su eficacia. Si damos crédito al testimonio de Pierre Richard, joven ingeniero de Puentes y Carreteras, cada vez se difunde con mayor vigor la idea de que hay que abandonar la ayuda al ladrillo.

Constituida por la alianza coyuntural de jóvenes politécnicos que, como sus precursores Yves Carsalade y Hubert Lévy-Lambert algunos años antes, se esfuerzan por inventar formas más eficaces y económicas de adjudicación de la ayuda estatal, y de jóvenes enarcas* que, a la vez que se preocupan como aquéllos por aliviar la carga del Estado, quieren promover una visión liberal, la vanguardia debe contar con una burocracia de gestores que, consagrados a defender sus intereses específicos de puestos y cuerpos, se muestran mucho más prudentes. Joven inspector de finanzas (nacido en 1937, su padre era abogado en la Corte de Apelaciones) que ocupará más adelante el cargo de relator general de la Comisión Barre, Antoine Jeancourt-Galignani está muy cerca de los jóvenes innovadores del *Groupe de recherche et d'études sur la construction et l'habitation* (GRECOH). Verdadero gabinete económico y financiero de la Dirección de Construcción, ese organismo reúne, junto a un enarca como Jacques Lebhar (nacido en 1946; su padre era financista), a una mayoría de politécnicos como Georges Crepey (nacido en 1943), egresado en 1967 de la Escuela de Puentes y Carreteras y sucesivamente jefe de la oficina de estudios técnicos del GRECOH —hasta 1971—, encargado del servicio de estadísticas y estudios económicos de la DBTPC (*Direction du Bâtiment, des Travaux publics et de la Construction*) y por último, en 1974, director del GRECOH en la Dirección de Construcción, que desempeñará el papel determinante de relator adjunto (segundo de Antoine Jeancourt-Galignani) de la Comisión Barre, y que también está ligado al responsable de la División de Estudios sobre la Vivienda del INSEE, Pierre Durif, autor del modelo Allo de subsidios para la vivienda (y cuyos trabajos sobre el mercado de la casa individual, antes citados, lo erigen en autoridad). Esta red de investigadores y servicios de investigación, que pretenden prolongar, dándoles una forma más concreta, los trabajos de Yves Carsalade y Hubert Lévy-Lambert, desempeña un papel determinante al conferir a la intención reformadora la autoridad de la coherencia y el rigor de los modelos formales. (Cabe advertir, de paso, que contra la acusación de “holismo” que uno se gana desde

* Egresados de la *École nationale d'administration*, principal proveedora de personal superior del Estado (n. del t.).

el momento en que presta la más mínima atención a las propiedades sociales de los agentes, el enfoque escogido aquí restablece el interés en los individuos, pero repuestos en su plena dignidad de agentes que actúan en virtud de sus propiedades sociales incorporadas –de sus *habitus*–, y por lo tanto diferentes y desiguales.)

Los debates que se desarrollan dentro del campo burocrático no carecen de relación, desde luego, con las discusiones y los conflictos externos, a los que los altos funcionarios hacen referencia y sobre los cuales se apoyan para exponer o justificar sus tomas de posición y sus proyectos. Es lo que sucede, en especial, con la agitación que rodea el movimiento de las HLM. Las reformas de 1972 (modificación del régimen de préstamos asistidos, ampliación del subsidio para la vivienda y disposiciones en favor de la vivienda antigua) no bastan para eliminar los inconvenientes de la ayuda al ladrillo. Pese a la diversificación de las categorías habitacionales y la creación del subsidio para la vivienda, las familias más pobres no pueden acceder a la vivienda social, que asegura a algunos beneficiarios verdaderas rentas de situación. En contra de los fines perseguidos, la multiplicación de las categorías habitacionales redobla la segregación social y espacial. Durante el 35º Congreso de las HLM (10 a 13 de junio de 1974), la Unión de HLM y su presidente, Albert Denvers, se alarman por el deterioro de la vivienda social y elaboran una serie de medidas de aplicación inmediata. Pero ese dispositivo queda trastornado tres meses después con la designación de Robert Lion, director de construcción, como presidente de la Unión.

“Ya era aberrante que un inspector de finanzas fuera a la Dirección de Construcción; ¡pero que encima yo tuviera que asumir la responsabilidad del movimiento de las HLM! [...] Me avine. [...] Las HLM me resultaban simpáticas [...]. Era algo así como una misión suicida. [...] Había un gran bloqueo, una gran crispación. Llegué a las HLM en el verano de 1974. Me di cuenta de que todo eso no se movería si no se producía una conmoción. Me coloqué en la posición de opositor a la política de la vivienda de una manera que mucha gente consideró indigna. En ese momento se nos ocurrió crear alrededor de las HLM un gran movimiento de reflexión y yo diría que de opinión. Las HLM no sabían dónde iban, hacía falta un proyecto y por eso, en el otoño de 1974, se lanzaron con gran ruido los grupos de trabajo que debían desembocar en el *Libro blanco* y que precedieron a la Comisión Barre. La Comisión Barre era una réplica, suscitada por el Elíseo, y en especial por Pierre Richard, que se ocupaba de la vivienda en el Elíseo” (entrevista, París, enero de 1988).

Por lo tanto, entre noviembre de 1974 y marzo de 1975, fecha del congreso de las HLM en Grenoble, cuatrocientas cincuenta personas –sindicalistas, funcionarios locales electivos, financistas, constructores privados y representantes del movimiento de las HLM–, organizadas en cuatro comisiones presididas por Jean Turc, Claude Alphandéry, Hubert Dubedout y Claude Gruson, debatieron en

medio de una gran efervescencia los problemas planteados por la vivienda social. En mayo de 1974, la elección como presidente de la República de Valéry Giscard d'Estaing, cuyo ministerio había albergado las primeras investigaciones econométricas sobre la vivienda y que había suscripto una serie de compromisos en esa materia, representa un fortalecimiento decisivo para los reformadores de orientación liberal. Jean-Pierre Fourcade se convierte en ministro de economía y finanzas, Robert Galley en ministro de infraestructura, Jacques Barrot en secretario de Estado de la vivienda y Pierre Richard, ingeniero de Puentes y Carreteras, nacido en 1941, que había sido asesor técnico de Christian Bonnet, por entonces a cargo de la Secretaría de la Vivienda, pasa a desempeñar esa misma función de consejero junto a Giscard d'Estaing, en el marco de la política de "liberalismo avanzado" que el nuevo presidente va a poner en práctica durante la primera parte de su septenio. Encargado en lo sucesivo de los problemas habitacionales y de urbanismo en el Eliseo, Pierre Richard está en el centro de las reflexiones sobre la vivienda entre 1974 y 1976. Es él quien propone al presidente de la República la constitución de una comisión "a la inglesa", que se encargue de la reforma de la vivienda, según el ejemplo de la Comisión Sudreau; es él, también, quien actuará de enlace entre el movimiento de las HLM y la comisión. La efervescencia de ese movimiento hace que las cosas se precipiten: "Los hemos estimulado", dirá Robert Lion. Consciente de que las innovaciones no pueden partir del Ministerio de Infraestructura y que entre éste y el Ministerio de Finanzas "siempre habrá guerra", Richard propone hacer "algo consensual", lanzar una gran campaña nacional de reflexión sobre la vivienda, en torno de una comisión totalmente independiente que, sin comprometer al Estado, pueda escuchar a todas las partes interesadas y evitar cualquier conflicto con el movimiento de las HLM. Durante el otoño de 1974, la composición de la comisión suscita numerosas discusiones entre Giscard d'Estaing, su asesor técnico Pierre Richard y el secretario de Estado de vivienda, Jacques Barrot.

El 22 de enero de 1975, más o menos al mismo tiempo que se anuncia la publicación de un *Libro blanco* de las HLM, el Consejo de Ministros crea oficialmente la Comisión Nacional para la Reforma de la Vivienda. La lista de los diez miembros de ésta, que se hace pública al término de ese mismo consejo, es objeto de críticas a causa de la representación demasiado grande de los "financistas". Los dos puestos clave, el de relator general y el de relator general adjunto, se asignan respectivamente a Antoine Jeancourt-Galignani, ex director de financiamiento de la construcción en la Dirección del Tesoro —esto en consideración al Ministerio de Finanzas—, y a Georges Crepey, ingeniero de Puentes y Carreteras y director del GRECOH —con el fin de tranquilizar al Ministerio de Infraestructura—; Crepey, sin embargo, romperá con la doctrina más difundida en Infraestructura y cuestionará el sistema de ayuda al ladrillo. La primera reunión de trabajo se realiza el 28 de febrero de 1975 (el *Libro blanco* de las HLM está en

trámite de elaboración). La comisión trabaja muy rápido, pues Raymond Barre puede someter su informe el 23 de diciembre de ese mismo año.

De acuerdo con las entrevistas que realizamos con los distintos integrantes de esa comisión, parece que las “personalidades dominantes” eran Pierre Richard, que, aunque no formaba parte de ella, seguía muy de cerca sus trabajos, la conectaba con el Elíseo y trataba de hacer el enlace con el movimiento de las HLM; Pierre Durif, que asistía a los relatores en la construcción de los modelos de previsión; Michel Mauer, promotor inmobiliario de Cogedim, que representaba la actividad inmobiliaria privada, mientras que Michel Saillard, director general de la SCIC (Société centrale immobilière de la Caisse des dépôts) y vocero de los grandes programas asistidos, defendía la ayuda al ladrillo y Henri Charrière, director de planificación y estudios de la Compagnie bancaire, expresaba las posiciones de su banco en un alegato en favor del mercado en toda su pureza. Raymond Barre, que se situaba tácitamente al lado de los jóvenes de la vanguardia pero sin pronunciarse de manera abierta, dio gran libertad a los dos relatores que, al cabo de algunos meses, le presentaron un anteproyecto que él pudo aprobar porque se ajustaba a sus convicciones de economista liberal.

LA ESTRUCTURA DEL CAMPO BUROCRÁTICO

Tras haber evocado a grandes rasgos la historia de las iniciativas innovadoras que prepararon la reforma de la ayuda a la vivienda, podemos tratar de establecer cuál era en 1975, en vísperas de esa reforma, la estructura de la distribución de fuerzas (o de cartas de triunfo) entre los *agentes eficientes*, es decir, entre los individuos que tienen suficiente peso para orientar efectivamente la política habitacional porque poseen tal o cual de las propiedades activas en el campo. Una vez establecida esa estructura, podremos examinar si a las posiciones que los agentes (o los cuerpos) ocupan en ella corresponden —como puede plantearse como hipótesis— las tomas de posición que les son propias en las luchas para conservar o transformar la reglamentación en vigor; en otras palabras, si las diferencias objetivas en la distribución de los intereses y las cartas de triunfo pueden explicar las estrategias adoptadas en las luchas y, más precisamente, las alianzas o divisiones en campos.⁴

Para determinar la lista de los individuos eficientes, procedimos por ensayo y error, poniendo en juego, además de los criterios “de reputación” destacados por el análisis de las entrevistas y los relatos publicados, criterios institucionales como la ocupación de posiciones de poder reconocidas. De acuerdo con un proceder que siempre se impone en casos similares, sólo pudimos salir de este “círculo hermenéutico” por un movimiento constante de vaivén entre el señalamiento de los agentes socialmente designados como “importantes” y la explicitación

de los principios utilizados en la práctica en ese señalamiento; lo cual permite dar poco a poco a éste una precisión y un rigor que no tiene necesariamente en la práctica: la delimitación de los individuos eficientes —cabezas de grandes direcciones de los ministerios intervinientes, directores de bancos, promotores inmobiliarios, dirigentes de organismos profesionales, directores de oficinas de HLM, etc.— permitió hacer explícitas las cartas de triunfo que les conferían esa eficiencia, mientras que la determinación de las propiedades activas obligaba, a cambio, a precisar la población de agentes que, por contar con ellas, tenían todas las posibilidades de ser eficientes.

Así, por el lado de la alta función pública incluimos un conjunto de altos funcionarios que ocupaban posiciones estratégicas en el espacio de los poderes en materia habitacional. Del Ministerio de Finanzas, donde la cantidad de funcionarios relacionados con la vivienda es muy pequeña, incluimos a los representantes de los servicios participantes en las reformas: la Dirección del Tesoro, la oficina A3, encargada del financiamiento de la construcción, la Dirección de Presupuesto, especialmente su oficina 5D, a cargo de la vivienda y el urbanismo, y la Dirección de Previsión.

Del Ministerio de Infraestructura, creado en 1966 y compuesto por estructuras centrales y locales muy complejas, incluimos la Dirección de Construcción, encargada de la gestión de la ayuda al ladrillo (y responsable en ese carácter de cuatrocientas mil viviendas en 1974), de la tutela de los maestros de obras (HLM, sociedades de economía mixta) y de la elaboración del marco jurídico de la construcción. Están asociados a esa dirección el Grupo Permanente para la Recuperación del Hábitat Insalubre (GIP), la Agencia Nacional para la Mejora del Hábitat (ANAH) —que están encargados de la rehabilitación de las viviendas antiguas—, el Plan Construcción —obra de Robert Lion, destinado a estimular la investigación y la innovación en materia habitacional—, el Grupo Hábitat y Vida Social (para los grandes complejos), el Servicio de Asuntos Económicos e Internacionales (SAEI) y el Grupo de Investigación y Estudio para la Construcción y la Vivienda (GRECOH), creado hacia 1968-1969 con el objetivo de realizar estudios orientados a definir una nueva política: gabinete económico y financiero de la Dirección de Construcción, está en relación con los organismos financieros, la Caja de Asignaciones Familiares, etc.

Otro servicio del Ministerio de Infraestructura, la Dirección de Fomento Territorial y Urbanismo (DAFU), que reglamenta la construcción (planos, esquemas, permisos de edificación), es responsable de las nuevas ciudades, las ZAC y las empresas de renovación urbana y restauración inmobiliaria, y controla la política territorial (zonas de urbanización diferida, reservas territoriales); se agregaron las direcciones departamentales de infraestructura (DDE), servicios exteriores del Ministerio de Infraestructura en los que los ingenieros de Puentes y Carreteras tienen un cuasi monopolio. Entre los servicios asociados al primer ministro incluimos el Comisariato General del Plan y la Productividad, el Grupo Central de las Nuevas Ciudades y la Comisión Nacional de Operaciones Inmobiliarias y Arquitectura.

En el Ministerio del Interior, la Dirección General de Colectividades Locales

ejerce una tutela sobre las colectividades locales y las oficinas de HLM asociadas a ellas; la Delegación de Fomento del Territorio y Acción Regional (DATAR), vinculada a ese ministerio tras la elección de Valéry Giscard d'Estaing, actúa en la descentralización, la renovación rural (con los contratos comarcales) y la promoción de las ciudades pequeñas.

La Dirección de Arquitectura, antaño perteneciente al Ministerio de Asuntos Culturales, donde cumplía un papel muy importante (velaba por la aplicación de la ley Malraux en los sectores protegidos), se transfirió al Ministerio de Infraestructura a principios de la década de 1970 y luego se fusionó con la Dirección de Urbanismo; en lo sucesivo, los arquitectos quedaron bajo la autoridad de los ingenieros de Puentes y Carreteras. En el Ministerio de Salud, la Dirección de Seguridad Social tiene en su jurisdicción las cajas de asignaciones familiares que pagaban el subsidio para la vivienda.

Por el lado del sector parapúblico o semipúblico, incluimos la Caja de Depósitos y Consignaciones, la SCIC y unos cuantos establecimientos públicos de fomento o sociedades de economía mixta, el *Crédit foncier de Francia*, el *Comptoir des entrepreneurs* [Banco Empresario] y el movimiento de las HLM que, en 1975, congregaba más de cien organismos, agrupados en cinco categorías: las oficinas públicas de HLM, creadas por iniciativa de una autoridad local y que ofrecían viviendas en alquiler; las oficinas públicas de fomento y construcción; las sociedades anónimas de HLM, que ofrecían viviendas en alquiler y con acceso a la propiedad; las sociedades cooperativas de HLM, prestatarias de servicios, que se ocupaban de la gestión de los préstamos a los adquirentes; la *Société de crédit immobilière de France*, que ofrecía préstamos para el acceso a la propiedad o la mejora de la vivienda. La institución HLM está muy cerca de la Dirección de Construcción y, aunque poco presente en las luchas por la definición de la política de la vivienda, salvo en el caso de reivindicaciones puntuales, reaccionó enérgicamente, a través de su presidente Albert Denvers, diputado socialista del norte, contra las sugerencias de ciertos grupos del Sexto Plan que apuntaban a reintroducir la vivienda social en la economía de mercado. A fines de 1974, Robert Lion se convirtió en delegado general y reanimó el movimiento.

En el sector privado se incluyeron la Unión Nacional de Constructores de Casas Individuales que, fundada en 1961 con el nombre de Sindicato de Constructores de Casas Individuales, a iniciativa de André Pux, presidente y director general de la sociedad familiar Phénix, se asignó la misión de convencer a los poderes públicos de la necesidad de reinstaurar una política favorable a la vivienda individual y que participa en la elaboración de los textos que rigen la profesión e interviene en todas las instancias de concertación, grupos administrativos, comisiones parlamentarias, federaciones profesionales de la construcción, tanto en el nivel central como en los departamentos y los municipios, propiciando la reorganización de los circuitos de financiamiento y la responsabilidad de las colectividades locales en el desarrollo urbano (en ruptura con los "grandes complejos" y el urbanismo "dirigista"); los promotores constructores más activos en las luchas con respecto a la política de la construcción (suman en total quinientos cincuenta, se agrupan en la Federación Nacional de Promotores Constructores y producen cien mil viviendas por año, dos tercios de ellas con la ayuda del Estado);

las más comprometidas entre las instituciones bancarias que tienen un papel creciente (29 por ciento en 1965, 54 por ciento en 1972) en el financiamiento de la vivienda: el *Crédit agricole* y el *Crédit mutuel*, con cuatro cajas locales que colaboran en el esfuerzo personal de las familias, distribuyen préstamos inmobiliarios por convenio y prestan su concurso a las sociedades de HLM. También se incluyeron tres bancos especializados, la *Union de crédit pour le bâtiment*, la *Banque pour la construction et l'équipement* y la *Banque de la construction et des travaux publics*.

Se seleccionaron además los representantes de los propietarios, la Unión Nacional de la Propiedad Inmobiliaria (UNPI) que combate la ley de 1948 de congelamiento de los alquileres y ambiciona el retorno a la libertad del mercado locativo; movimientos de locatarios, como la Confederación Nacional de la Vivienda (CNL), cuyo presidente es Claude Massu, autor de un libro titulado *Le Droit au logement* (Éditions sociales) que recomienda el mantenimiento de una reglamentación y la ampliación del subsidio para la vivienda; movimientos de usuarios, como la Unión Nacional de Asociaciones Familiares (UNAF) y la Unión Departamental de Asociaciones Familiares (UDAF), muy ligada a las cajas de asignaciones familiares locales.

Por último, incluimos a los funcionarios locales electivos que intervenían en el movimiento de las HLM (en 1976, 128 diputados y senadores y setecientos consejeros regionales o miembros de los comités económicos y sociales regionales participaban en la gestión o la dirección de organismos de HLM) o pertenecían a consejos de administración de otros organismos constructores (sociedades de economía mixta, por ejemplo) y que, en uno u otro concepto (participación en comisiones, especialización en las cuestiones habitacionales, etc.) contribuyeron a influir sobre la política de la vivienda.

Para caracterizar a cada una de las personalidades, tuvimos en cuenta la edad, el sexo, el lugar de nacimiento, el origen social, el estado civil (y la cantidad de hijos), los estudios secundarios y superiores, las condecoraciones, el cuerpo que integraban y el sector de pertenencia, y la participación en diferentes comisiones especializadas; todos estos datos se extrajeron de entrevistas con los interesados o con distintos informantes, y también de diferentes obras de análisis o testimonio (véase la bibliografía en el anexo de este capítulo, págs. 142-3).

Para tratar de superar la mera descripción a la que se atienen los análisis más útiles del funcionamiento de las organizaciones burocráticas, queremos proponer aquí un verdadero *modelo explicativo* de las estrategias individuales y colectivas. Por haber tenido en cuenta el conjunto de los agentes eficientes (individuos y, a través de ellos, instituciones) y de las propiedades —o cartas de triunfo— que están en el origen de la eficacia de su acción, cabe esperar que el análisis de las correspondencias,⁵ *que así utilizado no tiene nada del método puramente descriptivo que quieren ver en él quienes lo oponen al análisis de regresión*, ponga en evidencia la estructura de las posiciones o —lo que es lo mismo— la de la distribución de los poderes e intereses específicos que determina, y *explica*, las estrategias de los agentes y con ello la historia de las principales in-

tervenciones que condujeron a la elaboración y la aplicación de la ley sobre la ayuda a la construcción.

De hecho, el análisis de las correspondencias pone de relieve una primera oposición previsible (el primer factor representa el 6,4 por ciento de la inercia total) entre los miembros de las más altas funciones públicas, es decir, el campo burocrático propiamente dicho, y las fuerzas sociales exteriores con las que éste debe contar, representantes de los intereses privados, como los promotores inmobiliarios (y en particular los voceros de la UNCM y del Comité Interprofesional de la Casa Individual) y los banqueros, pero también los funcionarios electivos locales o nacionales especializados en las cuestiones habitacionales, los responsables regionales en materia de vivienda (como los directores de instituciones públicas de fomento de nuevas ciudades, etc.) y, por último, los directivos de organismos orientados hacia la gestión social de la vivienda (como los directores de oficinas de HLM o los responsables de las cajas de asignaciones familiares).

A menudo miembros de familias ya pertenecientes a las más altas funciones públicas y educados en los establecimientos de enseñanza secundaria más encopetados (Janson-de-Sailly) y las mejores escuelas superiores, los altos funcionarios del Estado, con mandato de instituciones burocráticas (Dirección del Tesoro, Dirección de Construcción, etc.) a cuyos intereses adhieren, en especial a través de las solidaridades corporativas, cuentan con un capital de competencia específica ligado a su formación académica pero también, y sobre todo, a la experiencia burocrática que acumularon a lo largo de su trayectoria en la alta administración. Los agentes que se sitúan en el otro polo tienen en común el hecho de ser ajenos a la alta función pública y carecer, en su mayoría, de los títulos académicos poco habituales que poseen los altos funcionarios (aunque en su mayor parte hayan cursado estudios superiores).

En las posiciones intermedias encontramos en especial a los directivos de bancos públicos o privados, a menudo unidos por solidaridades escolares y corporativas, que en algunos casos ocuparon sucesivamente —gracias a un accionar ubicuo—* posiciones a uno y otro lado del centro del espacio. Es lo que sucedió, por ejemplo, con Antoine Jeancourt-Galignani, quien, después de haber desempeñado, como ya vimos, un papel determinante en la preparación de las nuevas medidas, como director de la Oficina de Financiamiento de la Construcción y luego como relator general de la Comisión Barre, participaría en la discusión sobre la puesta en práctica de esas medidas desde su cargo de representante del *Crédit agricole*; con Claude Alphandéry, inspector del Ministerio de Finanzas

* *Pantouflage* en el original: estrictamente, el paso del Estado a la actividad privada mediante el pago, en caso de necesidad, de un resarcimiento (n. del t.).

que, tras haber presidido la Comisión de la Vivienda del Sexto Plan, vuelve a aparecer en la dirección de la Banque de construction et des travaux publiques y como director general del Grupo Inmobiliario de Construcción; con Jean-Pierre Fourcade, ministro de economía y finanzas en el gobierno de Chirac que había sido anteriormente presidente y director general del grupo bancario CIC, asociado a la Compagnie bancaire de Suez; e incluso con Marcel Diebolt, ex prefecto de París que ocupa la presidencia de la Société auxiliaire de la construction immobilière (SACI) y de la Banque pour la construction et l'équipement, etc. La interpenetración de la alta función pública y del sector semipúblico y privado es particularmente intensa en el sector bancario: la misma institución —la Compagnie bancaire, por ejemplo— es representada por directivos situados en posiciones diferentes en la primera dimensión.

Este primer factor pone en evidencia la estructura fundamental del espacio social dentro del cual se instaura la *forma típicamente burocrática de consulta que es la comisión*: el campo burocrático sólo puede cumplir la función de legislador si se enfrenta, según procedimientos cuyo dominio posee, a representantes oficiales de los intereses oficialmente reconocidos que, aun cuando se trate de autoridades públicas regionales o locales, funcionarios elegidos locales o nacionales o representantes titulares de organizaciones profesionales o asociaciones, quedan del lado de los intereses particulares, privados, y condenados por ello a ocupar una posición subordinada con respecto a los poseedores estatutarios del monopolio de la definición legítima del interés general. Por ser dueños de la composición del grupo de participantes, al que pueden incorporar, junto a los inevitables representantes de las organizaciones profesionales, a personalidades aisladas dispuestas a apoyar sus iniciativas, y estar en condiciones de imponer las reglas rectoras de la discusión y el registro de las conclusiones (en especial mediante la designación de los presidentes y relatores), los agentes del Estado pueden dar y darse las apariencias de un enfrentamiento abierto con el exterior, a la vez que conservan el monopolio de la preparación de las decisiones colectivas, de su puesta en práctica y de la evaluación de los resultados.

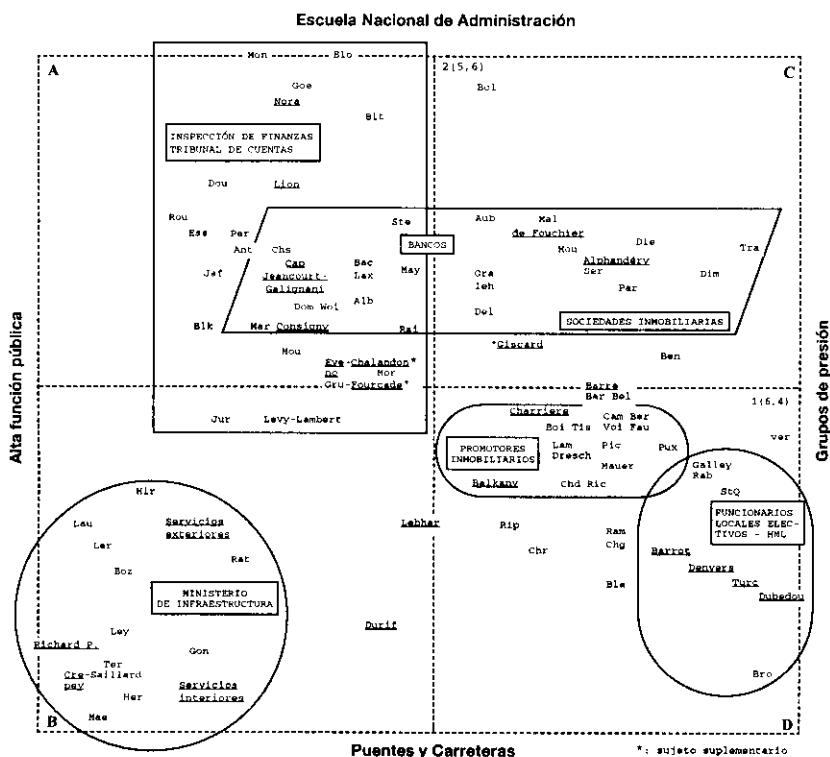
Si bien cada una de las distintas comisiones tiene su propia historia, todas, sin embargo, exhiben invariantes, que se advierten con especial claridad en el caso de la Comisión Barre. En primer lugar, una serie de ideas que flotan en la atmósfera (burocrática) de la época: “retirada del Estado”, “reducción presupuestaria para el sector asistido”, etc., congregan a ciertos funcionarios innovadores, todos ellos convencidos de que el Plan no es el lugar conveniente para elaborar una reforma de la política habitacional, debido a que los grupos de interés demasiado diversos y opuestos representados en él se neutralizan. En segundo lugar, la composición de la comisión, cuidadosamente preparada en el más alto nivel del Estado, predetermina en cierto modo los resultados que podrá obtener: las tres personalidades dominantes, Raymond Barre —que está poco in-

EL CAMPO DE LOS AGENTES EFICIENTES EN MATERIA
DE FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA EN 1975*

LOS INDIVIDUOS

Eje horizontal 1, eje vertical 2

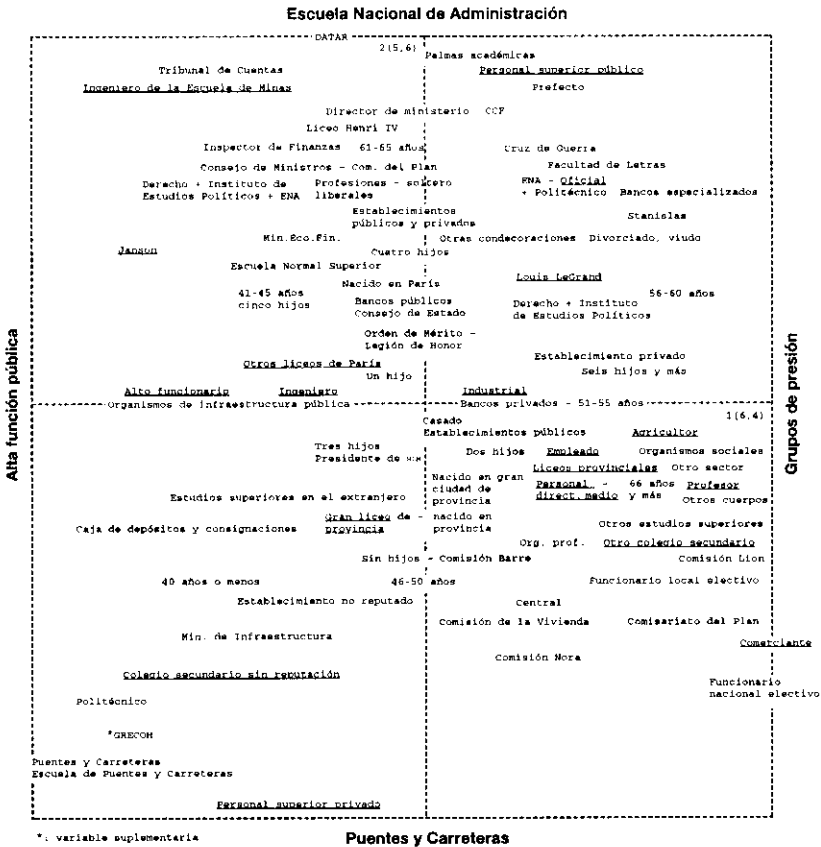
(n = 97)



* Para los resultados y las fuentes del análisis, véanse los anexos del presente capítulo, págs. 141-3.

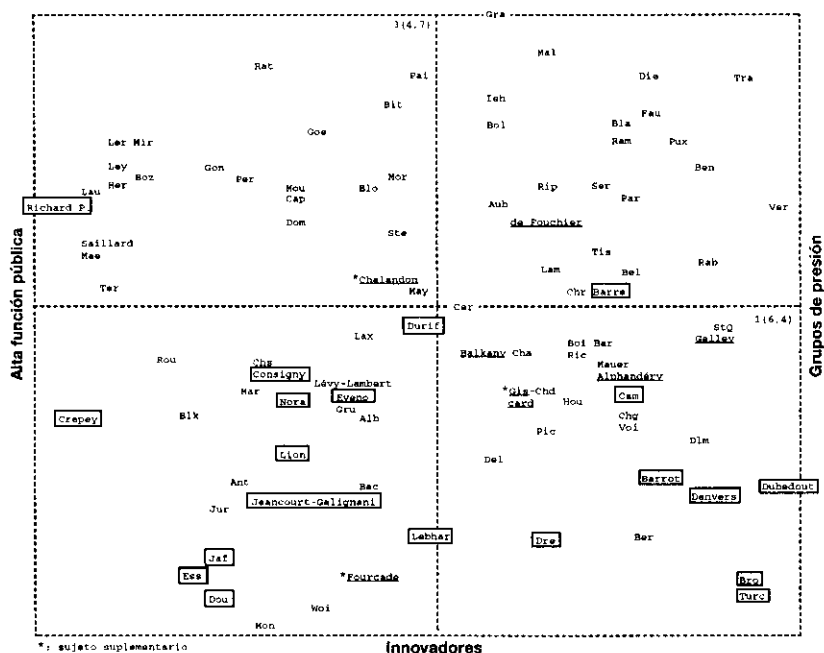
formado de los mecanismos de financiación de la vivienda y poco comprometido en el universo en cuestión, a la vez que está al corriente de las tradiciones de los gabinetes ministeriales, pero que en cuanto economista es conocido por sus ideas liberales— y Antoine Jeancourt-Galignani y Georges Crepey, ambos especializados en los problemas de financiación de la vivienda, representan de por sí *todo un programa*. Los dos relatores, en especial —que amparados por un presidente prestigioso harán lo esencial del trabajo de concepción y redacción—, habían presentado junto con Pierre Durif, como se recordará, poco antes de la creación de la comisión, un conjunto de propuestas coherentes para reformar la

EL CAMPO DE LOS AGENTES EFICIENTES EN MATERIA DE
FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA EN 1975
LAS VARIABLES PRINCIPALES Y SUPLEMENTARIAS
Eje horizontal 1, eje vertical 2



política de financiamiento habitacional; por medio de sus posiciones, encarnaban la alianza de los tres pilares institucionales de una acción innovadora: el Tesoro (y la Inspección de Finanzas), Infraestructura (y Puentes y Carreteras) y los servicios de estudio (con el INSEE). Especie de *minoría activa burocráticamente designada y reconocida*, estaban predispuestos a animar y orientar el *trabajo de universalización* del que debía dar muestras la comisión, aunque su composición no fuera muy diversificada. La lógica mediante la cual se constituye esa comisión es la puesta en práctica (inconsciente) de la ley por la que se contribuye a producir el discurso (en este caso el informe final) produciendo el espacio so-

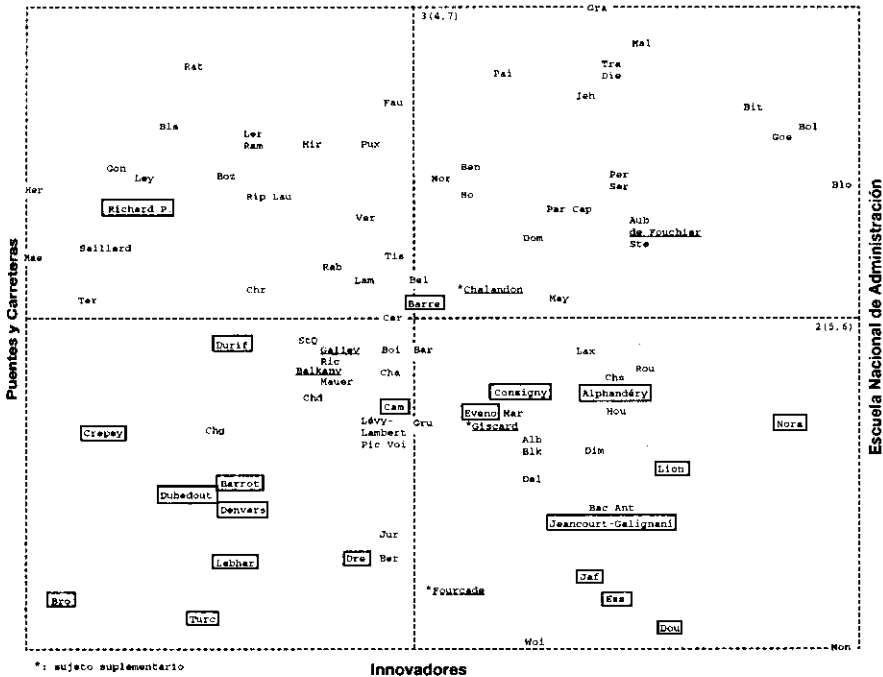
EL CAMPO DE LOS AGENTES EFICIENTES EN MATERIA DE
FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA EN 1975
LOS INDIVIDUOS
Eje horizontal 1, eje vertical 3
(n = 97)



cial, materializado en un grupo, en el cual se produce ese discurso. (Podrá advertirse, de paso, qué vano sería, al menos en este caso, y sin duda de manera más general, buscar en el mero discurso, como lo hacen algunos partidarios del “análisis del discurso”, sus leyes de construcción, que en realidad están en las leyes de construcción del espacio de su producción.)

Pero ni los representantes de los poderes públicos ni los voceros de los intereses privados (o al menos los que aparecen como tales desde el punto de vista de los pretendientes burocráticos al monopolio de la definición del interés general) constituyen conjuntos homogéneos. Están atravesados por divisiones objetivas que se retraducen en sus enfrentamientos. El segundo factor (que representa el 5,6 por ciento de la inercia total) manifiesta otra oposición, que concierne en especial al **campo** burocrático: por un lado, los “financistas”, salidos a menudo de la Escuela Nacional de Administración y la Inspección de Finanzas, fuerte-

EL CAMPO DE LOS AGENTES EFICIENTES EN MATERIA DE FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA EN 1975
 LOS INDIVIDUOS
 Eje horizontal 2, eje vertical 3



mente ligados al gobierno (y en particular al gabinete del Primer Ministro o de los ministros que tienen que ver con la vivienda) o a órganos paraadministrativos de intervención como la DATAR y pertenecientes al Ministerio de Finanzas o a bancos privados o públicos (y poseedores de diversas condecoraciones, en especial la Cruz de Guerra); por el otro, los “técnicos” que, muchas veces hijos de miembros del personal superior del sector privado y egresados de la Escuela Politécnica y del cuerpo de Puentes y Carreteras, están vinculados al Ministerio de Infraestructura y al GRECOH e integran la Comisión Nora (y también, en el otro polo del primer eje, funcionarios elegidos locales).

En A, el primero de los sectores determinados por los dos primeros ejes, se congregan los miembros de la alta función pública y del sector bancario público, en su mayor parte salidos de los grandes organismos (Inspección de Finanzas, Tribunal de

Cuentas, Consejo de Estado), a menudo colocados a la cabeza de direcciones del Ministerio de Finanzas o miembros de gabinetes ministeriales u organismos de intervención como la DATAR. Más cerca del centro aparece el personal superior del sector bancario público y privado: *Crédit foncier de France*, *Crédit agricole*, *Paribas*.

En el sector B se agrupan los ingenieros de Puentes y Carreteras que pasaron por el Politécnico, a menudo hijos de personal superior del sector privado o de industriales, pertenecientes al Ministerio de Infraestructura, como *Georges Crepey* (hijo de un muy alto funcionario), que estará en el centro del debate, o a organismos de promoción inmobiliaria pública y mixta.

En el sector C encontramos casi exclusivamente a directores de sociedades (a menudo de economía mixta) o banqueros, pertenecientes a establecimientos bancarios públicos especializados en la construcción, como el *Crédit foncier*, o a bancos populares y mutualistas, e incluso a bancos privados. Muchos de ellos son ex altos funcionarios (inspectores de finanzas en especial) que se pasaron a la actividad privada. De más edad que en los otros sectores, en su mayor parte son de origen social más bajo y provinciano.

En el sector D nos encontramos en esencia con representantes de las instituciones especializadas en la vivienda social (oficinas de HLM), agrupamientos profesionales y también funcionarios locales o nacionales electivos. Éste es también el lugar del INSEE, del Plan y de las comisiones encargadas de preparar las reformas. Encontramos en él a algunos de los "innovadores": *Pierre Durif*, *Jacques Lebhar* y *Michel Dresch*, jóvenes tecnócratas innovadores, y a *Jacques Barrot*, *Hubert Dubedour* y *Jean Turc*, funcionarios elegidos favorables a las reformas.

En cuanto al eje 3, aísla claramente el grupo de los innovadores: muy dispersos en los dos primeros ejes (se incluyen entre ellos algunos inspectores de finanzas que pasaron por la Escuela Nacional de Administración e ingenieros de Puentes y Carreteras que estudiaron en el Politécnico, pero también altos funcionarios y personal elegido local, en especial alcaldes de grandes ciudades), tienen en común una serie de propiedades secundarias que los distinguen de su categoría primaria de pertenencia: en el caso de los altos funcionarios, su juventud relativa, su origen social alto (muchas veces son hijos de integrantes de los más altos niveles del sector público), su pertenencia a células de investigación; en el de los funcionarios elegidos nacionales o regionales, su notoriedad más allá del plano local y su apertura a los problemas centrales.

Por un lado, altos funcionarios jóvenes e innovadores que ocupan posiciones en la DATAR, en los servicios de estudios muy activos del Ministerio de Infraestructura, el SAEI (Servicio de Asuntos Económicos Internacionales), el GRECOH (Grupo de Investigaciones y Estudios sobre la Construcción y la Vivienda), o en la División de Estudios sobre la Vivienda del INSEE; *Jacques Lebhar*, ex alumno de la ENA, administrador civil, encargado de la oficina de estudios financieros y fiscales del GRECOH, miembro muy activo de la Comisión Nora-Eveno; *Georges Crepey*, politécnico, pero también licen-

ciado en ciencias políticas, ingeniero de Puentes y Carreteras, que fue relator adjunto de la Comisión Barre y participó en la Comisión Nora; Antoine Jeancourt-Galignani, inspector de finanzas que en 1969 fue jefe de misión junto a Valéry Giscard d'Estaing, más tarde encargado de la Oficina de Financiamiento de la Construcción en la Dirección del Tesoro y desde 1973 director general adjunto de la Caja de Crédito Agrícola; Michel Dresch, allegado a Robert Lion, relator de dos grupos de trabajo de la Comisión Lion, que también había estado en 1972 a cargo de la oficina de estudios financieros del GRECOH. Cerca de estos altos funcionarios innovadores encontramos a funcionarios elegidos locales o nacionales que tuvieron un papel importante en las comisiones, como Jean Turc y Hubert Dubedout, miembros de las comisiones Barre y Lion, o Eugène Berest, integrante del Comité de la Vivienda del Séptimo Plan.

En el polo opuesto se reúnen funcionarios a menudo de mayor edad y con menos títulos, que ocupan posiciones en los establecimientos públicos ligados al Ministerio de Infraestructura o en los servicios de gestión. Con frecuencia cubiertos de condecoraciones (Cruz de Guerra, Legión de Honor), son en buena medida prefectos o banqueros del sector público o privado que ocupan numerosas posiciones; sólo participaron contadas veces en los trabajos de las diferentes comisiones, cuyas conclusiones recibieron con bastante disgusto.

ESPACIO DE LAS POSICIONES Y ESPACIO DE LAS TOMAS DE POSICIÓN

Este análisis del campo de fuerzas no es un fin en sí mismo y sólo revela todas sus implicaciones si se relacionan las diferentes posiciones con las tomas de posición de sus ocupantes en los debates que culminaron en la reforma de 1976. En otras palabras, el análisis traza un mapa de las posiciones diferenciales, y a veces antagónicas, cuyos ocupantes, gracias a la crisis determinada por los proyectos de reforma, van a organizar en *campos*. Las tomas de posición, las de los individuos e incluso de los cuerpos (que nunca son del todo unánimes), tienden en efecto a distribuirse entre dos polos: por un lado, el mantenimiento de la ayuda al ladrillo sin modificaciones –posición sin duda muy poco habitual– o asociada a la ayuda personal; por el otro, el abandono total (propuesto por la Comisión Barre) de la primera ayuda en beneficio de la segunda.

La *eficacia explicativa* del análisis de las correspondencias se advierte con claridad en el hecho de que la correspondencia entre el espacio de las posiciones y el espacio de las tomas de posición es casi perfecta. Los funcionarios del Tesoro adhieren a la visión liberal en estado puro, tal como la propone el Informe Barre, y rechazan la solución mixta que combina la ayuda al ladrillo y la ayuda a la persona: desean promover la “retirada del Estado”, quieren que se extiendan a todas las categorías de familias ayudas personales capaces de compensar la eliminación (o la reducción) de la ayuda al ladrillo (reservada, en rigor, a las familias más carenciadas); como juzgan que el Estado no debe preocuparse

por el “parque” privado de viviendas, recusan la idea de una ayuda pública para el mantenimiento y la mejora del “parque” social (las HLM). En cuanto a la Dirección de Presupuesto, si el director mismo es favorable a la ayuda a la persona y, de manera más general, está muy cerca de las posiciones del Tesoro, los servicios se inclinan por el mantenimiento de la ayuda al ladrillo y temen las consecuencias presupuestarias de una ayuda personal financiada en parte por esa dirección. Por el lado del Ministerio de Infraestructura que, por tener como misión prioritaria la construcción, no puede ver sin inquietud una interrupción o una desaceleración del esfuerzo constructivo del que forma parte integrante (y, en un sentido, de manera muy directa, a través de los porcentajes otorgados a los ingenieros de Puentes y Carreteras), el deseo es mantener el sistema en vigor, aunque sea con algunas modificaciones. Esta postura tiene una fuerza muy particular, desde luego, en los servicios encargados de la gestión de la ayuda al ladrillo y la tutela de los organismos de las HLM.

Es en los servicios de estudios, y en primer lugar en el GRECOH, la Dirección de Previsión, la División de la Vivienda del INSEE y el Servicio de Estadística y Estudios Económicos de la DBTPC, donde se desea más claramente, sea la personalización de la ayuda al ladrillo (GRECOH), sea la eliminación de las ayudas a la construcción y el establecimiento de una ayuda a la persona financiada en parte por Presupuesto. Fuera de la alta función pública, los maestros de obras públicos o privados de la industria y la construcción están cerca de la posición de la vanguardia de Infraestructura: favorecen el mantenimiento de la ayuda a la construcción, pero personalizada y, en todo caso, aligerada.

En ese debate, el Ministerio de Finanzas y el de Infraestructura (fuertemente opuestos en el segundo eje) presentan por lo tanto tesis antagónicas y hasta inconciliables: el primero milita en favor de la sustitución lisa y llana de las ayudas a la construcción, demasiado costosas, por la ayuda personal para la vivienda, mientras que el segundo, que está ligado al movimiento de las HLM y a los constructores sociales, pretende que esa asignación siga siendo un simple complemento. En el campo de los reformadores “liberales”: el presidente de la República y su gabinete (en especial Pierre Richard, estrechamente vinculado al GRECOH, que durante el verano de 1976 asumirá el papel esencial en la preparación del proyecto de ley), Jean-Pierre Fourcade, que sólo plantea reservas por las demoras en la aplicación, Robert Galley, en un principio reticente y luego favorable a la APL, siempre que se la modifique a fin de permitir el acceso de las “familias modestas” a la propiedad, y Jacques Barrot, ministro de infraestructura, que se erigirá en un defensor muy vigoroso de la nueva política. Contra el proyecto, y por el lado de Infraestructura: el movimiento de las HLM que, a través de Robert Lion, había organizado un congreso extraordinario destinado a controlar y contrarrestar por anticipado el liberalismo radical (propuesto por la Comisión Barre), sacrificando lo que hubiese que sacrificar y proponiendo una

política de liberalismo moderado que combinara ayuda personal y ayuda al ladrillo, y que denuncia la reducción de la actividad de las sociedades de crédito inmobiliario; el *Crédit foncier* (encargado de las primas a los constructores de viviendas nuevas y de los préstamos especiales) y el *Crédit mutuel*, en lo sucesivo excluidos de la gestión y la distribución de los nuevos préstamos, especialmente en beneficio del *Crédit agricole*; la Caja de Depósitos y Consignaciones; las cajas de asignaciones familiares, a las que les cuesta adaptarse al nuevo régimen pero que tendrán a su cargo la distribución de la APL; los partidos de izquierda, y en particular el Partido Comunista y, más en general, los funcionarios elegidos locales o nacionales (diputados o senadores) de cualquier afiliación que participan en organismos de HLM. Estas resistencias, visibles en la preparación de la reforma, se manifestarán de manera aún más clara en la fase de elaboración y aplicación de la ley: en especial en el nivel de las direcciones departamentales de infraestructura que aceptan a regañadientes que se perturben sus relaciones tradicionales con los constructores sociales y las HLM, y que se alían a menudo con los constructores locales y los funcionarios elegidos, cualquiera sea su afiliación. (El Comité Nacional de Enlace por una Política Social de la Vivienda, reunido en julio de 1976 y que agrupa al conjunto del sector "social" —Asociación para la Vivienda Familiar, Asociación de Alcaldes de Francia, CNAF, Confederación General de la Vivienda, Federación Nacional de la Construcción, Unión de Cajas de Ahorro, Unión Nacional de Asociaciones Familiares, Unión Nacional de Federaciones de Organismos HLM, Unión Nacional Interprofesional de la Vivienda, etc.—, condena la retirada del Estado y el estímulo exclusivo al acceso a la propiedad de casas individuales.)

Las "razones" de esas tomas de posición varían según los casos. Empero, cuando se trata de organismos administrativos, su principio fundamental es la tendencia de las instituciones burocráticas (y de los funcionarios correspondientes) a "perseverar en el ser", es decir, la preocupación de impedir que un organismo burocrático pierda toda razón de ser al perder su función. Esta situación se ve con claridad en el caso del Ministerio de Infraestructura, que con el mandato expreso de promover la construcción y muy en especial la de viviendas sociales como las HLM, era testigo, con el abandono total de la ayuda al ladrillo, de la desaparición de una de sus principales razones de existir: esa ayuda, que hay que manejar, exige y justifica la actividad de cuerpos de funcionarios que, con el retorno a la lógica del mercado y el *laisser-faire* individual, perderían todas sus funciones de promoción y control. Esta tendencia a la autopropagación de las instancias burocráticas y de los agentes que les deben su ser y su razón de ser burocráticos está en el origen de la inercia, a menudo lamentada, de esas instituciones, pero también, cuando son el producto de conquistas sociales, de la perpetuación de estructuras y funciones independientes de las coacciones inmediatas de las relaciones de fuerza políticas y sociales.

LOS FUNDAMENTOS DE LA “REVOLUCIÓN BUROCRÁTICA”

Así, el análisis de las correspondencias —a través de la distribución según los dos primeros factores— manifiesta la distribución de las fuerzas enfrentadas y, a través del lazo de implicación sociológica (y no lógica) que une las tomas de posición a las posiciones, revela el principio de las estrategias de lucha orientadas a conservarla o transformarla: por un lado, el Ministerio de Finanzas y también, sin duda, los bancos privados, grandes beneficiarios desde fines de la década de 1960 de las nuevas formas de crédito hipotecario y personalizado, a las que las nuevas medidas de ayuda personal se ajustan perfectamente; por el otro, el Ministerio de Infraestructura y todos los organismos ligados al desarrollo de la vivienda social, desde las HLM, claro está, hasta los organismos públicos de financiamiento, y también la mayoría de los representantes elegidos locales, directamente interesados en la vivienda social que puede ser, entre otras cosas, un instrumento político para establecer clientelas duraderas. Algunos altos funcionarios privilegiados, como los del Ministerio de Infraestructura, pueden así verse arrastrados, por la lógica misma de la defensa de su cuerpo y sus privilegios, a acciones que contribuyan a la defensa de las conquistas sociales a las que están ligados sus intereses burocráticos. Un análisis atento a la lógica compleja del campo burocrático permite por lo tanto constatar y comprender *la ambigüedad intrínseca del funcionamiento del Estado*: si no hay lugar a dudas de que tiende a imponer, bajo la apariencia de la neutralidad burocrática, una política conforme a los intereses de los bancos y los grandes constructores —quienes, al actuar por intermedio de su capital social de conexiones en la alta administración, imponen a ésta una política ajustada a sus intereses, es decir, la creación de un mercado para el crédito bancario a los particulares y las empresas—, no es menos cierto que contribuye a la protección, al menos dentro de determinados límites, de los intereses de los dominados.

Pero el análisis estadístico también pone de relieve (por medio del tercer factor) las fuerzas capaces de superar los antagonismos que organizan y paralizan el universo, vale decir, el conjunto de los innovadores que, muy dispersos en los dos primeros ejes y reunidos al contrario por el tercer factor, pudieron sacar al mundo burocrático del *statu quo* al que parecía condenarlo el equilibrio de las fuerzas antagónicas. Estos agentes dotados de propiedades e intereses completamente diferentes tienen en común una serie de *propiedades escasas* que los distinguen del resto de la población estudiada y en particular del conjunto de los funcionarios corrientes, gestores prudentes y más o menos reticentes con respecto a las medidas en estudio. Salidos de las principales escuelas (Escuela Nacional de Administración, Politécnico), miembros de los cuerpos más prestigiosos (Inspección de Finanzas, Puentes y Carreteras), llegaron muy pronto a posiciones muy elevadas y llenas de prestigio (aunque fueran marginales desde el punto de vista

del poder) de la administración central, en las que se vieron frente e incluso se enfrentaron a funcionarios de más edad, llegados a puestos más comunes de administradores al cabo de una lenta carrera que es el destino habitual de los funcionarios “pertenecientes a los rangos subalternos”, promovidos “por antigüedad” y a menudo procedentes de familias a las que se califica de “modestas”. Su “juventud” (Jacques Lebhar tiene veintiocho años, Philippe Jaffré, veintinueve, Michel Dresch, treinta y uno) es en realidad “precocidad”, es decir, posesión legítima de atributos como las propiedades asignadas a la persona, los “dones” y títulos, académicos o administrativos, que los sancionan y garantizan y que, ordinariamente accesibles sólo a edades (biológicas) más avanzadas, parecen extraordinarios. Precocidad que no carece de vínculos, aunque no quiera vérselos, con el hecho de que provengan de familias de la más alta función pública, verdadera nobleza burocrática conocida y reconocida como tal (en relación con Georges Crepey, un informante declara: “Crepey [...] gran familia de funcionarios [...] su padre presidía una cámara del Tribunal de Cuentas”).

De tal modo, tienen a la vez autoridad y estímulo para ser audaces en las “proezas” que incumben a los “jóvenes y brillantes funcionarios” y que, por la velocidad que aportan a sus *cursus*, contribuyen a asegurarles un “brillante porvenir”: la participación en la preparación de la reforma del financiamiento de la construcción, aunque sólo sea a través de los “contactos” que facilita —en especial dentro de las comisiones en que los “jóvenes relatores” se ven en la necesidad de trabajar con personalidades curtidas—, constituye una de esas hazañas típicamente burocráticas, conservadas en la memoria de los grandes cuerpos, que, junto con la participación en los gabinetes ministeriales —ligada por su parte a las relaciones de conocimiento mutuo anudadas en las comisiones—, favorecen las “grandes carreras” de altos funcionarios (el reclutamiento de los “cuerpos de élite” sigue apoyándose en formas de cooptación que ponen en juego un conocimiento *total* de la persona de los recién llegados y, en la medida de lo posible, de sus parientes y en particular de sus cónyuges). Es indudable que la presencia a la cabeza del Estado de un presidente señalado por su “precocidad” no podía sino brindar un refuerzo coyuntural a todos los poseedores de esa propiedad; ello según una ley de las instituciones que quiere que los titulares de una de las propiedades que favorecen el acceso a las posiciones de poder —un título académico, por ejemplo— se vean inmediatamente fortalecidos, en la competencia que los opone a los poseedores de otras propiedades (dentro de una empresa privada o pública), cuando la personalidad que ocupa la posición suprema también está dotada de aquella.

Entre las propiedades distintivas de estos “innovadores”, una de las más notables, porque los predispone sin duda a superar las fronteras de los cuerpos y los corporativismos, aunque sólo sea por los contactos ampliados que se le asocian (por ejemplo, Robert Lion, enarca, y Pierre Durif, politécnico, se conocie-

ron en las aulas de ciencias políticas), es la posesión de títulos académicos muy variados, a veces obtenidos en el extranjero, y correspondientes a posiciones comúnmente muy alejadas en el espacio burocrático o, en el caso de algunos de los responsables de comisiones, Raymond Barre y Simon Nora en especial, la pertenencia a organismos internacionales o gabinetes ministeriales. Así, para no citar si no algunos ejemplos, Pierre Durif, administrador del INSEE, cursó ciencias políticas a la par del Politécnico; Pierre Richard, consejero de Valéry Giscard d'Estaing que se encargó del enlace con los innovadores, es un ingeniero de Puentes y Carreteras que realizó estudios en las universidades de París y Pennsylvania, George Crepey, también ingeniero de Puentes y Carreteras, tiene asimismo un título en ciencias políticas, Pierre Consigny, ex alumno de la Escuela Nacional de Administración, es licenciado en letras y cursó estudios en la Universidad de Yale, etc. El hecho de que ocupen posiciones muy dispersas en los dos primeros ejes contribuyó sin duda a favorecer el éxito de una empresa que debía poner en juego y conciliar intereses divergentes, en particular los de los funcionarios del Tesoro y la Inspección de Finanzas, más bien favorables a las nuevas formas de financiamiento, los de los funcionarios de Infraestructura y los ingenieros de Puentes y Carreteras, cuyos intereses corporativos estaban tradicionalmente ligados a la ayuda al ladrillo, y los de los representantes elegidos locales y los alcaldes, las más de las veces asociados, a través de su participación en las HLM, a formas de construcción más o menos amenazadas por las nuevas medidas.

La distancia con respecto a la burocracia corriente y sus rutinas es sin duda, junto con las disposiciones que se asocian por lo común a un origen social muy elevado y a la "precocidad", como la "audacia", la "ambición", el "entusiasmo", etc., lo que separa más claramente a los "revolucionarios burocráticos" de la gran masa de los funcionarios de las estructuras de gestión: a diferencia de esos innovadores que, en su mayor parte, no tienen experiencia alguna de los puestos locales y la administración ordinaria, y que ocuparon de entrada posiciones sin duda menores o marginales pero cercanas a los centros de decisión, en los organismos de investigación y planificación (como el GRECOH), los administradores, que cuentan las más de las veces con una formación jurídica sin una originalidad particular, ejercieron durante mucho tiempo cargos locales o puramente administrativos, para llegar a posiciones centrales según la lógica de la *promoción interna* y sin pasar por los gabinetes ministeriales ni por el extranjero.

A esas dos categorías de agentes corresponden dos modos de pensamiento, dos visiones del mundo burocrático y de la acción de la burocracia, y también dos especies completamente opuestas de *capital burocrático* en las que se advierte de inmediato que están sociológicamente ligadas a propiedades sociales, de edad, de formación académica y de antigüedad administrativa: por un lado, el capital burocrático de *experiencia*, ya se trate del "conocimiento de los hom-

bres” propio de un jefe de personal o del conocimiento de los reglamentos característico de un jefe de oficina experimentado, sólo se puede adquirir *a la larga*, con el paso del tiempo, y está vinculado por ende a la antigüedad en la administración; por el otro, formas de capital burocrático *de base técnica*, susceptible de obtenerse más rápidamente, por medio de procedimientos más racionalizados y formalizados —como la encuesta estadística, tratándose del conocimiento de un personal, o la modelización matemática, cuando se trata de evaluar los costos y efectos de una medida—, y en condiciones de amenazar el capital de información adquirido con la antigüedad. La fuerza de un funcionario en particular, o de un cuerpo, obedece siempre, por una parte, a su capacidad de dominar e incluso de *monopolizar* ese recurso escaso que es la información (y se sabe que, en las luchas internas, la “retención de información” es una de las armas de los poseedores de capital informativo fundado sobre la experiencia y la antigüedad). Podemos citar aquí el ejemplo —a menudo mencionado por los informantes— de un personaje casi legendario, M. Latinus, agregado principal del Tesoro entre 1945 y 1975, que poseía un conocimiento único de todos los reglamentos en materia de financiamiento de la ayuda al ladrillo y de cálculo de los costos por categoría de vivienda asistida, y gracias a ello desempeñaba un papel muy similar a quienes en algunas civilizaciones se llaman “bibliotecas vivientes”: indispensables para el buen funcionamiento de la burocracia, por ser los únicos capaces de desenvolverse en los embrollos de reglamentos, circulares, adiciones y rectificaciones, esos personajes respetados, consultados sin cesar por los demás, en especial los más jóvenes, se convierten en una especie de árbitros y expertos cuya acción nadie puede controlar. Una parte de lo que se achaca a la “inercia burocrática” o las “resistencias” de los funcionarios, verdaderas “virtudes dormitivas” que no hacen más que disfrazar de explicación la descripción, se explica en realidad por el hecho de que ciertas medidas amenazan ese capital vinculado a la antigüedad y la experiencia. De manera más general, todas las formas de capital científico o técnico que permiten una acumulación o una utilización acelerada del saber ponen en peligro a los poseedores de una competencia práctica sólo fundada en la experiencia.

Es una oposición de este tipo (puesta de relieve por el tercer factor del análisis) la que se dibuja en oportunidad de la reforma, entre los administradores y los innovadores. Éstos, en los debates que los enfrentaron a los funcionarios de Finanzas, en particular con respecto a la evaluación de los costos de las nuevas medidas y sus efectos, apelaron abundantemente a las técnicas de la econometría para imponer sus puntos de vista (y muchos informantes señalan que ya en las negociaciones que desembocaron en la ley de 1972 sobre el cálculo del subsidio para la vivienda, la Caja Nacional de Asignaciones Familiares —CNAF— se vio en dificultades cuando tuvo que defender su proyecto durante los arbitrajes, porque no pudo oponer otra cosa que métodos de cálculo artesanales a los mo-

delos elaborados por el INSEE para el Ministerio de Infraestructura).⁷ Si bien hay que evitar sobrestimar la eficacia de los modelos formales y los servicios de investigación que extraen de ellos su autoridad, lo cierto es que, asociados a otros poderes sin duda más determinantes, esos instrumentos contribuyeron en mucho a la victoria de los “innovadores”, al introducir esa forma muy particular de utopismo que promueve el uso corriente de herramientas formales como los modelos matemáticos.

LA COMISIÓN Y LA LEGITIMACIÓN DE UNA MINORÍA ACTIVA

Si sumamos el conjunto de las propiedades poseídas por los innovadores y adecuadas para acercarlos mediante vínculos de simpatía asociados a la afinidad de los *habitus* –y esto pese a diferencias de posición que reproducen en el subespacio que ellos constituyen las diferencias constitutivas del campo en su totalidad–, se advierte que esos “revolucionarios” están bien provistos. Todo parece indicar, en efecto, que en el campo burocrático, lo mismo que en tantos otros, hay que poseer mucho capital para hacer una revolución exitosa. Pero este modelo del cambio burocrático estaría incompleto, sin duda, si no se apelara a otra carta de triunfo, poseída por casi todos los protagonistas: el sentido del juego burocrático que, en su forma más acabada, permite jugar con las reglas del juego, como virtuoso de la transgresión bien temperada. Así, vemos a Antoine Jeancourt-Galignani asociarse con Latinus, a quien en apariencia todo lo opone, para elaborar el artículo doblemente informado que será uno de los puntos de partida del movimiento de ideas conducente a la reforma del financiamiento. Del mismo modo, quienes eligen a Raymond Barre para presidir la comisión decisiva aprecian en él al personaje exterior a las apuestas del universo de la construcción pero también al individuo familiarizado con los procedimientos y procedimientos de la vida burocrática, informado y respetuoso de las reglas del decoro que rige las invitaciones y los intercambios en las comisiones: y en realidad, él conduce toda la empresa con el mayor tino y saca el mejor partido de ese instrumento institucionalizado de transformación de la institución burocrática que es la comisión.

Esta invención organizativa típicamente burocrática permite a la burocracia trascender sus propios límites, entablar aparentemente una discusión con el exterior, sin dejar de perseguir sus propios fines y obedecer a sus propias reglas de transformación. A la vez disimulada y legitimada por la universalización parcial que le asegura la inmersión en un sujeto colectivo, la minoría activa se convierte en una especie de grupo de presión legítimo, públicamente conocido y reconocido, investido de una misión, un mandato. El movimiento subversivo deja de ser sospechoso de servir los intereses particulares de un cuerpo o una camarilla (los

“jóvenes lobos”); es el agente de una movilización legítima, porque se lleva a cabo según las formas. La burocracia reconoce esta forma muy particular de proeza burocrática que constituye a los “grandes servidores del Estado”, arrancados por un tiempo al anonimato del funcionario porque han sabido someterse a las normas de la discreción burocrática hasta en la subversión regulada de sus reglas.

Así, tras el largo trabajo realizado, desde los primeros esfuerzos de Albin Chalandon, a la sazón ministro de infraestructura y vivienda, para ampliar la adjudicación del subsidio habitacional y alentar la construcción de casas individuales (leyes del 16 de julio de 1971 y el 31 de enero de 1972), las nuevas representaciones, de las que salió el compromiso idóneo para apaciguar los antagonismos entre los diferentes responsables de la política de la vivienda, se impusieron oficialmente en el seno mismo de la alta función pública a través de una serie de maniobras de las que las jornadas de las HLM para el *Libro blanco* y la Comisión Barre representaron tiempos fuertes, y que suponían una gran capacidad estratégica específicamente burocrática de movilización y manipulación. Es probable que el “golpe” mediante el cual, a instancias de Robert Lion —que había barruntado los proyectos de reforma de Valéry Giscard d’Estaing—, el movimiento de las HLM en cierto modo se anticipó, como para ganar de mano a sus adversarios, haya contribuido en la misma medida que el Informe Barre, que por su ultraliberalismo habría provocado sin duda una movilización de sentido contrario, a propiciar la búsqueda de una solución de compromiso que combinara la ayuda al ladrillo y la ayuda personal para la vivienda. En efecto, si bien los autores del *Libro blanco* del movimiento de las HLM presentaban en favor del mantenimiento de la ayuda al ladrillo numerosos argumentos ignorados por los informes Barre y Nora, señalaban una preferencia indudable por la ayuda a la persona: y el enorme trabajo colectivo de toma de conciencia que se llevó a cabo en oportunidad de las jornadas nacionales de estudio, en especial entre los responsables locales, contribuyó a promover la aceptación, dentro del mismo movimiento de las HLM, de las críticas a la institución que hasta entonces se le dirigían desde afuera; en procura de poner a las autoridades gubernamentales frente a propuestas con las cuales tendrían que contar —lo que explica la amplitud de la movilización: cuatrocientas cincuenta personas—, Robert Lion y sus “cómplices” (Michel Dresch, Claude Alphandéry, Claude Gruson, etc.), que aspiraban a limitar la libertad de acción de la administración central (por otra parte prácticamente ausente de esas jornadas), favorecieron en realidad sus designios al preparar al sector del campo más alejado de la visión liberal (D en el análisis) a aceptar la reforma.

Así, tal vez porque era demasiado hábil, la estrategia imaginada por Robert Lion, alto funcionario prestigioso y perfecto conocedor del juego, las apuestas y los adversarios, contribuyó a preparar el terreno para la comisión presidida por

Raymond Barre, quien, por su misma intransigencia, favoreció los compromisos que Lion quería imponerle de antemano. La composición y el funcionamiento de las dos comisiones dan testimonio de esa relación de complementariedad en el antagonismo que define el vínculo entre adversarios cómplices. Así como la Comisión Barre había dado un lugar insignificante a los movimientos familiares y los organismos sociales, las jornadas de las HLM sólo otorgaron un espacio muy restringido a los funcionarios.⁸ De hecho, los informantes no se equivocan tanto, en definitiva, cuando citan sin orden alguno como responsables fundamentales de la transformación de la política de la vivienda a personajes (Georges Crepey, Pierre Durif, Jacques Lebhar, Pierre Richard, Robert Lion) que se percibieron y fueron percibidos a veces como feroces antagonistas, y cuyas empresas, sin embargo, se revelaron complementarias y convergentes.

INVARIANTES Y VARIACIONES

La lógica que la historia estructural de las reformas de 1975 permitió poner de relieve no tiene, sin duda, nada de coyuntural. La “política de la vivienda” fue uno de los primeros terrenos del enfrentamiento entre los partidarios de una política “social” —que no son identificables con el socialismo y menos aún con los socialistas— y los defensores de un liberalismo más o menos radical. Por un lado, quienes quieren extender o mantener la definición vigente de los “derechos sociales” —derecho al trabajo, a la salud, a la vivienda, a la educación, etc.—, colectiva y públicamente reconocidos y asumidos —a través de las diversas formas de seguro, subsidio por desempleo, ayuda para la vivienda, asignaciones familiares, etc.— y evaluados según el principio “a cada uno según sus necesidades” (cuya expresión paradigmática es la idea del “mínimo vital”). Por el otro, quienes quieren redefinir y reducir las intervenciones del “Estado de Bienestar”, en especial a través de la puesta en práctica de medidas inspiradas en el principio “a cada uno según sus méritos”, que induce a proporcionar una ayuda acorde a los ingresos monetarios, así erigidos en medida última del valor social de los agentes.⁹

La “filosofía” en que se inspiraba la vanguardia tecnocrática de la década de 1970, y que chocaba entonces con fuertes resistencias en el seno mismo de la alta función pública, encontró desde entonces numerosos refuerzos, sobre todo luego de 1981, aun entre quienes tenían el mandato social de defender los derechos sociales, lo cual no carece de nexos, desde luego, con el acceso al poder de una generación de dirigentes salidos de ciencias políticas y de la Escuela Nacional de Administración.¹⁰ De hecho, como muchos de sus defensores lo declararon en diversas ocasiones, la “política de la vivienda” que apuntaba a favorecer el acceso a la propiedad a través de medidas tendientes a ajustar las ayudas y los

créditos a la "persona" (entendida en el sentido que le da la banca) se concebía como un arma contra lo "colectivo", lo "social" y, por consiguiente, contra el "colectivismo" y el "socialismo". A la manera del jardín obrero de otros tiempos, el "chalet" individual, y el crédito a largo plazo que permitía acceder a él, debían hacer que los "beneficiarios" adhirieran de manera perdurable a un orden económico y social que era en sí mismo la garantía de todas las garantías que los propietarios duraderamente endeudados podían dar a la banca. Y esto a la vez que ofrecían a las instituciones bancarias la posibilidad de movilizar con más amplitud el ahorro durmiente.

Bajo el efecto de toda una serie de factores que superan largamente el campo de las luchas por la definición de la "política de la vivienda", las relaciones de fuerza dentro de ese campo se modificaron cada vez más en favor de los defensores de un liberalismo más o menos radical. Y el análisis mostraría hoy la persistencia de la división en las mismas grandes categorías de agentes, más o menos según los mismos principios y con respecto a los mismos problemas, pero con un traslado global de todas las tomas de posición hacia el polo liberal que sin duda fue determinado o resultó posible, al menos en parte, por los efectos de la política "liberal" en materia de ayuda y crédito, y en particular por la extensión del acceso a la propiedad, en principio entre los miembros del personal superior y, sobre todo en la década de 1980, entre las fracciones más favorecidas de los obreros y los pequeños empleados. Los debates suscitados por la ley Quilliot del 22 de junio de 1982 y por el Plan Vivienda de Pierre Méhaignerie, destinado a borrar parcialmente los efectos de aquella, atestiguan que las oposiciones siguen organizándose prácticamente de la misma manera entre quienes deploran las dificultades de los organismos de HLM y quienes desean que las "leyes del mercado" se apliquen a la vivienda y propician incluso la venta de las HLM a sus ocupantes. Sin duda, a través del Consejo Nacional de la Construcción, que agrupa a arquitectos, industriales de materiales y empresarios (la Unión Nacional de Constructores de Casas Individuales, la Federación Nacional de Promotores Constructores y sobre todo la Federación Nacional de la Construcción), los profesionales que en otros tiempos se habían mostrado más apegados a la ayuda al ladrillo (y resueltamente hostiles a la ley de 1977) parecen haberse unido al liberalismo, al menos provisoriamente (y acaso en conexión con la caída brutal de la construcción: de quinientas mil viviendas construidas en 1974 a 295 mil en 1986); de todas maneras, los bancos, tal vez por haber agotado los "recursos" en compradores potenciales de "créditos personalizados" (como lo testimonia el aumento de los litigios por endeudamiento excesivo), se mantienen en una política de espera, como la Federación Nacional de Agentes Inmobiliarios (FNAIM) y la Cámara Nacional de Administradores de Bienes (CNAB) o los escribanos y propietarios privados de la Unión Nacional de la Propiedad Inmobiliaria (UNPI), que habían combatido violentamente la ley Quilliot.

En realidad, pese a los refuerzos que la “política de la vivienda” puesta en práctica en las décadas de 1960 y 1970 aportó al campo “liberal”, las fuerzas favorables a la defensa de los “derechos sociales” todavía son muy poderosas porque están inscritas desde hace mucho tiempo en las instituciones, vale decir, a la vez en las estructuras objetivas, en especial administrativas, y en las estructuras cognitivas y las disposiciones que contribuyeron a producir.

NOTAS

1. Antes de la ley de 1977, que pone en práctica las recomendaciones de la Comisión Barre, esos préstamos tenían una tasa fija y una duración de cuarenta y cinco años. Luego de 1977, los préstamos se indexan, las anualidades son progresivas y la duración se reduce a treinta y cuatro años; como contrapartida se incrementa la ayuda a la persona.

2. Desde 1977, toda nueva vivienda construida permite tener derecho a la APL (Aide personnalisée au logement); lo mismo vale para algunas viviendas usadas.

3. Cf. Y. Carsalade y H. Lévy-Lambert, Note jointe au Rapport du groupe “Interventions publiques” de la Commission de l’habitation du 6° Plan, t. II, pág. 175 sq.; H. Lévy-Lambert, “Modèle de choix en matière de politique du logement”, *Revue d’économie politique*, 6 (1968), pág. 938, y *La Vérité des prix* (París, Éditions du Seuil, 1969).

4. Gracias a la “neutralización” producida por el alejamiento en el tiempo, la investigación sobre estructuras y apuestas permanentes —siempre presentes y candentes, por lo tanto— pudo ocultarse bajo las apariencias de una interrogación histórica acerca de unas luchas superadas. No obstante, hemos convenido en citar, tanto en el texto como en los diagramas, únicamente los nombres de los altos funcionarios cuya participación en la empresa reformadora es de pública notoriedad; los demás sólo se designan con las primeras letras de sus apellidos.

5. Cf. H. Rouanet y B. Le Roux, *Analyse des données multidimensionnelles* (París, Dunod, 1993).

7. Tras los arbitrajes de marzo y julio de 1976, el personal encargado de la reforma sufre una profunda renovación (el GRECOH, en especial, estalla). Lo cierto es que los nuevos responsables (en el gabinete del ministro de vivienda —Jacques Barrot— o en la Dirección de Construcción) muestran características muy similares a las de sus antecesores: en una proporción muy grande, proceden de servicios de estudios del Plan y de la DATAR e hicieron una parte de su carrera en el extranjero y en organismos internacionales.

8. La Comisión Nora es sin duda la más impecablemente burocrática de las tres. Originada en el corazón de la misma burocracia (el Ministerio de Finanzas) y confiada a un alto funcionario en pleno ejercicio, está compuesta en su casi totalidad por funcionarios más bien jóvenes e innovadores y sus conclusiones parecen suscitar la aprobación unánime de la alta administración.

9. La oposición entre estas dos lógicas se ve con claridad en el caso estudiado por Bernard Guilbert (*L’Intervention de l’État dans l’obligation alimentaire. Premières leçons de la loi de 1984*, París, CNAF, 1987, págs. 10-11), en el que la “lógica de la indem-

nización” que caracteriza la *obligación alimentaria* del Código Civil de 1804 se opone a la “lógica del coeficiente”, característica del impuesto a los ingresos, en que el costo del hijo se considera como una proporción del ingreso de sus padres. Oposición homóloga a la que encontramos en el terreno del derecho a la vivienda, en la que en un lado está la ayuda al ladrillo y en el otro la ayuda a la persona y, en términos más generales, en el marco de toda la política de “créditos personalizados” llevada a la práctica en la década de 1960 por los bancos, que tiende a hacer del valor monetario actual y potencial de los agentes monetarios la medida absoluta de su valor y del *crédito* (en el sentido fuerte del término) que puede dárseles, social y económicamente.

10. Sobre el papel de ciencias políticas en la codificación y el adoctrinamiento en la vulgata “liberal”, podrá leerse P. Bourdieu y L. Boltanski, “La production de l’idéologie dominante”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2-3 (1976), págs. 4-73.

ANEXOS

I. ANÁLISIS DE LAS CORRESPONDENCIAS MÚLTIPLES

La construcción de los datos y los resultados

Cuadro de noventa y siete líneas (individuos), tres de ellas ilustrativas, y cuarenta y siete columnas (variables disyuntivas), dos de ellas ilustrativas.

Variabes: edad 7 [modalidades]; profesión 16; estado civil 3; cantidad de hijos 7; lugar de nacimiento 3; establecimiento secundario público/privado 4, Janson-de-Sailly 2, Louis-le-Grand 2, Henri IV 2, Stanislas 2, otro liceo de París o de la región parisina 2, gran liceo de provincia 2, otro liceo de provincia 2; estudios superiores: letras 2, derecho + IEP + ENA 2, derecho + ENA 2, Politécnico + ENA 2, ENS 2, Politécnico 2, Puentes y Carreteras 2, Central 2, otro 2, estudios en el extranjero 2; Legión de Honor 2, Orden del Mérito 2, Cruz de Guerra 2, palmas académicas 2, otra condecoración 2; Comisión Barre, 2, Comisión del Plan 2, Comisión de la Vivienda 2, Comisión Lion 2, Comisión Nora 2; pertenencia administrativa 19, otro cuerpo 2; consejero ministerial 2, director de ministerio 2; representante local electivo 2, representante nacional electivo 2; Consejo de Estado 2, Tribunal de Cuentas 2, Inspección de Finanzas 2, Puentes y Carreteras 2, prefecto 2, otro cuerpo 2; modalidades ilustrativas: director de oficina o sociedad de HLM 2, GRECOH 2.

Factores valores propios	Porcentajes
1 - 0.11713	6,41 *
2 - 0.10255	5,61
3 - 0.08659	4,74

* Se sabe que, de manera general, el análisis de los cuadros con codificación disyuntiva conduce a tasas de inercia débiles, "que dan una idea demasiado pesimista de la parte de información extraída". Cf. L. Lebart, A. Morineau y N. Tabard, *Techniques de la description statistique* (París, Dunod, 1977), pág. 130; J.-P. Fénelon, *Qu'est-ce que l'analyse des données?* (París, Lefonen, 1981), págs. 164-165, hace la misma observación.

Mayores contribuciones

Primer factor		Segundo factor		Tercer factor	
<i>Individuos</i>					
Richard	4,3	Bloch-L	4,6	Monod	4,6
Crepey	3,5	Mayer	4,5	Womanti	4,2
Dubedout	3,2	Hervio	3,9	Graeve	4,2
Laure	3,2	Brousse	3,6	Douffiagues	3,9
Mayet	3,2	Nora	3,3	Turc	3,7
Saillard	2,9	Ternier	3,1	Essig	3,3
Verger	2,9	Richard	2,8	Brousse	3,3
Traub	2,7	Gonon	2,8	Malecot	3,1
Lerebour	2,6		2,6	Rattier	2,8
Leroy	2,6			Jaffré	2,7
Hervio	2,6			Traub	2,6
Brousse	2,5			Diebolt	2,6
Ternier	2,5			Paira	2,5
<i>Variables</i>					
Otro cuerpo	6,7	Politécnico	6,2	ENA, IEP, Dr.	6,2
Ningún otro cuerpo	6,7	Escuela de Puentes y Carreteras	5,8	Sin Legión de Honor	5,9
Cuerpo de Puentes y Carreteras	6,1	Cuerpo de Puentes y Carreteras	5,8	Cruz de Guerra	4,5
Escuela de Puentes y Carreteras	6,1	Insp. Finanzas	3,6	Elegido local	3,4
Politécnico	3,6	Cruz de Guerra	3,0	Tribunal de Cuentas	3,4
Elegido local	2,7	Dir. gabinete	3,0	61-65 años	3,0
Elegido nacional	2,7	Otra condecoración	2,8	Legión de Honor	2,9
Janson-de-S.	2,7	Palmas académicas	2,5	Prefecto	2,7
Directivo superior público	2,6	Jefe de misión	2,5	Infraestructura pública	2,6
Otros estudios	2,6			Stanislas	2,6
				Profesión liberal	2,5

II. FUENTES

- Alphandéry, Claude, *Pour une politique du logement*, París, Éditions du Seuil, 1965.
Annuaire Desfossés-SEF, París, Cote Desfossés-Dafsa, 1975, dos volúmenes.
 Barrot, Jacques, *Les Pierres de l'avenir*, París, France-Empire, 1975.

- Bottin administratif et documentaire*, Paris, 1975.
- Cazeils, Jean, *La Réforme de la politique du logement*, tesis de tercer ciclo, s.l., s.n., 1979, dos volúmenes.
- Dresch, Michel, *Le Financement du logement*, Paris, Berger-Levrault, 1973.
- Engel, Marc Sylvain, *L'Aide personnalisée au logement*, Paris, PUF, 1981.
- Heugas-Darraspen, Henri, *Le Logement en France et son financement*, Paris, La Documentation française, 1985.
- Lebhar, Jacques, "Réflexions sur l'esprit d'une loi", *Les Cahiers du GRECOH*, 14, cuarto trimestre, 1976, págs. 5-8.
- Lévy-Lambert, Hubert, *La Vérité des prix*, Paris, Éditions du Seuil, 1967.
- Lion, Robert, "Édito", *Actualités HLM*, 142, 15 de julio de 1977.
- Massu, Claude. *Le Droit au logement. Mythe ou réalité*, Paris, Éditions sociales, 1979.
- Rapport de la Commission Aménagement du territoire et cadre de vie pour la préparation du 7^e Plan*, Paris, La Documentation française, 1976.
- Rapport de la Commission d'étude d'une réforme du logement présidée par R. Barre*, Paris, La Documentation française, 1976.
- Rapport de la Commission de l'habitation du 6^e Plan d'équipement et de la productivité*, Paris, La Documentation française, 1971, dos volúmenes.
- Rapport du Comité de l'habitat pour la préparation du 7^e Plan*, Paris, La Documentation française, 1976.
- Rapport sur l'amélioration de l'habitat ancien*, rédigé par Simon Nora et Bertrand Evveno, Paris, La Documentation française, 1975, dos volúmenes.
- Union nationale des HLM, *Proposition pour l'habitat. Livre blanc*, suplemento de la revista *HLM*, 244, 1975.

CAPÍTULO 3

EL CAMPO DE LOS PODERES LOCALES

Así como la “política de la vivienda” es, en el nivel central, el producto de una larga serie de interacciones cumplidas bajo una coacción estructural, las medidas reglamentarias que son constitutivas de esa política se interpretarán y redefinirán a través de una nueva serie de interacciones entre agentes que, en función de su posición dentro de estructuras de poder definidas en el plano de una unidad territorial –región o departamento–, encaran estrategias diferentes o antagónicas. Con ello queremos decir que no se puede concebir la relación entre lo “nacional” y lo “local”, el “centro” y la “periferia”, como la de la regla universal y la aplicación particular, la concepción y la ejecución. La visión que se tiene desde los “centros” de poder, que lleva a percibir las religiones y los cultos “periféricos” (geográfica o socialmente) como rituales mágicos, las lenguas regionales como *patois*, etc., se impone de manera insidiosa a la ciencia social, y sería fácil mostrar que muchos usos de la oposición entre “centro” y “periferia” (o entre *universal* y *parroquial*) –amén de eliminar bajo las apariencias de la neutralidad descriptiva los efectos de dominación– tienden a establecer una jerarquía entre los dos términos opuestos: así, las acciones periféricas se piensan como mera aplicación mecánica de las decisiones centrales, y la administración local no tiene otro objeto que *ejecutar* órdenes o “circulares” burocráticas; o bien, sin que una cosa excluya la otra, se las puede concebir como “resistencias” del interés privado o el particularismo local (“provinciano”) a las medidas centrales.

EL JUEGO CON LA REGLA

La oposición al parecer neutra y puramente descriptiva entre “centro” y “periferia” debe su pregnancia simbólica al hecho de que se llega a ella mediante la superposición de dos conjuntos de oposiciones. El primero, que se inscribe a la vez en la misma estructura burocrática, con la forma de toda la serie de divisiones y subdivisiones que ponen en correspondencia niveles jerárquicos cada vez más bajos y unidades territoriales cada vez más pequeñas, y en las estructuras cognitivas de todos los funcionarios, con la oposición entre los lugares “centrales” de “mando” y “concepción” y los puestos “locales” y “exteriores” de “ejecución”. El segundo, que se establece entre la burocracia misma y todo lo que le es exterior: obligados o “administrados”, pero también “colectividades locales”, es decir, entre el “servicio público” y los “intereses privados”, entre el “interés general” y el “interés particular”. Tenemos así todo un conjunto de oposiciones paralelas y parcialmente sustituibles unas por otras: “central”/“local”, “general” (“interés general”, “ideas generales”, etc.)/“particular” (“intereses particulares”); “concepción”/“ejecución”; “teoría”/“práctica”; “largo plazo”/“corto plazo”, etc. La matriz común de estas oposiciones es la antítesis entre dos *puntos de vista*: principio generador de todo el discurso que el universo burocrático emite sobre sí mismo y que los más presuntuosos de los productores o reproductores de esta ideología profesional denominan a veces un poco pomposamente “ciencia administrativa”, el punto de vista de los funcionarios que, situados en la cumbre de la jerarquía burocrática, están supuestamente “por encima de los conflictos” y a quienes, por lo tanto, se considera inclinados y aptos para “tener perspectiva”, y “ver las cosas desde arriba”, “pensar en grande” y “ver muy lejos”, se opone a la visión corriente de los meros ejecutores o los agentes comunes, propensos, a causa de sus “intereses cortos de miras”, a “resistencias” anárquicas o “presiones” contrarias al “interés general”. Este conjunto de oposiciones que se arraiga en un sentimiento de superioridad a la vez técnica y ética (por su parte, fundado las más de las veces en una certidumbre de sí con aval social y académico) está en el origen de la *visión del mundo tecnocrática* propia de todos aquellos que, en la medida en que participan del monopolio estatal de la violencia simbólica legítima, tienen socialmente razones y estímulos para pensarse como los funcionarios y misioneros de lo universal. Esa suma de oposiciones organiza la percepción que el relator de una gran comisión sobre la ayuda a la vivienda puede tener de los participantes ajenos a la administración, lo mismo que la imagen que se hace de los alcaldes o los consejeros generales de su circunscripción un ingeniero colocado a la cabeza de una dirección departamental de infraestructura. Vale decir que la *objetivación previa* de esos principios de construcción de la realidad, que están inscriptos en la realidad misma y en el espíritu de quien se propone analizarla (que puede, por ejemplo, hacer suya la visión husserliana del

filósofo como “funcionario de la humanidad”), es indispensable para evitar que se incorporen a la ciencia como instrumento de construcción del objeto principios de división que sólo tiene lugar en ella en cuanto objetos.

Lo indudable es que en la práctica, para un empresario, al igual que para la mayoría de los “administrados”, “obligados” o “justiciables”, el “Estado” se presenta en la forma del reglamento y los agentes o instancias que lo invocan, las más de las veces para decir no, para prohibir (en el caso que nos concierne, la existencia del Estado y el reglamento se recuerda sobre todo cuando se solicita un permiso de construcción, por medio de los planos de ocupación del suelo, las normas de construcción técnicas y estéticas, etc., cuando se pide un préstamo, en el momento de la firma de un contrato de compra o venta en relación con las garantías, los plazos, etc.). La percepción orientada y gobernada por el reglamento es una percepción *selectiva*, con los mismos límites de la competencia estatutaria del funcionario. Se afirma, empero, como *universal*, sea esta universalidad la de las normas de lo “bello” o la de las exigencias de la racionalidad y la técnica o ambas a la vez, y se enuncia a menudo en proposiciones dotadas de un sujeto colectivo e impersonal (“El Ministerio de Cultura estima que...”). Y ello sucede aun cuando no siempre sea fácil hacer olvidar o enmascarar la arbitrariedad del punto de vista que está en su origen, y justificar por ejemplo mediante argumentos estéticos o técnicos la longitud legal o legítima de las salientes de los techos o el límite del ambiente protegido de un monumento histórico. Pero cuando corresponde al arquitecto departamental, ese punto de vista que no puede dejar de parecer particular a un usuario (y con mayor claridad aun a otro arquitecto, ubicado en un punto muy cercano, pero pese a ello muy diferente del espacio social) está en condiciones de hacerse reconocer como universal. El status mismo de funcionario de autoridad, con el mandato expreso de hacer respetar un reglamento que exige que las salientes de los techos no tengan más de doce centímetros o que decreta que el medio ambiente de un edificio histórico está protegido en un radio de cuatrocientos metros, implica una “situación de *monopolio*” en lo que se refiere a determinar qué es lo bello y el bien en materia habitacional. Ese monopolio de la violencia simbólica legítima se afirma en la pretensión del funcionario —arquitecto departamental o ingeniero de la DDE— de situarse en un punto de vista que no lo es, vale decir, un punto de vista absoluto, universal, general, por ende deslocalizado, desparticularizado, desprivatizado, del servidor a la vez neutral y competente del interés general. Y no es inusual que esa pretensión encuentre en las disposiciones inscriptas en el *habitus* del funcionario —por ejemplo, la hostilidad anticapitalista a la lógica de la ganancia y el horror del esteta ante la producción en serie que inspiran a muchos arquitectos departamentales un fuerte prejuicio contra las casas industriales— los recursos psicológicos necesarios para afirmarse con la plena convicción de su necesidad y universalidad.

En la lucha por el monopolio, el reglamento es el arma fundamental del funcionario, junto con —llegado el caso— su competencia técnica o cultural. Y si generalizamos la fórmula de Weber que sostiene que “la regla se obedece cuando el interés en obedecerla es mayor que el interés en desobedecerla”, podríamos decir que el funcionario aplica o hace respetar el reglamento en la medida, y sólo en la medida, en que el interés en aplicarlo o hacerlo respetar es mayor que el interés en “cerrar los ojos” o “hacer una excepción”. La regla que, como hemos visto, se produjo en la confrontación y la transacción entre intereses y visiones del mundo social antagónicos, sólo puede encontrar su aplicación por conducto de la acción de los agentes encargados de hacerla respetar, quienes, al disponer de una libertad de juego tanto más grande cuanto más elevada es la posición que ocupan en la jerarquía burocrática, pueden esforzarse en su ejecución o, al contrario, en su transgresión, según obtengan mayores ganancias materiales o simbólicas mostrándose estrictos o acomodaticios. (De ello se deduce que no se puede establecer una relación *mecánica* entre las posiciones y las tomas de posición: las primeras entrañan siempre un margen, más o menos grande, con el que los agentes pueden jugar de manera más o menos amplia de acuerdo con sus disposiciones, que por su parte están más o menos estrechamente adaptadas a la posición.)

La autoridad del funcionario puede afirmarse en la identificación lisa y llana, sin distancia, con el reglamento, en el hecho de borrarse ante la regla, de anularse frente a ella, para gozar plenamente del poder que le confiere: las más de las veces, el de prohibir. Esta estrategia, que consiste en renunciar a la libertad siempre inscrita en el cargo, *aun en el más bajo*, y comportarse como un personaje anónimo e intercambiable, reducido a su función, es sin duda tanto más probable, por ser a la vez más alentada y más *rentable*, cuanto más se descende en la jerarquía. No obstante, se presenta en todos los niveles como una alternativa posible —con lo que abre la puerta al juego estratégico— a la conducta opuesta, consistente en mostrarse “comprensivo”, “humano”, y sacar partido (y provecho, ya se trate tan sólo de una ventaja puramente moral de conformidad ética) de la libertad de juego que cualquier puesto deja siempre a sus ocupantes (aunque sólo sea porque ninguna descripción de cargo y ningún reglamento pueden preverlo todo).

Corresponde recordar aquí que un campo, en cuanto juego estructurado de manera vaga y poco formalizado —e incluso una *organización* burocrática como juego artificialmente estructurado y construido con vistas a fines explícitos—, no es un *aparato* obediente a la lógica cuasi mecánica de una *disciplina* capaz de convertir cualquier acción en mera *ejecución*, límite jamás alcanzado ni siquiera en las “instituciones totales”.¹ La misma conducta *disciplinada* que presenta todas las apariencias de la *ejecución mecánica* (lo que hace de ella un disparador de efectos cómicos) puede ser el producto de estrategias tan sutiles (en el caso del valiente soldado Schweyk, por ejemplo) como la elección opuesta, consis-

tente en jugar con la regla, tomar distancia con respecto al reglamento. El juego burocrático, sin duda uno de los más reglamentados de todos, entraña sin embargo una parte de indeterminación o incertidumbre (cosa que en un mecanismo se llama “juego”).² Como cualquier tipo de campo, se presenta en la forma de cierta estructura de probabilidades –recompensas, ventajas, ganancias o sanciones–, pero que siempre implica un aspecto de indeterminación: por estricta que sea la definición de su puesto y apremiantes las necesidades inscriptas en su posición, los agentes siempre disponen de un margen objetivo de libertad que pueden explotar o no según sus disposiciones “subjetivas”; a diferencia del simple engranaje de un aparato, siempre pueden elegir –al menos en la medida en que sus disposiciones los inciten a ello– entre la obediencia *perinde ac cadaver* [al modo de un cuerpo inerte] y la desobediencia (o la resistencia y la inercia), y ese *margen de maniobra posible* les brinda la posibilidad de un regateo, de una negociación sobre el precio de su obediencia y su consentimiento.

Dicho esto, y con el riesgo de decepcionar a quienes vean en estos análisis un resurgimiento imprevisto (o inesperado) de la “libertad”, hay que recordar que quien llega a ocupar los márgenes de libertad siempre permitidos a los funcionarios, en grados diversos según su posición en la jerarquía, no es un sujeto puro y libre. Al igual que en otros ámbitos, lo que colma aquí los vacíos de la regla es el *habitus* y, tanto en las situaciones ordinarias de la existencia burocrática como en las ocasiones extraordinarias que brindan a las pulsiones sociales las instituciones totales (como el campo de concentración), los agentes pueden apoderarse, para bien o para mal, de los márgenes permitidos a su accionar y aprovechar la posición de superioridad –aunque sea ínfima y provisoria, como la del carcelero– que les da su función para expresar las pulsiones socialmente constituidas de su *habitus*.³ De tal modo, los cargos subalternos de regimentación y control de las “instituciones totales” (internado, cuartel, etc.) y, en términos más generales, los puestos de ejecución de las grandes burocracias, deben muchos de sus rasgos más característicos –que sin embargo nunca se prevén en ningún reglamento burocrático– a las disposiciones que, en un momento dado, importan o llevan a ellos quienes los ocupan: los funcionarios “cumplen su función” con todas las características, deseables o indeseables, de su *habitus*. Y muchas de las “virtudes” y los “vicios” de la pequeña burocracia son igualmente imputables, si no más, al hecho de que los puestos subalternos eran, hasta hace poco, perfectamente acogedores para la pequeña burguesía en ascenso y sus disposiciones estrictas pero también estrechas, rigurosas pero también rígidas, reguladas pero también represivas.

No todo es contractual en el contrato burocrático: el reglamento que define los deberes del subordinado define al mismo tiempo los límites de la arbitrariedad del dominante. Ésa es, en efecto, la ambigüedad fundamental del derecho: es tan difícil defenderse de las regularidades prácticas o las conminaciones tácitas

tas de un universo como la familia, en que lo esencial de las coacciones éticas permanece en estado implícito, en las profundidades oscuras de las evidencias compartidas, como posible sacar partido de una regla explícita reinterpretando el enunciado de deberes (“el funcionario debe dar curso al expediente en un plazo de ocho días”) a fin de transformarlo en reivindicación de derechos (el funcionario tiene ocho días para dar curso al expediente). Si bien restringe el margen de libertad de los ejecutantes, al indicar lo que deben y lo que no pueden hacer, la regla, en cuanto está sujeta a la *interpretación* y la *aplicación* (en el sentido de Gadamer), delimita también el poder del superior y, al definir lo que éste tiene derecho a exigir, impone un límite a su arbitrariedad, al abuso de poder. Es esta ambigüedad fundamental del orden burocrático la que pone plenamente de relieve el trabajo a reglamento, al mostrar que basta obedecer al pie de la letra las reglas que lo rigen para obstruir todo el funcionamiento de un sistema oficialmente fundado en la obediencia a la regla. Y el margen de interpretación de ésta que se permite a *todos* los agentes, y cuya amplitud es sin duda la medida más exacta de su poder, recuerda que el orden burocrático no podría funcionar si no diera cabida de manera permanente a una *casuística infinitamente sutil del derecho* [droit] y *el abuso de derecho* [passe-droit].

El poder propiamente burocrático y las ganancias lícitas o ilícitas que puede procurar se apoyan sobre la libertad de elegir entre la aplicación rigurosa y estricta de la regla y la transgresión lisa y llana. Y, como si se tratara de complicar la tarea de quienes se interrogan sobre las “incitaciones” capaces de aumentar el rendimiento del trabajo de la burocracia, ciertos poseedores de poderes burocráticos pueden acumular a título personal un capital simbólico que les permite movilizar, en todos los niveles del orden burocrático, energías e incluso entusiasmos que la imposición pura y simple de la regla formal tornaría inútiles, y obtener una forma de trabajo excesivo y autoexplotación, si se apoyan en el mismo principio, el de las libertades que uno adquiere otorgando libertades, es decir, concediendo indulgencias, haciendo la vista gorda a los incumplimientos de las disciplinas formales y tolerando transgresiones menores de los imperativos de forma y formalismo. La decisión de brindar la posibilidad de una *excepción* a la regla constituye uno de los medios más habituales y eficaces de conseguir esa forma particular de *carisma burocrático* que se adquiere al tomar distancia de la definición burocrática de la función.⁴ El funcionario se erige en *notable* dotado de cierta *notoriedad* en los límites de una jurisdicción territorial y un *grupo de interconocimiento*, asegurándose un *capital social* de relaciones útiles y un *capital simbólico* de reconocimiento gracias a esa forma muy singular de *intercambio* en la que la principal “moneda de cambio” no es otra cosa que la excepción a la regla o la adaptación del reglamento otorgadas u ofrecidas, como un “servicio”, a un usuario o, más habitualmente, a otro notable que actúa en nombre de tal o cual de sus “protegidos”.

Así, la aplicación del reglamento, que puede ser una no-aplicación, una *derogación*, un abuso de derecho legítimo, depende de manera muy estrecha, en cada caso, de las disposiciones (*habitus*) y los intereses (corporativos y de posición) de los agentes que, al deber su poder a ese reglamento, poseen un dominio casi monopolístico de su *aplicación* al caso particular, es decir, de su interpretación e imposición (como el responsable de la DDE en el caso del permiso de construcción, el arquitecto departamental en el de un plano arquitectónico o todos aquellos que, en un momento cualquiera de un proceso de *decisión burocrática*, asentaron una "opinión", una evaluación o una nota en un formulario provisto con ese fin). Estos agentes de ejecución que nunca son meros ejecutantes disponen siempre de un abanico de "opciones" posibles que se sitúan entre dos límites, sin duda jamás alcanzados: la aplicación estricta y total del reglamento, sin atención a las particularidades del caso considerado, lo cual, como lo recuerda la fórmula "*summum jus, summa injuria*", puede ser una forma irreprochable de abuso de poder o, al contrario, la transgresión legitimada, la *derogación* oficial u oficiosa como excepción a la regla llevada a cabo según las reglas y el abuso de derecho legal. En realidad, la segunda posibilidad sólo cobra todo su sentido y su valor en relación con la primera; en la medida en que suspende la posibilidad de la aplicación lisa y llana de la regla (que puede esgrimirse como una amenaza en una especie de *chantaje* legal), la excepción concedida se convierte en un *servicio prestado*, por lo tanto un recurso específico, susceptible de intercambiarse y de entrar en el circuito de intercambios simbólicos que funda el capital social y el capital simbólico del notable. En oposición a la autoridad burocrática, ese *crédito* es esencialmente personal: corresponde, en efecto, a aquel que, al autorizar una excepción a la regla, señala su libertad de persona en vez de comportarse como personaje impersonal pura y simplemente identificado con la regla de la que se erige en servidor.

El derecho no funciona sin el abuso de derecho, la derogación, la dispensa, la exención, vale decir, sin todos los tipos de autorización especial para transgredir el reglamento que, paradójicamente, sólo pueden ser acordados por la autoridad encargada de hacerlo respetar. El monopolio de la puesta en práctica del reglamento puede así procurar a quien lo posee los beneficios y las satisfacciones vinculados a la observancia y las ganancias, materiales o simbólicas, asociadas a la transgresión legítima, de la que la coima o *bakchich* sólo representa la forma más grosera: la cancelación burocrática de las prohibiciones u obligaciones burocráticas puede ser la fuente de ganancias designadas con mejores eufemismos, como el crédito por servicios prestados que puede comprometerse en los intercambios con otros poseedores de poderes burocráticos y por lo tanto de privilegios potenciales (lo que la jerga de la burocracia llama "devolución de favores" [*renvoi d'ascenseur*]), o con otros notables, y en especial con los representantes elegidos, diputados, consejeros generales o alcaldes que aumentan su capital

simbólico mediante intervenciones e intercesiones ante las burocracias, e incluso con simples particulares que tienen suficiente capital social para entablar relaciones de intercambio. Por medio de ese mecanismo, que está inscripto en el corazón mismo del monopolio burocrático, la arbitrariedad ligada a la tentación de la acumulación de un “poder personal”, de un capital simbólico asociado a la *persona* del mandatario, se introduce en la puesta en práctica del reglamento y amenaza en su fundamento mismo la “racionalidad burocrática”, vale decir, la calculabilidad y la previsibilidad que, según Max Weber, la definen.

La transgresión reglamentaria o autorizada por el reglamento no es una mera falla de la lógica burocrática; está inscripta en la idea misma de reglamento, de hecho y de derecho. De hecho porque, por precisos que sean los reglamentos que gobiernan la aplicación del reglamento (y en particular las circulares de aplicación que los “redactores de la administración central” producen con destino a los ejecutantes de los “servicios externos”), nunca pueden prever todos los casos y todas las situaciones posibles y porque, si lo hicieran, convertirían en imposible la “ejecución”. Paradójicamente, la regla no es en verdad el principio de la acción; interviene como un arma y como lo que se juega en las estrategias que orientan la acción. De derecho, porque la derogación legítima de la regla burocrática puede estar inscripta en la lógica misma de la institución burocrática, en la forma de *instancias de recurso* oficiales u oficiosas que, gracias a la división del trabajo de dominación que instituyen, permiten a la instancia jerárquicamente superior —y que goza por ello de un mayor grado de libertad— *obtener un beneficio simbólico* de la rigidez reglamentaria de la instancia inferior (en muchos casos, la jerarquía entre las dos funciones hace que las disposiciones “represivas” de la pequeña burguesía —juridicismo, rigorismo, ánimo de gravedad, etc.— actúen de *valorizadores* de las disposiciones burguesas: distancia con respecto al rol, al humor, la grandeza de miras, etc.).⁵

(Puede advertirse toda la dificultad de las misiones de control, supervisión y evaluación que incumben a las instancias centrales y que, en todas las tradiciones, progresan, a veces hasta la hipertrofia, a medida que avanza la construcción de la burocracia, al extremo de constituir en muchos casos lo esencial, desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo, de lo que por lo común recibe ese nombre. La mayoría de las veces, los miembros de los cuerpos de control, jerárquicamente superiores, cuentan con un capital cultural y simbólico más importante que los funcionarios subalternos; pero, como contrapartida, están de hecho y de derecho más alejados de las “realidades” (en especial porque no pueden acercarse demasiado a ellas sin rebajarse), y las competencias técnicas que les permitieron llegar a su posición, trátase de la cultura letrada del mandarín chino o de la cultura matemática o jurídica del alto funcionario europeo, no siempre son directamente útiles o utilizables, ni siquiera con fines de simple control, en la rutina de la vida burocrática corriente. Así, las prácticas de los pequeños funciona-

rios subalternos oponen a los controles racionales posibilitados por los instrumentos burocráticos que se inventaron paulatinamente con ese objeto, como los censos estadísticos de las actividades, registrados en los archivos, o las inspecciones rápidas, regulares o extraordinarias, una especie de opacidad constitutiva, ligada a su propia lógica, que es la de la destreza práctica, que funciona vez por vez y caso por caso y muy idónea para impedir o desorganizar –aun al margen de cualquier intención de disimulo– las exigencias codificadas y racionalizadas de las instancias de control. De hecho, el desfase estructural entre las dos lógicas, que es sin duda lo que hace que las burocracias sean capaces de adaptarse al caso particular en su imprevisible diversidad, es también lo que las predispone a escapar al control racional. Y es innegable, además, que la casuística inevitable del funcionario que está en contacto directo con los problemas prácticos brinda con toda naturalidad posibilidades de disimulo casi infinitas a quienes quieren y pueden jugar plenamente con las ambigüedades de la regla y en especial con todos los recursos del juego con la regla. Por eso el juridicismo (*legalism*), que consiste en hacer de la regla el principio de las prácticas y, más precisamente, en deducir éstas de la regla encargada de regirlas, si bien es alentado de manera muy particular por la representación corriente que las burocracias tienen y quieren dar de sí mismas, como productoras y al mismo tiempo productos del reglamento, es sin duda el obstáculo más temible a un verdadero conocimiento y comprensión del funcionamiento real de ellas.)

EL CAMPO DE BASE TERRITORIAL

¿Cómo describir los procesos sociales que conducen a la ejecución práctica de los reglamentos y dan al Estado su figura real, la que asume al encarnarse en las innumerables acciones de los innumerables agentes con mandato burocrático para actuar en su nombre que se enfrentan, dentro de campos de base territorial, con intereses divergentes y poderes diferentes? La “elección” que cada uno de los poseedores de un poder burocrático puede hacer entre el rigorismo y el laxismo, o entre las distintas formas del abuso de poder por hipercorrección o por distancia con respecto al rol, tiene su límite en la competencia con los otros pretendientes al monopolio de la ejecución de la regla burocrática. En efecto, ninguno de los responsables puede ignorar que cada “administrado” puede sacar partido de los conflictos estructurales entre las autoridades que se enfrentan en los límites de una unidad administrativa como el departamento (por ejemplo, el prefecto y el jefe de servicio de la DDE) para suspender sus veredictos indeseables o demorar sus efectos; o que, sin jugar ya con las relaciones horizontales dentro del campo de base territorial, como el departamento, sino más bien con las relaciones verticales en el seno del cuerpo, puede intentar incluso hacer in-

tervenir al ministerio correspondiente y, en última instancia, conseguir el traslado del funcionario que se niega a adaptar el reglamento. Por ejemplo, los arquitectos departamentales y sobre todo los ingenieros de las DDE pueden jugar con la ambigüedad estructural de su posición de *doble dependencia*, con respecto al prefecto y las “colectividades locales” por un lado, y a su jerarquía y jurisdicción ministerial por el otro, para asegurarse una forma de independencia que autorice los compromisos, las excepciones y las transacciones y, de ese modo, importantes ventajas materiales y simbólicas. Pero la tentación proconsular, con los abusos de poder que implica, encuentra su límite en el control y la censura que ejercen el campo de competencia territorial y, a través de él y sus intervenciones, las mismas autoridades centrales, y en la lógica del “traslado” y el “progreso”, que lleva hacia el “centro”, es decir, hacia poderes más extendidos pero también mejor controlados.

Así, como lo recuerdan todos los informantes, en particular aquellos cuyas carreras los llevaron a atravesar situaciones locales diferentes, y como lo permitieron verificar nuestras observaciones (en el Loiret y el Val-d’Oise), la configuración de las fuerzas enfrentadas en el campo territorial varía según los departamentos y, dentro de cada uno de ellos, de acuerdo con los intereses y las disposiciones de los agentes que ocupan las posiciones más determinantes: prefecto, jefe de servicio de la DDE, presidente del Consejo General, alcaldes de grandes ciudades; al mismo tiempo, resulta claro que se encuentran invariantes a través de la complejidad y la multiplicidad de las configuraciones dentro de las cuales se determinan las interacciones entre los agentes y las instituciones capaces de intervenir directa o indirectamente en la cuestión de la vivienda y en las “decisiones” susceptibles de tomarse en esas materias. En efecto, la conciencia más aguda de la infinita diversidad de las combinaciones concretas no impide concebir los principios de un modelo capaz de hacer que las prácticas y las estrategias individuales sean, si no previsibles, sí al menos inmediatamente inteligibles: un modelo semejante debería tomar en cuenta, en cada uno de los agentes, además de las disposiciones asociadas a su trayectoria social, los poderes (o el capital) y los intereses ligados a la posición, actual o potencial, que ocupa en la doble relación, vertical, dentro de la jerarquía propia de su cuerpo, y horizontal, dentro del campo local. Se lograría de tal modo discernir la configuración global del campo local y la forma singular de las interacciones (positivas —cooperación, alianza, etc.— o negativas: conflictos abiertos o larvados) que pueden darse en él.

El hecho de que la ejecución de los reglamentos se efectúe a través de esa multiplicidad de poderes rivales que se oponen dentro del campo territorial a la vez que siguen integrados en los campos nacionales (el de los prefectos, el de los arquitectos, el de los ingenieros de las DDE, etc.) y que siempre oscilan entre la tentación del “feudalismo local” y la ambición del ascenso en la jerarquía central (en especial la del cuer-

po), asegura sin duda cierta protección contra el abuso de poder, al menos a quienes disponen de los recursos necesarios para entrar en el ciclo del intercambio de servicios, y una protección también contra el dominio total de uno de los poderes, o de una autoridad central, sobre el conjunto del juego. Así, cada una de las posiciones débiles en el campo territorial puede encontrar los caminos hacia su independencia en la “partida de billar” (como la llama uno de los informantes) consistente en apoyarse en un poder para escapar a otro que, en otra oportunidad u otro campo territorial, podrá ser utilizado para resistirse al primero. Todos pueden sustraerse, hasta cierto punto, al influjo de tal o cual de sus rivales, poniéndolo en competencia con otros. Lo testimonian estas palabras muy típicas de un responsable del servicio contencioso administrativo de una DDE en una prefectura de la región parisina: “Nosotros [en las DDE] somos agentes del Estado. Un alcalde no puede ordenarme patrocinar un expediente. Pero como queremos mantener su confianza, aceptamos, para no perder credibilidad. Si nos negamos, el alcalde acudirá a una oficina privada que siempre le dirá que sí. Las oficinas de estudios privados, los arquitectos privados, pueden hacer POS [planos de ocupación del suelo]; seguirán la lógica de la rentabilidad y, por ejemplo, harán un POS en quince días. La calidad no cuenta. En cambio, la administración conoce el terreno, trabajamos cotidianamente con los alcaldes. El jefe de subdivisión está constantemente en el lugar. Entre nosotros, el que hace el plano de ocupación del suelo es el GEP [grupo de estudio y planificación]”. Además, si bien la DDE puede recusar las órdenes o demandas del alcalde, necesita la clientela de las comunas y debe protegerse de los reclamos y las protestas susceptibles de empañar su imagen ante la administración central. Por su lado, el alcalde puede liberarse de la influencia de la DDE (tanto más fácilmente cuanto más grande es su municipio) haciéndola competir con un arquitecto privado, pero le interesa asegurarse la competencia particular de Infraestructura e incluso su complicidad activa, para realizar obras que puedan contribuir a su reelección. Debido a ello, el alcalde, como muchos funcionarios locales electivos, considera más simple y seguro confiar la concepción y realización de sus proyectos a los integrantes de la DDE, en la creencia de que, asociados de tal modo a sus propios asuntos, éstos podrán garantizarle, como contrapartida de las ventajas que extraen de la situación, los medios de llevar adelante su política.

Otro ejemplo de esas coacciones cruzadas, que llevan a negociar para evitar los contragolpes de los enfrentamientos directos: “Tomemos un ejemplo concreto, el de los permisos de construcción. El 99 por ciento de los municipios del departamento pasan por la DDE para instruirlos (con plano de ocupación del suelo aprobado o no). El alcalde, que no está necesariamente especializado en urbanismo, va a seguir el consejo de la DDE. Pero si ese acto es ilegal, la DDE puede negarse a instruir y someterlo al prefecto para conseguir su anulación. Con la salvedad de que al alcalde no le gustará. La DDE, entonces, va a negociar bajo cuerda con él para que cambie de opinión sin que el prefecto se entere”. En otros casos, el usuario descontento con las decisiones de la DDE puede quejarse al alcalde de la comuna o dar intervención a su consejero general. El funcionario elegido, ansioso de conservar un elector, puede presentarse ante la DDE o, peor, hacer terciar al prefecto. Todas estas situaciones desagradables y hasta peligrosas, en la medida en que pueden amenazar la autoridad de los

servicios técnicos y el equilibrio, siempre muy sensible, de su relación con el prefecto, o bien la relación entre la DDE y el alcalde, cliente actual o potencial, e incluso, en caso de conflicto grave, la posición misma del funcionario, siempre expuesto a un traslado. También aquí esa red de coacciones induce a los servicios técnicos a rodear sus decisiones de consultas y concertaciones.

Como los usuarios, los organismos débiles, pero también el poder central, pueden apoyarse en esas redes de relaciones de interdependencia competitiva para poner a agentes u organismos unos contra otros y conquistar cierta libertad gracias a sus conflictos. Así, organismos de información como la ADIL (Asociación Departamental de Información sobre la Vivienda, encargada de brindar informaciones jurídicas a los usuarios) y el CAUE (Consejo de Arquitectura, Urbanismo y Medio Ambiente, encargado de aconsejar a los particulares y los municipios), a los que les cuesta mucho hacerse reconocer como interlocutores posibles por las instancias dominantes dentro del campo territorial, pueden apoyarse en los representantes elegidos que, al principio (contribuyen a su creación) y al menos en apariencia les son favorables, pero como esos organismos hacen una cuestión de honor de “evitar cualquier utilización política”, exhiben una imagen de neutralidad que los lleva a privarse de esa palanca. También pueden apoyarse en las administraciones y en especial en los funcionarios de la DDE, pero como éstos tienden a ver con malos ojos sus intervenciones, que enturbian las relaciones privilegiadas que mantienen con “sus” funcionarios elegidos, a menudo se los destina a una acción educativa que a veces adopta la forma de una especie de *agit prop* frente a los usuarios.

Dicho esto, más allá de todas las formas de equilibrio que pueden alcanzarse, en cada departamento y en relación con cada una de las apuestas que pueden oponerlos, entre los diferentes organismos competentes en materia habitacional: prefectura, DDE, CAUE, ADIL, representantes locales electivos, alcaldes, consejeros generales, diputados, asociaciones, cajas de asignaciones familiares, oficinas públicas de HLM, organismos de préstamo, etc., lo cierto es que, sobre todo en los asuntos importantes, permisos de construcción, planos de ocupación del suelo o zonas de actividades comerciales (ZAC), el mayor peso estructural corresponde siempre a la DDE, la prefectura y los alcaldes; la posición central es monopolizada por la DDE, en torno de la cual gravita todo, y cuya influencia se impone tanto más completamente cuanto más pequeñas y menos solidarias son las comunas con las que se relaciona, que por falta de recursos económicos y técnicos están obligadas, por lo tanto, a remitirse a ella en lo concerniente a la ejecución y hasta la concepción de sus proyectos de urbanismo. El antagonismo estructural entre la DDE y el prefecto, que es equivalente, en ese nivel, a la oposición entre el Ministerio de Finanzas, con sus enarcas, y el Ministerio de Infraestructura, con sus ingenieros de Puentes y Carreteras, es un factor de equilibrio, que ofrece a los administrados y sus representantes la posibilidad de un recurso. Dicho esto, sólo una serie íntegra de monografías podría recoger las va-

riaciones y los invariantes del enfrentamiento entre dos cuerpos igualmente inducidos a percibirse como la elite de la elite y separados por su lenguaje, su modo de pensamiento y toda su visión del mundo; y varios volúmenes no bastarían para describir las diferentes variantes de las estrategias mediante las cuales el director departamental de infraestructura, ingeniero de Puentes y Carreteras y politécnico, valido del esoterismo de su técnica, de la relación privilegiada que lo une a su cuerpo y su jurisdicción ministerial, y del peso económico y político que ante las colectividades locales le confiere su triple papel de controlador, diseñador y empresario, se empeña en discutir en los hechos la preeminencia oficial del enarca en el nivel departamental.

En cuanto a los constructores y promotores inmobiliarios, tienen armas muy desiguales para participar en la “partida de billar”. Aunque a menudo sean las víctimas de un prejuicio desfavorable por parte de los arquitectos departamentales, los grandes constructores nacionales tienen sin duda, al menos en ese ámbito, una ventaja estructural con respecto a los pequeños y medianos constructores regionales (que pueden apoyarse más en los diputados y senadores): están por cierto mejor armados para orientar las decisiones en materia de política habitacional y eludir, mediante la intervención ante las autoridades centrales, ministros y gabinetes ministeriales, los obstáculos reglamentarios que les oponen con gusto las autoridades subalternas. Pero también aquí, si bien el modelo propuesto permite plantear de entrada cuáles serán en cada caso los parámetros pertinentes del campo de las fuerzas posibles, sólo en la singularidad de una *coyuntura* será factible determinar cuál será exactamente el sistema de coacciones burocráticas características de tal o cual configuración particular de la estructura del mercado de base local de la casa individual, que pesan justamente sobre una transacción singular.

A partir de estos análisis podríamos sentir la tentación de concluir, como lo hacen con frecuencia los mejores observadores, que todo el “sistema burocrático”, coloso de pies de barro, está condenado a la impotencia por la rigidez de sus estructuras jerárquicas sin la intervención permanente de esas regulaciones “espontáneas”, correcciones, ajustes, adaptaciones, que se efectúan en la relación entre las instancias “locales” de la burocracia estatal, en especial las DDE, y los representantes de las “colectividades locales”, así investidos de un extraordinario poder (“el pequeño alcalde es el criterio que, poco a poco, marca toda la acción administrativa”).⁶ Esta visión “basista” está acompañada, las más de las veces, por una representación vagamente funcionalista, que hace de la imposibilidad de controlar el campo de las instancias territoriales y de las posibilidades que la rivalidad de las instituciones competidoras brinda al juego de los notables locales y sus mandantes, el fundamento de una dialéctica constante entre el “sistema burocrático” y la realidad circundante y, de ese modo, el principio de un equilibrio entre la anomia de una sociedad desprovista de reglas o incapaz de

imponer su aplicación y la hipernomía de un orden social rígido e incapaz de proponer adaptaciones de sus propias prescripciones.

Esta representación un poco optimista tiene el mérito de tomar en cuenta la complejidad de las interacciones que se enmascara bajo la monotonía aparente de la rutina burocrática. Pero la realidad, sin duda, es aún más compleja, y no puede olvidarse que cada una de esas interacciones es el ámbito de juegos y apuestas de poder, y por consiguiente de violencia y sufrimiento. En efecto, en el circuito de los intercambios fructíferos que aseguran el ajuste de las normas a las realidades no entra el que quiere: los notables cuentan a la vez con el beneficio de la regla y de la transgresión; para el común de los “obligados” y “administrados”, desprovistos de los recursos indispensables para lograr los apartamientos de la regla que se ofrecen a los privilegiados, “el reglamento es el reglamento” y, en más de un caso, “la suprema justicia es la suprema injusticia”. Tanto en el nivel de la concepción y la elaboración de las leyes y los reglamentos como en el de su puesta en práctica, en las oscuras transacciones entre los funcionarios y los usuarios, la administración sólo tolera verdaderamente el diálogo con el notable, es decir, con otro igual a uno mismo, levemente subestimado: de ese modo se establece *el ajuste sin negociación* (opuesto en todo al *compromiso negociado* con una base organizada) que en el plano colectivo y nacional asegura la *comisión*, y en el nivel individual y local la *intervención*, dos formas del intercambio, generador de ganancias simbólicas, entre agentes que conocen las reglas del juego con la regla lo suficiente para sacar provecho (para sí mismos y para sus protegidos) de una gestión racional del derecho y el abuso de derecho, de la ley y el privilegio.

Pero también habría que examinar los innumerables costos de todos los efectos de la hipernomía burocrática y, en particular, el costo en tiempo, trabajo, trámites, a veces dinero, que a menudo deben pagar los ciudadanos comunes para imponer, contra el abuso de poder, contra la arbitrariedad de la aplicación ultraconsecuente de la regla, contra la rigidez autorizada por el monopolio burocrático, el apartamiento —con frecuencia mínimo— de la norma en bruto y brutalmente aplicada, que haga que la conducta burocrática se acerque un poco al ideal de una administración real y no formalmente racional o, más simplemente, a las expectativas o exigencias legítimas del usuario.

NOTAS

1. El fantasma del aparato originado en la tradición marxista más mecanicista se desplegó con un vigor particular en lo concerniente al Estado, así investido de una especie de poder divino o demoníaco de *manipulación*. Y como extraña compensación, fue aplicado al partido y el Estado comunistas por todos los defensores anticomunistas de “teo-

rias” del “totalitarismo” que de tal modo se prohibieron ver (pero, ¿acaso lo deseaban?) y comprender los cambios que no dejaron de afectar a los países del este de Europa, cuya expresión y consumación es el “fenómeno Gorbachov” (cf. P. Bourdieu, “A long trend of change” –en referencia a M. Lewin, *The Gorbachov Phenomenon: A Historical Interpretation*–, *Times Literary Supplement*, 12-18 de agosto de 1988, págs. 875-876).

2. Esta incertidumbre es constitutiva de la lógica misma del juego. De un juego en el que uno de los jugadores (por ejemplo un adulto frente a un niño) está en condiciones de ganar todas las veces se dice que “no es un juego”: un juego que no vale la pena jugar.

3. Cf. B. Reynaud, “Types of rules, interpretation and collective dynamics: reflections on the introduction of a salary rule, in a maintenance workshop”, *Industrial and Corporate Change*, 5(3) (1996), págs. 699-721.

4. El carisma del profesor-profeta es otro ejemplo, analizado en otra parte, de ese proceso.

5. Todos estos mecanismos actúan con plenitud en el caso en que los “justiciables” son particularmente indigentes y están desprovistos de recursos, como ocurre con los inmigrantes o, en el ejemplo extremo, los “indocumentados”; la hipocresía de las decisiones centrales radica en dar libre juego a las instancias de ejecución y sus disposiciones más habitualmente represivas que comprensivas.

6. Cf. P. Grémion, *Le Pouvoir périphérique. Bureaucrates et notables dans le système politique français* (París, Éditions du Seuil, 1976).

ANEXOS

ENTREVISTAS: TRES PUNTOS DE VISTA SOBRE EL CAMPO LOCAL

1. Un pequeño empresario

El director de una pequeña empresa de construcción regional (de Île-de-France) evoca (en 1985) sus altercados con los distintos responsables departamentales, y en particular con los arquitectos de las DDE y de Construcciones de Francia.¹

M. D.: [...] Ahora bien, esa gente [los arquitectos] no tiene ninguna formación en el nivel técnico, [...] no tienen para nada una trayectoria intelectual de técnicos. Son artistas. Entonces, hacen cosas que les parecen bellas. Y, una vez más, es lo que ellos consideran belleza. Yo le diría que en eso no quiero rebatirlos, pero lo que a mí me importa es que sea lindo para mis clientes. Que mis clientes tengan ganas de tenerlo, eso es lo que importa. Y además, que esté dentro de lo posible en lo que se refiere a su capacidad de financiamiento. En otras palabras, doy muestras de un realismo campesino... De todas maneras, es muy simple: la sanción es la sanción del mercado. Así que los que tenemos razón somos nosotros, porque tenemos el mercado. Por otra parte, si ellos tuvieran razón, nosotros no existiríamos, ellos harían nuestro oficio. ¡Está muy claro!

—Parece que con los arquitectos en general usted tiene relaciones bastante difíciles... bueno, no es que esté resentido con ellos, pero...

M. D.: ¡Ah, no! Yo sí estoy resentido con ellos, porque tengo buenos motivos para estarlo. [...] Estoy resentido simplemente porque considero que son gente que aprovecha una situación de monopolio que me parece intolerable. [...] Es evidente que estamos frente a abusos escandalosos de esos llamados arquitectos de Construcciones de Francia o de las DDE. Esa gente no tiene ningún tipo de criterio por el cual se los pueda controlar. Ninguno. Así que hacen lo que quieren. [...] Por ejemplo, cuando a uno le dicen que las salientes de los techos no deben superar los doce centímetros, [...] y no veo en qué puede afectar el medio ambiente que una saliente tenga treinta centímetros en vez de doce. Es una total pelotudez, con perdón de la palabra. [...] Pero si en ese momento cambian al arquitecto Z por el arquitecto X, todo cambia: lo que antes era lindo ahora es feo. Entonces... toda una profesión grita, pero eso no impide que las cosas sean así. Aunque ahora las cosas son bastante más livianas. Pero al principio, diría que hasta hace más o menos cinco años, era una locura, una locura total.

—¿A qué se refiere?

M. D.: Bueno, uno llegaba con una casa, es decir, con un proyecto, y lo tachaban todo de rojo, lo ponían todo patas arriba y terminaban en algo imposible.

[...] Así que era una pelea constante, y por otra parte fue a fuerza de pelear que terminamos por... acercarlos un poco a nuestras tesis. Desde hace algunos años... hubo un acercamiento. ¡Pero al principio, le diría que fue todo un tole, eh!

—¿Cómo era?

M. D.: Y bien, había informes espantosos. Para ellos éramos una casta que había que eliminar. En el nivel nacional, trataban a algunos de mis colegas de contaminadores. Lo cual es absolutamente estúpido. Cuando se hacen casas no se contamina. Además, después de cinco años, con las plantas y todo lo que pone la gente, ya no se la ve más. [...] Por otra parte, había gente a la que le negaban sistemáticamente el permiso de construcción. De modo que era dramático, porque había personas como nosotros que invertían para vender y otros que por detrás tachaban con tinta roja y decían, “vaya y rehaga el plano”. Puedo asegurarle, entonces, que hubo uno o dos años de una tensión extrema. Después la cosa se calmó, por la presión del ministerio del sector [...].

M. D. sigue evocando las dificultades con que tropezó en sus gestiones para obtener una autorización para exponer durante cuatro meses una de sus casas en el *hall* central de la estación del Este, en París.

M. D.: Pero puedo hablarle, por ejemplo, de la casa que expusimos en la estación del Este. El Ministerio de Cultura considera que haber puesto esa casa ahí es un atentado al medio ambiente. Me parece que vieron mal, eh. Van a tener que volver a mirar. Yo estoy dispuesto a llevarlos de la mano a visitar el barrio, porque hay cosas un poco dudosas. Mire todos esos carteles publicitarios, la reglamentación, etc. Que vengan después a decirme: “Ah no, no puedo aceptarlo”. Que es un poco chocante: de acuerdo. Que no puede quedar en forma definitiva: es cierto. Pero se trata de una exposición que no es permanente, que dura cuatro meses. Entonces, decir que es un atentado al medio ambiente me parece que es reírse en la cara a todo el mundo.

—Espere, ¿recibió una carta del Ministerio de Cultura?

M. D.: Recibí incluso una negativa de la alcaldía de París.

—¿Y cómo puede ser entonces que a pesar de todo su casa se exhiba ahí?

M. D.: Me peleé con la prefectura, y la prefectura dio una autorización... este... mientras que la alcaldía de París la había rechazado. Y el Ministerio de Cultura también, contra la opinión del prefecto. Eeh... estaban dispuestos incluso a emitir una orden de demolición. ¡Dése cuenta hasta dónde llegan las cosas!

—¡Es increíble! Pero, ¿cómo terminó todo? Fue porque usted conocía gente personalmente...

M. D.: Para nada. Para nada. Fue a fuerza de... de... ¿cómo decirle?... de gestiones, y de ir a discutir con la gente para convencerla. Bueno. Porque si hubieran anunciado que aquí iban a exponer un avión o... los tanques de la última guerra mundial, nadie habría dicho nada. Y todo simplemente porque los archi-

tectos no se metían. [...] Debo decirle que me las arreglé así: cuando me lo prohibieron, ya estaba terminada. Pero claro. Entre el momento en que les pedí la autorización y cuando me contestaron que no, la casa quedó instalada en el lugar. Ellos habían necesitado dos meses para hacer un papel, y en ese tiempo yo había construido una casa, con dieciocho grados bajo cero, además. Como puede comprender, tenemos ritmos diferentes. No somos de la misma raza.

—Entonces, cuando recibió el papel de ellos, ¿cómo reaccionó? ¿Le dio pánico?

M. D.: No, no demasiado... Bueno, a pesar de todo estaba un poco preocupado [risas]... pero esperaba alguna cosa de ese tipo, y tenía la posibilidad de un recurso ante el prefecto. Y eso fue lo que hice. Y además tenía a los ferrocarriles de mi lado, porque construía en terrenos de la SNCF. Así que le dije a la SNCF: “Es problema de ustedes, arréglense. Yo les alquilé este espacio y ustedes sabían para qué era”. De modo que, a partir de ahí, era administración contra administración. Y fue una partida de ajedrez, nada sencilla, le puedo asegurar.

—Y el prefecto...

M. D.: Tenía un acuerdo de la prefectura que conseguí... no sé, un mes después de terminar la casa. Entonces, contra mí tenía a la alcaldía de París, el Ministerio de Cultura y una asociación del décimo distrito que se llamaba “Vivir mejor en el décimo distrito”. [...] Lo cómico, además, es que esa casa la ideamos nosotros y la presentamos a los arquitectos de Construcciones de Francia de toda la región de Île-de-France, que dijeron que se integraba perfectamente al lugar porque en cierto modo es una casa aceptada, aunque no haya un consentimiento oficial, que no existe. Pero los otros nos decían: “Teniendo en cuenta que la estación del Este es un sitio clasificado porque la iglesia tal y cual está a menos de cuatrocientos metros, no puede construir su casa”. [...] La verdad, habría que saber dónde empieza el medio ambiente. Cuando uno ve frente a la estación del Este los camiones del Servicio Nacional de Mensajerías, que son una especie de ruinas ambulantes, me gustaría decirle que mi casa, en el lugar, es mucho más linda. Pusimos flores en el *hall* central, no está nada mal...

2. Un funcionario de la DDE

“Las relaciones del servicio del urbanismo —por lo tanto de la DDE— con todos sus interlocutores son muy variables de un departamento al otro. Puedo empezar con las relaciones entre la DDE y los servicios de la prefectura. Como usted sabe, la DDE está en la jurisdicción del prefecto, que tiene bajo sus órdenes todos los servicios del Estado. La manera de intervenir de la DDE y de los otros servicios en general depende de la sensibilidad de cada prefecto o de cada secretario general ante los problemas. En el Loiret, tenemos la suerte de tener un secretario general muy sensible a los problemas de vivienda, lo que hace que las

relaciones entre la prefectura y la DDE sean excelentes. Tenemos contactos bastante frecuentes. El prefecto tiene el poder de decisión, pero nosotros participamos mucho en las reflexiones previas, nunca nos ponen ante el hecho consumado. En otros departamentos, los servicios de la prefectura tratan al servicio de vivienda [de la DDE] como un ejecutante. Hay otros departamentos en que los servicios de la prefectura no se preocupan demasiado por los problemas habitacionales y en ese caso hay una delegación completa y grande: son las DDE las que hacen todo el trabajo y las que hacen «pasar» todo lo que quieren. Hay todo un abanico. En el departamento del Loiret estamos en el justo medio: el prefecto decide pero, en realidad, hace encargos precisos de ciertas cosas, nos pide estudios, nosotros los hacemos, los discutimos, nos ponemos de acuerdo y de ese modo creo que el funcionamiento es muy normal. Lo lamentable es que, en el aspecto de la vivienda (siempre en el departamento del Loiret), tenemos un consejo departamental que es muy pero muy poco sensible a los problemas habitacionales [...]. En algunos departamentos, el departamento participa en las renovaciones, ayuda a los organismos, los municipios, inicia ciertos trabajos de reacondicionamiento de barrios degradados. Pero aquí no. El departamento dice: 'La vivienda no forma parte de nuestras atribuciones, yo no participo'. Intentamos hacerle comprender que alrededor de los problemas habitacionales había problemas sociales de los que tiene que hacerse cargo, pero contesta: 'En el aspecto social ya hago lo suficiente en el departamento'. [...] Eso es cosa del presidente. Y tropezamos con el mismo problema en el nivel de la ciudad principal de Orleáns, por ejemplo [...]. Es parecido. La ciudad de Orleáns no se comprometió en materia de vivienda. Al menos hasta el momento."

(Extracto de una entrevista realizada en diciembre de 1988 con un funcionario de la DDE de Orleáns, director del grupo UOC, Urbanismo Operativo y Construcción.)

3. Arquitecto de un consejo

M. R., arquitecto, es director de un CAUE (Consejo de Arquitectura, Urbanismo y Medio Ambiente) en Île-de-France (creados por la ley de 1977 a iniciativa del Ministerio de Infraestructura, los CAUE tienen la misión de asesorar a los particulares y las municipalidades en el dominio de la arquitectura y el urbanismo). Se refiere a la creación de su organismo.

M. R.: Ante todo hay que decir que los prefectos tenían un papel muy importante en el armado de los CAUE. Vale decir que presidían las comisiones que eran los grupos de trabajo para establecer los consejos. Eso es muy importante, porque el prefecto no siempre era el más fuerte en su departamento, a la inversa de ahora.

—¿Cómo es eso?

M. R.: Me refiero a que de tanto en tanto la DDE tenía más peso que él.

—¿Y aquí?

M. R.: Y aquí, en esa época, el prefecto era un prefecto político, un gaullista... este... y cuanto más complicadas eran las cosas técnicamente, más tendía a desconfiar de ellas. Y a la DDE le costaba... yo diría que le costaba asimilar un lenguaje muy político, activo, a un lenguaje técnico... eeh, monopólico. En síntesis, había un problemita entre ellos. Además, el prefecto tenía un secretario general con conexiones... en fin, el contexto de una provincia, de un departamento normal. Bueno, el prefecto quería controlar las experimentaciones. [...] Se llegó entonces a un pequeño acuerdo a las apuradas: prefecto-pareja de arquitectos, el de Construcciones de Francia y yo, un arquitecto al que el prefecto había nombrado jefe de misión para plantear y hacer experimentaciones. [...] Entretanto, la DDE montó otra estructura, ya que quería tener un punto fuerte en el CAUE, y quiso, diría yo... ser quisquillosa con la institucionalización, el estilo, qué sé yo. La DDE decía: "Necesitamos un plus, de modo que vamos a dar un discurso arquitectónico a nuestros permisos de construcción". En esa época no se hablaba de pedagogía. Hablaban de educación: "Vamos a enseñar a la gente a...". Y poco a poco se convirtió por completo en eso. La DDE desarrolló una estructura de ese tipo. Y en las últimas reuniones [para la creación del CAUE] —porque la cosa urgía, en septiembre de 1978 todavía estábamos con los grupos de trabajo— el prefecto había juntado a todo el mundo, sabiendo que yo había preparado un informe (nadie estaba al tanto salvo él) que asignaba objetivos de trabajo... En esa reunión estaban representadas la DDE, la DDA, la DDASS, la inspección del distrito universitario. Pues bien, la DDE enarbolaba la ley de 1977 para decir... bueno, para decir que los jefes eran ellos, vamos. Y uno de sus problemas era: "No es necesario que haya un director en el CAUE".

—¿Por qué motivo?

M. R.: Eso les permitía destinar gente con contrato con ellos para trabajar como un equipo técnico. Y utilizaban subvenciones de estudios de urbanismo para eso. El único inconveniente era que allí había representantes de la profesión de arquitecto, que empezaron a hablar de grandes cosas; la DDE quiso arrinconarlos diciéndoles: "Bueno, no leyeron el tercer capítulo, apartado dos, etc.", y ellos contestaban: "Pero la arquitectura..., etc., etc." En resumen, el prefecto se hartó muy pronto. Y me dijo —yo estaba prácticamente frente a él—: "¿Está listo su asunto? ¿Está seguro?". Yo le contesté: "Pero si la cosa marcha muy bien. Ya hay seis meses de práctica en el tema. Puede generalizarse. Y además no es algo inmutable, es un sistema abierto...". Me interrumpe y pide que se apruebe mi informe. Aprobado. Los otros cerraron el pico, porque no sabían de qué se trataba. Y después de haberlo aprobado, lo leyó. Entonces los tipos pusieron la cara hasta el suelo. [...] Y el asunto quedó terminado: "Bueno, ahora creamos el CAUE y notificamos al Consejo General que hay asamblea general constitutiva". Se

realiza la asamblea constitutiva y ahí aparecen los primeros problemas políticos reales. Unos cuantos representantes elegidos estaban muy mal informados del funcionamiento y el origen del CAUE, porque la información estuvo a cargo de la DDE, así que podrá imaginarse. Contó prácticamente cualquier cosa... La DDE quiso empezar a colocar gente como equipos técnicos mientras el trabajo continuaba en otra parte. Y cuando los tipos que querían los puestos clave en el CAUE empezaron a desollarse de una manera verdaderamente imposible, los representantes elegidos dieron marcha atrás, bueno, al menos el presidente del CAUE que había sido elegido, un hombre un poco al estilo de la Tercera República, muy tranquilo, consejero general, alcalde de un municipio de más de diez mil habitantes. Había personas que se movían alrededor de la estructura de Construcciones de Francia y vinculadas al prefecto que también trataban de remover cielo y tierra... En fin, todo eso duró un año.

[Finalmente se crea el CAUE.]

—¿Cómo reaccionó entonces la DDE?

M. R.: Muy, muy mal. Construcciones de Francia, bien. Pero la DDE, desde el momento en que el presidente del CAUE decidió hacerlo operativo y me nombró director con el acuerdo del prefecto —porque el prefecto también tuvo que ceder...

—¿El prefecto tampoco estaba de acuerdo?

M. R.: Mi designación llevó dos firmas: la del presidente del CAUE y la del prefecto. Y el prefecto quería otra cosa. Por lo tanto fue preciso que cediera, porque era indudablemente de otra manera. Además, ya habían transcurrido dieciocho meses de trabajo y eso lo ponía un poco contra la pared.

—Y la DDE reaccionó muy mal, decía usted...

M. R.: Muy mal. Rompió decididamente el fuego. Quiero decir que se retiró casi instantáneamente del consejo de administración, al que no volvió más. Empezó a dar informaciones falsas sobre el CAUE. E hizo un CAUE que le parecía *su* CAUE, a través de sus subdivisiones. Me refiero a que tenía arquitectos que trabajaban en la DDE, y la dirección dijo: “Mi problema es la asistencia arquitectónica”. De modo que abrió comités, un poco en continuidad con lo que nosotros hacíamos. Eso pasó al mismo tiempo.

—Y el Consejo General, de hecho, ¿de qué lado estuvo?

M. R.: Como muchos consejos generales, no está del lado de nadie [...].

NOTA

1. Como todas las que se citan aquí, esta entrevista se llevó a cabo en el marco de la investigación realizada en un departamento de Île-de-France, el Val-d'Oise, que dio lugar a conversaciones con diferentes actores: arquitectos departamentales (CAUE, DDE, etc.),

juristas (ADIL), escribanos; con agentes de las distintas delegaciones de la DDE: Argenteuil (servicio de los permisos de construcción), Cergy Préfecture (servicio contencioso del urbanismo); y con el alcalde y los responsables de los servicios técnicos para el urbanismo de Taverny. También se efectuaron observaciones supervisadas en el servicio técnico del urbanismo del municipio de Taverny, en especial sobre los permisos de construcción otorgados en 1984 y 1985, el establecimiento y la realización de la ZAC de Lignièrès, en la misma comuna, y la comercialización de una primera franja de terrenos puestos en venta en ella por la AFTRP (Agencia de Bienes Raíces y Técnica de la Región Parisina). Por último, se hicieron observaciones en Moisselles, "pueblo en exposición" de casas individuales, se entrevistó a constructores locales y se efectuó una recolección sistemática de documentación publicitaria. Con fines comparativos, se llevó adelante un plan de investigación semejante en el departamento de Loiret.

UN CONTRATO BAJO COACCIÓN*

Luego de este largo rodeo por el análisis de las estructuras y las relaciones de fuerza objetivas entre los agentes y las instituciones, podemos llegar a lo que parece ser, según un buen método empírico o empirista, el primer momento de la investigación, y a menudo el último: la interacción directa, susceptible de observarse y registrarse, entre el comprador y el vendedor, a veces consumada en un contrato. Ahora bien, no hay interacción que disimule tan bien su verdad estructural como la relación entre el comprador y el vendedor en la transacción inmobiliaria. Y nada sería más peligroso que atenerse al valor nominal del intercambio, como lo hacen, so pretexto de fidelidad a lo real y de atención a lo dado, ciertos partidarios del “análisis del discurso” o de la etnometodología que vieron en los últimos progresos de la tecnología, y en particular en el grabador de sonido y sobre todo en la videograbadora (el video), un refuerzo y un fortalecimiento de su visión hiperempirista (es realmente preciso llamarla de ese modo, aunque se cubra de justificaciones tomadas de la fenomenología); y quienes, en la creencia de haber encontrado en esas conductas o discursos filmados y grabados los sacrosantos *datos* que pueden oponer a los cuadros estadísticos de los adeptos de la tradición “cuantitativa”, hoy aún dominante, coinciden de hecho con éstos en la epistemología positivista de la sumisión a lo “dado” tal como se da.

Nunca mejor ocasión que ésta para recordar que la verdad de la interacción no está en la interacción (relación de dos que siempre es, en realidad, una rela-

* Este capítulo se basa en un artículo aparecido en *Actes de la recherche en sciences sociales*, 81-82 (marzo de 1990): P. Bourdieu (con la colaboración de S. Bouhedja y C. Givry), “Un contrat sous contrainte”, págs. 34-51.

ción de tres, los dos agentes y el espacio social en que están inmersos). En lo que define la economía de la casa, desde los reglamentos administrativos o las medidas legislativas que orientan la política crediticia inmobiliaria hasta la competencia entre los constructores o los bancos que los sostienen, pasando por las relaciones objetivas entre las autoridades regionales o municipales y las diferentes autoridades administrativas encargadas de aplicar la reglamentación en materia de construcción, no hay prácticamente nada que no esté en juego en los intercambios entre los vendedores de casas y sus clientes, pero que sólo se revela o se delata en ellos en una forma irreconocible. Las interacciones singulares, personalizadas, situadas y datadas, entre un visitante del Salón de la Casa Individual de 1985, el señor S. y un vendedor, o entre otro vendedor y una pareja (el señor y la señora F.) que, con dos de sus hijos, fue un domingo a la tarde a las Florélites para elegir una casa, no son sino actualizaciones coyunturales de la relación objetiva entre el poder financiero de la banca, encarnado en un agente encargado de ejercerlo con tacto (para evitar espantar al cliente, que no tiene otra libertad que la huida), y un cliente definido, en cada caso, por cierto poder adquisitivo y, secundariamente, cierto poder de hacerlo valer, que está ligado a su capital cultural, por su parte vinculado estadísticamente a su poder adquisitivo.

Tras haber observado en varias ocasiones el guión estereotipado según el cual se desarrollaba el intercambio, es decir, el proceso a cuyo término la relación de fuerza, inicialmente favorable en apariencia al comprador potencial, se invertía poco a poco para convertirse de manera gradual en interrogatorio, procedimos a realizar observaciones sistemáticas del modo en que los vendedores estaban instalados, se presentaban, “enganchaban” al cliente, ello especialmente en los *stands* de Phénix, Sergeco, Bouygues, Manor, GMF, Cosmos, Espace, Kiteco y Clair Logis, del Salón de la Casa Individual al Palacio de los Congresos en París y el “pueblo en exposición” de Florélites Nord. Grabamos además diálogos entre vendedores y compradores y sesiones de compra en que nos comportamos como compradores potenciales (provistos de cierta cantidad de propiedades demográficas y sociales establecidas de antemano de acuerdo con una especie de plan de experimentación). Realizamos por otra parte una serie de entrevistas en profundidad con vendedores, secretarías comerciales y responsables de cursos de ventas pertenecientes a grandes constructores nacionales, y logramos que un constructor nos diera informaciones sobre el nivel de instrucción de los vendedores.

De tal modo, pudimos comprobar que el trabajo exploratorio sobre los méritos comparados de los diferentes modelos de casa mediante el cual el cliente intenta hacer competir a los vendedores y, a través de ellos, a los constructores, se transforma más o menos rápidamente, bajo el efecto de las coacciones técnicas y sobre todo financieras, en una investigación del vendedor de casas, que es también vendedor de crédito, sobre las garantías ofrecidas por el comprador. La

conversación, destinada en principio a poner a prueba al vendedor, culmina casi siempre en una especie de lección de realismo económico durante la cual el cliente, asistido y alentado por aquél, se esfuerza por acercar el nivel de sus aspiraciones al nivel de sus posibilidades, con el fin de disponerse a aceptar el veredicto del tribunal de la economía, es decir, la casa real, a menudo muy distante de la morada soñada, a la que tiene derecho según una estricta lógica económica.

El intercambio se organiza de acuerdo con una estructura en tres tiempos, que encontramos, con algunas variaciones, en todos los casos observados. Lo que varía, en efecto, es la rapidez —y la brutalidad— con que el vendedor impone su potestad sobre la transacción y, en términos más generales, el *tempo del intercambio*: a veces, el dominio es inmediato y a veces progresivo, y los esfuerzos del cliente por retomar la iniciativa se ven más o menos coronados por el éxito, y por lo tanto son más o menos capaces de prolongarse en el tiempo. El vendedor es el agente de la necesidad económica. Pero puede imponerla de manera suave y gradual o, al contrario, rápida y brutal. Como sucede siempre que una secuencia de acciones está determinada por anticipado, sea por los principios de una tradición, en el caso, por ejemplo, de los intercambios rituales de dones, palabras, etc., sea por las coacciones de una necesidad externa, el único margen de juego y libertad está en el ámbito del tiempo y el *tempo*. Aquí, el vendedor, como estrategia adecuada, debe imponer la necesidad evitando que se la sienta de manera demasiado brutal, por lo que tiene que guardar las formas. Por ello la importancia del tiempo que se toma para llevar a buen puerto la negociación, tiempo que es necesario para permitir que el cliente salve poco a poco la brecha entre sus esperanzas y sus posibilidades.

La descripción de la conducta de los vendedores que propone un responsable de ventas de Maison Bouygues corrobora nuestras observaciones, al mismo tiempo que muestra algunos de los elementos de la descripción del cargo que contribuyen a explicar las conductas: “Había gente que estaba dispuesta a aceptar que les dieran patadas en el culo y que las atendieran así nomás, rápidamente, en un rincón de la mesa. Clasificábamos a los buenos y los malos de un lado, a los que tenían dinero, los que no lo tenían, y además estaban los que circulaban, sin nada que ver. Las cosas pasaban así, no es una caricatura. Por lo tanto, seguimos trabajando de ese modo. Todavía hay quienes lo hacen en estos momentos. Haga la prueba, vaya a las exposiciones de casas en los pueblos, y se va a dar cuenta de que usted llega con preguntas para hacer, con la intención de informarse. El vendedor invierte todo por completo. Es él quien le dice: ‘Tomen asiento, cuánto ganas, cuántos hijos tienes’. Zás, para ver al instante, en dos minutos y medio, si usted tiene medios o no”.

De manera general, luego de un preámbulo más o menos largo, el vendedor asume la dirección de las operaciones y, en especial mediante el interrogatorio

El señor S.

En el Salón de la Casa Individual, el señor S., notoriamente en busca de una casa, recorre las calles internas, hace preguntas en un *stand*, recoge documentación en otro y por fin se acerca a un tercero. Cuando llega a él, un hombre de aspecto juvenil y vestido estrictamente de traje lo encara y le pregunta si quiere alguna información. Ante la respuesta afirmativa del señor S., le propone que lo siga y lo invita a sentarse en un *box* un poco apartado, donde se sienta frente a él.

EL VENDEDOR: ¿Conoce más o menos a qué *tiene derecho*? Ante todo, me parece, conozcámonos un poquito, veamos qué es lo que desea. Bien, le voy a mostrar alguna documentación sobre el tema.

Comienza entonces un interrogatorio minucioso sobre el lugar de la vivienda, la cantidad de hijos y sus edades, la condición de locatario o propietario, el monto del alquiler ("Por un poco más que eso, puede ser propietario"), el lugar de trabajo y la profesión de ambos cónyuges, los medios de locomoción que poseen, el aporte personal, la cantidad de habitaciones deseadas, la superficie y la zona buscada. Ante cada pregunta, el visitante se conforma con contestar lo mejor que puede.

EL VENDEDOR: Vea, puedo decirle que si van a ser cinco los habitantes de la casa, bueno, para cinco personas, necesitan... ochenta..., a ver, no quiero decir tonterías... 88 o 99 metros cuadrados, algo así... [busca en su documentación y lee] cinco personas = 88 metros cuadrados como mínimo para tener derecho al préstamo... [Toma la calculadora, pregunta cuáles son los ingresos de la pareja y concluye.] Tenemos entonces 13 mil francos por mes, de eso usted puede pagar hasta el 33 por ciento; es lo que autorizan los bancos, vale decir [utiliza su calculadora]... que puede pagar 4.290 francos. ¿En qué cuota había pensado?

EL VISITANTE: De todas maneras, en fin... si decidí tener mi casa, estoy dispuesto a hacer sacrificios.

EL VENDEDOR: Bueno, le paso todo en limpio.

Toma un formulario, vuelve a hacer todas las preguntas ya planteadas y esta vez las pone por escrito; luego explica al visitante que existen dos posibilidades de préstamo, el PAP y el préstamo por convenio, que presenta de una manera a la vez oscura, confusa y llena de autoridad.

EL VENDEDOR: Le voy a explicar. El PAP, si lo prefiere, es un préstamo con ayuda del Estado, a una tasa que es ventajosa en un principio, pero que nunca financia toda la operación. Es decir que con ese préstamo PAP, habría que agregar un préstamo bancario complementario para completarlo. Ahora, hay otra posibilidad que es un préstamo por convenio, que es un poquito más caro al comienzo pero que, a lo largo de veinte años, termina por ser lo mismo que un PAP con un complementario. Entonces, el PAP lo da el Crédit foncier, y el complementario su banco o un organismo financiero e incluso también el Crédit foncier, que puede hacerlo... eeh... el préstamo por convenio lo da un organismo financiero o su banco.

.../...

sobre las garantías, se erige en instancia casi burocrática, que actúa como juez de las capacidades financieras del cliente, de sus derechos y sus posibilidades y, en ciertos casos, llega a sustituirlo lisa y llanamente y a apropiarse de su facultad de decidir; lo consigue gracias a estrategias retóricas de “puesta en ambigüedad” [“*ambiguisation*”] que apuntan a presentar como cobertura total una empresa de desposesión: hábil para imponerse como un experto capaz de hacer dichoso al cliente mejor que este mismo, también sabe mostrarse como un *alter ego* bien situado para ponerse en lugar del interesado y hacerse cargo de sus asuntos, “como si fueran los suyos propios”. De tal modo, puede decidir: “Hay que tomar un préstamo PAP a veinte años y un préstamo complementario”. Este uso del *hay* [on] que, por su carácter impersonal, anonimiza y universaliza la proposición en que actúa como sujeto, a la vez que fusiona a comprador y vendedor en un sujeto colectivo (pero de manera menos ostensible que un “nosotros”), aparece con mucha frecuencia, con las mismas funciones, en el lenguaje de los vendedores.*

La brutalidad de los vendedores se explica si se sabe que, en su mayor parte, empezaron su carrera en el período de expansión, cuando los clientes se apuraban a conseguir una casa, y por ello se inclinan a percibir el primer contacto como una especie de filtro, destinado a seleccionar a los “clientes serios”, con el objeto de evitar el derroche de esfuerzos en tentativas fallidas (los índices de éxito varían entre uno de diez y uno de veinte). En consecuencia, para no perder tiempo con aquellos a quienes llaman “turistas” o “paseantes”, van de entrada a lo esencial y hacen preguntas sobre sus ingresos a quienes identifican como clientes posibles (las parejas, sobre todo si están acompañadas por sus hijos), a fin de eliminar lo más rápidamente posible a los que no tienen los medios de obtener la casa de sus sueños. A menudo formados por viejos vendedores de vuelta de todo, tienden a considerar con una mezcla de cinismo y resignación a todos esos clientes “que se llenan los ojos antes que la panza”, “llenos de caprichos”, a quienes catalogan de entrada y a los que siempre reciben más o menos de la misma manera, urgidos por saber si son “serios” y, en ese caso, hacer que pongan lo más pronto posible los pies sobre la tierra.

Las estrategias de puesta en ambigüedad, que apuntan a abolir la distancia y la desconfianza entre el vendedor y el comprador, encuentran un apoyo natural en la “personalización del crédito”, innovación en materia de técnicas bancarias que instituye un *nuevo tipo de garantías*, en especial la que representa el *ingreso*

* Traducimos “hay que tomar” en lugar de “se tomarán”, versión más literal y adecuada a la explicación que da el autor, pero también más forzada en español. En francés es muy frecuente el uso del *on*, tercera persona impersonal, en reemplazo del *nous*, sobre todo en el habla coloquial (n. del t.).

EL VISITANTE: ¿Y quién se ocupa?... ¿Ustedes no se ocupan de nada? ¿Todos los trámites los tengo que hacer yo?

El vendedor se lanza entonces a la secuencia *Nos-ocupamos-de-usted-desde-la-A-hasta-la-Z*, que forma parte del arsenal estratégico de todos los vendedores y se enseña explícitamente en los cursos de formación para la venta.

EL VENDEDOR: Si usted quiere, nosotros nos ocupamos de todo. Usted no tiene más que leer la documentación y firmar. Eso es todo. [...] Nos ocupamos de usted desde la A hasta la Z. [Y, sin dejar siquiera que el cliente diga esta boca es mía, prosigue con la presentación del constructor, lo que implica una segunda secuencia obligada, *Somos-los-primeros-en-Francia-en.*] Le hago un pequeño esbozo del cuadro... [...] Fuimos los primeros en conseguir el certificado de alta aislación... [...] Somos los primeros en construcción de obras públicas y torres de departamentos [...]. En cuanto a la casa individual, hacemos unas tres mil quinientas unidades por año en toda Francia. No somos los primeros, porque la primera es una empresa que sólo se dedica a las casas individuales. Nosotros hacemos muchas otras cosas. Así que no podemos ser los primeros. Pero somos los segundos. [Y concluye anticipándose a la pregunta esperada del cliente.] Entonces, ¿cómo se hacen nuestras casas? Le cuento que las paredes se hacen con paneles de hormigón de un metro cuarenta por setenta centímetros de ancho y ocho centímetros de espesor. ¿Por qué? Porque no queremos construir con bloques de hormigón. Consideramos que el bloque de hormigón no es un material sólido. No va a ver ninguna... pero *ninguna* gran construcción hecha con bloques. Todo se construye en hormigón armado, ¿Por qué? Hay una razón. Es más *fuerte*.

El visitante se contenta con escuchar.

Segundo momento: el visitante toma suavemente la iniciativa en el momento de la presentación técnica del producto. El vendedor, que quiere desarrollar una información más técnica sobre las casas que representa, se ve obligado a responder una por una las preguntas más prácticas que el visitante comienza a hacerle al respecto. "¿Está bien aislada interiormente?"; "¿cuántas ventanas hay por habitación?"; "¿y la calefacción eléctrica?"; "¿tiene cloacas?"; "¿el piso es de linóleo?"; "¿eso tiene un costo extra?; no me dio el precio de..."; "¿la cocina viene equipada o no?"; "¿se pueden poner armarios en el baño?".

Un poco desarmado por las preguntas del visitante, el vendedor da respuestas que entrecorta con intentos de retomar el control del diálogo ("Vamos a ver ahora cómo se hacen nuestras casas") y lanzarse a una descripción muy técnica a la que el visitante, notoriamente superado, casi no presta atención: "¿La aislación? Pero con nuestra aislación exterior es suficiente"; "¿si no hacemos una cloaca? Es porque la cloaca tiene un costo agregado al de la casa"; "voy a darle esa información, señor. *No se preocupe*"; "la cocina no viene equipada, pero están previstos todos los enchufes para la heladera, el congelador, el lavavajillas, hay de todo, está todo previsto. Quiere decir que usted no tiene más que poner los muebles y empezar a vivir en la casa"; "¿el baño? Hay que decir que usted prácticamente entra en la casa, ubica todo lo demás, pone el cepillo de dientes y empieza a vivir. Listo".

.../...

permanente, conjunto de los ingresos susceptibles de percibirse en la totalidad de la vida (o a lo largo de un período prolongado). Con el aval de esas garantías típicas de la era de la calculabilidad y la previsibilidad que sólo pueden ofrecer los agentes que cuentan con una *carrera* y por lo tanto con ingresos regulares y regularmente distribuidos en el tiempo, el banco puede en lo sucesivo prestar dinero sin exigir garantías “reales” (“bienes tangibles”) y ofrecer un crédito proporcionado en su volumen, su duración y su costo a un conjunto de características de la *persona burocráticamente definida*, como la expectativa de ganancias, el tamaño de la familia, etc. Esta técnica bancaria (a menudo descripta como una “democratización del crédito”) es lo que permitió a los bancos conquistar una nueva clientela, el *personal asalariado burgués* de los cuadros directivos [públicos] (superiores o medios). Con la seguridad de una carrera burocráticamente garantizada, éstos son quienes están mejor situados para dar las garantías “personales” representadas por un ingreso permanente perfectamente asegurado y calculable y, gracias a las posibilidades crediticias así brindadas, pueden —en un período de vigorosa urbanización— tener acceso a la ambición, antes principalmente reservada a los poseedores de capital económico, de ser dueños de su vivienda, casa individual o departamento.

La banca identifica el valor de la persona con su expectativa global de ganancias, es decir, la expectativa de ingresos anuales multiplicada por la expectativa de vida, e incluso, sobre todo cuando se aventura dentro de categorías que ofrecen en todos los órdenes menos seguridades que el personal directivo del sector público, con su expectativa global de solvencia, que depende también de disposiciones éticas y, en particular, de todas las virtudes ascéticas que gobiernan el control del consumo y el respeto de los compromisos. En la mayoría de los casos, el constructor, y el vendedor que lo representa en la transacción, actúan como relevos de los bancos, a los que aseguran, como contrapartida de adelantos financieros o tarifas preferenciales, una especie de derecho de prioridad sobre una fracción de la clientela inmobiliaria y, de ese modo, el control de una parte creciente del mercado del crédito; de ello se deduce que, en la medida en que la mayoría de las transacciones se reducen en lo esencial al establecimiento de un *plan de crédito*, del que la discusión sobre las propiedades técnicas de la casa no es las más de las veces sino un apéndice, la negociación que conduce a la firma de un contrato inmobiliario es una mera variante de las transacciones que se efectúan directamente en los mismos bancos.

El establecimiento de un contrato de crédito personal o “personalizado” supone por lo tanto la recolección previa de un conjunto de informaciones sobre la persona del prestatario. Y este interés burocrático en la persona burocráticamente definida, es decir, impersonal e intercambiable por completo, y en las propiedades genéricas que censan mecánicamente los formularios burocráticos, que pueden servir de base a un cálculo riguroso de la expectativa de ganancias, tal

EL VISITANTE: ¿Y cuál es el modelo que me convendría?

EL VENDEDOR: Se podría determinar en función de la *cobertura financiera*.

Toma su calculadora, rehace todos los cálculos, le agrega la APL, vuelve a empezar, se equivoca, corrige y finalmente concluye.

EL VENDEDOR: Entonces, *hay* total comodidad para construir lo que *uno* quiera. Bueno, usted desea un terreno...

EL VISITANTE: Es decir, lo que a mí me importa es la casa. ¿Ustedes se encargan de los terrenos? ¿El costo del terreno se agrega al de la casa?

EL VENDEDOR: Sí, pero *hay* que quedarse tranquilo. Quiero decir, cuando *uno* tiene un financiamiento como éste... Si yo lo tuviera todos los días, estaría contento. Hay veces que uno está obligado a...

A continuación, el vendedor muestra al visitante un catálogo que contiene los diferentes modelos de casas. Todas tiene garaje ("pero el garaje tiene un costo extra"). El visitante, al que le gustaría tener una casa de dos plantas, por "la independencia", recibe esta respuesta: "Es más fácil con una sola planta. Si tiene dos plantas, cambia todo". El catálogo sólo contiene casas de una planta, pero "si usted quiere se puede agregar un sótano".

EL VISITANTE (que vuelve entonces al tema del terreno): ¿Cuál sería su superficie?

EL VENDEDOR: ¿Qué superficie le gustaría?

EL VISITANTE: Con espacio para construir la casa y tener un jardincito, nada más.

El vendedor propone una superficie de setecientos a ochocientos metros cuadrados, "de acuerdo con el presupuesto con que se cuenta".

EL VISITANTE: ¿Es una superficie adecuada?

EL VENDEDOR: Bueno, cuando tiene todo eso, cuando tiene eso para pasar la cortadora de césped... Desde luego que... no, ya está bien con setecientos a ochocientos metros cuadrados... O sea, no es poco.

EL VISITANTE: ¿Y la electricidad? ¿El agua? ¿El alcantarillado?

El vendedor inicia entonces una nueva secuencia prefabricada: *Usted-sabe-con-diferencia-de-centavos-cuánto-va-a-pagar* (variante en otro vendedor: "Se incluye todo, para que usted no tenga ninguna *sorpres*a").

EL VENDEDOR: De modo que en las casas no están incluidas las conexiones... en el precio de la casa. Pero el plan de financiación las tiene en cuenta. Quiere decir que, cuando usted sale de aquí, *sabe exactamente hasta en centavos cuánto va a pagar*.

EL VISITANTE: ¿Y el empapelado se puede elegir?

El vendedor prosigue con la secuencia *Los-tres-niveles-de-terminación*.

EL VENDEDOR: Tenemos lo que se llama *las casas listas para decorar*, en las que usted pone el empapelado y la pintura, lo hace usted mismo. Eso es una primera cosa. Está lo que se llama una *prestación estándar*, que es una entrega con empapelado, pintura, alfombras acordonadas en los cuartos. Y después tenemos lo que se llama la *prestación de lujo*, en que la casa se entrega con toda su cerámica, *moquettes* de lujo en las habitaciones, azulejos encima del fregadero y de la bañera, empapelado en todas partes. Hay tres niveles de terminación.

.../...

vez parezca al cliente —puesto que todas esas propiedades se asocian a su persona singular— un interés personal en su persona considerada en su unicidad. De tal modo, la encuesta puramente técnica se preelabora para servir de base a estrategias simbólicas que apuntan a explotar de manera más o menos consciente las ambigüedades de la situación a fin de satisfacer las expectativas del cliente; éste se siente tanto más inclinado a demandar el establecimiento de una relación personal de confianza cuanto no puede si no experimentar angustiosamente la desproporción inmensa —que hace que la decisión parezca una verdadera apuesta— entre la importancia de lo que está en juego y la pobreza extrema de la información accesible. (Es preciso decir, entre paréntesis, que el problema de la conciencia o la inconsciencia de las estrategias, y por ende de la buena fe o el cinismo de los agentes, tiene muy poco sentido: como esos actores de teatro o cine a los que a veces se califica de “instintivos” y que siempre representan el mismo personaje, ya que se conforman con vivir los diferentes “roles” con su *habitus*, aquéllos comprometen en una transacción que quieren exitosa todos los recursos de un sistema de disposiciones que se revela tanto más eficaz cuanto más cerca está del cliente; se sabe, por ejemplo, que los vendedores de Maison Phénix, a menudo ex obreros y en general muy poco instruidos, hicieron maravillas mientras su tarea consistió en vender a una clientela popular un producto “de la parte baja de la gama”, adecuado a su posición y sus disposiciones y adaptado a los medios y gustos de esa clientela.)

Destinadas a proporcionar a los bancos las informaciones indispensables para establecer una evaluación precisa de las garantías, las preguntas que el cliente debe contestar si quiere recibir respuestas a las preguntas que él mismo ha hecho también, pueden percibirse como preguntas personales, en el sentido corriente de la expresión. Y al precio de una leve “puesta en ambigüedad” orientada a eufemizarlas, las operaciones técnicas que exige el establecimiento de un contrato de crédito personal pueden brindar la oportunidad de entablar una relación de persona a persona propicia para incitar al cliente a dejar en suspenso sus defensas, renunciar a sus facultades críticas y entregarse. La lógica de la racionalidad económica, que lleva a otorgar más o menos dinero, a una tasa más o menos alta y por mayor o menor tiempo, según que el cliente ofrezca más o menos garantías, coincide con la lógica comercial que aconseja adaptar las estrategias de venta al caso particular. Y el influjo de la situación —que arrastra a los vendedores, lo suficientemente cercanos al cliente en el plano social para que se produzca con naturalidad el tránsito a unas relaciones “personales” y, al mismo tiempo, la confusión entre las informaciones “personales” y las que son útiles desde el punto de vista del banco— hará el resto.

Como ya lo demostró con claridad la investigación que realizamos en 1963 en la Compagnie bancaire, las apariencias mismas de un interés en la “persona” del cliente

EL VISITANTE: ¿Los techos son de tejas? ¿Cuál de las casas me aconseja?

EL VENDEDOR: Ésta. [Muestra un modelo: se trata del último diseño, que siempre aconseja. Su constructor la recomienda y a él le gusta mucho: tiene placares y armarios por todos lados.] No tiene cinco habitaciones, pero le propongo un modelo ampliable. *Con nosotros todo puede hacerse.*

EL VISITANTE: ¿Qué garantías dan?

El vendedor responde con la secuencia *Las-garantías* (garantía de dos años de funcionamiento, diez años para la obra gruesa y la garantía complementaria).

EL VISITANTE: ¿El terreno estará aislado o en un loteo?

EL VENDEDOR: Como usted quiera. Por mi parte le digo que tiene las posibilidades financieras de hacerlo, *así que puede elegir* el terreno.

EL VISITANTE: ¿Ésta cuánto costaría? [Muestra un modelo.]

EL VENDEDOR: Voy a darle el *precio completamente terminada*, es decir, como le decía recién, usted abre la puerta y puede empezar a vivir.

El vendedor dice el precio. El visitante se informa sobre la demora. Ninguna, responde el vendedor, que anuncia al mismo tiempo que *puede encontrar el terreno de aquí al fin de semana*, antes de sumergir al visitante en una nueva secuencia sobre *La-duración-de-los-trámites-administrativos*.

Tercer y último momento. El vendedor recupera el manejo de la situación y se prepara para concluir volviendo a su terreno más favorable; lanza como una ráfaga una serie de secuencias sobre el aspecto financiero de la transacción: "Como usted sabe los *honorarios del escribano* son del tres por ciento y tienen que deducirse del aporte personal"; "Tendrá gastos de actualización para afrontar los diferentes aumentos, pero los precios son definitivos, firmes y no revisables"; "Eventualmente puede hacer algún *ahorro* si usted mismo hace la conexión eléctrica entre la calle y la casa, pero le corresponde pagar el suministro"; "Si no va a construir un garaje sino un refugio para su auto, tiene que avisármelo al principio porque ese dato figura en el permiso de construcción".

Pasa a continuación al terreno, lo que le permite implicarse.

EL VENDEDOR: Actualmente tengo varios terrenos disponibles en la zona que le interesa. *Además, soy responsable de la zona vecina* y conozco bien el hipermercado Continent del lugar, está *cerca del campo* y de ... [ciudad citada], que está muy bien y es muy conocida. [...] Yo mismo estoy desde hace cuatro años con ... [nombre del constructor] *y además tengo una casa en obra con él.* [Termina con un llamado a cerrar definitivamente el trato.] Entonces, señor, ¿para cuándo contamos con su decisión? Si se decidiese en los próximos días, la casa estaría lista para el comienzo de las clases de sus hijos.

El vendedor entrega al visitante el catálogo, al que se suman planos de casas, su proyecto, las tarifas; le estrecha la mano, le dice "hasta pronto" y lo ve alejarse.

.../...

tienden a desvanecerse a medida que avanza el proceso de establecimiento del contrato. Más allá del primer contacto con las recepcionistas, todas las fases del proceso administrativo, estudio, realización, pago y después gestión se cumplen sin la presencia de los clientes, a quienes el personal del banco sólo recurre cuando la solicitud es incompleta, excesiva o mal justificada o suficientemente complicada para exigir una minuciosa pormenorización. Los encargados de la instrucción del legajo no tienen ningún contacto con los clientes y ni siquiera con quienes los recibieron. En efecto, luego de la primera selección realizada en la recepción, la clasificación se hace sobre el legajo: la verdadera decisión se produce en ese nivel, vale decir, *al margen de cualquier contacto personal*. En esa etapa, la entrevista con el cliente es excepcional: con ella se correría el riesgo, dice el personal directivo, de que el responsable perdiera su objetividad; por simpatía o complacencia, podría olvidar las reglas estrictas del equilibrio financiero, dejarse ganar por el optimismo del cliente y hacer cálculos financieros demasiado favorables, y por lo tanto susceptibles de ocasionarle cargas demasiado pesadas. En el legajo, la "persona", definida como la intersección de una pluralidad de clases abstractas, se reduce a un conjunto finito de características estadísticas aislables y codificables, a partir de las cuales se estima el valor del individuo, es decir, su aporte monetario futuro. Y únicamente el banco, en nombre de un saber inaccesible y según reglas que sólo él conoce (el "baremo"), decidirá de manera soberana, armado con el conocimiento profundo que tiene del cliente, las condiciones específicas que se le otorgarán.

La ambigüedad, que está objetivamente inscripta en la institución, se expresa también en las estrategias lingüísticas de los empleados y vendedores que, por disponer de dos lenguajes, mientras que el cliente la mayoría de las veces sólo tiene uno, pueden alternar el lenguaje neutro de la burocracia bancaria y el personal y familiar de la existencia cotidiana. Así, una pregunta como: "¿Hay que comprar una unidad usada o a estrenar?" suscita dos respuestas posibles. O bien: "Siempre aconsejamos a nuestros clientes que compren casas nuevas porque pueden aprovechar el redescuento de la Banque de France". O bien: "Mire, no soy el indicado para contestarle porque compré una casa antigua". En el primer caso, el empleado habla como portavoz autorizado y representante oficial del saber; en el segundo, se comporta como simple particular que aconseja a otro particular. En principio, los empleados bancarios deben señalar mediante su lenguaje que lo que les interesa no es la vida privada del cliente, sino ciertas características genéricas y abstractas de su operación inmobiliaria que son necesarias para situarlo en tal o cual clase y asignarle el baremo apropiado. Y todo sucede claramente así con especialistas (banqueros, patrones, directores de agencias, ingenieros asesores) que telefonan por cuenta de un tercero: el lenguaje técnico burocrático, cargado de palabras especiales, aptas para conferir a lo dicho un tono de neutralidad técnica (hipoteca, subrogación de privilegios, etc.) y de dobles "nobles" de palabras corrientes (tercero, goce, complejo in-

El señor y la señora F.

El señor y la señora F., que quieren comprar una casa, desde hace algún tiempo dedican a ello la mayor parte de los fines de semana y visitan regularmente el pueblo en exposición de Floréites Nord, en el suburbio parisino donde se congregan los diferentes constructores. Ese domingo, acompañados por sus dos hijas mayores, de 11 y siete años, deciden ver qué ofrece el constructor G, al que por el momento sólo conocen de nombre. Después de algunas dificultades para encontrar la casa en medio del pueblo, se proponen visitarla. Mientras pasan de una a otra habitación, se detienen en la cocina, donde están expuestas maquetas de casas colgadas en burbujas de cristal. La vendedora está justamente terminando una entrevista con otra pareja, tras lo cual se dirige a ellos.

Señor F.: Bueno, tenemos tres hijos y queríamos informarnos sobre la compra de una casa.

Muy distendida y sentada sobre el borde del fregadero, la vendedora se propone verificar con mucha rapidez la seriedad del pedido del señor y la señora F., para lo cual hace las primeras preguntas: “¿Ya saben en qué lugar quieren construir?”; “¿Cuánto pueden poner entre el terreno y la casa?”; “¿En qué zona viven?”; “¿Qué estación usan en París, la del Norte?” A continuación responderá una por una el tropel de preguntas del señor y la señora F., antes de concluir: “¿Les interesaría conocer a un *colaborador* que podría proponerles los diferentes estilos de casa y sobre todo los terrenos correspondientes?” Con el asentimiento del señor y la señora F., los acompaña a una habitación vecina transformada en oficina y los invita a sentarse. Unos instantes después hace su entrada un hombre:

EL VENDEDOR: Señora, señor, supongo que quieren informarse. [Se instala detrás de un escritorio.]

SEÑOR Y SEÑORA F.: Bueno, estaríamos interesados en una casa, una casa en la zona, por allí... Y su compañera nos decía que por los terrenos hay que hablar con usted.

EL VENDEDOR: Hay que ver, hay que *ver la totalidad*, lo que desean como casa, el presupuesto con que cuentan y además el terreno en el que... bueno, en qué zona... en qué región quieren construir.

Comienza entonces a hacerles las primeras preguntas. “¿Dónde viven actualmente?”; “¿En qué lugar de París trabajan?” Y prosigue: “Y en *el aspecto de su cobertura*, en el aspecto del presupuesto, terreno más casa, ¿saben exactamente qué pueden conseguir?”

SEÑOR F.: Sí, por ese asunto estuvimos en ... [menciona el nombre de otro constructor], nos hicieron un estudio financiero, estábamos entonces...

EL VENDEDOR: ...en lo de la competencia, ok. ¿Y llegan a qué cobertura? ¿Cincuenta, sesenta?

SEÑOR F.: Bueno, 65 millones.

EL VENDEDOR: Seiscientos cincuenta mil francos el terreno y la casa, todo incluido. ¿Lo financian con un préstamo por convenio, un PAP? ¿Vieron eso?

SEÑOR F.: Bueno, el señor nos hizo unos cálculos...

.../...

mobiliario, edificio residencial, adquisición, préstamo complementario, efectuar, etc.) permite “mezclarse”, como suele decirse, “en los asuntos” de los clientes en la medida en que lo exige la situación, sin invadir pese a ello su vida privada, a la vez que se mantienen las distancias.

Sucede de muy distinta manera en los intercambios con los clientes “ordinarios”. Es indudable que la fuerza propia del discurso culto sigue ejerciéndose aun cuando éste sea utilizado por agentes que no poseen toda la competencia que supuestamente garantiza. (Aunque puede pasar que el carácter un poco forzado de su soltura de empleados que hablan un lenguaje de ejecutivos se delate en las fisuras y fallas de su discurso cuando, por excepción, se enfrentan a clientes que poseen un perfecto dominio del lenguaje económico, como sucedió, en un caso observado, con un profesor de derecho.) De tal modo, en boca de los recepcionistas de banco, que lo usan, sin embargo, de manera aproximada y mecánica, el lenguaje económico puede funcionar como instrumento de distanciamiento destinado a desarmar al cliente, para desconcertarlo y debilitar su sistema de defensa: la impersonalidad del lenguaje técnico es uno de los medios de obtener de él la supresión de toda referencia personal a sus problemas “personales”, a la vez que transmite las informaciones (falsamente) “personales” que son necesarias para la redacción de un contrato.¹

Pero el poseedor del lenguaje dominante puede adaptarse a los cambios de registro lingüístico cuando los clientes, incapaces de mantener un tono tan sostenido, traducen las palabras del recepcionista en el lenguaje de las relaciones personales. “Nuestras oficinas están abiertas sin interrupción”, dice aquél; y el cliente, mediante un juego de traducción que ayuda a comprender y permite cerciorarse de haber entendido bien, al mismo tiempo que representa un esfuerzo por reducir la distancia (y la ansiedad), repite: “Ah, bueno, están abiertos todo el día”. “Sí —dice el recepcionista—, puede venir cuando quiera.” (Los recepcionistas, que siempre deben decir su nombre al comienzo de la conversación, insisten largamente en el aspecto casi “amistoso” de la relación que establecen con los clientes: “El primer contacto es primordial, hay que hacer que el cliente se sienta cómodo y dejarlo hablar. Por lo común, están nerviosos cuando entran, y para que se distiendan es suficiente con ser amable. Por lo general, nosotros seguimos hasta la instrucción a los clientes bastante fieles. No digo que nos hagamos amigos de ellos, pero la cosa es un poco como un paciente y su médico: nos preguntan cómo nos llamamos, etc.”).

Del mismo modo, para alentar la propensión del cliente a identificar el interés profesional que muestran en sus características personales con un interés en su vida privada, los vendedores retoman por cuenta propia sus traducciones al lenguaje corriente o las efectúan espontáneamente en su lugar. Así, el vendedor dice lo siguiente al cliente que se queja de la copropiedad: “Yo sé cómo es, también la padezco”. La búsqueda más espontánea que calculada de la complicidad

El vendedor se lanza entonces a hacer una explicación muy sucinta.

EL VENDEDOR: En la actualidad hay *dos modos de financiamiento*. Ya sea en función de sus condiciones familiares, por lo tanto de la cantidad de personas a cargo, y de sus condiciones de liquidación fiscal, pueden obtener un préstamo del Estado, un préstamo PAP. O sea que por un lado su condición familiar y su liquidación fiscal les permiten conseguir los préstamos del Estado a un interés del 9,6 por ciento, y si no pueden recurrir a los préstamos por convenio. Son dos tipos de financiamiento, pero que tienen diferencias en ese nivel.

Luego ataca con un cuestionario muy riguroso que el señor y la señora F. responderán alternativamente, mientras el vendedor traslada todas sus respuestas a un formulario: "¿Su aporte inicial?"; "¿Son propietarios o locatarios?"; "¿Cantidad de hijos?"; "¿Sus ingresos?" Las asignaciones familiares: "Pero cuidado, los bancos no las toman en cuenta". Verifica los cálculos del constructor competidor ("Un tercio de 12 mil francos da cuatro mil francos: sí, está bien") y continúa con su interrogatorio. "¿Es posible que su empleador le otorgue un préstamo?"; "¿Tiene su liquidación fiscal?"; "¿Cuánto hace que trabaja en la misma firma?" Pregunta si el otro constructor no les hizo un préstamo PAP y decide: "Entonces, hay que hacer un préstamo PAP a veinte años y un préstamo complementario... Sí, así es, se va a hacer un préstamo PAP, sobrevaluado, no hay inconveniente..."

El señor y la señora F. no pueden sino estar de acuerdo. El vendedor prosigue: "Entonces, ahora, *en cuanto a la casa*, ¿qué buscan, qué es lo que necesitan?" La pareja dice querer "por lo menos" un dormitorio para cada hijo, en una superficie "de unos cien metros cuadrados, más o menos", "todo en una misma planta", "con garaje". El vendedor asiente: "Muy bien. Veamos qué puedo ofrecerles hoy con esas características". Hojea un catálogo.

Señor F.: En los avisos que tienen en la cocina vimos una que parece...

La menciona: se trata de una de las últimas casas fabricadas por el constructor y unánimemente declarada invendible por los vendedores que, por juzgarla demasiado complicada y poco adaptada en general a las demandas de los clientes, jamás la ofrecen.

EL VENDEDOR (sigue recorriendo impertérrito las páginas del catálogo): Como posibilidad de casa, de cien metros cuadrados, con un garaje... Hay varias posibilidades... [pasa algunas páginas] bueno, aquí tenemos un ejemplo, ésta. [Muestra los planos. Es la última casa diseñada por el constructor y, contrariamente a la anterior, recibió la aprobación de los vendedores.] Vamos a añadirle el garaje aquí... ¡Realmente hay tantas posibilidades! *Se puede hacer de todo*.

Mientras revisan el catálogo, el señor y la señora F. tratan de que el vendedor les hable de otros modelos, pero en vano. Éste se contenta con seguir llenando su formulario, hace los cálculos financieros para el garaje ("suma tanto"), agrega la APL, el monto del préstamo PAP y contesta distraídamente las preguntas que el señor y la señora F. intentan hacerle, en especial sobre el aspecto técnico de la casa.

SEÑORA F.: ¿Y los clientes que tienen en la zona soportaron bien el frío que hizo no hace mucho?

.../...

personal induce con frecuencia al vendedor a introducir en sus dichos anécdotas u observaciones de sentido común, para mostrar que se sitúa en el punto de vista del usuario. El mecanismo nunca puede verse tan bien como en el caso límite en que el vendedor, para vencer las resistencias de un cliente que no participa de entrada en el juego, plantea las preguntas y las respuestas: “En esas condiciones, usted va a preguntarme por qué... y yo le contestaría que...”. Pero, cuando la estructura de la relación con el cliente no autoriza el “abandono” del intercambio “personal”, el empleado puede alcanzar los mismos fines recurriendo al lenguaje técnico burocrático que, a través de la competencia técnica que su utilización presuntamente garantiza, permite erigir a quien lo usa en experto y llevar al cliente a comportarse como solicitante de consejos técnicos.

De hecho, la dualidad de los registros lingüísticos brinda la posibilidad de hacer maniobras retóricas sin duda más inconscientes que conscientes, que permiten manipular la distancia social entre los interlocutores, sea que se escoja acercarse y familiarizarse mediante el empleo del modo de expresión familiar, sea que, al contrario, se tome la actitud de mantenerse a distancia y ponerse fuera de alcance a través de un modo de expresión más “formal”; la utilización alternada de una y otra estrategia da un dominio más o menos completo de la situación de intercambio. Así, cuando los clientes hablan a favor del crédito, los elementos del saber popular de que se valen son a menudo retomados sin modificaciones por los recepcionistas. Uno de ellos dice lo siguiente a un cliente que se queja del alquiler: “Algo sé de eso, mi madre paga tanto... y el alquiler, en definitiva, es dinero tirado a la calle...”. En cambio, a quien parece opuesto al crédito se responde en términos técnicos, a fin de hacerle entender que no entiende nada. Ese juego con el lenguaje está inscripto, en concepto de posibilidad, en cualquier interacción burocrática. Todos los individuos investidos del status de mandatarios de una autoridad superior (hecho atestiguado, muy a menudo, por el uso de un uniforme o un signo distintivo de pertenencia) son personajes dobles y condenados o autorizados al desdoblamiento y el doble juego que están en el origen de muchas de las estrategias más típicas de la gestión o la manipulación burocrática de los simples profanos. A la manera del gendarme que, enfrentado a los llamados a la personalización de la interacción que le hace el usuario infractor, responde que “el reglamento es el reglamento”, esos individuos pueden identificarse lisa y llanamente con su cargo y la definición social del funcionario que está inscripta en la función. Es lo que hacen espontáneamente los vendedores cuando, armados de una autoridad usurpada, se comportan como expertos jurídico financieros y portavoces del derecho y el Estado, encargados de revelar la ley o el reglamento al cliente y, más precisamente, de establecer con toda exactitud cuáles son sus derechos, introduciendo en el formalismo universal de la fórmula jurídica los valores numéricos de los parámetros suministrados por el interrogatorio (cantidad de hijos, ingresos familiares, etc.).

EL VENDEDOR (aprovecha para *implicarse*): Claro, yo lo soporté perfectamente. Tengo una casa G.

Sigue una larga descripción técnica de las casas G.

El señor y la señora F. se enteran entonces de que su préstamo será “progresivo”, sin que se les expliquen los términos.

SEÑOR F.: De todas maneras habrá otros gastos, por supuesto, pero para estar tranquilos en nuestra propia casa, y todo eso, hacemos sacrificios, no hay inconvenientes...

EL VENDEDOR (protesta): Ah no, no, cada uno a lo suyo, como suele decirse... Yo hago las preguntas y eso *nos* permite ponernos de acuerdo sobre la financiación...

Anuncia el costo total resultante de sus operaciones, antes de preguntar si la pareja obtuvo las mismas cifras del constructor rival. Como el señor F. menciona una suma más considerable, el vendedor vuelve a sumergirse en sus cálculos y termina por decir, riendo: “¡Ah no, no... *matemáticamente* no es posible!”; descuenta entonces “*lo que queda para el terreno*”.

El señor y la señora F. querían que su terreno fuera de una superficie determinada; el vendedor responde con un emplazamiento. “En ese loteo me queda un terreno. Si no... Acaban de liberarlo. Se vendió todo...”, y elogia “la estación en el lugar”: “es un pueblito”, “tienen escuelas”, “inmediatamente detrás no hay más que campo... Son quinientos metros cuadrados”. Y trata de colocar la casa que aconsejó en ese lote, pero no lo consigue. Propone otro terreno, detrás del aeropuerto de Roissy, que la pareja rechaza, “debido al ruido de los aviones que pasan bastante cerca”, y termina por sugerir un tercero, un poco más lejos y más caro, que parece convenir más al señor y la señora F. Entonces agrega: “Ojo, es un último lote. No va a durar mucho tiempo. Ya se recibió el permiso de construir”.

Segundo momento. El señor y la señora F. van a hacer preguntas que el vendedor contestará una por una, entrecortando sus frases con secuencias prefabricadas.

SEÑOR F.: El permiso de construir, los trámites, ¿están a cargo de ustedes?

EL VENDEDOR: De la A a la Z. Ustedes no tienen que ocuparse de nada, es problema nuestro, se quedan tranquilos y hablamos por teléfono de vez en cuando...

SEÑOR F.: ¿Ustedes construyen todo el loteo?

EL VENDEDOR: No, no somos los únicos. Pero tenemos un método de construcción bien preciso [...] quiero decir que hay un rigor de fabricación netamente superior porque no intervienen subcontratistas o artesanos.

SEÑORA F.: Entonces, cuando hay un problema, los llamamos por teléfono...

EL VENDEDOR: No hay problemas, no, es cierto... Nuestros materiales son los que se diseñaron para *construir embalses*. ¡Estamos seguros de lo que hacemos, eh! ¡Es una garantía sagrada! [El vendedor desarrolla entonces la secuencia *Las-garantías*.] Además, por eso el exterior de nuestras casas tiene una garantía de treinta años [más la garantía de tres años para los elementos de ornamentación, llamada garantía del proveedor].

.../...

Mediante el juego más o menos consciente con la representación que los clientes, y en especial los más desprovistos, tienen del derecho y en particular del *contrato* como obligación inmutable, hacen todo lo posible para dar a sus conclusiones las apariencias apodícticas de una deducción lógica o un veredicto jurídico; con la manipulación de un vocabulario técnico que nunca explican —o en términos que testimonian que no lo dominan por completo— y que, como lo atestiguan los desengaños ulteriores de los compradores sobreendeudados, está sin duda menos destinado a transmitir la información útil que a impresionar, transforman la información sobre las condiciones de acceso a beneficios —APL o préstamos progresivos— en enunciación perentoria de deberes. (Podrá advertirse, de paso, que no es fácil determinar concretamente dónde termina el Estado y empieza la “sociedad civil”. Además de estar en todas las mentes, en la forma de esquemas de pensamiento comunes, el Estado está en cierto sentido presente en la persona del vendedor de Bouygues o Phénix que usurpa una forma de delegación oficial para imponer las normas jurídicas de la transacción inmobiliaria o, en otras circunstancias, a través de los representantes de los banqueros, los agentes inmobiliarios o los administradores de bienes que, sin ser miembros del Estado con todas las de la ley, intervienen en las comisiones en que se elaboran los reglamentos estatales. De hecho, hay que abandonar la dicotomía que puede producir su efecto en los “debates de la sociedad” y hablar el lenguaje del acceso diferencial a los recursos específicamente burocráticos —derecho, reglamento, facultades administrativas, etc.— y al poder sobre ellos, que la distinción canónica, tan noble como vacía, no hace sino olvidar.)

La relación entre los ocupantes de posiciones burocráticas —o asimiladas, como los vendedores— y los usuarios se caracteriza, de manera general, por una profunda asimetría: munido de la experiencia que le dan millares de casos similares y armado de la información que cada cliente le proporciona sin saberlo, y que le permite prever sus expectativas, sus preferencias y hasta su sistema de defensa, en sí mismo completamente trivial y previsible (como sus supuestas preguntas con trampa o sus alardes de falsa competencia), el funcionario está en condiciones de afrontar con estrategias e instrumentos estandarizados, como formularios, cuestionarios o instructivos que prevén las respuestas adaptadas a todas las preguntas posibles (véase el anexo, pág. 197), situaciones que para él son repetitivas y normalizadas, mientras que el usuario se inclina a vivirlas como únicas y singulares, y tanto más angustiantes (en el hospital, por ejemplo) cuanto más grande es lo que está en juego y más reducida la información.

Pero el agente burocrático también puede sacar partido de las capacidades generadoras de su *habitus* para establecer una relación personal que, en algunos casos, puede llegar, al menos en apariencia, hasta la transgresión de los límites inscriptos en la función: es lo que sucede cuando el vendedor señala, como una confidencia e incluso bajo el sello del secreto, una ventaja específica, o cuando

SEÑORA F.: ¿Y las ventanas, si cierran mal?

EL VENDEDOR (secuencia técnica): No... y además tenemos detrás cuarenta años de práctica. Incluso hay un servicio especial que se ocupa de ... [cita el nombre de su constructor]. *A posteriori* ustedes pueden modificar la casa, hay un servicio de mejoras de la vivienda en que se hace todo un seguimiento de la casa. Hay gente...

SEÑOR F.: ¿Hay un club ... [nombre del constructor]?

EL VENDEDOR: No, no hay un club ... [nombre del constructor] pero, efectivamente, bien podría fundarse, porque hay ciento cincuenta mil casas construidas.

Tercer momento. El vendedor ya no sigue lo que dicen el señor y la señora F., sino que se reapropia del hilo de la conversación para presentar sus últimos argumentos, y trata de forzarlos a tomar una decisión.

Ante una pregunta práctica hecha por la señora F.: "¿Se puede agregar un pequeño anexo al lado del garaje?", el vendedor responderá con una referencia "al conjunto del proyecto": "Desde luego, depende del frente del terreno...". Y proseguirá: "Y en cuanto al terreno, justamente, tengo una propuesta en este lugar que se adapta bien a su financiación". Como el señor y la señora F. se proponen entonces "ir a dar una vuelta y volver a verlo", el vendedor empieza a apremiarlos.

EL VENDEDOR: Si es por ese terreno en..., creo que hay que ser mucho más rápido... eeh, sí, *no queda más que uno*.

La pareja se muestra entonces reticente ante tanta precipitación. El vendedor, en consecuencia, trata de constatar si logró al menos interesarlos.

EL VENDEDOR: En cambio, en el nivel del financiamiento, en el nivel de la casa, ¿corresponde esto a lo que buscan?

El señor y la señora F. asienten. El vendedor intenta entonces abrir una carpeta con sus antecedentes.

EL VENDEDOR: Eeh... me refiero a que habría un procedimiento... es para fijar un precio, si ésta es la casa que les interesa, existe ya la posibilidad de abrir una carpeta con respecto a ella, bloquear el precio básico de la casa y, a partir de ahí, puedo afinar el financiamiento y hacer una búsqueda de terrenos. Yo... [...] Si quieren, hoy mismo se puede iniciar el expediente de construcción, reservar la casa. Así queda bloqueada. Para eso hay que pagar una seña de dos mil francos. Si hubiese algún problema, ustedes la recuperarían, pero eso me va a permitir buscar un terreno.

Frente a las reticencias del señor y la señora F. ("Tal vez vamos a esperar que mejore un poco el tiempo para ir a ver"), el vendedor se permite insistir: "Sería una pena que, por irse, perdieran un *precio básico* de la casa. [...] Miren, no es precipitarse, hay tantas condiciones suspensivas..."; y argumentar: "No se puede hacer todo de una vez, hay que avanzar de a poco". La pareja responde: "Vamos a mirar con tranquilidad. [...] Bueno, a lo mejor volvemos otro fin de semana". El vendedor termina la entrevista dejándoles sus datos, así como el estudio de financiación que realizó, a lo cual agrega el catálogo con los diferentes modelos de casas, y luego los acompaña hasta la habitación de al lado.

revela, como un favor, una información preciosa y confidencial, por ejemplo sobre los terrenos aún disponibles en un loteo o la calidad particular de un tipo de casa; o cuando, a favor de las frustraciones y las expectativas que crea en el cliente un tratamiento anónimo y despersonalizado, el banco le ofrece las *atenciones personales* de las que aquél se apoderará precipitadamente (en la segunda visita se lo hace ver al empleado que lo atendió la primera vez; se lo llama por su nombre; se le muestra de diversas maneras el conocimiento que existe de su caso, y por lo tanto el interés muy especial que se le presta, etc.). De hecho, el vendedor debe crear una relación de dominación simbólica destinada a anularse y consumarse, al final, en un acto de identificación con las razones y los intereses del banco que, eventualmente, gracias a la identificación “personal” del vendedor y el cliente, se presentarán y experimentarán como totalmente idénticos a las razones y los intereses del segundo. El vendedor debe valerse de la ventaja que le da su información sobre el producto, las condiciones de financiamiento y, muy en particular, las trampas que pueden encerrar, para generar o reforzar una angustia que, llevada a su límite extremo, sólo puede resolverse en la entrega de sí mismo.

El vendedor, que espera que el cliente dimita en su favor y le delegue la facultad de establecer la naturaleza y la forma del contrato, debe por lo tanto hacerle patente su incompetencia, a la vez que le brinda una asistencia proporcionada al desconcierto en que lo sume y se presenta a sus ojos como realmente atento a sus preocupaciones y capaz de hacerlas suyas, y al mismo tiempo como más apto que él para “tomar en sus manos”, como suele decirse, “sus intereses”. Colocado frente a una decisión de enormes consecuencias sin disponer del mínimo de información necesaria, tanto sobre las cualidades técnicas del producto como sobre las condiciones financieras del crédito, el comprador se siente inclinado a aferrarse a todo lo que pueda parecerse a una garantía personal; demanda un contrato de confianza global, capaz de conjurar la angustia y darle en un instante y de una vez por todas las seguridades necesarias para resolver las incertidumbres de la transacción. Eso es lo que perciben con claridad los vendedores que, de hecho, se toman en serio el juego: “No vendemos nuestras casas. Vendemos terrenos para las casas. Bueno, no, vendemos nuestras financiaciones y el terreno... y nuestra cabeza. La cosa no tiene nada que ver con la casa, es cierto. Ahí tiene, es así: vendemos el terreno y nuestra cabeza, y como prima, por decirlo así, se encuentran con una casa [risas]... Muy pocas veces preguntan cómo está hecha la casa. Muy pocas veces”. Y las afinidades sociales que los unen a sus clientes proporcionan las bases de esta relación de identificación recíproca.

La homología estructural entre el espacio de los diferentes constructores y el de las características sociales de sus agentes (en especial los vendedores), por lo tanto el espacio de los productos ofrecidos y el de sus públicos respectivos, tiene el efecto de

asegurar un ajuste “automático” (no exento de discordancias locales y parciales) de las estrategias comerciales de los distintos vendedores a las expectativas socialmente construidas de los públicos correspondientes. Según una encuesta realizada por el Instituto Francés de Demoscopia en 1981 entre 571 dueños de casas Phénix, la clientela de esta empresa está compuesta por un 45,3 por ciento de obreros, 2,2 por ciento de miembros del personal de servicio, 18,6 por ciento de empleados, 15 por ciento de personal directivo medio, 17 por ciento de artesanos y pequeños comerciantes, 1,5 por ciento de agricultores, 2,2 por ciento de otras personas en actividad, 10,6 por ciento de inactivos y jubilados y 3,5 por ciento de cuadros directivos superiores y miembros de las profesiones liberales. Y cuando se trata de categorías sociales idénticas, los propietarios de casas Phénix tienen más edad y, sobre todo, menos instrucción que sus pares de empresas competidoras cercanas en el campo (como GMF, Bruno-Petit y Chalet Idéal), sin mencionar a los dueños de casas fabricadas por firmas que ofrecen unidades “de nivel superior”.

Ahora bien, se observa asimismo que el nivel cultural de los vendedores es claramente más bajo en las grandes empresas industriales que ofrecen los productos más pobres desde el punto de vista técnico y estético y tienen el público menos acaudalado y cultivado. Así, entre los vendedores de Maison Phénix el 22 por ciento posee el CEP o el CAP, el 24 por ciento el BEPC, el 13 por ciento se atribuye nivel de bachillerato, otro 13 por ciento cuenta con el bachillerato o el BTS y el 5 por ciento cursó estudios superiores (otro 24 por ciento no pudo proporcionar información sobre este punto). Es sabido, por otra parte, que muchos vendedores de esa misma empresa empezaron su carrera como obreros fabriles. Todo permite pensar que, tanto en el plano de sus estudios como de su trayectoria, los vendedores se diferencian de acuerdo con una jerarquía idéntica a la de las empresas correspondientes. Así, en Kaufman and Broad, compañía internacional que produce casas de “alta jerarquía”, encontramos una importante proporción de vendedores con estudios superiores, e incluso algunos egresados de Bellas Artes.

Los vendedores ocupan una posición estratégica en la medida en que el *ajuste* entre el producto y el comprador, y por lo tanto entre la empresa y cierta clientela, debe realizarse en gran parte por su intermedio. Entre otros factores de éxito o fracaso de una política comercial o un producto, uno de los más determinantes es sin ninguna duda la “armonía” entre los vendedores y los clientes, pero también, dentro de la empresa, entre los vendedores y el personal directivo comercial y los servicios de *marketing* o de publicidad encargados de definir la promoción comercial del producto. En igual medida que la remuneración, que desde luego importa mucho, en especial en la competencia entre los diferentes productores para ganarse a los mejores vendedores, lo que hace que éstos hagan su trabajo *con felicidad*, es decir, con tanta eficacia objetiva como satisfacción subjetiva, es la concordancia entre las disposiciones que ellos ponen en juego en la práctica y los dispositivos concebidos por los especialistas (a menudo percibidos por los vendedores como meros teóricos sin conocimiento real del terreno).

En efecto, el vendedor *contribuye en una medida determinante a la producción del producto*: lo que se propone al comprador no es sólo una casa, sino una casa acompañada del discurso que la rodea, el de los amigos o conocidos que, como lo muestra la investigación, están a menudo en el origen de la elección de un constructor determinado, y sobre todo el del vendedor que, con mucha frecuencia, se da a sí mismo como aval (“sabe, yo tengo una igual y estoy muy contento”).

La inversión de la relación inicial, resultante de la transformación de la compra de una casa en la compra de un crédito y del examen de la casa propuesta en examen financiero de quien la quiere, sólo puede tener éxito y culminar en la firma de un contrato (en vez de ocasionar la huida del cliente) si el vendedor logra transformar la definición de la situación y de su propia imagen y, al mismo tiempo, de la imagen que el comprador tiene de sí mismo y de la situación, a fin de que la relación de desconfianza ansiosa se convierta en una relación de entrega confiada de sí mismo, fundada en cierta forma de identificación. Apoyados en la complicidad ética y afectiva, ligada a la afinidad de los *habitus*, los vendedores pueden aunar la autoridad del experto y la proximidad del consejero o el confidente para conseguir que los clientes reconozcan libremente en el veredicto del banco las coacciones ineluctables de la necesidad económica o, si se prefiere, que hagan suyo el punto de vista de la institución bancaria identificándose con la singularidad de una persona que es el banco hecho hombre: “Siempre hay que hacer que los propios clientes juzguen la posibilidad de darles o no el crédito”, dice un responsable. El estudio previo de las garantías de solvencia mediante el cual el prestamista se protege contra el prestatario puede presentarse como inspirado en la preocupación de proteger al cliente contra las elecciones imprudentes, es decir, contra sí mismo (y contra una pulsión que, como lo señala un asesor jurídico de la ADIL de Val-d’Oise, sería fácil de explotar: “Tienen tantas ganas de que les digan que pueden comprar la casa de cinco habitaciones y jardín y que podrán lograrlo sin inconvenientes, que tienden a enmascararse la realidad. [...] Nos tocó el caso de una señora que sentía un ansia tan grande de comprar que nos aseguró que no gastaba más de... una cifra ridícula, quinientos francos por mes, creo, para alimentar a cinco personas. Desea con tanta intensidad ser capaz de decir y mostrar que puede comprar, que llega a decirnos: ‘No, no hay inconvenientes, porque las verduras me las da Fulano, no, sólo comemos pastas; a la noche nada más que una sopa, porque los chicos comen carne en el comedor’. ¡Se llega a cada cosa! Se ve gente que quiere notoriamente taparse los ojos y que está convencida de que, si se aprieta el cinturón, lo conseguirá. Y también familias que se privan de las vacaciones para poder comprar. ¡Es algo de una importancia tan grande!’”). Y si el agente del banco, munido de su capital económico y su capital de informaciones, puede enmascarar su actividad de prestamista bajo las apariencias de la acción desinteresada del asesor que, a la

manera del médico o el abogado, pone a disposición del cliente un saber atesorado, es porque no hace más que proteger los intereses del banco cuando protege al cliente contra sí mismo, al desaconsejarle, por ejemplo, que oculte compromisos anteriores (pensiones alimentarias, otros préstamos, etc.) o que se endeude más allá de cierto límite.

Como sólo puede vender sus casas si logra vender el crédito necesario, el vendedor se encuentra en una situación de *double bind* que no hace más que llevar al límite la contradicción inherente a las estrategias de los bancos: en cuanto vendedor de un producto, puede sentirse tentado a explotar la impaciencia, la imprudencia o la incoherencia de los malos calculadores; en cuanto vendedor de crédito, y para proteger los intereses del banco, debe proteger al cliente contra los préstamos excesivos. Tiene que navegar, por lo tanto, entre la tentación del “apremio”, que lo llevaría a empujar al cliente a una “tasa de esfuerzo” (definida por la relación entre el monto de los reembolsos y el ingreso corriente o permanente) lo más elevada posible, y el temor a la insolvencia y el sobreendeudamiento, que lo incita a controlar con cuidado los recursos del cliente y también, eventualmente, sus otros gastos olvidados u ocultos. Debe encarnar a la vez el principio de placer, evocando, como los folletos, la felicidad de la familia, el confort de la casa futura, etc., y el principio de realidad, recordando todas las restricciones financieras.

Prisionero de coacciones y consignas que casi no le dejan margen de libertad, su tarea principal, en definitiva, quizá sea la de orientar y asistir al cliente en el trabajo de desinversión libidinal que éste debe llevar a cabo para ajustar sus esperanzas a sus posibilidades: al obligarlo a pensar su proyecto dentro de los límites de un presupuesto no inagotable, lo induce a descubrir que todas las propiedades de la casa esperada, que la lógica del sueño permite conciliar mágicamente, son interdependientes y que los cálculos de optimización implacables de la economía hacen pagar todas las concesiones al sueño en un terreno (por ejemplo la superficie habitable) mediante contrapartidas inevitables en otro (en general, la distancia a la ciudad o el trabajo). Si puede ayudarlo eficazmente a cumplir ese trabajo de duelo sin aniquilar en él todo deseo es porque, a la vez que se somete por completo a la necesidad económica y jurídica, también tiene interés en poner a su servicio todos los recursos de su competencia económica y técnica para asegurarle el cumplimiento de la mayor parte de su sueño que le es accesible dentro de los límites de sus medios.

La fuerza de la aspiración a la casa individual es tan grande que las compras irrazonables, castigadas por el sobreendeudamiento, serían sin duda menos escasas² si los vendedores de crédito no estuvieran en condiciones de imponer a los prestatarios las coacciones económicas que refuerzan las *previsiones razonables* (más que racionales) que la mayoría de sus clientes ponen en juego espontáneamente en sus conductas económicas. Las advertencias y recomendaciones de los

vendedores, en efecto, son más susceptibles de culminar en la identificación final, consagrada por la firma del contrato, cuanto más completamente ajustado de antemano a las expectativas de la institución está el cliente. Ese "cliente ideal" es el pequeño o mediano funcionario que cuenta con la medida exacta de recursos financieros para dar garantías suficientes y está lo bastante seguro de su porvenir para ser previsor sin tener los medios suficientes para prescindir del crédito; que tiene los recursos culturales justos para comprender las exigencias del banco y hacerlas suyas, pero no suficientes para oponer una resistencia organizada a sus maniobras. La carrera del funcionario es, en efecto, la doble raíz de la conducta que se tiene por racional, la de un ser calculable y capaz de cálculo: como hemos visto, es esa carrera la que confiere una existencia plenamente garantizada al ingreso permanente, especie de capital potencial que el crédito permite actualizar en parte; es ella, también, la que funda y hace posibles las disposiciones sin las cuales no hay utilización racional de esta forma de crédito.³

La predilección de la banca por ese cliente del justo medio se expresa además con toda claridad en la negativa que aquélla plantea explícitamente (a través de las declaraciones de los responsables y los agentes) a dos categorías opuestas de clientes, que tienen en común el hecho de pecar por exceso, pero en sentido inverso. Por una parte, el cliente "poco interesante" que, igualmente desprovisto de capital económico y capital cultural y dispuesto a todo con tal de realizar sus sueños, se inclina a suscribir compromisos insostenibles (que, según ciertos estudios, pueden llegar a más del 40 por ciento de los ingresos), en especial porque no dispone del mínimo de información necesaria para aprovechar la información proporcionada por los empleados (y que no comprende los mecanismos de la APL o de los préstamos progresivos); por otra parte, el cliente llamado "fastidioso" que, demasiado informado y buen conocedor de sus intereses y derechos, no se deja manipular y pretende jugar con las posibilidades que brinda la personalización del crédito para obtener verdaderamente todas las ventajas financieras ligadas al hecho de aportar garantías muy importantes. A menudo apremiado por la urgencia, el primero tiene un aporte personal muy reducido y ofrece garantías personales débiles; quiere un crédito a largo plazo; situado fuera del umbral de calculabilidad, evalúa mal su valor y quiere por lo tanto más de lo que vale. El segundo, que no tiene una vivienda demasiado mala, puede esperar; ofrece un aporte personal importante y garantías reales, lo que le da la seguridad de ser aceptado en todas partes; no necesita un plazo de devolución muy prolongado; cuenta con medios intelectuales para valerse con la mayor eficacia de sus cartas de triunfo, que conoce bien.

En cuanto a los agentes bancarios, disponen de todas las herramientas para "hacer entender razones" al cliente. La fórmula del crédito personal hace que los procedimientos de establecimiento del contrato actúen como "mecanismo revelador", para utilizar los términos de la teoría de los contratos:⁴ en efecto, obligan

al cliente a transmitir una información casi total (con la excepción de algunos disimulos) por un “costo de extracción de la verdad” muy bajo. El banco, en consecuencia, está en perfectas condiciones de actuar de acuerdo con su interés, “discriminando entre los agentes” a fin de establecer un contrato específico para cada uno de ellos. Cuenta con todas las informaciones necesarias para escoger a los clientes que no muestran ningún vicio oculto e impulsar la explotación de esos clientes rentables, sin superar el punto en que los riesgos se harían demasiado grandes. Por tanto, está casi totalmente protegido contra los riesgos de “selección adversa” asociados a la ignorancia de alguna de las propiedades del cliente susceptibles de imponer el rechazo del contrato: en efecto, está en condiciones de llamar a la cordura al prestatario que sienta la tentación de ocultar tal o cual préstamo, tal o cual obligación, amenazas potenciales, en última instancia, a su solvencia. También está al abrigo del *moral hazard*, es decir, de los albuces asociados a un cambio de conducta del agente, como el que podría provocar la desesperación suscitada por el descubrimiento de vicios ocultos del contrato o de la compra, o de ambos a la vez. Es comprensible que el sobreendeudamiento no afecte sino a una fracción muy pequeña de la población endeudada.⁵

Obligado a ser racional en la negociación del contrato de crédito que define los límites de sus aspiraciones legítimas, el prestatario también está obligado a ser razonable en el manejo de la existencia que se le asigna, sin saberlo demasiado, al firmar un contrato que, en más de un caso, compromete toda una serie de consecuencias ocultas (como el aumento de los gastos de transporte, la compra de un segundo automóvil, etc.). El trabajo de desinversión libidinal que se lleva a cabo, con la asistencia del vendedor, a través de la discusión del plan de financiamiento, prosigue mucho más allá del momento de la firma (que en sí misma ratifica, muchas veces, un acto de resignación): nada es más razonable y realista que la larga serie de justificaciones que se recogen a menudo cuando se hacen preguntas sobre la historia de las viviendas sucesivas (“pero, al menos, uno está en la casa propia...”, “no hay nada como la propiedad horizontal”, etc.) y que son el producto del inmenso *trabajo de duelo* que, para llegar a *conformarse* con lo que tiene, debe cumplir el comprador que descubre todo lo que ocultaba su compra, el ruido de las cortadoras de césped los fines de semana, el ladrido de los perros, los conflictos con respecto a los servicios comunes, etc., y sobre todo el costo en tiempo de los trayectos cotidianos.

Entre los propietarios de casas, quienes gastan más tiempo en los traslados hacia su lugar de trabajo son los miembros de las profesiones intermedias de las empresas y las administraciones, los técnicos y los empleados, mientras que los integrantes de las profesiones liberales y los empresarios son quienes menos tardan: el 13,5 por ciento de las profesiones intermedias del sector público, el 12,5 por ciento de las pro-

fesiones intermedias de las empresas y de los técnicos y el 11 por ciento de los empleados propietarios de una casa en Île-de-France pasan por lo menos tres horas por día en los transportes entre su domicilio y su lugar de trabajo, cosa que no sucede con ningún empresario o miembro de profesiones liberales. Entre quienes viajan dos horas y más, se incluyen el 48,5 por ciento del personal directivo superior del sector público y el 35,5 por ciento de los ingenieros. Entre los obreros propietarios de sus casas, quienes más tiempo emplean en sus desplazamientos son los capataces y contra maestres; en el extremo opuesto se encuentran los operarios semicalificados.

Así, al cabo de tantas deliberaciones y consultas, los compradores, calculadores racionales a su pesar, están obligados a someterse a las coacciones que, a través de las nuevas formas de ayuda financiera, gobiernan el mercado inmobiliario; la principal decisión que se deja en sus manos es la de arbitrar entre la calidad estética o técnica de la vivienda y la distancia a que se encuentra, es decir, entre una vivienda mediocre pero cercana al lugar de trabajo y otra más espaciosa, más confortable, pero más alejada. Para ello deben “agachar la cabeza”, antes y después de su decisión, y empeñarse en esa especie de *amor fati*, otra de cuyas formas es el patriotismo de marca de automóvil, que permite hacer de necesidad virtud. Pero tienen que hacer sobre todo abstracción, por medio de una enorme apuesta, de todas las incógnitas ligadas al universo económico: despido, traslados, etc., o al ciclo de vida doméstica: persistencia de la pareja o divorcio, permanencia o alejamiento de los hijos, etc., que comprometen tácitamente en su “decisión”.

Dicho esto, por fuerte que sea la necesidad que pesa sobre la transacción, la suerte nunca está echada de antemano, y tanto los vendedores como los compradores pueden jugar con la libertad que les permite la estructura de la relación económica; unos para fortalecer la coacción estructural o, al contrario, aflojarla estratégicamente pero para hacerla reaparecer mejor a continuación, los otros para eludirla, mediante la resistencia o la huida. Y, en última instancia, el sistema de los factores económicos y demográficos puestos de relieve por el análisis estadístico sólo “actúa” o, mejor, se actualiza, a través de una serie de interacciones igualmente imprevisibles y aleatorias (tal o cual pareja que habría podido no detenerse, ir a otro *stand* o marcharse diciendo que volvería, se encuentra ahora ahí firmando un compromiso acorde a las posibilidades objetivas que le asignan sus propiedades). Lejos de ser una mera ratificación de la estructura de la relación económica, la interacción es una efectivización de ésta, siempre incierta en su desarrollo, lleno de suspenso y sorpresas, y en su existencia misma: la observación y la descripción etnográfica brindan así el único medio de aprehender y restituir la forma que asume, en la experiencia vivida de los agentes, la acción de factores que sólo pueden actuar cumpliéndose a través de ella. El intercambio no se reduce a un simple proceso de revelación en el cual el compra-

El comprador colabora sin saberlo con un vendedor deseoso de extraer información: éste contribuye a producir la necesidad y el gusto del comprador al mismo tiempo que evalúa su capacidad de reembolso y contribuye a producirla; el comprador aprende sobre sí mismo, sobre sus gustos e intereses, y lleva a cabo el trabajo psicológico necesario para pasar al acto, las más de las veces al precio de una restricción meditada de sus aspiraciones y expectativas o, al contrario, para diferir o renunciar. En síntesis, lo que recuerda la observación, y lo que la lógica de los modelos puros podría inducir a olvidar, es que *el acto de compra no está lógicamente implicado y prácticamente incluido en el conjunto de las condiciones que hay que cumplir para comprar*. Y, en términos más generales, que la acción o la interacción no puede comprenderse ni como una mera efectuación mecánica de la estructura (aquí, la relación desigual entre el vendedor y el comprador) ni como una acción comunicativa que pueda explicarse sin tomar en cuenta la necesidad estructural que se expresa en ella. El acto económico, en una palabra, no es el efecto de una necesidad casi mecánica que se ejerza a través de los agentes susceptibles de ser reemplazados por máquinas; sólo puede cumplirse si adopta una forma social específica, ligada a las particularidades sociales de los agentes participantes en el intercambio y muy especialmente a los efectos de proximidad confiada o distancia hostil que resultan de él.

NOTAS

1. Los usos que los miembros del cuerpo médico (médicos de diferentes niveles, enfermeras, etc.) dan al lenguaje técnico, en alternancia con el lenguaje corriente, obedecen en lo esencial al mismo modelo.

2. En 1963, los litigios de la Compagnie bancaire representaban *únicamente el 0,06 por ciento de los expedientes*. Según diversos estudios, parece que el sobreendeudamiento inmobiliario se incrementó de manera considerable desde hace algunos años, en especial debido a la deflación que comprometió la solvencia de los titulares de préstamos con reembolsos progresivos contraídos entre 1981 y 1984, al determinar una transformación de la estructura con respecto a la cual se habían constituido las disposiciones y estrategias (cf. Comité consultatif, *Rapport du groupe de travail sur l'endettement et le surendettement des ménages*, París, julio de 1989).

3. Sobre la calculabilidad y la previsibilidad asociadas a la carrera (en oposición, especialmente, a la inseguridad y la incertidumbre de la existencia del subproletariado) como condición del surgimiento de la disposición calculadora, véase P. Bourdieu, *Algérie 60*, *op. cit.*

4. Sobre la teoría de los contratos y los conceptos de "selección adversa" o "*moral hazard*", véase, entre otros, O. Hart y B. Holmström, "The theory of contracts", en T. Bewley (comp.), *Advances in Economic Theory*, Fifth World Congress (Cambridge, Cambridge University Press, 1987).

5. Según un análisis de la Caja de Asignaciones Familiares de Mácon, la proporción

de los expedientes que muestran una tasa de esfuerzo superior al treinta por ciento disminuyó levemente entre 1985 y 1987, pasando del 30 al 20 por ciento de los adquirentes asistidos. De todos modos, en 1987 quedaba un 7 por ciento de los expedientes que implicaban una tasa de esfuerzo superior al 40 por ciento, y en febrero de 1988 esa tasa era superior al 37 por ciento en el 10,5 por ciento de los legajos (*cf. Comité consultatif, Rapport du groupe de travail...*, *op. cit.*, pág. 17).

ANEXOS

I. EL INSTRUCTIVO Y SU USO

La señora A., joven secretaria comercial de una empresa constructora nacional, se encarga de atender el teléfono y concertar las citas de los vendedores. “Nuestra firma nos envió... bueno, una persona que se ocupa de la formación del personal nos envió instructivos”. Saca de su cajón una decena de hojas abrochadas que recibió de la dirección. En la cabeza de la primera página puede leerse: “Instructivo”. La secretaria pone el documento frente a ella y empieza a leer en voz alta, enumerando las consignas a seguir en cada una de las situaciones que pueden presentarse:

SEÑORA A.: *Durante la recepción de la llamada:*¹ *Sí, claro. ¿Usted es el señor...? Su dirección. Su teléfono. Señor, voy a darle una respuesta que no va a satisfacerlo, porque supongo que usted quiere un precio exacto, ¿no es cierto? Le voy a decir entonces entre qué precios puede estar... (Y comenta.) Esto no quiere decir gran cosa, se trata de... de hablar un poco sobre el plan financiero... (Sigue leyendo.)* **Precisiones concernientes a las cuestiones financieras:** *Veo, señor, que se interesa en el aspecto financiero. Tiene razón. Es muy importante... Estas dos frases me son útiles. Y bien, justamente, nuestro especialista responderá a todas sus preguntas. Por eso le propongo que se encuentre con él el... o el...*

La solicitud de precios: Cuando piden precios siempre contesto vagamente. Entre tanto y tanto. No doy precios. Es para dejar a la gente con la intriga y que les dé ganas de ver a alguien para recibir más información. Si los doy, me van a decir: “Adiós, señora” y van a llamar a otros constructores, y después seleccionarán ellos mismos...

—Pero usted sabe los precios...

SEÑORA A.: Claro, claro. Tengo las tarifas, por supuesto. [...] Pero digo, para todos los modelos, entre doscientos cincuenta mil y trescientos mil francos... a veces trescientos cincuenta mil: “¿Cuánto cuesta un cinco ambientes?”. Entonces les digo: “Muy bien, un cinco ambientes. Bueno, hay de noventa metros cuadrados, de ochenta, hay una casa en L, una casa de dos plantas... y todas tienen cinco habitaciones”. Entonces el cliente dice: “Ah, mire usted”, y le dan ganas de ver. Así consigo que me dé sus datos.

La recuperación de clientes: Figura también lo que pueden llegar a contestarme los clientes... *Usted estuvo en contacto con nosotros hace algún tiempo. Por eso vuelvo a llamarlo para ver cómo marcha su proyecto de construcción.*

—¿Y en ese caso qué le responden?

SEÑORA A.: *Dice: “Lo abandonamos”.* Entonces yo le contesto: *Señor Fula-*

no, ¿demoró el proyecto? ¿Por qué razón? Si la razón es financiera: en ese momento usted se reunió con uno de nuestros especialistas, ¿le hizo él un plan de financiamiento? Si contesta que sí, digo: ¿cómo era? ¿Su situación financiera cambió desde entonces? Si contesta que no, continúo: ¿puedo hacerle algunas preguntas al respecto? ¿Tiene hijos? ¿Cuántos años tienen? ¿Cuáles son los ingresos mensuales de su casa? Entonces, primer caso de ilustración, si la evaluación es igual o superior a la suma definida: ¿tiene un aporte financiero o algunos ahorros de su familia? Si dice que sí: ¿tiene un terreno? Si la respuesta es afirmativa: ¿dónde? Si la respuesta es negativa: ¿en qué zona le gustaría construir? Segundo caso de ilustración, si la evaluación es inferior a la suma definida: ¿puede disponer de una suma que le sirva para poner en marcha este proyecto? La respuesta es no. Digo entonces que le propongo en un primer momento enviarle nuestro catálogo, y volveré a ponerme en contacto con él dentro de algunos meses. Pero si, entretanto, quiere preguntarnos algo, estamos a su disposición. [...] El mes pasado reactivé todos los que estaban sin seguimiento, tuve que reactivar unos cuarenta y conseguí tres citas. ¡Es poco, eh! Bueno, se hicieron dos ventas, pero bueno... este... digamos que es poco en relación con la gente... lo que nos cuentan. [...] Entonces lo que se hizo, en cambio, fue una prueba que no estuvo mal: cuando yo conseguía sacarle una cita a alguien a quien alguna persona había dejado sin seguimiento, se le asignaba otra persona. Y fue esta otra la que logró hacerlos firmar.

Anulación de citas: ¡Ah, eso es muy difícil... muy difícil de remediar! [...] El cliente nos dice: “*Vea, lo siento mucho, señora, pero no voy a poder estar para recibir a su vendedor*”. Ah, ése es el caso en que trato de maniobrar cuando es una cita para el mismo día. Por ejemplo, los muchachos tienen cita a las 18 o las 20 y un cliente me llama a la mañana para anular. Entonces, para tratar de maniobrar y mantener la cita, yo le digo que los vendedores no están y que no los veré en todo el día... Estoy muy molesta porque no voy a verlo... o si no, cuando es el día anterior, en última instancia le digo (la señora A. lee la hoja): *Ah, lo lamento mucho, señor, porque desdichadamente de aquí a esta noche o mañana no voy a ver al técnico comercial...* Bueno... Además, él me había hablado de su proyecto, sobre el cual tenía cosas importantes que decirle... Yo más bien digo: “Ah, bueno, qué lástima, porque ayer, justamente, hablamos de usted y él tenía propuestas para hacerle”. Eso está bien porque entonces la gente piensa: “Está bien, hablan de mí”, y eso les queda.

La señora A. retoma su instructivo y lee: **Anulación de una venta:** Bueno, esto también es muy arduo...

—¿Sí?

SEÑORA A. (lee): *Entonces, señor Fulano, lo que hay que hacer para proceder a la anulación y devolverle su seña, retirar su expediente, es reunirse lo más pronto posible con M. (el vendedor), que le indicará los pasos a seguir y se*

encargará de las formalidades. Yo trato de hacerlo así, para que el vendedor tenga una segunda cita con él.

—¿Y funciona?

SEÑORA A.: [...] Sí, funciona, porque como la gente nos entregó un cheque, eh, y nos dio su recibo de sueldos, su planilla de impuestos, etc., tenemos documentos personales que les conciernen, y yo apuesto a ese tema. Pero eso hay que hacerlo muy rápido, en cambio.

—¿Sí?

SEÑORA A.: Como máximo dentro de las siguientes cuarenta y ocho horas. Está muy bien si es dentro de las veinticuatro horas. Si llama, se para prácticamente todo y se va a verlo. Porque es una venta a recuperar... sobre todo si nos dicen que hay otro competidor más o menos...

—Y entonces, ¿con eso enganchan?

SEÑORA A.: Este... depende... No... es un poco vago, eh, a veces funciona, a veces no. El mes pasado hubo casos, se intentó recuperarlos, pero no se consiguió ninguno: había un desempleo, un divorcio sin sentencia... En ese momento eran irrecuperables. ¡A lo mejor dentro de un año!

Un negocio perdido (el cliente anula su contrato con el constructor).

SEÑORA A. (lee su texto): *¿Se reunió con uno de nuestros especialistas en ese momento? Señor Fulano, voy a pedirle un favor. ¿Puede decirme qué encontró en otra parte que nosotros desdichadamente no pudimos ofrecerle?*

—¿Y ahí qué le contestan?

SEÑORA A.: Bueno, ahí [risas]... Hay de todo... Que el vendedor no pasaba... o... que no nos dijo eso... etc.

—¿Usted qué piensa de este instructivo?

SEÑORA A.: Eeh... eeh... yo no soy muy partidaria de este tipo de cosas... En fin, la semana pasada hablé con mi jefe de sector, porque no sé cómo lo recibe el cliente por teléfono, pero cuando le hablo tengo la impresión de estar leyendo. Eso, entonces, me molesta un poco. No es espontáneo con respecto a lo que me va a decir el cliente. Sigo con mi asunto. [La señora A. lee en su documento.] *Muy bien. ¿Tiene preferencia por alguna localidad?* Bueno, esto lo digo en la conversación, pero una vez que hablé de eso, si ya no sigo el instructivo, no sé dónde estoy. *¿Se da cuenta?* Pero también es difícil, porque depende de lo que el cliente pregunte en un momento preciso. Entonces uno queda desfocado con respecto al instructivo. Eso me molesta un poco, porque me da la impresión de leer demasiado...

—Pero, ¿ese instructivo le hace decir cosas que usted no diría espontáneamente?

SEÑORA A.: Eeh... [lee la hoja que tiene frente a sí] *Hola, ¿hablo con lo del señor y la señora ...? Buenos días, señor o señora. Le hablo de ...* [nombre del constructor]. *Usted nos escribió. Es muy amable de su parte. Se lo agradezco.*

Yo tomé conocimiento de la información que usted nos comunicó y me falta un dato sobre su terreno. Usted nos dice que no tiene terreno, pero ¿en qué zona desea construir? Bueno, eso lo digo sin problemas... ¿Tiene preferencia por alguna localidad? Bueno, OK... Ahora, esto de ¿tiene preferencia por alguna localidad?, trato de no preguntarlo demasiado porque sospecho que si viven en Meudon tienen ganas de construir en Meudon; o si viven en el 16° distrito, tienen ganas de construir en el 16°... Así que eso... este... un problema... [risas] ante todo porque no hay terrenos y además, muchas veces, la pobre gente no tiene dinero... Entonces, en vez de decirles que no es posible, bueno, de todas maneras no es mi tarea, les toca a los muchachos, después, ir ahí, pero el objetivo es que yo consiga citas; así que, en vez de preguntarles si tienen preferencia por alguna localidad, les pregunto en qué zona piensan construir...

—Es más vaga...

SEÑORA A.: ¡Sí! Prefiero ser más vaga... No, pero es cierto, esa frase, en mi opinión, *tiene preferencia por alguna localidad*, no la digo nunca... Me... me bloquea... porque nuestro trabajo es convencer al cliente de que compre un terreno en otra parte.

—Hay alguna otra frase que a usted...

SEÑORA A. (sigue leyendo): *Lo que le propongo, entonces, sin compromiso de su parte* —esto lo digo, claro, porque la gente siempre tiene mucho miedo—, *es que se reúna con nuestro especialista que contestará todas sus preguntas, en primer lugar sobre el plan financiero, es decir, qué ventajas y qué tipos de préstamos puede aprovechar* —en principio, eso la gente lo sabe... porque fueron a ver... este... varias empresas—, *y después sobre el tema de bienes raíces, o sea, qué terreno, qué precauciones hay que tomar*. De eso no hablo nunca...

—¿No? ¿Por qué?

SEÑORA A.: Porque... no, porque... es como lo de la localidad preferida... qué terreno y qué precauciones hay que tomar... en realidad no sabría qué argumentar sobre este tema... porque el cliente me va a decir: “¿Qué quiere decir eso de las precauciones que hay que tomar?” Y yo no sé.

—¿Y en lugar de eso qué dice?

SEÑORA A. (risas): *Sálteo decididamente esta frase... Todo lo que es bienes raíces, en principio... este... Bueno, yo me limito a la casa, eh. No hablo del terreno... [La señora A. retoma la lectura.] Bien, usted, desde luego, le hablará de su casa, le hará conocer su elección, y él contestará todas sus preguntas. Entonces, le propongo reunirse con él sea el... o el... [Si la hora de la cita es tarde.] ¿Hay algún día que su marido esté disponible más temprano?* [Entonces se reformula la cita y listo.] Bueno, los jefes de sector hicieron pruebas y dicen que lograron conseguir, sobre... eeh... diez direcciones, cinco citas a primera hora de la tarde. A mí me gustaría, pero no. Las consigo rara vez. La gente trabaja. Las tengo a partir de las 18... o de las 20. [...] Pero, en general, me las arreglo

para preguntarles si, eventualmente, están libres al comienzo o al final de la semana y si prefieren que vayan a su casa, a la mañana o a la tarde. Y en esos casos, me dicen: a partir de las 18. [...] Como el objetivo es que estén presentes tanto el marido como la mujer, para que no puedan usar la excusa de la ausencia de uno, también trato de preguntar si estarán los dos [...].

—¿Hay otras cosas en este instructivo que usted no llega a decir?

SEÑORA A.: ¡Ah, sí! [Mira las hojas.] ...*las objeciones del cliente*... “Buenos días, señora, sólo quiero una documentación.” Entonces se trata de enganchar una cita y después, no hay forma, el cliente le dice que es “sólo una documentación”. Así que... este... sigo leyendo mi lección y... eeh... esto siempre me bloquea un poco: *Sí, desde luego señor Fulano. Entiendo perfectamente, sólo que un proyecto de construcción, de todos modos, no es algo impor... eeh... [retoma la lectura] ...de todos modos, es algo importante. Usted se compromete por muchos años, lo que merece un estudio profundo. En ... [nombre del constructor] somos gente seria, creemos que una entrevista con nuestro especialista es claramente preferible para su... eeh... para su respuesta. Sin compromiso de su parte, claro está. Por eso le propongo reunirse el ... o el ... Bueno... este... no digo toda esta frase...*

—¿No? ¿Qué dice en ese caso?

SEÑORA A.: Porque el cliente, en mi opinión, seguramente no tiene ganas de escuchar toda mi charla. Bueno, entonces le digo: “Vea... este... creo que para que usted tenga informaciones... verdaderamente... justas con respecto a lo que quiere o busca, es preciso que se reúnan...”. Bueno, no tengo demasiados problemas para concertar citas así, porque la gente, si llama, es realmente porque tiene ganas de saber algo. Entonces, uso este texto como base...

—¿Cuáles son, por ejemplo, las frases que mantiene?

SEÑORA A.: Ah, en eso... este... *en...* [nombre del constructor] *somos gente seria*. Eso lo mantengo. Por supuesto... [risas]. Aparte de eso, resumo. [La señora A. sigue leyendo su texto.] *Pregunta posible del cliente: ¿cómo están construidas sus casas?* Aquí, la frase que viene la mantengo: *veo, señor, que se interesa en el aspecto técnico, y tiene razón, es muy importante*. Ésta la digo, porque está muy bien. A continuación, en cambio: *pues bien, nuestro especialista, justamente, responderá a todas sus preguntas. Por eso le propongo que se reúna con él el... o el...* Ésta también la digo, porque son frases cortas. Es breve. Así que no cambio nada, porque funciona mejor. [...] Esto; que se refiere a las anulaciones, al contrario, no lo digo nunca: *Señor Fulano, lo que voy a pedirle es que haga un esfuerzo y nos dedique unos momentos...* No lo digo nunca porque el cliente, si llama, me parece ridículo pedirle que me dé un momento si ya hizo el esfuerzo de llamar para anular, porque en ese caso la gente nos manda a pasear...

—En realidad nunca dijo la totalidad de su instructivo...

SEÑORA A.: No, jamás lo intenté porque, además, son frases bastante largas y... como tengo a la persona en el teléfono, quiero hacer rápido, en realidad. Trato de ir lo más rápido posible, no extenderme demasiado. Porque si empezamos a extendernos... este... por más que diga que soy secretaria y que... no conozco... ¡tengo que ser más bien vaga, eh! Porque soy secretaria y no vendedora... Entonces, si empiezo a contarles un poco mi vida, los escucho decirme: "Ah, no, usted se cree que yo puedo..." o "Ah, sí, usted cree que yo puedo comprar un terreno a ese precio..." En resumen, me hacen un montón de preguntas. Así que trato de mantener el máximo posible de vaguedad. Bueno... si usted quiere, el objetivo del instructivo, y está muy bien, siempre es decir: "Sí, señor", en realidad. Ellos le dicen: "No estamos apurados". Y usted contesta: "Sí, claro, entiendo". Así, después, el señor se pone muy contento porque piensa: "La señora entiende..." [Se ríe a carcajadas.] Tendría que aplicar todo el tiempo este instructivo, pero muchas veces vuelvo a empezar con naturalidad y luego... zas, ¡lo acorto!

II. DOS ENTREVISTAS

1. *"Un verdadero calvario"*

El señor L. y su familia decidieron lanzarse a la compra de una casa. Él tiene treinta y dos años y es operador en una empresa de informática. Ella tiene treinta años y es operadora contable en una mutual de seguros. Tienen dos hijos de siete y tres años. Él evoca la construcción de su casa: "Es un infierno, un verdadero calvario: para hacerlo, realmente hay que quererlo. ¡Ah, sí, es de locos! No sé cómo decirlo, mientras que ahora facilitan los créditos para los autos o qué sé yo, para una casa es increíble la cantidad de papeles que se necesitan, la falta de coordinación... De eso, en última instancia, fui yo quien se encargó. Normalmente, el que se ocupa de los préstamos, etc., es el constructor. Bueno, a lo mejor me compliqué un poco la existencia, pero en cuanto a los papeles... cada uno depende del otro. En ese caso se pierden meses y meses. Ahí está cuanto menos el problema de que el terreno no tiene preparados los servicios: ya hay que hacer una cobertura, ver cuánto se puede poner. Ése es el problema al principio, no se sabe cómo hacer, no se sabe por dónde empezar: ¿hay que ir a ver a un constructor? Pero él le pregunta si uno tiene un terreno. ¿Hay que buscar un terreno y después ir a ver a un constructor? Para eso ya hay que saber cuánto se puede poner.

"Al principio uno está perdido; en realidad, toma todo el problema al revés. Es lo que pasó conmigo: fui a ver al constructor y me dijo 'tiene un terreno, ¿no?'. Él tiene terrenos pero, ¿van a corresponder a lo que uno quiere? No es fá-

cil. Uno puede encontrar un terreno en otra parte. Bueno, es todo un problema. Después, la búsqueda de los préstamos, llegar a coordinar todo. Es un infierno del principio al fin. Ahí, por ejemplo, uno está trabado porque no tiene permiso de construcción. Ahora se espera el permiso y a partir de ahí puedo hacer la solicitud de préstamo al uno por ciento, el préstamo patronal, etc. También hay que firmar en lo del escribano. No se hace nada para facilitar las cosas. Del principio al fin pasa un año y medio en la edificación de una casa, ¡es un infierno! Se tarda casi el mismo tiempo con los papeles y todo eso que con la construcción de la casa. ¡Es aberrante, vea!

”Después está el seguimiento de la construcción. En mi caso es lo mismo, como soy bastante maniático me voy a encargar de eso, le voy a dedicar mucho tiempo. Además, quiero que esté bien hecho, así que voy a pasar todavía más horas yendo y viniendo, viendo cómo está, etc., para estar seguro de que se hace como yo quiero. Porque, por otra parte, es raro que siempre se haga exactamente como debe hacerse. La casa hay que quererla.

”[...] Siempre está la impresión de que no lo vamos a lograr. Es seguro para una persona que tiene un salario interesante, que tiene otro tipo de facilidades. Pero nosotros no tenemos ninguna facilidad por el lado de la familia, siempre nos arreglamos por las nuestras. En ese caso, al encontrarse frente a un montón de problemas, al final uno se desesperaba. Al principio estábamos en forma y todo eso, pero después nos desesperamos y pensábamos: es imposible, jamás lo conseguiremos. Por ese lado, entonces, nos desmoralizábamos. En un momento yo dije: no es posible, nunca vamos a lograrlo. Y como me lo había metido en la cabeza y quería hacerlo, estaba frustrado y me ponía nervioso. Estoy muy contento de haberlo conseguido. A toda la gente que conozco y que compró, al principio, durante los dos primeros años, le resultó bastante duro, pese a todo, porque hay que llegar a tomar el ritmo pero después parece que no va más... De todas maneras, al paso que vamos, los alquileres... Pero lo que me quedará es esa cosa de luchar contra el viento, ¡es una locura! La impresión de no avanzar es frustrante. La verdad, a menos que uno tenga los medios, nunca hace lo que quiere. Me doy cuenta de que de los sueños que tenía, lo que quería hacer al principio, es difícil llegar a cumplir una parte. De hecho, para mí esta casa se achicó, ya no es la casa que veía. Yo veía una casa grande, con grandes habitaciones, una gran chimenea, no sé... Además, cuando era joven, tenía muchos amigos que vivían en Enghien y tenían casas bastante lindas. Bueno, siempre pensaba, es bárbaro, es lo que me gustaría tener, y después, la triste realidad [risas]”.

(Extracto de una entrevista con un comprador de casa individual, Taverny, Val-d’Oise, fines de 1987.)

2. "Hacer bajar la temperatura"

EL VENDEDOR: Cuando usted, como cliente, acaba de firmar el acuerdo con el vendedor y a la noche vuelve a su casa, los dos días siguientes van a ser espantosos para usted. Así que es necesario darles un poco de consuelo diciéndoles: "Bueno, ya está, nos ocupamos de su solicitud de financiación; la enviamos a tal organismo bancario; hablamos con el responsable; ya tenemos una respuesta positiva de... de la aceptación del expediente". ¡Ah, bueno! La cosa va mejor... Y después la temperatura vuelve a subir. Entonces los consolamos de nuevo y vamos a verlos, justamente, con la aceptación del préstamo... Ahí, la temperatura todavía es muy alta. Después están los problemas relacionados con el trámite del permiso de construcción. Tienen su crédito pero, ¿podrán construir lo que realmente quieren? Porque eso también está sometido a normas... este... a la Dirección Departamental de Infraestructura. Bueno, muy bien, ahí la tensión es menor, pero también hay temores... en especial con respecto a las modificaciones; si alguien quiere hacer modificaciones arquitectónicas, no tiene la seguridad de que el arquitecto, en particular, esté de acuerdo [...]. Pero en ese caso la presión es menor. Se da sobre todo en cuanto a los préstamos, cuando el expediente entra por un pelo, ahí es difícil. Pero ya a partir de la aceptación todo va mucho mejor, porque saben que van a tener una cobertura financiera y que, a pesar de todo, podrán construir.

—En ese momento, entonces, el trabajo de usted consiste en...

EL VENDEDOR: Calmarlos, hacerlos... hacerlos aceptar... tranquilizarlos... tranquilizarlos en cuanto a su opinión, el hecho de que tomaron la decisión adecuada...

—Pero, ¿cómo se las arregla?

EL VENDEDOR: Es verdad que en el tema del financiamiento hay gente a la que le espanta... tomar un préstamo a quince, veinte años. ¡Y cuando usted recibe el ofrecimiento de préstamo y ese ofrecimiento, por decirlo así, muestra los baremos a veinte años, con todo lo que usted paga! Hay que saber que, aunque sea el 10 por ciento, es el 10 por ciento por año, y que en veinte años llega al 200 por ciento. Se triplica el costo de la casa... Así que, ¡es de locos! Y uno los tranquiliza ante todo en cuanto... en cuanto al valor del dinero, intrínsecamente. Pero eso son nociones abstractas. Se logra tranquilizarlos mucho más diciéndoles que no tienen que sentirse *obligados* a dedicar veinte años a comprarla...

—¿Que no se sientan obligados a dedicar veinte años a comprarla?

EL VENDEDOR: Claro que no... que la pueden revender... Y como en el tema inmobiliario... no conozco a nadie que pierda dinero en el tema inmobiliario... Usted compra algo a doscientos mil francos. Aunque no le ponga un gran valor agregado, la revende a cuatrocientos o quinientos mil francos diez años después... Y en ese momento vuelve a empezar con un nuevo aporte personal y

nuevas bases... [...] Una casa para toda la vida: hoy ya no es cierto [...]. Hay recién casados, parejas jóvenes con un hijo muy pequeño que quieren en seguida un cinco o seis ambientes porque es *su* adquisición... Bueno, si el plan de financiamiento pasa y su presupuesto lo permite, está muy bien. Pero si la cosa no funciona hay que desdramatizar el problema. ¿Para qué quieren seis ambientes si son tres? ¿Qué quieren hacer en lo inmediato? Bueno, usted tiene un aporte personal de tanto, ingresos de tanto que le permiten el acceso a la propiedad de una casa individual. Pero, ¿sobre qué base? [...].

—No sabía que utilizaba eso como argumento de venta...

EL VENDEDOR: No es un *argumento* como tal, pero sí, a lo mejor, una *contraobjeción* a una objeción eventual sobre los precios, sobre el plazo, sobre el espacio, sobre el volumen, se puede... eeh... usar muy bien esta... fórmula... desde luego.

—Usted habla de “contraobjeción”...

EL VENDEDOR: Y la persona que sueña y quiere su casa, la ve en su imaginación, etc. Y hacerles aceptar un proyecto *por debajo* de... de lo que desean no es fácil. Lo contrario siempre es más fácil.

(Extracto de una entrevista con un vendedor que trabaja en una empresa constructora nacional, Salón de la Casa Individual, París, octubre de 1984.)

NOTA

1. Se utilizaron itálicas para distinguir los extractos del instructivo de las palabras de la misma empleada.

CONCLUSIÓN

LOS FUNDAMENTOS DE LA MISERIA PEQUEÑOBURGUESA

Lo que se evocó a lo largo de todo este trabajo es uno de los grandes fundamentos de la miseria pequeñoburguesa; o, más exactamente, de todas las pequeñas miserias, todos los atentados a la libertad, a las esperanzas, a los deseos, que colman la existencia de preocupaciones, decepciones, restricciones, fracasos y también, casi inevitablemente, de melancolía y resentimiento. Esa miseria no inspira espontáneamente la simpatía, la compasión o la indignación que suscitan los grandes rigores de la condición proletaria o subproletaria. Sin duda porque las aspiraciones que están en el origen de las insatisfacciones, desilusiones y sufrimientos del pequeñoburgués, víctima por excelencia de la violencia simbólica, siempre parecen deber algo a la complicidad de quien los padece y a los deseos mistificados, arrebatados y alienados mediante los cuales él, encarnación moderna del *Héautontimoroumenos*, conspira por su propia desdicha. Al comprometerse en proyectos a menudo demasiado grandes para él, porque se miden por sus pretensiones más que por sus posibilidades, se encierra a sí mismo en coacciones o restricciones imposibles, sin otro recurso que hacer frente, al precio de una tensión extraordinaria, a las consecuencias de sus decisiones, al mismo tiempo que debe luchar por *conformarse*, como suele decirse, con lo que las sanciones de lo real otorgaron a sus expectativas: así, podrá pasar toda una vida empeñado en justificar, ante sí mismo y ante sus íntimos, las compras fallidas, los trámites desafortunados, los contratos leoninos o, en otro terreno privilegiado de sus inversiones, el de la educación, los fracasos y los logros a medias o, peor, los éxitos engañosos conducentes a enormes *impasses*, las que la Escuela reserva con frecuencia a sus elegidos y la más notable de las cuales es, sin duda, la misma carrera profesoral, condenada a la decadencia estructural.

Ese "pueblo" a la vez mezquino y triunfante no tiene nada que halague la ilu-

sión populista y, demasiado próximo y demasiado lejano, atrae los sarcasmos y la reprobación de los ensayistas que le reprochan simultáneamente su “aburguesamiento” y el fracaso de sus esfuerzos por alcanzar las “libertades” burguesas, condenando de manera indisoluble sus aspiraciones mistificadas y su incapacidad para aportarles otra cosa que satisfacciones tan engañosas como irrisorias; en suma, todo lo que condena la denuncia del “mito del chalet” o el discurso condescendiente sobre la “sociedad de consumo” del que algunos “filósofos” o “sociólogos” mal socio-analizados hicieron una especialidad. Y sin embargo, por verse arrastrado a vivir por encima de sus medios, a crédito, descubre, casi tan dolorosamente como los trabajadores de la industria en otros tiempos, los rigores de la necesidad económica, en especial los impuestos por las sanciones de los bancos, de los que había esperado milagros. Eso es sin duda lo que explica que, aunque sea por un lado el producto de un liberalismo orientado a asociarlo al orden establecido mediante los lazos de la propiedad, siga dando crédito, en sus votos, a los partidos que reivindican el socialismo. Gran beneficiario aparente del proceso general de “aburguesamiento”, está encadenado por el crédito a una casa que a menudo se torna invendible, cuando no es incapaz de asumir las cargas y los compromisos, especialmente en materia de estilo de vida, que estaban tácitamente inscriptos en una decisión inicial con frecuencia oscura para sí mismo. “No todo es contractual en el contrato”, decía Durkheim. La fórmula nunca es tan pertinente como cuando se aplica a la compra de una casa, en la que a menudo queda comprometido, de manera implícita, todo el plan de una vida y de un estilo de vida. Si el acto de la *firma* es tan angustiante, es porque siempre tiene algo de fatal: quien firma el contrato se asigna un destino en gran parte desconocido y, como Edipo, desencadena un universo de consecuencias ocultas (en especial por la acción del vendedor), las que están inscriptas en la red de reglas jurídicas a las que el contrato hace referencia y de las que el signatario no tiene conciencia, y también todas aquellas que se niega a ver, con la complicidad del vendedor: contrariamente a sus temores, estas últimas se sitúan menos del lado de los “vicios ocultos” del producto que en los compromisos implícitos que él ha suscripto y que tendrá que saldar hasta el final, es decir, mucho más allá del último vencimiento de la última cuota.

Eso es lo que dicen incansablemente tantos testimonios, todos igualmente dramáticos.

De cuarenta años de edad, Béatrice es empleada de la DDE de Cergy-Pontoise. Su marido (se trata de un segundo matrimonio) es obrero, encargado de mantenimiento en un ministerio en París. Ella es la mayor de doce hermanos. Con su primer marido, con quien tuvo dos hijos, manejaba un remolque de venta de papas fritas y barquillos en los bosques del norte de París. En esa época las cosas le iban bien, tenían “buenos emplazamientos para el remolque” y alquilaban su vivienda. Luego de su divorcio, su

empleador actual le alquiló a muy bajo precio una casa requisada por el Registro de Propiedades del Estado: “Muy vieja, verdaderamente espléndida [...] un jardín muy grande [...] pero mucho trabajo [...] el tejado se venía abajo [...] y hacer arreglos en una casa que no es de uno...”. Sin embargo, habrían podido quedarse “indefinidamente” en ella. Béatrice esperaba su cuarto hijo. La empresa GMF hace una campaña de promoción en Cergy-Pontoise: tentados por la publicidad, sueñan con la casa propia. Antes de decidirse, van a ver otros loteos en la región. “Hacia Cergy, en Puiseux, las casas Bouygues, France Cottage que nos gustaba mucho. Pero era demasiado caro. No teníamos derecho, visto el dinero que pedían... No podíamos hacer ningún aporte.” La empresa GMF les otorga un “préstamo de amigo” que cubre el aporte inicial habitualmente exigido. Luego de muchas dudas (“era lejos... sobre todo para mi marido”), se deciden, “empujados” por la vendedora, por un seis ambientes en un loteo en Bernes-sur-Oise. “Era accesible” y además “la gente que vende se ocupa de todo, no hay problemas”.

Pudieron beneficiarse con un préstamo PAP importante, porque su monto se fijó de acuerdo con el ingreso indicado en la declaración impositiva. Ahora bien, casados en 1981 y con tres niños a cargo, son prácticamente no imponibles. “La APL es maravillosa” y las mensualidades, por lo tanto, enormes. Sin hablar de ese “préstamo de amigo” del que no se sabe muy bien cuándo ni cómo hay que devolverlo. “Porque los intereses corren a veinte años. [...] La señora tendría que habérmelo dicho. Nosotros, la verdad, no lo pensamos... cuando uno compra una casa se le hace agua la boca, está al margen del tema, ve la casa, ve los chicos adentro. Además, las cosas van a salir bien, después de todo.”

Antes de decidirse pidieron consejos. La mayoría eran favorables a GMF. Su marido miró mucho *50 Millions de consommateurs*: “Con las pocas opciones que teníamos entre Phénix, Socova y GMF, él decidió pese a todo que había que elegir GMF”. Cuando empezó la construcción, fueron a ver “si hacían bien todo lo que debían”: “Bueno, tuvimos sorpresas, por ejemplo las aislaciones, los sanitarios, etc. [...] No sabíamos si podíamos demandarlos. En fin, demandar... si se quiere... son más gastos”.

La casa es demasiado grande (“Al principio, habríamos preferido un dormitorio menos, pero nos dijeron, con cuatro hijos, elijan ésta, va a ser mejor...”). “Salvo por eso, es bonita. Bueno, es lo mínimo, como dice mi marido, adentro se escucha todo, los tabiques son muy angostos, pero a mí me gusta estar en mi casa.” Sin embargo, Béatrice está preocupada: “No lamentamos nada... pero ahora nos cuesta mucho pagar, es muy difícil... Nos redujimos en un montón de cosas para poder pagar las cuotas mensuales”. Dos años después de la compra, todavía no recibieron el plan de financiamiento. “No sabemos adónde vamos... Estamos un poco enloquecidos...”.

Y muchos de los residentes del loteo pasan por la misma situación: “Es una catástrofe... La mayoría de la gente se vio obligada a marcharse [...]. Estaban como nosotros, no podían pagar la calefacción, no podían hacer nada [...]. Hay muchos obreros que no tienen cuidado... los supera que haya cosas en común”. Muchos venían “de las HLM, del lado de Aubervilliers, y no estaban acostumbrados a los chalets [...]”. El primer año, a los gritos... Se hablaban de una casa a la otra”.

Béatrice se levanta a las seis de la mañana, prepara a los niños, lleva al más pequeño a la niñera y toma el tren de las ocho y media. Tiene inconvenientes con sus compañeros porque eso “la hace llegar a las nueve y media en lugar de a las nueve”. Su marido tiene cuatro horas de viaje por día: “Persan-Beaumont es la línea más podrida”. A la noche, ella “busca de pasada a los más chicos por lo de la niñera”. En las escuelas no hay lugar suficiente, porque “en los municipios pequeños como ése no prevén la cantidad de gente que va a llegar”.

Todos los años van de vacaciones a la casa de la suegra de Béatrice en Perpignan, pero este año “nada de vacaciones”; hay que levantar el cerco del jardín: “Nada más que eso ya nos va a costar ocho mil francos”. Le gustan mucho los cercos blancos, al estilo norteamericano: “Sólo los portones cuestan cinco mil francos”.

“Cuando pasen diez años y estemos en la misma, vamos a dejar de pagar. Aunque perdamos todo. Yo no quiero estar en el pozo a los sesenta años, por una casucha que mis chicos se van a pelear para...”

Pero no hace falta llegar a los casos extremos, aún más dramáticos que éste, en que la apuesta por la estabilidad y la permanencia de las cosas y las personas, y de las relaciones entre unas y otras, que estaba tácitamente implicada en la decisión de comprar una casa, se ve desmentida por el desplazamiento obligado, el despido, el divorcio o la separación. Habría que mencionar, simplemente, el caso estadísticamente corriente de esos habitantes de los chalets prefabricados de los llamados barrios residenciales que, atraídos por el espejismo de una vivienda falsamente individual (como los chalets medianeros de loteos que implican casi todas las servidumbres de las HLM), no conocen ni la solidaridad de los viejos barrios obreros ni el aislamiento de los barrios ricos: alejados de su lugar de trabajo por horas de trayecto cotidiano, carecen de las relaciones que se estableban en su barrio —en especial por y para la reivindicación sindical— sin estar en condiciones de crear, en un lugar de residencia que agrupa a individuos socialmente muy homogéneos pero desprovistos de la comunidad de intereses y de las afinidades ligadas a la pertenencia al mismo universo laboral, las relaciones electivas de una comunidad de esparcimiento.

La casa individual funciona así como una trampa, y de diversas maneras. Como se advierte con claridad en la entrevista recién reproducida, tiende a convertirse poco a poco en el lugar de fijación de todas las inversiones: las que están implicadas en el trabajo —material y psicológico— que es necesario para asumirla en su realidad a menudo alejada de las previsiones; las que suscita a través del sentimiento de posesión, que determina una especie de domesticación de las aspiraciones y los proyectos, en lo sucesivo limitados a la frontera del umbral y encerrados en el orden de lo privado —en oposición a los proyectos colectivos de la lucha política, por ejemplo, que siempre debían conquistarse contra la tentación del repliegue hacia el universo doméstico—; las que inspira al imponer un nuevo sistema de necesidades, inscripto en las exigencias que encierra a los ojos

de quienes pretenden estar a la altura de la idea (socialmente modelada) que se hacen de ella.

Denise tiene un poco más de treinta años. Es secretaria. Su marido es contador en la UAP. Ella compró una casa industrial en un loteo de noventa y siete chalets de Eragny, en el Val-d'Oise, cerca de Cergy-Pontoise. Hace siete años que vive allí. "Elegió el chalet" cuando vio que "en la región parisina, más cerca de París, los departamentos costaban lo mismo que un chalet acá". Antes alquilaba un "falso tres ambientes", en el que estaba "demasiado apretada": "¡Bamos a ser cuatro, y con un solo dormitorio". Denise tenía un plan de ahorro que tuvo que acortar "porque el niño nació un poco antes": "Así que eso limitó un poco los recursos financieros con que contábamos. No pudimos aprovechar los préstamos de la Caja de Ahorro. [...] Eso nos obligó un poco, entonces, a buscar unidades nuevas; además, los préstamos por convenio eran más interesantes que los préstamos que encontrábamos en los bancos". Carentes de recursos financieros, tuvieron que buscar en "este suburbio de los Hauts-de-Seine, que no [les] gustaba, en definitiva". También habrían preferido un edificio antiguo; pero, "aun en la región, eso plantea muchos inconvenientes debido a que los préstamos tienen tasas claramente más altas": "Si no, claro, creo que los dos habríamos preferido elegir algo que tuviera mucho más espíritu, en realidad, que este chalet en una ciudad nueva donde todo el mundo tiene la misma edad, todo el mundo está más o menos en el mismo nivel... Es demasiado uniforme".

Denise y su marido escogieron esta región "porque, a pesar de la distancia, era una de las mejor comunicadas con París", donde ambos trabajan. Antes de decidirse, miraron en especial los anuncios ("Pero cuando veíamos los precios, no visitábamos usados. No queríamos tentarnos..."). Fueron a ver obradores de construcción y loteos.

Unos amigos que acababan de comprar los indujeron: "Ellos nos paseaban, porque ya habían visitado antes lo que había de distinto, de nuevo". En realidad, si se decidieron, fue porque a su alrededor nadie les dijo lo contrario. Y además pensaron que, "a falta de lo ideal, esto permitiría tener una moneda de cambio [...] para tratar de encontrar algo mejor". Tal vez una casa "completamente individual" o ubicada en un barrio menos reciente. La casa que eligieron era la más barata y se "entregaba lista para habitar".

Los comienzos les trajeron muchas decepciones. "Las terminaciones eran lamentables." Había muy pocas opciones, sólo tres o cuatro empapelados "y, además, era realmente empapelado de HLM". Tuvieron que hacer reembaldosar la planta baja. Hicieron muchos trabajos "poco a poco": "Todos los años calculábamos cuánto podíamos hacer". Después descubrieron los ruidos de las cortadoras de césped, durante los fines de semana, hasta que el pliego de condiciones lo prohibió. "Además, como estamos en medio de dos casas, los sanitarios y la cocina coinciden con los de la casa de al lado y se escucha toda la cañería de los vecinos." La chimenea, fabricada "por una empresa que estaba en conexión con la sociedad inmobiliaria", costó muy cara.

Compraron los muebles "poco a poco" en casas de particulares que publicaban avisos en periódicos como *Centrale des particuliers* o *Le Bichot*. "Hacia dos años

que buscábamos una biblioteca. La encontramos hace un mes en *Le Bichot*.” Tomaron la costumbre de mirar, en los mercados de pulgas o los comercios de lance regionales, “todo lo que se vende... bueno... antiguo... mucho más que antes. Antes ni se nos ocurría hacerlo. Ahora, el domingo, como la lejanía de París hace que las distracciones sean muchas menos... ¡y bien!, el domingo, si tenemos ganas de salir, vamos a ver o una venta local [...], o de profesionales o de particulares. En cierta forma es un paseo”.

Intentaron plantar en el jardín, pequeño terreno de cien metros cuadrados, “justo lo suficiente para tener algo de plantas y cuanto menos algunos frutales”, frambuesas, dos perales y después un cerezo: “Pero todo es joven, todavía no da muchos frutos”. “La ventaja de la vegetación es que creció y ahora se ve un poco menos que tenemos tantos vecinos...”.

Denise se levanta todos los días a las seis y media de la mañana; su marido, a las seis menos cuarto. Desayunan juntos. Luego ella va al baño y el marido toma el ómnibus. Ella lleva a sus hijas al colegio en auto, a eso de las ocho, y luego toma el tren a Conflans. Llega a su trabajo alrededor de las nueve y media. A la noche, nunca vuelve antes de las siete y cuarto. El fin de semana no tienen el ánimo de volver a París. “Con la costumbre uno se da cuenta de que ya no va mucho a París los fines de semana.” Lo que más falta son sin duda las salidas. “Me gusta mucho el cine. Mi marido querría ver *Amadeus*, pero no se puede...”. Ella no lamenta haber comprado ese chalet pese a lo largo de los viajes. Lo bueno del loteo es que no hay peligro para los niños; pueden andar en bicicleta, en patines, se visitan unos a otros. Pero, ¿será igual cuando tengan quince o dieciséis años? “A la mayor le gusta salir, ir al museo, etc. En Eragny no va a encontrar nada de eso. Para el deporte está bien: pista de patín, piscina, danza, etc.”

Tiene tres horas de viaje por día. Las “aprovecha para hacer punto. Es lo que hacen muchas mujeres en el tren. Leer cuando una no está demasiado cansada es bastante posible. Pero hay momentos en que el cansancio es tal que tejer es más mecánico. Con un tejido no se reflexiona. Leer es más difícil. En el tren sólo se pueden leer revistas o novelas sencillas”.

—¿Qué está leyendo en este momento?

—No... en este momento... [silencio].

—¿El último?

—El último era un libro... ¿cómo se llamaba?, *Los hijos de Yocasta*... que todavía no terminé. Es un libro que retoma la teoría de Freud.

Lo que se desprende de este discurso completamente corriente —y elegido precisamente por su representatividad— es el efecto de una política que aspiraba a ofrecer un mercado a los productores de casas, a la vez que producía propietarios apegados a su bien, una política que, en cierto sentido, tuvo éxito. Pero, en la mayoría de los casos, quienes llegaron de ese modo a ser propietarios de casas suburbanas sólo tuvieron acceso a esas satisfacciones a costos tan elevados que, aunque haya favorecido la realización de una transformación profunda —y

profundamente concorde con sus anhelos— del orden social, la política liberal no procuró a sus promotores, sin duda, los beneficios políticos esperados. Centrada en la educación de los niños concebida como vía de ascenso individual, la célula familiar es en lo sucesivo el lugar de una especie de egoísmo colectivo que encuentra su legitimación en un culto de la vida doméstica permanentemente celebrado por todos los que viven directa o indirectamente de la producción y circulación de objetos domésticos. Y sin exagerar la importancia que hay que atribuir a indicios semejantes, no se puede dejar de ver lo que a veces se denomina un signo de los tiempos en el hecho de que la producción y difusión de imágenes televisadas haya caído hoy en manos de la empresa y el empresario que, por haber sabido explotar mejor que nadie las aspiraciones a la pequeña felicidad privada, unida a la ambición inmemorial del patrimonio transmisible, pueden llegar a encerrar a la pequeña burguesía de los chalets suburbanos en el universo capcioso de las publicidades adulteradas de los productos domésticos, de los juegos a la gloria de esos mismos productos y de los *shows* en que se instaura una armonía ficticia alrededor de una cultura *kitsch*; en síntesis, en las distracciones muy familiares y sabiamente domesticadas que produce en serie la industria cultural de los entretenedores profesionales.¹

NOTA

1. El primer canal de televisión, TF1, que goza de la mayor audiencia, fue comprado en 1987 por Francis Bouygues. En su programación concede un lugar muy importante a los entretenimientos de éxito, como los juegos televisivos que, en concepto de recompensa, proponen bienes de confort doméstico, y los espectáculos de *show business* animados por presentadores muy populares entre el gran público.

ANEXOS

ÍNDICE DE SIGLAS

ADIL	Association départementale information logement [Asociación Departamental de Información para la Vivienda]
AFTRP	Agence foncière et technique de la région parisienne [Agencia de Bienes Raíces y Técnica de la Región Parisina]
ANAH	Agence nationale pour l'amélioration de l'habitat [Agencia Nacional para la Mejora de la Vivienda]
APL	Aide personnalisée au logement [Ayuda Personalizada para la Vivienda]
BEC	Brevet d'enseignement commercial [Diploma de Educación Comercial]
BEP	Brevet d'études professionnelles [Diploma de Estudios Profesionales]
BEPC	Brevet d'études du premier cycle [Diploma de Estudios del Primer Ciclo]
BNP	Banque nationale de Paris [Banco Nacional de París]
BTS	Brevet de technicien supérieur [Diploma de Técnico Superior]
CAP	Certificat d'aptitude professionnelle [Certificado de Aptitud Profesional]
CAUE	Conseil en architecture, urbanisme et environnement [Consejo de Arquitectura, Urbanismo y Medio Ambiente]
CCF	Crédit commercial de France [Crédito Comercial de Francia]
CEP	Certificat d'études primaires [Certificado de Estudios Primarios]
CIC	Crédit industriel et commercial [Crédito Industrial y Comercial]
CIMINDI	Comité interprofessionnel de la maison individuelle [Comité Interprofesional de la Casa Individual]
CNAB	Chambre nationale des administrateurs de biens [Cámara Nacional de Administradores de Bienes]
CNAF	Caisse nationale des allocations familiales [Caja Nacional de Asignaciones Familiares]
CNAM	Conservatoire national des arts et métiers [Conservatorio Nacional de Artes y Oficios]
CNL	Confédération nationale du logement [Confederación Nacional de la Vivienda]
Credoc	Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie [Centro de Investigación para el Estudio y la Observación de las Condiciones de Vida]

DAFU	Direction de l'aménagement foncier et de l'urbanisme [Dirección de Fomento Territorial y Urbanismo]
DATAR	Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale [Delegación de Fomento del Territorio y Acción Regional]
DBTPC	Direction du bâtiment, des travaux publics et de la construction [Dirección de Edificios, Obras Públicas y Construcción]
DDA	Direction départementale de l'agriculture [Dirección Departamental de Agricultura]
DDASS	Direction départementale à l'action sanitaire et sociale [Dirección Departamental de Acción Sanitaria y Social]
DDE	Direction départementale de l'équipement [Dirección Departamental de Infraestructura]
DUT	Diplôme universitaire de technologie [Diploma Universitario de Tecnología]
ENA	École nationale d'administration [Escuela Nacional de Administración]
ENS	École normale supérieure [Escuela Normal Superior]
ENSAE	École nationale de la statistique et de l'administration économique [Escuela Nacional de Estadística y Administración Económica]
FMI	Fonds monétaire international [Fondo Monetario Internacional]
FNAIM	Fédération nationale des agents immobiliers [Federación Nacional de Agentes Inmobiliarios]
FNB	Fédération nationale du bâtiment [Federación Nacional de la Construcción]
FNPC	Fédération nationale des promoteurs-constructeurs [Federación Nacional de Promotores Constructores]
GEP	Groupe d'étude et de planification [Grupo de Estudio y Planificación]
GIP	Groupe permanent pour la résorption de l'habitat insalubre [Grupo Permanente para la Recuperación de las Viviendas Insalubres]
GRECOH	Groupe de recherches et d'études sur la construction et l'habitation [Grupo de Investigaciones y Estudios sobre la Construcción y la Vivienda]
HEC	Hautes études commerciales [Altos Estudios Comerciales]
HLM	Habitation à loyer modéré [Viviendas de Alquiler Moderado]
IEP	Institut des études politiques [Instituto de Estudios Políticos]
INED	Institut national d'études démographiques [Instituto Nacional de Estudios Demográficos]
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques [Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos]

PAP	Prêt pour l'accèsion à la propriété [Préstamos para el Acceso a la Propiedad]
POS	Plan d'occupation des sols [Plano de Ocupación del Suelo]
SAEI	Service des affaires économiques et internationales [Servicio de Asuntos Económicos e Internacionales]
SCIC	Société centrale immobilière de la Caisse des dépôts [Sociedad Central Inmobiliaria de la Caja de Depósitos y Consignaciones]
SMI	Syndicat des constructeurs de maisons individuelles (futura UNCM) [Sindicato de Constructores de Casas Individuales]
SNCF	Société nationale des chemins de fer [Sociedad de los Ferrocarriles Nacionales]
SOCOTEC	Société de contrôle technique du bâtiment [Sociedad de Control Técnico de la Construcción]
UAP	Union des assurances de Paris [Unión de Seguros de París]
UCB	Union de crédit pour le bâtiment de la Compagnie bancaire [Unión de Crédito para la Construcción de la Compagnie bancaire]
UDAF	Union départementale des associations familiales [Unión Departamental de Asociaciones Familiares]
UNAF	Union nationale des associations familiales [Unión Nacional de Asociaciones Familiares]
UNCM	Union nationale des constructions de maisons individuelles [Unión Nacional de la Construcción de Casas Individuales]
UNPI	Union nationale de la propriété immobilière [Unión Nacional de la Propiedad Inmobiliaria]
UNSFA	Union nationale des syndicats français d'architecture [Unión Nacional de Sindicatos Franceses de Arquitectura]
UOC	Urbanisme opérationnel et construction [Urbanismo Operativo y Construcción]
ZAC	Zone d'activités commerciales [Zona de Actividades Comerciales]

II

Principios de una antropología económica

Para romper con el paradigma dominante es preciso -tomando nota, en una visión racionalista ampliada, de la historicidad constitutiva de los agentes y de su espacio de acción- intentar construir una definición realista de la razón económica como encuentro entre disposiciones socialmente constituidas (en la relación con un campo) y las estructuras, también socialmente constituidas, de ese campo.

LA ESTRUCTURA DEL CAMPO

Los agentes -en este caso, las empresas- crean el espacio, esto es, el campo económico, que sólo existe por los agentes que se encuentran en él y que deforman el espacio próximo a ellos confiriéndole una estructura determinada. En otras palabras, en la relación entre las diferentes "fuentes de campo", vale decir, entre las diferentes empresas de producción, se generan el campo y las relaciones de fuerza que lo caracterizan.¹ Más concretamente, son los agentes, esto es, las empresas, definidas por el volumen y la estructura del capital específico que poseen, los que determinan la estructura del campo que los determina, es decir, el estado de las fuerzas que se ejercen sobre el conjunto de las empresas dedicadas a la producción de bienes similares. Las empresas, que ejercen efectos potenciales variables en su intensidad y dirección, controlan una parte del campo (participación en el mercado) tanto más grande cuanto más importante es su capital. En cuanto a los consumidores, su comportamiento se reduciría por completo al efecto del campo si no tuvieran cierta interacción con él (en función de su inercia, absolutamente mínima). El peso (o la energía) asociado a un agente, que pa-

dece el campo al mismo tiempo que lo estructura, depende de todos los otros puntos y de las relaciones entre todos los puntos, es decir, de todo el espacio.

Aunque insistamos aquí sobre las constantes, no ignoramos las particularidades de cada subcampo (correspondiente a lo que por lo común se denomina “sector” o “rama” de la industria), que dependen del estado de desarrollo (y en particular del grado de concentración) de la industria considerada y de la particularidad del producto. Al final del inmenso estudio que realizó sobre las prácticas de fijación de precios (*pricing*) de diversas industrias norteamericanas,² Hamilton relacionaba el carácter idiosincrásico de las diferentes ramas (es decir, de los diferentes campos) con la particularidad de las historias de su surgimiento; cada una de ellas se caracterizaba por su modo de funcionamiento propio, sus tradiciones específicas y su manera particular de tomar las decisiones de fijación de precios.³

La fuerza asociada a un agente depende de sus diferentes cartas de triunfo, a veces llamadas *strategic market assets* –factores diferenciales de éxito (o de fracaso) que pueden asegurarle una ventaja en la competencia–, es decir, más precisamente, *del volumen y la estructura del capital* que posee, en sus diferentes tipos: capital financiero, real o potencial, capital cultural (que no hay que confundir con el “capital humano”), que puede especificarse como capital tecnológico, capital jurídico y capital organizativo (incluido en él el capital de información sobre el campo), capital comercial, capital social y capital simbólico. El capital financiero es el dominio directo o indirecto (por medio del acceso a los bancos) de recursos financieros que son la condición principal (con el tiempo) de la acumulación y la conservación de todas las otras formas de capital. El capital tecnológico es la cartera de recursos científicos (potencial de investigación) o técnicos (métodos, aptitudes, rutinas y conocimiento práctico únicos y coherentes, capaces de disminuir el gasto en mano de obra o capital o aumentar el rendimiento) susceptibles de ponerse en juego en la concepción y la fabricación de los productos. El capital comercial (fuerza de venta) obedece al dominio de redes de distribución (almacenamiento y transporte) y de servicios de *marketing* y posventa. El capital social es el conjunto de los recursos movilizados (capitales financieros, pero también información, etc.) a través de una red de relaciones más o menos extensa y más o menos movilizable que procura una ventaja competitiva al asegurar rendimientos más elevados de las inversiones.⁴ El capital simbólico radica en el dominio de recursos simbólicos fundados en el conocimiento y el reconocimiento, como la imagen de marca (*goodwill investment*), la fidelidad a la marca (*brand loyalty*), etc.; poder que funciona como una forma de crédito, supone la confianza o la creencia de quienes lo padecen porque están dispuestos a otorgar crédito (ése es el poder simbólico que invoca Keynes cuando plantea que una inyección monetaria actúa si los agentes creen que lo hace).⁵

La estructura de la distribución del capital y la de la distribución de los cos-

tos, en sí misma ligada principalmente al tamaño y el grado de integración vertical, determinan la estructura del campo, es decir, las relaciones de fuerza entre las empresas: el dominio de una parte muy importante del capital (de la energía global), en efecto, confiere un poder sobre el campo y, por lo tanto, sobre las empresas menos provistas (relativamente) de capital; gobierna también el derecho de entrada en el campo y la distribución de las oportunidades de ganancia. Los diferentes tipos de capital no actúan sólo de manera indirecta, a través de los precios; ejercen un efecto estructural, porque la adopción de una nueva tecnología o el control de una parte más importante del mercado, etc., modifican las posiciones relativas y los desempeños de todos los tipos de capital en poder de las otras firmas.

En oposición a la visión interaccionista, que no conoce otra forma de eficacia social que la “influencia” directamente ejercida por una empresa (o una persona encargada de representarla) sobre otra a través de un tipo cualquiera de “interacción”, la visión estructural toma en cuenta efectos que se cumplen al margen de cualquier interacción: la estructura del campo, definida por la distribución desigual del capital, es decir, de las armas (o las bazas) específicas, pesa, más allá de toda intervención o manipulación directa, sobre el conjunto de los agentes participantes en el campo, a quienes restringe tanto más *el espacio de posibilidades* abierto ante ellos cuanto peor situados están en esa distribución. El dominante es quien ocupa en la estructura una posición tal que la estructura actúa en su favor. Las firmas dominantes ejercen su presión sobre las dominadas y sus estrategias por medio del peso que poseen en esa estructura, más que por las intervenciones directas que también pueden efectuar (en especial a través de las redes de participación cruzada en los consejos de administración –*interlocking directorates*– que son una expresión más o menos deformada de ella):⁶ definen *las regularidades* y a veces *la regla* del juego, imponiendo la definición de las cartas de triunfo más favorable a sus intereses y modificando todo el medio ambiente de las demás empresas y el sistema de restricciones que pesan sobre ellas o el espacio de posibilidades que se les ofrecen.

La tendencia a la reproducción de la estructura es inmanente a la estructura misma del campo: la distribución de las cartas de triunfo gobierna la distribución de las posibilidades de éxito y de ganancias a través de mecanismos diversos, como las economías de escala o las “barreras a la entrada” resultantes de la desventaja permanente que los recién llegados deben enfrentar o del costo de explotación que deben tomar en cuenta, e incluso la acción de toda clase de “instituciones que apuntan a reducir la incertidumbre” (*uncertainty-reducing institutions*), según la expresión de Jan Kregel:⁷ contratos salariales, contratos de deuda, precios administrados, acuerdos comerciales, o de los “mecanismos que suministran información sobre las acciones potenciales de los otros agentes económicos”. De ello se deduce que, en razón de las regularidades inscriptas en

los juegos recurrentes que en él se desarrollan, el campo propone un futuro previsible y calculable, y los agentes adquieren en él conocimientos prácticos y disposiciones transmisibles (a veces llamados “rutinas”) que son la base de previsiones prácticas más o menos groseramente fundadas.

Como el campo económico tiene la particularidad de autorizar y favorecer la visión calculadora y las disposiciones estratégicas que son paralelas a ella, no hay que elegir entre una visión puramente estructural y una visión estratégica: las estrategias más conscientemente elaboradas sólo pueden llevarse a cabo en los límites y las direcciones que les asignan las restricciones estructurales y el conocimiento práctico o explícito, siempre distribuido de manera desigual, de esas coacciones (el capital de información que se asegura a los ocupantes de una posición dominante—en especial a través de la participación en consejos de administración o, en el caso de los bancos, por medio de los datos suministrados por los solicitantes de crédito— es, por ejemplo, uno de los recursos que permiten escoger las mejores estrategias de gestión del capital). La teoría neoclásica, que se niega a tomar en cuenta los efectos de estructura y, *a fortiori*, las relaciones objetivas de poder, podrá explicar las ventajas acordadas a los más provistos de capital por el hecho de que, al ser más diversificados y tener una mayor experiencia y reputación (y por lo tanto más que perder), ofrecen las garantías que permiten suministrarles capital a un menor costo, y ello por simples razones de cálculo económico. Y se objetará, sin duda, que es más económico y riguroso invocar el papel “disciplinario” del mercado como instancia que asegura la coordinación óptima de las preferencias (debido a que los individuos están obligados a someter sus decisiones a la lógica de la maximización de las ganancias, so pena de quedar eliminados) o, más simplemente, el efecto del precio.

Ahora bien, la noción de campo marca la ruptura con la lógica abstracta de la determinación automática, mecánica e instantánea del precio en mercados librados a una competencia sin restricción:⁸ es la estructura del campo, es decir, la estructura de la relación de fuerza (o de las relaciones de poder) entre las empresas, la que determina las condiciones en que los agentes se ven en la necesidad de decidir (o negociar) los precios de compra (de materiales, del trabajo, etc.) y de venta; de paso, se advierte que esta visión de la acción, al invertir de cabo a rabo la imagen que nos hacemos del “estructuralismo”, concebido como una forma de “holismo” que implica la adhesión a un determinismo radical, restituye a los agentes cierta libertad de juego, pero sin olvidar que las decisiones no son más que opciones entre posibilidades definidas, en sus límites, por la estructura del campo, y que las acciones deben su orientación y eficacia a la estructura de las relaciones objetivas entre quienes las introducen y quienes las padecen. La estructura de la relación de fuerza entre empresas que no sólo interactúan de manera indirecta, por intermedio de los precios, contribuye, en lo esencial, a determinar los precios al determinar, a través de la posición ocupada en ella, las po-

sibilidades diferenciales de influir en su formación, por ejemplo, gracias al efecto de la economía de escala resultante del hecho de que la fuerza en la negociación con los proveedores se incrementa con el tamaño o que el costo de inversión por unidad de capacidad disminuye cuando aumenta la capacidad total. Y esta estructura social específica gobierna las tendencias inmanentes a los mecanismos del campo y, al mismo tiempo, los márgenes de libertad permitidos a las estrategias de los agentes. No son los precios los que hacen todo, sino el todo el que hace los precios.

La teoría del campo se opone así a la visión atomista y mecanicista que hipostasía el efecto del precio y que, como la física newtoniana, reduce a los agentes (accionistas, gerentes o empresas) a puntos materiales intercambiables cuyas preferencias, inscriptas en una función de utilidad exógena e incluso, en la variante más extrema (formulada especialmente por Gary Becker), inmutable, determinan las acciones de manera mecánica. También se opone, pero de otra manera, a la visión interaccionista que la representación del agente como átomo calculador permite hacer cohabitar con la visión mecanicista, y según la cual el orden económico y social se reduce a una multitud de individuos interactuantes, las más de las veces de manera contractual. Gracias a una serie de postulados grávidos de consecuencias, en particular el que consiste en plantear que se tratará decisoriamente a las empresas como *decision makers* aislados que maximizan sus ganancias,⁹ algunos teóricos de la organización industrial transfieren al plano de un colectivo como la firma (que en realidad funciona ella misma como un campo) el modelo de la decisión individual como resultado de un cálculo consciente y conscientemente orientado hacia la maximización de la ganancia (modelo cuyo irrealismo podrán reivindicar algunos, reconociendo por ejemplo que la empresa es un *nexus of contract*, pero sin sacar de ello ninguna consecuencia). La teoría se autoriza así a reducir la estructura de la relación de fuerza que es constitutiva del campo a un conjunto de interacciones desprovistas de toda trascendencia con respecto a quienes participan en él en el momento y susceptibles de ser descritas en el lenguaje de la teoría de los juegos. Perfectamente congruente en sus postulados fundamentales con la filosofía intelectualista que está también en su fundamento, la teoría neoclásica, de la que se olvida que se construyó explícita y expresamente contra la lógica de la práctica—sobre la base de postulados carentes de todo fundamento antropológico, como el que pretende que el sistema de preferencias ya está constituido y es transitivo—,¹⁰ reduce tácitamente los efectos cuyo ámbito es el campo económico a un juego de provisiones recíprocas.

Del mismo modo, aquellos que, para escapar a la representación del agente económico como mónada egoísta encerrada en la “persecución estrecha de su interés” y como “actor atomizado que toma decisiones al margen de toda restricción social”, recuerdan, como lo hace Mark Granovetter, que la acción económi-

ca sigue inmersa (*embedded*) en redes de relaciones sociales “que generan confianza y desalientan las acciones nocivas” (“*generating trust and discouraging malfeasance*”),¹¹ sólo se apartan del “individualismo metodológico” para caer en la visión interaccionista que, ignorante de la coacción estructural del campo, no quiere (o no puede) conocer más que el efecto de la previsión consciente y calculada que, presuntamente, cada agente hace de los efectos de su acción sobre los otros agentes (lo mismo que un teórico del interaccionismo como Anselm Strauss mencionaba con el nombre de *awareness context*);¹² o el efecto, pensado como “influencia”, que las *social networks*, los otros agentes o normas sociales ejercen supuestamente sobre él. Otras tantas soluciones que, al suprimir de ese modo todos los efectos de estructura y todas las relaciones objetivas de poder, equivalen a proponer una falsa superación de la alternativa, también falsa, entre el individualismo y el holismo.¹³ Si bien no se trata de negar la eficacia económica de las “redes” (o, mejor, del capital social) en el funcionamiento del campo económico, lo cierto es que las prácticas económicas de los agentes, y el poderío mismo de sus “redes” del que toma nota una noción rigurosamente definida de capital social, dependen ante todo de la posición que esos agentes ocupan en los microcosmos estructurados que son los campos económicos.

Así, no hay certeza de que lo que suele llamarse “tradición de Harvard” (es decir, la economía industrial fundada por Joe Bain y sus colaboradores) no merezca algo más que la mirada un poco condescendiente que le conceden los “teóricos de la organización industrial”. En efecto, tal vez valga más la pena avanzar en la dirección adecuada con *loose theories*, que pongan el acento en el análisis empírico de sectores industriales, que internarse con todas las apariencias del rigor en un camino sin salida por la ambición de presentar “un análisis elegante y general”. Me refiero aquí a Jean Tirole, que escribe: “*The first wave, associated with the names of Joe Bain and Edward Mason and sometimes called the «Harvard tradition», was empirical in nature. It developed the famous «structure-conduct-performance paradigm» according to which market structure (the number of sellers in the market, the degree of product differentiation, the cost structure, the degree of vertical integration with suppliers and so on) determines conduct (which consists of price, research and development, investment, advertising, and so forth) and conduct yields market performance (efficiency, ratio of price to marginal cost, product variety, innovation rate, profits and distribution). This paradigm, although plausible, often rested on loose theories, and it emphasized empirical studies on industries*” [“La primera ola, asociada con los nombres de Joe Bain y Edward Mason y a veces llamada ‘tradición de Harvard’, era de naturaleza empírica. Elaboró el famoso ‘paradigma de la estructura, la conducta y el desempeño’, según el cual la estructura del mercado (la cantidad de compradores en el mercado, el grado de diferenciación de productos, la estructura de costos, el grado de integración vertical con los proveedores, etc.) determina la conducta (consistente en el precio, la investigación y el desarrollo, la inversión, la publicidad y así

sucesivamente) y ésta resulta en el desempeño en el mercado (eficiencia, proporción entre el precio y el costo marginal, variedad de productos, índice de innovación, ganancias y distribución). Aunque plausible, este paradigma se apoyaba a menudo en teorías vagas, y hacía hincapié en los estudios empíricos de industrias¹⁴.

Edward Mason, en efecto, tiene el mérito de establecer los fundamentos de un verdadero análisis estructural (en oposición al interaccionista) del funcionamiento de un campo económico: en primer lugar, plantea que sólo un análisis capaz de tomar en cuenta la estructura de cada empresa, principio de la disposición a reaccionar ante la estructura particular del campo, y la estructura de cada sector (*industry*), una y otra ignoradas por los partidarios de la teoría de los juegos (de la que hace, de pasada, una crítica anticipada: "*Elaborate speculations on the probable behavior of A on the assumption that B will act in a certain way, seems particularly fruitless*" ["Las elaboradas especulaciones sobre el comportamiento probable de A con el supuesto de que B actuará de una determinada manera parecen particularmente infructuosas"]), puede explicar todas las diferencias entre las firmas en materia de prácticas competitivas, en especial en sus políticas de precios, producción e inversión.¹⁵ A continuación se esfuerza por establecer tanto teórica como empíricamente los factores que determinan la fuerza relativa de la empresa en el campo: tamaño absoluto, cantidad de empresas, diferenciación del producto. Al reducir la estructura del campo al espacio de las posibilidades tal como se presenta ante los agentes, quiere por último esbozar una "tipología" de las "situaciones" definidas por el conjunto de las "consideraciones que el vendedor tiene en cuenta en la determinación de sus políticas y prácticas empresarias" ("*The structure of a seller's market include all those considerations which he takes into account in determining his business policies and practices*").¹⁶

EL CAMPO ECONÓMICO COMO CAMPO DE LUCHAS

El campo de fuerzas es también un campo de luchas, campo de acción socialmente construido donde agentes que cuentan con recursos diferentes se enfrentan para tener acceso al intercambio y conservar o transformar la relación de fuerza vigente. Las empresas libran en él acciones que dependen, en sus fines y su eficacia, de su posición *en el campo de fuerza*, es decir, en la estructura de la distribución del capital en todas sus formas. Lejos de estar frente a un universo sin gravedad ni restricciones, en el que puedan desarrollar sus estrategias a voluntad, están orientadas por las restricciones y las posibilidades inscriptas en su posición y por la representación que pueden hacerse de esa posición y la de sus competidores, en función de su información y sus estructuras cognitivas. La cuota de libertad con que cuenta el arte de jugar es sin duda más grande que en otros campos, en razón del grado particularmente alto en que los medios y los fines de la acción, y por lo tanto las estrategias, se explicitan, confiesan, declaran e incluso proclaman cínicamente, en especial en la forma de "teorías autóctonas" de la acción estratégica (*management*), expresamente producidas con vistas

a asistir en sus decisiones a los agentes, y en particular a los directivos, y enseñadas de manera explícita en las escuelas donde éstos se forman, como las grandes *business schools*.¹⁷ (La teoría del *management*, literatura de *business school* para *business school*, cumple una función muy similar a la de los escritos de los juristas europeos de los siglos XVI y XVII que contribuyen a hacer el Estado bajo la apariencia de describirlo: concebida para uso de los gerentes, actuales o potenciales, oscila continuamente entre lo positivo y lo normativo, y se basa, en lo esencial, en una sobrestimación de la parte que juegan las estrategias conscientes con respecto a las restricciones estructurales y las disposiciones de los directivos.)

Esta especie de cinismo instituido, opuesto en todo a la denegación y la sublimación que tienden a imponerse dentro de los universos de producción simbólica, hace que la frontera entre la representación autóctona y la descripción científica sea en este caso menos marcada: así, algún tratado de *marketing* habla de *product market battlefield* ["el campo de batalla de los mercados de productos"].¹⁸ En un campo en que los precios son a la vez lo que está en juego y armas, las estrategias tienen espontáneamente, tanto para quienes las producen como para los demás, una *transparencia* nunca alcanzada en universos como los campos literario, artístico o científico, en que las sanciones siguen siendo en gran medida simbólicas, es decir, vagas y sometidas al mismo tiempo a variaciones subjetivas. De hecho, como lo atestigua el trabajo que debe desplegar la lógica del don para enmascarar lo que a veces se denomina la "verdad de los precios" (por ejemplo, siempre se quita con cuidado la etiqueta que los indica en los regalos), el precio en dinero tiene una especie de objetividad y universalidad brutales que apenas dejan lugar a la apreciación subjetiva (aun cuando pueda decirse, por ejemplo, que "es caro para lo que es" o que "bien vale lo que cuesta"). De ello se deduce que las estrategias de *bluff*, conscientes o inconscientes, como las de la pura pretensión, tienen menos posibilidades de éxito en los campos económicos —aunque también en ellos tengan cabida, pero más bien como estrategias de disuasión o, más raramente, de seducción—.

Las estrategias dependen ante todo de la configuración particular de los poderes que confiere al campo su estructura y que, definida por el grado de concentración —vale decir, la distribución de las cuotas del mercado entre una cantidad más o menos grande de empresas—, varía entre esos dos límites que son la competencia perfecta y el monopolio. Si damos crédito a Alfred D. Chandler, la economía de los grandes países industrializados experimentó, entre 1830 y 1960, un proceso de concentración (en especial por medio de un movimiento de fusiones) que eliminó progresivamente el universo de pequeñas empresas competidoras al que se referían los economistas clásicos: "El informe MacLane y otras fuentes nos muestran una industria manufacturera estadounidense compuesta por una gran cantidad de pequeñas unidades de producción, que emplean

menos de cincuenta personas cada una y se apoyan en la utilización de los recursos energéticos tradicionales [...]. Las decisiones de inversión, tanto a corto como a largo plazo, eran tomadas por centenares de pequeños productores que reaccionaban ante las señales del mercado, según el esquema descrito por Adam Smith¹⁹. En lo sucesivo, al cabo de una evolución marcada especialmente por una larga serie de fusiones y una transformación profunda de la estructura de las empresas, se advierte que, en la mayoría de los campos sectoriales, la lucha se circunscribe a un pequeño número de poderosas empresas rivales que, lejos de adaptarse pasivamente a una “situación de mercado”, están en condiciones de modelarla activamente.

Esos campos se organizan de manera relativamente invariante en torno de la oposición principal entre aquellos a quienes a veces se llama *first movers*, *market leaders* o *challengers*.²⁰ La empresa dominante tiene por lo común la iniciativa en materia de cambio de precios, introducción de nuevos productos y medidas de distribución y promoción; está en condiciones de imponer la representación más favorable a sus intereses sobre la manera conveniente de jugar y las reglas del juego, y por lo tanto sobre la participación en éste y su perpetuación. Constituye un punto de referencia obligado para sus competidores que, hagan lo que hicieren, se ven conminados a tomar posición con respecto a ella, activa o pasivamente. Las amenazas que penden sin cesar sobre ella —ya se trate de la aparición de nuevos productos capaces de reemplazar los suyos o del alza excesiva de sus costos, que puede poner en riesgo su producción— la obligan a una vigilancia constante (en especial en los casos de dominación compartida, en que se impone la coordinación destinada a limitar la competencia). Contra esas amenazas, la empresa dominante puede implementar dos estrategias muy diferentes: esforzarse por mejorar la posición global del campo tratando de incrementar la demanda general, o bien defender o aumentar sus posiciones conquistadas en el campo (su participación en el mercado).

Las empresas dominantes, en efecto, son parte integrante del estado global del campo, definido en especial por las posibilidades promedio de ganancia que ofrece, que determinan la atracción que ejerce (en comparación con otros campos). Esas firmas tienen interés en el crecimiento de la demanda, del que extraen un beneficio particularmente importante —ya que está proporcionado a su participación en el mercado—, para lo cual tratan de generar nuevos usuarios, nuevos usos o una utilización más intensiva de los productos que ofrecen (llegado el caso, actúan con ese fin ante los poderes políticos). Pero, sobre todo, deben defender su posición contra quienes las desafían mediante la innovación permanente (nuevos productos, nuevos servicios, etc.) y las bajas de precios. En razón de todas las ventajas con que cuentan en la competencia (en primera fila de las cuales están las economías de escala ligadas a su tamaño), pueden reducir sus costos y paralelamente sus precios limitando la reducción de sus márgenes, lo que

hace muy difícil la entrada de nuevos competidores y elimina a los más débiles. En síntesis, debido al aporte determinante que hacen a la estructura del campo (y a la determinación de los precios en la cual se expresa), estructura cuyos efectos se manifiestan en la forma de obstáculos a la entrada o coacciones económicas, los *first movers* disponen de ventajas decisivas tanto con respecto a los competidores ya instalados como a los ingresantes potenciales.²¹

Las fuerzas del campo impulsan a los dominantes a adoptar estrategias cuyo fin es perpetuar o redoblar su dominación. De tal modo, el capital simbólico con que cuentan gracias a su preeminencia y también a su antigüedad les permite recurrir con éxito a estrategias destinadas a intimidar a sus competidores, como la consistente en emitir señales para desalentar los posibles ataques (por ejemplo, mediante la diseminación de rumores con respecto a una baja de precios o el establecimiento de una nueva fábrica). Estrategias que pueden ser un mero *bluff*, pero creíbles, y por lo tanto eficaces, gracias a su capital simbólico. Puede suceder incluso que, confiadas en su fuerza y conscientes de que cuentan con recursos para sostener una prolongada ofensiva, y que por consiguiente el tiempo actúa en su favor, esas firmas dominantes decidan abstenerse de toda réplica y dejar a sus adversarios comprometerse en ataques costosos y destinados al fracaso. De manera general, las empresas hegemónicas tienen la capacidad de imponer el *tempo* de las transformaciones en los diferentes ámbitos: producción, *marketing*, investigación, etc., y el uso diferencial del tiempo es uno de los principales medios de su poder.

La aparición de un nuevo agente eficiente modifica la estructura del campo. Del mismo modo, la adopción de una nueva tecnología y la conquista de una porción más grande del mercado modifican las posiciones relativas y el rendimiento de todos los tipos de capital en poder de las demás. Pero las firmas que ocupan un lugar secundario en un campo también pueden atacar a la empresa dominante (y al resto de los competidores), sea de manera frontal, tratando por ejemplo de bajar sus costos y sus precios, en especial gracias a una innovación tecnológica, sea de manera lateral, intentando colmar las lagunas de la acción de la firma dominante y ocupar ciertos nichos al precio de una especialización de su producción, o volviendo contra ella sus propias estrategias. En ese caso, el éxito parece depender de la posición relativa en la estructura de la distribución del capital, y al mismo tiempo en el campo: mientras que las firmas muy grandes pueden obtener grandes ganancias gracias a economías de escala y las pequeñas pueden hacer otro tanto si se especializan para dedicarse a un segmento restringido del mercado, las empresas medianas tienen a menudo escasa rentabilidad porque, demasiado grandes para obtener las ganancias de una producción con un blanco bien preciso, son demasiado pequeñas para aprovechar las economías de escala de las mayores.

Habida cuenta de que las fuerzas del campo tienden a reforzar las posiciones

dominantes, podemos preguntarnos de qué manera es posible que se produzcan verdaderas transformaciones de las relaciones de fuerza dentro de él. De hecho, el *capital tecnológico* cumple un papel determinante y se pueden citar una serie de casos en que empresas dominantes fueron reemplazadas a causa de una mutación tecnológica que, gracias a una reducción de los costos, dio ventajas a competidoras más pequeñas. Pero el capital tecnológico sólo es eficiente si se asocia a otros tipos de capital. Así se explica, sin duda, que los desafiantes victoriosos sean muy pocas veces pequeñas empresas nacientes y que, cuando no tienen su origen en la fusión de firmas ya establecidas, *provengan de otras naciones o, sobre todo, de otros subcampos*. En realidad, las revoluciones incumben las más de las veces a compañías grandes que, mediante la diversificación, pueden sacar partido de sus capacidades tecnológicas para presentarse con una oferta competitiva en nuevos campos. Así, los cambios dentro del campo están ligados a menudo a cambios en las relaciones con su exterior.

A los cruces de límites se suman las *redefiniciones de las fronteras* entre los campos: algunos de éstos pueden quedar segmentados en sectores más restringidos; la industria aeronáutica, por ejemplo, se divide en productores de aviones de línea, aviones de combate y aviones de turismo; o, al contrario, los cambios tecnológicos pueden debilitar las fronteras entre industrias hasta entonces separadas: por ejemplo, la informática, las telecomunicaciones y la tecnología de oficina se confunden cada vez más, de modo que las empresas que hasta aquí sólo estaban presentes en uno de los tres subcampos tienden de manera creciente a competir en el nuevo espacio de relaciones que se constituye; así, el campo de las empresas audiovisuales sufre la conmoción producida por la irrupción de recién llegados procedentes de las telecomunicaciones y la informática, cuyos recursos no tienen comparación con los de los agentes tradicionales. En este caso, puede suceder que una sola firma entre en competencia no sólo con otras empresas de su campo sino también con compañías pertenecientes a varios otros. Cabe señalar, de paso, que en los campos económicos lo mismo que en cualquier otra categoría, *sus fronteras* son un objeto de luchas en el seno mismo del campo (a través, en especial, de la cuestión de los sustitutos posibles y las competencias que introducen); y que sólo el análisis empírico puede, en cada caso, determinarlas. (No es inusual que los campos tengan una existencia casi institucionalizada en la forma de ramas de actividad dotadas de organizaciones profesionales que funcionan a la vez como clubes de directivos de la industria, grupos de defensa de las fronteras en vigor, y por lo tanto de los principios de exclusión subyacentes a ellas, y como instancias de representación ante los poderes públicos, los sindicatos y las demás instancias análogas y provistas de órganos permanentes de acción y expresión.)

Pero entre todos los intercambios con el exterior del campo, los más importantes son los que se establecen con el Estado. La competencia entre las empresas asume a menudo la forma de una *competencia por el poder sobre el poder*

del Estado—en especial sobre el poder de reglamentación y los derechos de propiedad—²² y por las ventajas aseguradas por las diferentes intervenciones estatales: aranceles preferenciales, patentes, créditos para investigación y desarrollo, pedidos públicos de equipamiento, ayudas a la creación de empleos, a la innovación, a la modernización, a la exportación, a la vivienda, etc. En los intentos de modificar en su favor las “reglas del juego” vigentes y hacer valer de tal modo algunas 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.²³ Así, lo que se denomina el mercado es el conjunto de las relaciones de intercambio entre agentes colocados en competencia, interacciones directas que dependen, como dice Simmel, de un “conflicto indirecto”, es decir, de la estructura socialmente construida de las relaciones de fuerza, a la que los diferentes agentes participantes en el campo contribuyen en medidas diversas a través de las modificaciones que logran imponerle, en especial mediante el uso de los poderes estatales que están en condiciones de controlar y orientar. En efecto, el Estado no es únicamente el regulador encargado de mantener el orden y la confianza y el árbitro encargado de “controlar” las empresas y sus interacciones que habitualmente vemos en él. En el caso, completamente ejemplar, del campo de producción de casas individuales, como en muchos otros, contribuye de manera decisiva a la construcción de la demanda y la oferta; una y otra forma de intervención se efectúan bajo la influencia directa o indirecta de las partes más claramente interesadas.²⁴

Otros factores externos capaces de contribuir a una transformación de las relaciones de fuerza en el campo son las transformaciones de las fuentes de aprovisionamiento (por ejemplo, los grandes descubrimientos petrolíferos de principios del siglo XIX) y los cambios en la demanda determinados por los cambios en la demografía (como la baja de la natalidad o la prolongación de la duración de la vida) o en los estilos de vida (por ejemplo el incremento del trabajo femenino, que ocasiona la caída de ciertos productos, cuyo uso estaba ligado a la definición tradicional del papel de la mujer, y crea nuevos mercados, por ejemplo el de los congelados y los hornos de microondas). En realidad, esos factores externos sólo ejercen sus efectos sobre las relaciones de fuerza dentro del campo a través de la lógica misma de esas relaciones, es decir, en la medida en que aseguran una ventaja a los desafiantes: permiten que éstos se implanten en determinados nichos, mercados especializados cuyas exigencias muy particulares, las de una categoría de consumidores o un mercado regional, que además pueden constituir cabeceras de puente para desarrollos ulteriores, son de difícil satisfacción por parte de los *first movers*, concentrados en la producción estandarizada de gran volumen.

LA EMPRESA COMO CAMPO

Es notorio que las decisiones en materia de precios o en cualquier otro ámbito no dependen de un actor único, mito que enmascara los juegos y las apuestas de poder dentro de la empresa que funciona como un campo o, más precisamente, dentro del campo de poder propio de cada firma. En otras palabras, si entramos en la “caja negra” que constituye la empresa, no es para encontrar en ella individuos sino, una vez más, una estructura, la del campo de la empresa, que dispone de una autonomía relativa con respecto a las restricciones asociadas a su posición en el campo empresarial. Si el campo englobador afecta su estructura, ese campo englobado, en cuanto relación de fuerza y espacio de juego específico, define los términos y las apuestas mismas de la lucha, confiriéndole una fisonomía singular que a menudo los hace, a primera vista, ininteligibles desde afuera.

Si bien las estrategias de las empresas (especialmente en materia de precios) dependen de la posición que éstas ocupan en la estructura del campo, también dependen de la estructura de las posiciones de poder constitutivas del gobierno interno de la firma o, más exactamente, de las disposiciones (socialmente construidas) de los directivos que actúan bajo la restricción del campo de poder dentro de ella y de la totalidad de su campo (que se puede caracterizar a través de índices tales como la composición jerárquica de la mano de obra, el capital educativo y en particular científico del personal superior, el grado de diferenciación burocrática, el peso de los sindicatos, etc.). El sistema de restricciones y solicitudes que está inscripto en la posición dentro del campo y que lleva a las empresas dominantes a actuar en el sentido más favorable a la perpetuación de su dominación no tiene nada de una fatalidad, y ni siquiera de una especie de instinto infalible que oriente a las firmas y a sus directivos a tomar las opciones más aptas para la conservación de las ventajas adquiridas. Así, con frecuencia se cita el ejemplo de Henry Ford, quien, luego de que su brillante éxito en la producción y la distribución hiciera de él el fabricante de automóviles más barato del mundo, destruyó las capacidades competitivas de su compañía, después de la Primera Guerra Mundial, al hacer que se fueran casi todos sus gerentes más experimentados y competentes, que estuvieron en el origen del éxito de sus competidores.

Dicho esto, aunque goce de una relativa autonomía con respecto a las fuerzas del campo, la estructura misma del campo del poder en el seno de la empresa está íntimamente correlacionada con la posición de ésta en el campo, en especial por intermedio de la *correspondencia*, por un lado, entre el volumen (ligado por su parte a la antigüedad de la empresa y su posición en el ciclo de vida y por lo tanto, *grosso modo*, a su tamaño y su integración) y la estructura de su capital (en particular el peso relativo del capital financiero, el capital comercial y el ca-

pital técnico) y, por el otro, la estructura de la distribución del capital entre los diferentes directivos, propietarios –*owners*– y “funcionarios” –*managers*– y, en el caso de estos últimos, entre los poseedores de distintos tipos de capital cultural, de dominante financiera, técnica o comercial, es decir –si nos referimos a Francia–, entre los grandes cuerpos o las escuelas superiores (ENA, Politécnico o HEC) de los que son originarios.²⁵

En la larga duración se pueden discernir, sin duda, tendencias de la evolución de las relaciones de fuerza entre los grandes agentes del campo del poder en la empresa: en especial la preeminencia, en el origen, de los empresarios que dominan las nuevas tecnologías y son capaces de reunir los fondos necesarios para ponerlas en marcha, luego la intervención cada vez más inevitable de los banqueros y las instituciones financieras, y por último el ascenso de los gerentes.²⁶ Pero amén de que hay que analizar la forma particular que asume en cada estado de cada campo la configuración de la distribución de los poderes entre las empresas, podemos tener todas las herramientas para comprender la lógica de las luchas en que se determinan los fines de la compañía si analizamos, en el caso de cada firma y en cada momento, la forma de la configuración de los poderes en el seno del campo del poder *sobre* la empresa. Resulta claro, en efecto, que esos fines son objetos de luchas y que hay que sustituir los cálculos racionales de un “decisor” esclarecido por la lucha política entre agentes que tienden a identificar sus intereses específicos (ligados a su posición en la empresa y a sus disposiciones) con los intereses de la firma y cuyo poder se mide sin duda por su capacidad de identificar, para bien o para mal (como lo muestra el ejemplo de Henry Ford), los intereses de la empresa con *los suyos propios en ella* (cf. anexo, pág. 249).

LA ESTRUCTURA Y LA COMPETENCIA

Tomar en cuenta la estructura del campo significa decir que la competencia por el acceso al intercambio con los clientes no se puede comprender como una competición orientada por la mera referencia consciente y explícita a los competidores directos o, al menos, a los más peligrosos de ellos, según la fórmula de Harrison White: “Los productores se vigilan unos a otros dentro de un mercado”.²⁷ O más explícitamente aún en Max Weber, que ve en ella un “conflicto pacífico” que apunta a tomar posesión de “posibilidades o ventajas también deseadas por otros”: “Los participantes potenciales orientan sus ofertas indistintamente en función de la acción potencial de muchos otros competidores reales e imaginarios, y no sólo de la acción potencial de los participantes en el intercambio”.²⁸ Weber describe aquí una forma de cálculo racional, pero completamente diferente en su lógica del cálculo de la ortodoxia económica: no se trata de

agentes que toman sus decisiones a partir de la información proporcionada por los precios, sino de agentes que tienen en cuenta las acciones y reacciones de sus competidores y que “se orientan en relación con ellas”, provistos por lo tanto de una información a su respecto y capaces de actuar contra o con ellos, como en la acción de regateo, “la forma más consecuente de la formación de mercado” y del “compromiso de intereses” que lo cierra. Pero si bien tiene el mérito de sustituir la mera transacción con el interlocutor, el cliente, por *la relación con el conjunto de los productores*, Weber la reduce a una *interacción* consciente y meditada entre competidores que invierten en el mismo objeto (“todos los interesados potenciales en el intercambio”). Y ocurre otro tanto con Harrison White, que aunque vea en el mercado una “estructura social autorreproductora” (*self-reproducing social structure*), no busca el principio de las estrategias de los productores en las restricciones inherentes a su posición estructural, sino en la observación y el desciframiento de las señales que emite el comportamiento de los otros productores: “*Markets are self-reproducing structures among specific cliques of firms and other actors who evolve roles from observations of each other's behavior*” [“Los mercados son estructuras autorreproductoras entre camarillas específicas de empresas y otros actores que deducen roles de las observaciones de su comportamiento recíproco”].²⁹ O bien: “*Markets are tangible cliques of producers watching each other. Pressure from the buyer side creates a mirror in which producers see themselves, not consumers*” [“Los mercados son camarillas tangibles de productores que se vigilan mutuamente. La presión por el lado de los compradores crea un espejo en que los productores se ven a sí mismos, no a los consumidores”].³⁰ Los productores, armados con el conocimiento del costo de producción, tratan de maximizar sus ingresos determinando el volumen adecuado de producción “sobre la base de las posiciones observadas de todos los otros productores” (“*on the basis of observed positions of all other producers*”) y buscan un nicho en el mercado.

Se trata, de hecho, de subordinar esta descripción “interaccionista” de las estrategias a un análisis estructural de las condiciones que delimitan el espacio de las estrategias posibles. Y no olvidar que la competencia entre una pequeña cantidad de agentes en interacción estratégica por el acceso (de una parte de ellos) al intercambio con una categoría particular de clientes es también y sobre todo el encuentro entre productores que ocupan posiciones diferentes en la estructura del capital específico (en sus distintos tipos) y clientes que ocupan en el espacio social posiciones homólogas a las de esos productores en el campo. Lo que comúnmente se denomina *nichos* no es otra cosa que esa sección de la clientela que la afinidad estructural asigna a las diferentes empresas, y en particular a las secundarias: como logramos mostrarlo con respecto a los bienes culturales y a bienes de fuerte componente simbólico como la ropa o la casa, es probable que en cada campo pueda observarse una homología entre el espacio de los produc-

tores (y los productos) y el espacio de los clientes distribuidos según los principios de diferenciación pertinentes. Lo cual significa decir, de paso, que las restricciones, a veces mortales, que los productores dominantes imponen a sus competidores reales o potenciales, sólo se ejercen por la mediación del campo: de modo que la competencia nunca es otra cosa que un “conflicto indirecto” (en el sentido que le da Simmel) que no está directamente encaminado contra el competidor. Lo mismo que en otras partes, no es necesario que la lucha en el campo económico se inspire en la intención de destruir para producir efectos destructores. (Podemos deducir de ello una consecuencia “ética” de la visión de los universos de producción como campos: así como puede decirse, con Harrison White, que “*firm is distinctive*”, en cuanto posición en un campo, punto en un espacio, sin estar obligados a suponer que todas sus estrategias se inspiran en una búsqueda de la distinción –lo mismo vale para cualquier empresa de producción cultural, por ejemplo la de un artista, un escritor o un sociólogo–, también puede afirmarse que todo agente involucrado en un campo está involucrado en un “conflicto indirecto” con todos los que participan en el mismo juego: sus acciones pueden tener el efecto de destruirlos sin inspirarse en lo más mínimo en la intención de aniquilarlos y ni siquiera de superarlos, de rivalizar con ellos.)

EL HABITUS ECONÓMICO

El *homo oeconomicus*, tal como lo concibe (de manera tácita o explícita) la ortodoxia económica, es una especie de monstruo antropológico: ese práctico con cabeza de teórico encarna la forma por excelencia de la *scholastic fallacy*, error intelectualista o intelectualo-céntrico, muy común en las ciencias sociales (en especial en lingüística y etnología), por el cual el erudito pone en la cabeza de los agentes que estudia: amas de casa u hogares, empresas o empresarios, etc., las consideraciones y construcciones teóricas que él tuvo que elaborar para explicar sus prácticas.³¹ Gary Becker, autor de los intentos más atrevidos de exportar a todas las ciencias sociales el modelo del mercado y la tecnología, presuntamente más poderosa y eficiente, de la empresa neoclásica, tiene el mérito de declarar con toda claridad lo que a veces se enmascara en los supuestos implícitos de la rutina científica: “*The economic approach [...] now assumes that individuals maximize their utility from basic preferences that do not change rapidly over time and that the behavior of different individuals is coordinated by explicit or implicit markets [...]. The economic approach is not restricted to material goods and wants or to markets with monetary transactions, and conceptually does not distinguish between major or minor decisions or between «emotional» and other decisions. Indeed [...] the economic approach provides a framework applicable to all human behavior –to all types of decisions and to*

persons for all walks of life” [“El enfoque económico [...] supone hoy que los individuos maximizan su utilidad a partir de preferencias básicas que no cambian con rapidez con el paso del tiempo, y que el comportamiento de distintos individuos es coordinado por mercados explícitos o implícitos [...]. El enfoque económico no se restringe a bienes y necesidades materiales o a mercados con transacciones monetarias, y *conceptualmente* no distingue entre decisiones mayores o menores o entre decisiones ‘emocionales’ y de otro tipo. En rigor [...], el enfoque económico proporciona un marco aplicable a todo el comportamiento humano: a toda clase de decisiones y a personas de toda condición”].³² Ya nada escapa a la explicación mediante el agente maximizador: ni las estructuras organizacionales, las empresas o los contratos, ni los parlamentos y las municipalidades, ni el matrimonio (concebido como intercambio económico de servicios de producción y reproducción) o la familia, ni las relaciones entre padres e hijos o el Estado. Este modo de explicación universal por medio de un principio de explicación también universal (las preferencias individuales son exógenas, ordenadas y estables, por lo tanto sin génesis ni devenir contingentes) ya no sabe de límites. Gary Becker ni siquiera reconoce los que Pareto estaba obligado a poner en el texto fundador, en el cual, tras identificar la racionalidad de las conductas económicas con la racionalidad a secas, distinguía las conductas propiamente económicas, que son la culminación de “razonamientos lógicos” apoyados en la experiencia, y las conductas “determinadas por el uso”, como el hecho de sacarse el sombrero al entrar en un salón³³ (con lo que reconocía otro principio de la acción, el uso, la tradición o el hábito, a diferencia del individualismo metodológico, que no quiere conocer otra cosa que la alternativa de la elección consciente y deliberada, que satisface ciertas condiciones de eficacia y coherencia, y la “norma social”, cuya eficiencia también pasa por una elección).

La mejor forma de contribuir a la integración o “hibridación” de las dos disciplinas, sociológica y económica, dramáticamente separadas a pesar de los esfuerzos en sentido inverso de algunos grandes fundadores —de Pareto y Schumpeter, por ejemplo, hacia la sociología, y de Durkheim, Mauss y sobre todo Weber hacia la economía—,³⁴ tal vez sea recordar la arbitrariedad de la distinción fundamental (y aún presente en nuestros días en las mentes de los economistas que dejan a los sociólogos las curiosidades o las averías de los funcionamientos económicos) entre el orden de lo económico, regido por la lógica eficiente del mercado y destinado a las conductas lógicas, y el orden incierto de lo “social”, habitado por la arbitrariedad “no lógica” de la costumbre, las pasiones y los poderes. Sólo se puede reunificar una ciencia social artificialmente dividida si se toma conciencia del hecho de que las estructuras y los agentes económicos o, más exactamente, sus disposiciones, son construcciones sociales, indisociables del conjunto de las construcciones sociales que constituyen un orden social. Pero esta ciencia social reunificada, capaz de construir modelos de los que ya no se sabrá si son económicos o sociológicos, tendrá sin duda muchas dificultades

para imponerse, a la vez por razones políticas y por razones que obedecen a la lógica propia de los universos científicos. Es incuestionable, en efecto, que son muchos los que tienen interés en que no se establezca ningún vínculo entre las políticas económicas y sus consecuencias sociales o, más precisamente, entre las supuestas políticas económicas cuyo carácter político se afirma en el hecho mismo de que se niegan a tomar en cuenta lo social y el costo social, y también económico —que, por poco que se intentara, no sería tan difícil de evaluar—, y sus efectos a corto y largo plazo (me refiero, por ejemplo, al crecimiento de las desigualdades económicas y sociales resultante de la puesta en práctica de las políticas neoliberales y a los efectos negativos de esas desigualdades sobre la salud, la delincuencia y el delito, etc.). Pero si la hemiplejía cognitiva a la que hoy están condenados sociólogos y economistas tiene fuertes motivos para perpetuarse contra los intentos, cada vez más numerosos, de liberarse de ella, es también porque las fuerzas sociales que pesan sobre los universos supuestamente puros y perfectos de la ciencia, en especial por medio de los sistemas de sanciones y recompensas encarnados por las revistas científicas, las jerarquías de casta, etc., favorecen la reproducción de los espacios separados, asociados a estructuras de posibilidades de ganancia y a disposiciones diferentes, y hasta inconciliables, que tienen su origen en el corte inicial.

El concepto de *habitus* tiene la función primordial de romper con la filosofía cartesiana de la conciencia y liberar al mismo tiempo de la alternativa ruinosa entre el mecanicismo y el finalismo, es decir, entre la determinación por causas y la determinación por razones; e incluso entre el individualismo calificado de metodológico y lo que a veces se llama (entre los “individualistas”) holismo, oposición semiculta que no es más que la forma eufemizada de la alternativa —sin duda la más poderosa del orden político— entre el individualismo o liberalismo, que considera al individuo como última unidad elemental autónoma, y el colectivismo o socialismo, que supuestamente concede la primacía a lo colectivo.

El agente social, en cuanto está dotado de un *habitus*, es un individuo colectivo o un colectivo individuado debido a la incorporación de las estructuras objetivas. Lo individual, lo subjetivo, es social, colectivo. El *habitus* es subjetividad socializada, trascendental histórico cuyos esquemas de percepción y apreciación (los sistemas de preferencia, los gustos) son el producto de la historia colectiva e individual. La razón (o la racionalidad) es *bounded*, limitada, no sólo, como lo cree Herbert Simon, porque el espíritu humano también lo es de manera genérica (cosa que no es un descubrimiento), sino porque está socialmente estructurado, determinado y, por lo tanto, acotado. Aquellos que, los primeros, aduzcan que esto tampoco es ningún descubrimiento, deberían interrogarse sobre las razones que hacen que la teoría económica haya permanecido tan absolutamente sorda a los llamados de esas comprobaciones antropológicas. Vehlen, por ejemplo, defendía ya la idea de que el agente económico no es “un atado de deseos” (“*a bundle of desires*”), sino “una estructura coherente de pro-

pensiones y hábitos" ("*a coherent structure of propensities and habits*");³⁵ James S. Duesenberry señalaba también que el principio de la decisión de consumo no debe buscarse por el lado de la planificación racional (*rational planning*) sino más bien por el del aprendizaje y la formación de los hábitos (*learning and habit formation*), y establecía que el consumo dependía tanto del ingreso pasado como del ingreso presente.³⁶ Veblen, una vez más, anticipándose a la idea de *interactive demand*, enunció hace mucho, como Jevons y Marshall, los efectos de la estructura o de la posición ocupada en ella sobre la definición de las necesidades y, de ese modo, sobre la demanda. En resumen, si hay una propiedad universal, es la de que los agentes no son universales porque sus propiedades, y en particular sus preferencias y sus gustos, son el producto de su emplazamiento y sus desplazamientos en el espacio social, y por lo tanto de la historia colectiva e individual. La conducta económica socialmente reconocida como racional es el producto de ciertas condiciones económicas y sociales. Siempre que se la refiera a su génesis individual y colectiva, podrán comprenderse las condiciones económicas y sociales de posibilidad y, de ese modo, a la vez la necesidad y los límites sociológicos de la razón económica y de nociones aparentemente incondicionadas como las de necesidades, cálculo o preferencias.

Dicho esto, el *habitus* no tiene nada de un principio mecánico de acción o, más exactamente, de reacción (a la manera de un arco reflejo). Es *espontaneidad condicionada* y limitada. Es el principio autónomo que hace que la acción no sea simplemente una reacción inmediata a una realidad en bruto sino una réplica "inteligente" a un aspecto activamente seleccionado de lo real: ligado a una historia preñada de un porvenir probable, es inercia, huella de su trayectoria pasada, que los agentes oponen a las fuerzas inmediatas del campo y que hace que sus estrategias no puedan deducirse directamente ni de la posición ni de la situación inmediatas. El *habitus* produce una réplica cuyo principio no está inscripto en el estímulo y que, sin ser absolutamente imprevisible, no puede pervertirse a partir del mero conocimiento de la situación; una respuesta a un aspecto de la realidad que se distingue por una aprehensión selectiva, fragmentaria [*partielle*] y parcial [*partiale*] (sin ser pese a ello "subjetiva" en sentido estricto) de ciertas estimulaciones, por una atención al aspecto particular de las cosas del que puede decirse indiferentemente que "suscita interés" o que el interés lo suscita; una acción que, sin contradecirnos, podemos calificar a la vez de determinada y espontánea, porque está determinada por estimulaciones *condicionales y convencionales* que sólo existen como tales para un agente dispuesto a percibir las y apto para hacerlo.

La pantalla que el *habitus* pone entre el estímulo y la reacción es una pantalla de tiempo, en la medida en que, salida de una historia, es relativamente constante y duradera, y por consiguiente está *relativamente* liberada de la historia. Producto de las experiencias pasadas y de toda una acumulación colectiva e in-

dividual, sólo puede comprenderse de manera adecuada mediante un análisis genético que se aplique a la vez a la historia colectiva —con la historia de los gustos, por ejemplo, que Sidney Mintz ilustró mostrando cómo la afición por el azúcar, en un primer momento producto de lujo exótico reservado a las clases privilegiadas, se convirtió poco a poco en un elemento indispensable de la alimentación corriente de las clases populares—³⁷ y a la historia individual, con el análisis de las condiciones económicas y sociales de la génesis de los gustos individuales en materia de alimentación, decoración, vestimenta y también canciones, teatro, música o cine, etc.³⁸ y, en términos más generales, de las *disposiciones* (en el doble sentido de capacidades y propensiones) a llevar a cabo las acciones económicas ajustadas a un orden económico (por ejemplo, calcular, ahorrar, invertir, etc.).

El concepto de *habitus* permite también escapar a la alternativa del finalismo —que define la acción como determinada por la referencia consciente a un fin deliberadamente postulado y que, por consiguiente, concibe todo comportamiento como el producto de un cálculo puramente instrumental, para no decir cínico— y el mecanicismo, para el que la acción se reduce a una mera reacción a causas indiferenciadas. Los economistas ortodoxos y los filósofos que sostienen la Teoría de la acción racional oscilan, a veces en la misma frase, entre estas dos opciones teóricas lógicamente incompatibles: por un lado, un decisionismo finalista según el cual el agente es una pura conciencia racional que actúa con pleno conocimiento de causa, siendo el principio de acción una razón o una decisión racional determinada por una evaluación racional de las posibilidades; por el otro, un fisicalismo que hace de aquél una partícula sin inercia que reacciona de manera mecánica e instantánea a una combinación de fuerzas. Pero tienen tanto menos inconvenientes para conciliar lo inconciliable cuanto que los dos aspectos de la alternativa no son más que uno: en ambos casos, con un sacrificio a la *scholastic fallacy*, se proyecta al sujeto sapiente, provisto de un conocimiento perfecto de las causas y las posibilidades, en el agente actuante, al que se supone racionalmente inclinado a plantear como fines las posibilidades que le asignan las causas (el hecho de que los economistas, en nombre del “derecho a la abstracción”, hagan sacrificios a ese paralogismo con pleno conocimiento de causa no basta —¿hace falta decirlo?— para anular sus efectos).

El *habitus* es un principio de acción muy económico, que asegura una enorme economía de cálculo (en especial del cálculo de los costos de investigación y medición) y también de tiempo, recurso particularmente escaso en la acción. En consecuencia, está especialmente adaptado a las circunstancias ordinarias de la existencia que, sea debido a la urgencia o en razón de la insuficiencia de los conocimientos necesarios, casi no dan cabida a la evaluación consciente y calculada de las posibilidades de ganancia. Directamente originado en la práctica y ligado a ella tanto en su estructura como en su funcionamiento, ese sentido

práctico no puede medirse al margen de las condiciones prácticas de su ejecución. Lo cual significa que las pruebas a las que la “heurística de la decisión”³⁹ somete a los sujetos son doblemente inadecuadas, porque tratan de medir en una situación artificial una aptitud para la evaluación consciente y calculada de las posibilidades cuya puesta misma en acción supone una ruptura con las inclinaciones del sentido práctico (se olvida, en efecto, que el cálculo de probabilidades se construyó contra las tendencias espontáneas de la primera intuición).

Prácticamente oscura, por situarse más acá del dualismo del sujeto y el objeto, de la actividad y la pasividad, de los medios y los fines, del determinismo y la libertad, la relación del *habitus* con el campo, en la que el primero se determina determinando lo que lo determina, es un cálculo sin calculador, una acción intencional sin intención de la que existen muchos testimonios empíricos.⁴⁰ En el caso particular (pero particularmente frecuente) en que el *habitus* es el producto de condiciones objetivas semejantes a aquellas en que funciona, genera conductas que están perfectamente adaptadas a esas condiciones sin ser el producto de una búsqueda consciente e intencional de la adaptación (en ese aspecto, hay que tener la precaución de no tomar esas “previsiones adaptativas”, en el sentido de Keynes, por “previsiones racionales”, aun cuando el agente cuyo *habitus* está bien ajustado sea en cierto modo una réplica del agente como productor de previsiones racionales). En ese caso, el efecto del *habitus* es en cierta forma invisible, y la explicación por su intermedio puede parecer redundante con respecto a la que recurre a la situación (se puede incluso tener la impresión de que se trata de una explicación *ad hoc*, en la lógica de la virtud dormitiva). Pero la eficacia propia del *habitus* se observa con toda claridad en las situaciones en que no es el producto de las condiciones de su concreción o realización (cada vez más frecuentes a medida que las sociedades se diferencian): es lo que sucede cuando agentes formados en una economía precapitalista tropiezan, desarmados, con las exigencias de un cosmos capitalista;⁴¹ o bien cuando ancianos perpetúan, a la manera de Don Quijote, disposiciones fuera de lugar y a destiempo; o cuando las disposiciones de un agente en ascenso o en declinación en la estructura social, nuevo rico, advenedizo o desclasado, están en disonancia con la posición que él ocupa. Dichos efectos de histéresis, de retraso en la adaptación y de desfase contraadaptativo encuentran su explicación en el carácter relativamente duradero —lo cual no quiere decir inmutable— de los *habitus*.

A la constancia (relativa) de las disposiciones corresponde la constancia (relativa) de los juegos sociales en que ellas se constituyen: al igual que éstos, los juegos económicos no son juegos de azar; exhiben regularidades y recurrencias de configuraciones semejantes en número finito que les confieren cierta monotonía. En consecuencia, el *habitus* produce previsiones *razonables* (y no racionales) que, por ser el producto de disposiciones nacidas de la incorporación insensible de la experiencia de situaciones constantes o recurrentes, se adaptan de

inmediato a situaciones novedosas pero no radicalmente insólitas. En cuanto disposición a actuar que es el producto de experiencias anteriores de situaciones similares, asegura un dominio práctico de las situaciones de incertidumbre y funda una relación con el futuro que no es la del proyecto, como mira de posibilidades que pueden tanto suceder como no suceder, sino la de la *previsión práctica*: al descubrir en la objetividad misma del mundo lo que se presenta como la única cosa por hacer, y captar lo por venir como un cuasi presente (y no como un futuro contingente), la previsión de lo por venir es por completo ajena a la lógica puramente especulativa de un cálculo de los riesgos, capaz de atribuir valores a las diferentes posibilidades enfrentadas. Pero el *habitus* también es, como hemos visto, un principio de diferenciación y selección que tiende a conservar lo que lo confirma, con lo que se afirma como una potencialidad que tiende a asegurar las condiciones de su propia realización.

Así como la visión intelectualista de la ortodoxia económica reduce el dominio práctico de las situaciones de incertidumbre a un cálculo racional de los riesgos, también, munida de la teoría de los juegos, construye la previsión de las conductas del otro como una especie de cálculo de las intenciones del adversario, concebidas por hipótesis como intenciones de engañar, en particular en lo que se refiere a sus intenciones. De hecho, el problema que la ortodoxia económica resuelve con la hipótesis ultraintelectualista del *common knowledge* (yo sé que tú sabes que yo sé) se resuelve, en la práctica, mediante la *orquestración de los habitus* que, en la medida misma de su congruencia, permiten la previsión mutua de los comportamientos de los otros. Las paradojas de la acción colectiva encuentran su solución en las prácticas fundadas en el postulado tácito de que los otros actuarán de manera responsable y con esa especie de constancia o fidelidad a sí mismos que está inscrita en el carácter duradero de los *habitus*.

UNA ILUSIÓN BIEN FUNDADA

Así, la teoría del *habitus* permite *explicar la verdad aparente de la teoría que ella desmiente*. Si una hipótesis tan irrealista como la que funda la teoría de la acción o la previsión racional puede parecer convalidada por los hechos es porque, en razón de la correspondencia estadística, empíricamente establecida, entre las disposiciones y las posiciones, los agentes forman, en la gran mayoría de los casos (las excepciones más notables son las de los subproletarios, los desclasados y los tráfugas, que el modelo, por otra parte, permite explicar), esperanzas razonables, es decir, ajustadas a las posibilidades objetivas, y casi siempre controladas y reforzadas por el efecto directo de los controles colectivos, en particular los que ejerce la familia. Y la teoría del *habitus* permite incluso comprender que los hechos no desmientan por completo un artificio teórico como el de

“agente representativo”, fundado en la hipótesis de que las elecciones de los distintos agentes de una misma categoría, por ejemplo los consumidores, pueden ser tratadas, a pesar de su extrema heterogeneidad, como la elección de un “individuo representativo” estándar que presuntamente maximiza su utilidad. De tal modo, luego de haber mostrado no sólo que esta ficción descansa sobre hipótesis muy limitantes y especiales, sino que nada permite afirmar que el conjunto agregado de los individuos, aunque todos sean maximizadores, se comporta como un individuo que maximiza su utilidad, y que, a la inversa, el hecho de que la colectividad exhiba cierto grado de racionalidad no implica que los individuos actúen racionalmente, Alan Kirman sugiere que se puede fundar una función de demanda global no sobre la homogeneidad sino sobre la heterogeneidad de los agentes, por la que un comportamiento de demanda individual muy disperso puede conducir a un comportamiento global agregado de demanda muy unificado y estabilizado.⁴² Ahora bien, una hipótesis semejante encuentra un fundamento realista en la teoría del *habitus* y la representación de los consumidores como un conjunto de agentes heterogéneos de disposiciones, preferencias e intereses muy distintos (al igual que sus condiciones de existencia) pero ajustados, en cada caso, a condiciones de existencia que implican posibilidades diferentes y sometidos, debido a ello, a las restricciones inscriptas en la estructura del campo, la del campo económico en su totalidad y también en los subespacios más o menos restringidos en los que interactúan con un subgrupo limitado de agentes. En el campo económico casi no hay lugar para las “locuras”, y quienes se abandonan a ellas pagan más o menos a largo plazo con su desaparición o su fracaso el precio de su desafío a las reglas y regularidades immanentes del orden económico.

Al dar una forma explícita y sistemática a la filosofía del agente y la acción que la ortodoxia económica acepta las más de las veces de manera tácita (en especial porque, con ideas como las de preferencia o elección racional, no hace más que racionalizar una “teoría” de sentido común de la decisión), los partidarios de la Teoría de la acción racional (entre ellos algunos economistas, como Gary Becker) y del Individualismo metodológico (como James Coleman, Jon Elster y sus epígonos franceses) habrán prestado sin duda un servicio eminente a la investigación: su ultrarracionalismo estrechamente intelectualista (o intelectualo-céntrico) contradice de manera directa, por su mismo exceso y su indiferencia a la experiencia, las conquistas más sólidas de las ciencias históricas de las prácticas humanas. Si pareció necesario mostrar que muchos de los logros de la ciencia económica son perfectamente compatibles con una filosofía del agente, de la acción, del tiempo y del mundo social completamente diferente de la que producen o aceptan por lo común la mayor parte de los economistas, no fue entonces para hacer sacrificios a una especie de pundonor filosófico, sino únicamente para intentar reunificar las ciencias sociales, con un esfuerzo por devolver a la economía a su verdad de ciencia histórica.

NOTAS

1. A la espera de que se elabore una formulación obediente a esos principios, podemos ayudarnos con el análisis de las correspondencias (cuyos fundamentos teóricos son muy parecidos) para poner en evidencia la estructura del campo económico, es decir, el verdadero *principio explicativo* de las prácticas económicas.

2. W. H. Hamilton, *Price and Price Policies* (Nueva York, McGraw-Hill, 1938).

3. M. R. Tool, "Contributions to an institutional theory of price determination", en G. M. Hodgson y E. Screpanti, *Rethinking Economics, Markets, Technology and Economic Evolution* (Aldershot, Inglaterra, European Association for Evolutionary Political Economy, 1991), págs. 29-30.

4. Esta concepción del capital social se distingue de las definiciones que se propusieron posteriormente en la sociología y la economía norteamericanas, en la medida en que toma en cuenta no sólo la red de relaciones, caracterizada en su extensión y su viabilidad, sino también el *volumen del capital de diferentes tipos que permite movilizar por procuración* (y, al mismo tiempo, las diversas ganancias que puede procurar: ascensos profesionales, participación en proyectos, acceso a decisiones importantes, oportunidades de inversiones financieras u otras) (cf. P. Bourdieu, "Le capital social. Notes provisoires", art. cit.).

5. El capital cultural, el capital técnico y el capital comercial existen a la vez en la forma objetivada (equipos, instrumentos, etc.) y en la forma incorporada (competencia, habilidad manual, etc.). Puede verse una anticipación de la distinción entre los dos estados del capital, objetivado e incorporado, en Veblen, quien reprocha a la teoría ortodoxa del capital que sobrestime los activos tangibles en desmedro de los activos intangibles (T. Veblen, *The Instinct of Workmanship*, Nueva York, Augustus Kelley, 1964).

6. B. Minth y M. Schwartz, *The Power Structure of American Business* (Chicago, University of Chicago Press, 1985).

7. J. A. Kregel, "Economic methodology in the face of uncertainty", *Economic Journal*, 86 (1976), págs. 209-225.

8. Como lo mostró con claridad R. H. Coase, los actos de intercambio se pueden hacer instantáneos en nombre de la hipótesis —tácitamente planteada por la teoría ortodoxa— de los costos de transacción nulos (*zero transaction costs*): "Otra consecuencia de la hipótesis, contadas veces señalada, de los costos de transacción nulos, es el hecho de que, cuando esos costos no existen, no cuesta nada acelerarlos, de tal manera que la eternidad puede vivirse en una fracción de segundo" ("*Another consequence of the assumption of zero transaction costs, not usually noticed, is that, when there are no costs of making transactions, it costs nothing to speed them up, so that eternity can be experienced in a split second*"); R. H. Coase, *The Firm, the Market and the Law* (Chicago, University of Chicago Press, 1988), pág. 15 [traducción castellana: *La empresa, el mercado y la ley*, Madrid, Alianza, 1994].

9. J. Tirole, *The Theory of Industrial Organization* (Cambridge, The MIT Press, 1988), pág. 4 [traducción castellana: *La teoría de la organización industrial*, Barcelona, Ariel, 1990].

10. Los trabajos clásicos de Amos Tversky y Daniel Kahneman pusieron en eviden-

cia las fallas y los errores que cometen los agentes en materia de teoría de las probabilidades y de estadística (A. Tversky y D. Kahneman, "Availability, a heuristic for judging frequency and probability", *Cognitive Psychology*, 2, 1973, págs. 207-232; y también S. Sutherland, *Irrationality, the Enemy Within*, Londres, Constable, 1972 [traducción castellana: *Irracionalidad: el enemigo interior*, Madrid, Alianza, 1996]). Con el supuesto intelectualista que sostiene esas investigaciones se corre el riesgo de ignorar que el problema lógico que se infiere de una situación real no es planteado como tal por los agentes (como relación social, la amistad no conoce el principio "los amigos de mis amigos son mis amigos") y que la lógica de las disposiciones hace que los agentes estén en condiciones de responder en la práctica a situaciones que plantean problemas de previsión de las posibilidades que no pueden resolver de manera abstracta (cf. P. Bourdieu, *Le Sens pratique*, París, Éditions de Minuit, 1980).

11. M. Granovetter, "Economic action and social structure, the problem of embeddedness", *American Journal of Sociology*, 91(3) (noviembre de 1985), págs. 481-510.

12. A. Strauss, *Continual Permutations of Action* (Nueva York, Aldine de Gruyter, 1993).

13. Cf. M. Granovetter, "Economic institutions as social constructions: a framework for analysis", *Acta Sociologica*, 35 (1992), págs. 3-11. En este artículo se hallará una forma transformada de la alternativa del "individualismo" y el "holismo" que hace estragos en la ortodoxia económica (y sociológica) en la forma de la oposición tomada de Dennis Wrong ("The oversocialized conception of man in modern sociology", *American Sociological Review*, 26, 1961, págs. 183-196), entre la *undersocialized view* cara a la ortodoxia económica y la *oversocialized view* que supone que los agentes son tan "sensibles" [*sensitive*] a la opinión de los demás que se someten de manera automática a las normas comúnmente admitidas de comportamiento" o que interiorizaron tan profundamente las normas o las coacciones que las relaciones reales ya no los afectan (así se comprende a veces, de manera completamente equivocada, la noción de *habitus*). Es lícito entonces concluir que, en definitiva, los *over* y los *under* coinciden en ver a los agentes como mónadas cerradas a las "influencias" de los *concrete ongoing systems of social relations* y de las *social networks*.

14. J. Tirole, *The Theory of Industrial Organization*, *op. cit.*, págs. 2-3. Un poco más adelante, el autor da indicaciones sobre los costos y las ganancias asociados a las diferentes categorías de productos (en especial teóricos y empíricos) en el mercado de la ciencia económica que permiten comprender los destinos comparados de la "tradición de Harvard" y la nueva "teoría de la organización industrial" que él defiende: "*Until the 1970s, economic theorists (with a few exceptions) pretty much ignored industrial organization, which did not lend itself to elegant and general analysis the way the theory of competitive general equilibrium analysis did. Since then, a fair number of top theorists have become interested in industrial organization*" ["Hasta la década de 1970, los teóricos de la economía (con pocas excepciones) prácticamente ignoraban la organización industrial, que no se prestaba a un análisis elegante y general como lo hacía la teoría del análisis del equilibrio general competitivo. Desde entonces, un buen número de teóricos de primera línea comenzaron a mostrar interés en la organización industrial"].

15. E. S. Mason, "Price and production policies of large-scale enterprise", *The Ame-*

rican Economic Review, 31(1), suplemento (marzo de 1939), págs. 61-74 (en especial pág. 64).

16. *Ibid.*, pág. 68 (el subrayado es mío, para indicar la oscilación entre el lenguaje de la estructura y la coacción estructural, y el de la conciencia y la elección intencional).

17. Max Weber señala que el intercambio mercantil es completamente excepcional, en el sentido de que representa la más instrumental y calculadora de todas las formas de acción, un “arquetipo de la acción racional” que constituye “una abominación para cualquier sistema de ética fraternal” (M. Weber, *Économie et Société*, París, Plon, 1971, pág. 633) [traducción castellana: *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1992].

18. P. Kotler, *Marketing, Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control* (Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1988 [1967], pág. 239) [traducción castellana: *Dirección de marketing*, Madrid, Prentice-Hall, 1999].

19. A. D. Chandler, *La Main visible des managers*, traducción de F. Langer (París, Economica, 1988), págs. 70-72.

20. Aunque desde hace algunos años esta concepción sea puesta en tela de juicio, por el hecho de que, con la crisis, las jerarquías sufren sacudidas constantes y las fusiones-adquisiciones permiten a las firmas pequeñas comprar grandes compañías o competir eficazmente con ellas, se advierte una estabilidad bastante importante de las doscientas mayores empresas mundiales.

21. A. D. Chandler, *Scale and Scope. The Dynamics of Industrial Capitalism* (Cambridge, Harvard University Press, 1990), págs. 598-599 [traducción castellana: *Escala y diversificación: la dinámica del capitalismo industrial*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 1996, 2 tomos].

22. Cf. J. Campbell y L. Lindberg, “Property rights and the organization of economic action by the State”, *American Sociological Review*, 55 (1990), págs. 634-647.

23. Neil Fligstein ha demostrado que no puede comprenderse la transformación del gobierno de las firmas sin hacer, en la larga duración, la disección del estado de las relaciones que tejen con el Estado, y ello en el caso más favorable a la teoría liberal, Estados Unidos, donde el Estado sigue siendo un agente decisivo en la estructuración de las industrias y los mercados (cf. N. Fligstein, *The Transformation of Corporate Control*, Cambridge, Harvard University Press, 1990). Otro testimonio de la importancia decisiva de las regulaciones centrales es la acción de *lobby* organizado que las empresas europeas realizan ante las instancias comunitarias de Bruselas.

24. El Estado, cuyo papel es evidente en el caso de la economía de la casa, dista de ser el único mecanismo de coordinación de la oferta y la demanda. Otras instituciones, como las redes de interconocimiento en la venta de *crack* (P. Bourgois, *Searching for Respect: Selling Crack in El Barrio*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996), las “comunidades” formadas por los asiduos de las subastas (C. Smith, *Auctions*, Berkeley, University of California Press, 1990) o los agentes expresamente encargados de poner en relación la oferta y la demanda, como el *matchmaker* en la economía pugilística (L. Wacquant, “A flesh peddler at work: power, pain, and profit in the prizefighting economy”, *Theory and Society*, 27(1), febrero de 1998, págs. 1-42), también intervienen en la regulación creadora de los mercados.

25. En el caso de la gran patronal francesa se pudo establecer la existencia de una homología estrecha entre el espacio de las empresas y el espacio de sus directivos, caracterizados por el volumen y la estructura de su capital (cf. P. Bourdieu, *La Noblesse d'État...*, *op. cit.*, págs. 428-481).

26. Cf. N. Fligstein, *The Transformation...*, *op. cit.*, que describe la manera en que el gobierno de la empresa pasa sucesivamente a manos de los directivos de las divisiones de producción, *marketing* y luego la división financiera, y también N. Fligstein y L. Markowitz, "The finance conception of the corporation and the causes of the reorganization of large American corporations, 1979-1988", en W. J. Wilson (comp.), *Sociology and Social Policy* (Beverly Hills, Sage, 1993), y N. Fligstein y K. Dauber, "Structural change in corporate organization", *Annual Review of Sociology*, 15 (1989), págs. 73-96; asimismo, "The intraorganizational power struggle: the rise of finance presidents in large corporations", *American Sociological Review*, 52 (1987), págs. 44-58.

27. H. White, "Where do markets come from?", *American Journal of Sociology*, 87(3) (1981), págs. 517-547, en especial pág. 518.

28. M. Weber, *Économie et Société*, *op. cit.*, pág. 636.

29. H. White, "Where do markets come from?", art. cit., en especial pág. 518.

30. *Ibid.*, en especial pág. 543.

31. P. Bourdieu, *Méditations pascaliennes*, *op. cit.*

32. G. S. Becker, *A Treatise on the Family* (Cambridge, Harvard University Press, 1981), pág. ix [traducción castellana: *Tratado sobre la familia*, Madrid, Alianza, 1987]; y también *The Economic Approach to Human Behavior* (Chicago, University of Chicago Press, 1976).

33. V. Pareto, *Manuel d'économie politique* (Ginebra, Droz, 1964), pág. 41 [traducción castellana: *Manual de economía política*, Buenos Aires, Atalaya, 1946].

34. Cf. J.-C. Passeron, "Pareto: l'économie dans la sociologie", en Olschki (comp.), *Le Centenaire du Cours d'économie politique* (Turin, Fondazione Luigi Einaudi/Atti Parretiani, 1999).

35. T. Veblen, "Why is economics not an evolutionary science?", *The Quarterly Journal of Economics*, julio de 1898, pág. 390.

36. J. S. Duesenberry, *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior* (Cambridge, Harvard University Press, 1949) [traducción castellana: *La renta, el ahorro y la teoría del comportamiento de los consumidores*, Madrid, Alianza, 1972].

37. S. Mintz, *Sweetness and Power: The Sugar in Modern History* (Nueva York, Viking/Penguin, 1985) [traducción castellana: *Dulzura y poder: el lugar del azúcar en la historia moderna*, México, Siglo XXI, 1996].

38. P. Bourdieu, *La Distinction...*, *op. cit.*, y L. Levine, *High Brow/Low Brow: The Emergence of Cultural Hierarchy in America* (Cambridge, Harvard University Press, 1988). Como se ve en el caso del análisis de los determinantes económicos y sociales de las preferencias en la compra o el alquiler de una casa, se puede repudiar la definición antihistórica de las preferencias sin condenarse a un relativismo, idóneo para prohibir cualquier conocimiento racional, de gustos librados a la lisa y llana arbitrariedad social (como lo deja creer la vieja fórmula, invocada por Gary Becker, *de gustibus non est disputandum*). Nos inclinamos, al contrario, a establecer empíricamente las relaciones esta-

dísticas necesarias que se traman entre los gustos en los diferentes ámbitos de la práctica y las condiciones económicas y sociales de su formación, es decir, la posición presente y pasada (trayectoria) de los agentes en la estructura de la distribución del capital económico y el capital cultural (o, si se prefiere, el estado en el momento considerado y la evolución en el tiempo del volumen y la estructura de su capital).

39. Cf. A. Tversky y D. Kahneman, "Availability, a heuristic...", art. cit.

40. Podemos apoyarnos en los logros de la tradición behaviorista, representada en especial por Herbert Simon, pero sin aceptar su filosofía de la acción: Simon hizo hincapié en el peso de incertidumbre e incompetencia que afecta el proceso de decisión y sobre la capacidad limitada del cerebro humano; rechaza la hipótesis global de la maximización, pero admite la noción de *bounded rationality*: los agentes pueden no ser capaces de reunir y tratar toda la información necesaria para llegar a decisiones globales de maximización, pero pueden hacer una elección racional en los límites de un conjunto acotado de posibilidades. Las empresas y los consumidores no maximizan, sino que procuran alcanzar mínimos aceptables (lo que él llama *satisficing*), habida cuenta de la imposibilidad de reunir y procesar toda la información necesaria para alcanzar un máximo (H. Simon, *Reason in Human Affairs*, Stanford, Stanford University Press, 1984).

41. Cf. P. Bourdieu, *Algérie 60*, op. cit.

42. Cf. A. P. Kirman, "L'hypothèse de l'individu 'représentatif': une analyse critique", *Problèmes économiques*, 2325 (13 de mayo de 1993), págs. 5-14.

ANEXOS

EL CAMPO DE LA EMPRESA: UN ESTUDIO DE CASO

Durante una investigación realizada en 1986 en una gran empresa de producción de cemento que, en oportunidad de un operativo de “deslocalización” de una parte de sus servicios instalados hasta entonces en París, aspiraba a reorientar su política financiera y comercial “asociando” al personal (en especial mediante la organización de un seminario interno), se pudo observar que los diferentes integrantes de la dirección tenían, sobre la empresa y en particular sobre su futuro, puntos de vista que dependían íntimamente de su posición en ella y de su capital educativo.¹ Los enfrentamientos, la mayoría de las veces indirectos y encubiertos, entre los distintos miembros de la “dirección”: el presidente –tradicionalmente un politécnico–, el director general –en el momento de la observación un ex alumno de HEC, conocido por su competencia en materia de gestión financiera–, el director general adjunto –también llamado director de explotación, un politécnico que, debido a su antigüedad y su función de responsable del personal, poseía un enorme capital de información y relaciones–, el director de instalaciones industriales –un politécnico–, el director comercial –quien, pese a su título, estaba poco inclinado hacia la comunicación– y, por último, el director de investigación y desarrollo –un joven politécnico–, se referían siempre, en último análisis, a cuestiones de definición.

Las luchas de definición se asocian, desde luego, a luchas por las prioridades, es decir, la preeminencia que conviene asignar, en los proyectos de futuro y las reestructuraciones que imponen, a tal o cual función, financiera, comercial o “comunicativa”, por ejemplo, y a tal o cual responsable: unos pueden invocar las características muy especiales del mercado del cemento, vale decir, la situación de duopolio que excluye las guerras de precios, y los rasgos muy particulares de la distribución, para rechazar una verdadera política de comunicación; otros defienden un desarrollo de la empresa fundado en una estrategia financiera, como la compra de compañías del sector, o una estrategia industrial, pero de un nuevo tipo, esto es, la ampliación y la diversificación del mercado, a partir de una inversión en la química (esto en función de definiciones diferentes del producto, el cemento, concebido ya sea como un producto tradicional relativamente simple que es sometido a operaciones técnicas que pueden asimilarse a una forma de “cocina”, sea como una especie de “pegamento”, ubicado del lado de la química y asociado a toda clase de derivados susceptibles de comercializarse). Como las opciones posibles nunca son absolutamente excluyentes y pueden entrar en combinaciones parciales, es factible concertar diversas alianzas, la mayo-

ría de las veces tácitas, para promover los intereses asociados a uno u otro de los posibles competidores. En las luchas que libran por imponer sus “opiniones”, y que sería ingenuo (o falsamente sutil) reducir a conflictos de intereses profesionales, habida cuenta de que cada uno de ellos encarna en cierto modo la “tendencia a perseverar en el ser”, el *conatus*, de la posición que ocupa, y que todo su ser social, su *habitus*, expresa y realiza, los protagonistas comprometen el capital que poseen, en sus distintos tipos y diferentes estados: ponen en juego un capital burocrático específico, ligado a la posición en la jerarquía y también a la antigüedad en la empresa, un capital informacional que puede ir desde el conocimiento técnico comercial o el dominio de la química o la informática hasta el conocimiento del pasado de la firma y de cada uno de sus miembros, y por último un capital social de relaciones útiles.

Si bien el respeto de los compromisos de confidencialidad prohíbe exponer en detalle la crónica de las innumerables intervenciones, “jugadas” (en especial las que un informante llama “jugadas de billar”), negociaciones y hasta el inventario de las estrategias llevadas adelante –particularmente para imponer o hacer aprobar una política que implica la decisión del presidente y director general–, se puede evocar al menos la lógica de la lucha dentro del campo del poder de la empresa, es decir, la competencia entre los poseedores de uno de los poderes. Todo sucede como si la estructura del campo del poder se organizara, en cada momento, de acuerdo con oposiciones diferentes que, especialmente en tiempos de crisis, pueden cristalizarse en alianzas estratégicas entre los poseedores de las distintas formas de poder: por ejemplo, en el momento de la observación, el director general, defensor de una política *financiera* de expansión por medio de la compra de pequeñas empresas del sector, sostenido por el joven director de investigación y desarrollo, promotor de una política de diversificación de los productos (sobre la base de la primacía atribuida al “pegamento” y la “química”), choca con la resistencia de uno de los responsables técnicos de la nueva planta –ingeniero de la Escuela de Obras Públicas que, animado por una visión futurista de la empresa, ve en la nueva sede industrial una Silicon Valley (ejemplo típico de una inversión total, irreductible a un mero oportunismo arribista)–, del director de informática y del director general adjunto, politécnico que disfruta de una especie de monopolio de la información sobre la firma y su personal; entre esos dos polos, pero más cerca del segundo, se sitúan quienes son llamados los “cementeros”, es decir, los directores más inmediatamente conectados con la producción, que aceptan una política de “diversificación” pero que consista en “vender un conocimiento técnico industrial o los productos de ese conocimiento”.

En esa lucha por la definición de la empresa, de sus fines y de su futuro, se enfrentan tres principios de legitimidad. Dos formas de legitimidad “cementera”, como dice el idiolecto interno: una, tradicional, da la primacía al cemento,

forma primitiva de pegamento, producido según las técnicas de una cocina relativamente rutinaria; la otra, igualmente técnica pero modernista, se inclina más hacia el “hormigón” –producto que, por ser menos estandarizado que el cemento y susceptible de adaptarse a las necesidades de los usuarios, induce a valorar el conocimiento técnico comercial– y sobre todo hacia el “pegamento”, producto de la investigación química que también abre la puerta a toda clase de productos derivados. Por último, una tercera forma de legitimidad, en este caso financiera, poseída por el director general salido de HEC, quien, desde el punto de vista de la ortodoxia de la empresa (“normalmente, quien dirige esta casa es un politécnico”), es sospechoso de una especie de usurpación. Ese mismo movimiento (o ese mismo *conatus*) lleva a este último a aspirar a la presidencia (por entonces en poder de un politécnico un poco devaluado) y cambiar la política financiera y comercial de su predecesor. En verdad, sólo puede alcanzar esos dos objetivos inseparables y objetivamente indiscernibles en la medida en que está en condiciones de asegurarse el respaldo de dos politécnicos, uno que le aporta con entusiasmo el modernismo técnico de la química orgánica, el otro que opone la inercia de una adhesión reparadora y neutralizante a proyectos de renovación que amenazan su influencia sobre el personal de la firma. De hecho, este último, sin pronunciarse nunca abiertamente como un portavoz de la resistencia al esfuerzo de transformación emprendido por el director general, aparece como la encarnación de la inercia de la empresa, es decir, de las tendencias immanentes a las estructuras institucionales y las disposiciones de los agentes. (Un análisis de la distribución de todos los asalariados de cualquier rango entre las diferentes comisiones de trabajo constituidas durante el seminario exploratorio permite ver que quienes eligen el grupo centrado en “la reorganización del proceso productivo” son más antiguos en la firma, están menos provistos de capital educativo y proceden más a menudo de la fábrica que de la sede, mientras que quienes se orientan hacia la comisión dedicada a un tema nítidamente más prospectivo, como el del futuro de la diferenciación de la producción, cuentan con títulos de mayor jerarquía, especialmente en química orgánica.)

Estas diferentes orientaciones, que por un mimetismo inconsciente o con una intención de resistencia larvada pueden expresarse en la misma palabra, “diversificación”, se enfrentan de manera permanente, y no sólo en las confrontaciones abiertas del comité de dirección o las deliberaciones de las comisiones de reflexión, más o menos guiadas por los responsables innovadores que tomaron la iniciativa de crearlas, sino también, como dice un informante, “en la cabeza de la gente y las discusiones bilaterales”. Y de esas innumerables interacciones, siempre orientadas por la estructura de la relación de fuerza entre las instancias o los agentes entre quienes se establecen, surge en definitiva lo que podrá manifestarse como la política libremente discutida y decidida por una dirección identificada con un agente racional.

NOTAS

1. Realicé esa investigación con la asistencia de Pierre Delsaut.

Post scriptum

**Del campo nacional al
campo internacional**

El campo económico se construye ante todo en el marco del Estado nacional, del cual, en cierto modo, forma parte. El Estado, en efecto, contribuye de muchas maneras a la unificación del espacio económico (y también, desde luego, del espacio cultural y simbólico), que a su vez contribuye al surgimiento del Estado. Como lo muestra Polanyi en *The Great Transformation*, la aparición de los mercados nacionales no es el resultado mecánico de la extensión gradual de los intercambios, sino el efecto de una política estatal deliberadamente mercantilista orientada a incrementar el comercio interior y exterior: al ver en el desarrollo económico el mejor sostén de su poder, los Estados favorecieron la comercialización de la tierra, el dinero y el trabajo. Pero la unificación y la integración se acompañan de un proceso de concentración y monopolización y, al mismo tiempo, de desposesión; la integración al Estado y al territorio que controla son de hecho la condición de la dominación.

La ambigüedad del proceso de unificación se advierte con claridad en el orden de la cultura y la lengua. La unificación cultural y lingüística está acompañada por la constitución de una lengua y una cultura particulares como lengua y cultura legítimas, erigidas así en normas centrales y con ello “deslocalizadas”, “desparticularizadas”, “universalizadas” y, al mismo tiempo, constituidas como capital lingüístico y cultural capaz de procurar una ganancia de distinción. Así como el proceso de “racionalización” del que habla Weber tiene como reverso el proceso de “concentración” y “monopolización” al que se refiere Marx, el “proceso de civilización” puesto en evidencia por Eliás va a la par con una concentración y monopolización del estilo de vida legítimo, cuya contrapartida es el descrédito de las artes de vivir diferentes, abandonadas a la barbarie o la vulgaridad, así como las lenguas dominadas quedan reducidas al status devaluado de jergas o *patois*.¹

Debido a la unificación del campo económico, especialmente por medio de la *unificación monetaria* y la generalización de los intercambios monetarios que priva a los pequeños productores rurales de su autarquía de manera cada vez más completa, todos los agentes sociales quedan objetivamente en medio de un juego económico para el cual no siempre están preparados, y son sometidos a la norma objetivamente impuesta por la competencia de fuerzas productivas y modos de producción más eficientes. La unificación que transforma poco a poco los feudos en provincias y el poder directo de base personal en un poder indirecto de base territorial, está acompañada por una uniformación, una normalización cuyo paradigma es la estandarización de los pesos y medidas o el monopolio de la emisión de signos monetarios y, correlativamente, por una abolición de los particularismos asociados a la localización en el espacio geográfico. La “desparticularización” y la “deslocalización” se cuentan entre los mecanismos que contribuyen a llevar el conjunto de los procesos sociales en cuestión a un *grado de universalización superior*, ya que los arrancan a los particularismos (lingüísticos, culturales, pero también económicos) asociados a la singularidad de lo local. Pero *la unificación beneficia a los dominantes*, cuya diferencia se erige en capital por el mero hecho de la puesta en relación. Así, y para mencionar un ejemplo tomado de una historia relativamente reciente, en la década de 1930 Roosevelt tuvo que establecer reglas sociales comunes en materia de trabajo (con medidas tales como el salario mínimo, la limitación de la jornada laboral, etc.) con miras a neutralizar los efectos destructores de la integración nacional y evitar la espiral descendente de los salarios y el deterioro de las condiciones de trabajo resultantes de la integración de regiones con distintos niveles de desarrollo en un mismo mercado nacional.

El proceso de unificación y concentración encontraba así su límite en las fronteras nacionales y todas las barreras, en especial jurídicas, a la libre circulación de bienes y personas (derechos de aduana, control de cambios, etc.); y también en el hecho de que la producción y sobre todo la circulación de bienes (económicos e incluso culturales) seguían fuertemente ligadas a marcos geográficos, *efecto de lugar* que se retraducía económicamente en costos de transporte (de los bienes o de la mano de obra). Así se comprende que la conjunción de una serie de factores como la liberalización, la desregulación y el desarrollo de nuevas técnicas de comunicación haya favorecido la formación de un *campo económico mundial*, especialmente en el dominio financiero. La mayor capacidad de comprometer y sobre todo, tal vez, de liberar los capitales, de invertirlos y desinvertirlos, promueve su movilidad y una *deslocalización* generalizada de la empresa económica (industrial o bancaria) que encuentra en la inversión directa en el extranjero un medio de explotar las diferencias de remuneración del capital entre las naciones y las regiones (cuyo límite está representado por los paraísos fiscales): la búsqueda de la mano de obra más barata y también de la proxi-

midad al mercado más favorable (que puede asociarse a veces a la voluntad de llevar la competencia al terreno mismo de los rivales e invadir el lugar de origen de las firmas invasoras) alienta decisiones de deslocalización (también favorecidas por el surgimiento, entre los directivos, de nuevas disposiciones que los inclinan a rechazar el apego a compromisos sectoriales o geográficos determinados). De tal modo, las inversiones internacionales desbaratan las barreras industriales y los oligopolios nacionales que éstas protegen. Así como las naciones nacientes transformaban los feudos autónomos en provincias subordinadas al poder central, las “empresas redes” encuentran en un mercado a la vez interno e internacional un medio de “internalizar” las transacciones, como dice Williamson, vale decir, de organizarlas dentro de unidades de producción que integran las compañías absorbidas y reducidas de ese modo al status de “filiales” de una “casa matriz”; mientras que otras buscan en la subcontratación otra manera de instaurar relaciones de subordinación dentro de una independencia relativa. Así, el capital tiende cada vez más a deslocalizarse, en tanto que el trabajo sigue siendo estrechamente local (y casi doblemente, cuando se origina en una deslocalización que desarraiga, como el de los inmigrantes).

El campo económico mundial se presenta entonces como un conjunto de subcampos mundiales, cada uno de los cuales corresponde a una “*industry*”, entendida como un conjunto de empresas en competencia por la producción y la comercialización de una categoría homogénea de productos. En cada uno de esos subcampos, las diferentes firmas se enfrentan y reaccionan, no ante fuerzas impersonales manifestadas por los precios, sino directamente a sus rivales, a los que están unidas y se oponen por relaciones de competencia y cooperación. La estructura de ese campo, casi siempre oligopólica, corresponde a la estructura de la distribución del capital (en sus distintos tipos) entre las diferentes empresas capaces de conservar o conquistar un status de competidoras efectivas en el nivel mundial; la posición de una firma en un país depende de su posición en otros, y a la inversa. El campo mundial está intensamente polarizado: las economías nacionales dominantes, por el mero peso que tienen en la estructura (que funciona como una barrera a la entrada), tienden a concentrar los activos de las empresas y a adueñarse de las ganancias obtenidas por éstas, así como a orientar las tendencias del funcionamiento del campo. La posición de cada firma en la estructura del campo nacional e internacional depende de la combinación de sus ventajas propias y de las ventajas económicas, políticas, culturales y lingüísticas ligadas a su pertenencia nacional, y esta especie de “capital nacional” ejerce un efecto multiplicador, positivo o negativo, sobre la competitividad estructural de las diferentes empresas.

Pero todos los procesos evocados hasta aquí sólo alcanzan su pleno desarrollo en el campo financiero mundial que, brutalmente liberado de todas las regulaciones creadas desde hace casi dos siglos y particularmente reforzadas tras las

grandes series de quiebras bancarias de la década de 1930, llegó a obtener una autonomía y una integración poco menos que completas. Convertido el campo financiero en un lugar como cualquier otro de valorización del capital, el dinero concentrado por los grandes inversores institucionales –fondos de pensión, compañías de seguros, fondos de inversión llamados *Mutual Funds*– se erige en una fuerza autónoma, sólo controlada por los banqueros, que privilegian cada vez más la especulación, en que el dinero produce dinero, y las operaciones financieras sin otro fin que el financiero, en detrimento de la inversión productiva. De tal modo, la economía internacional de la especulación está liberada de las instituciones nacionales que, como los bancos centrales, regulaban las operaciones financieras, en especial en materia de tasas de interés, que en lo que se refiere al largo plazo suelen ahora ser fijadas exclusivamente por una pequeña cantidad de operadores internacionales que gobiernan las tendencias de los mercados financieros.

El manejo institucional del ahorro colectivo que fue posible gracias a una intervención deliberada de los Estados (en el caso de Francia, la ley de desregulación financiera de 1985-1986) tiende, paradójicamente, a escapar a éstos. Una vez más, y acaso la última, la política económica del Estado produce el mercado que despoja al Estado de su poder en materia de política económica. La concentración del capital financiero en los fondos de pensión y los fondos mutuales que atraen y manejan el ahorro colectivo hace que los gestores transestatales de ese ahorro estén en condiciones de imponer a las empresas, en nombre del interés de los accionistas, exigencias de rentabilidad financiera que orientan poco a poco sus estrategias, en especial porque limitan sus posibilidades de diversificación y les imponen prácticas de *downsizing*, de reducción de costos, o fusiones-adquisiciones que hacen recaer todos los riesgos sobre los asalariados (aparentemente asociados, a veces, al menos en los puestos más altos, por medio de las remuneraciones en acciones). En esas circunstancias, a los Estados y los dirigentes políticos, despojados de las posibilidades de regulación y arbitraje (entre la inflación y el desempleo, en particular) de otra época, no les queda, en definitiva, sino vigilar las fluctuaciones de la Bolsa.

Toda la política hoy exaltada con el nombre de “globalización”, *pseudoconcepto a la vez descriptivo y prescriptivo*, presenta el proceso de unificación del campo mundial de la economía y las finanzas, es decir, la completa integración de los universos económicos nacionales antes estancos, a la vez como un destino inevitable, una evolución *natural* a la que todos tienen que someterse, y como un proyecto político de liberación universal que, en nombre del vínculo entre la democracia y el mercado, promete una emancipación al mismo tiempo económica y política a los pueblos de todos los países: ¿la democracia de los accionistas, es decir, de los asalariados remunerados con acciones y convertidos así en “propietarios de su empresa”, no es acaso, según la utopía neoliberal, la

asociación más perfectamente consumada del capital y el trabajo, que autoriza a los profetas más inspirados de la nueva religión económica a ver en Estados Unidos la nueva patria del “socialismo realizado”? En realidad, la integración al campo económico mundial a través del libre cambio, la libre circulación del capital y el crecimiento orientado hacia la exportación que se propone a los países dominados como un destino o un ideal (en oposición a una orientación más nacional o nacionalista que procurara desarrollar la producción doméstica para el mercado interno), muestra la misma ambigüedad que la integración al campo económico nacional en otros tiempos: a la vez que presenta las apariencias de un universalismo sin límites, sirve a los dominantes, vale decir, a los grandes inversores que, al mismo tiempo que se sitúan por encima de los Estados, pueden contar con los grandes entre ellos, y en particular con el más poderoso desde el punto de vista político y militar, Estados Unidos, para asegurar las condiciones favorables a la conducción de sus actividades económicas.²

Esa integración tiende, en efecto, a debilitar todos los poderes regionales o nacionales, y el cosmopolitismo formal con que se arma, al desacreditar todos los demás modelos de desarrollo –en especial los nacionales, repudiados de entrada como nacionalistas–, deja a los ciudadanos sin defensa frente a las potencias transnacionales de la economía y las finanzas. Las políticas llamadas de “ajuste estructural” que instancias internacionales como el FMI imponen a las economías endeudadas del sur apuntan a consolidar la integración en la subordinación de las economías dominadas: y lo hacen reduciendo o destruyendo el papel de los mecanismos “artificiales” y “arbitrarios” de regulación política de la economía asociados al Estado social, única instancia capaz de oponerse a las empresas transnacionales y las instituciones financieras internacionales, para beneficiar en cambio al llamado mercado libre mediante una serie de medidas convergentes de desregulación y privatización, como la abolición de todas las protecciones del mercado interno y el aflojamiento de los controles impuestos a las inversiones extranjeras (en nombre del postulado darwiniano de que la exposición a la competencia hará que las empresas sean más eficientes). Con ello tienden a asegurar una libertad casi total al capital concentrado y a abrir de par en par la puerta a las grandes empresas multinacionales que inspiran más o menos directamente esas políticas. (A la inversa, contribuyen a neutralizar los intentos de las llamadas naciones “emergentes” –es decir, capaces de oponer una competencia eficaz– de apoyarse en el Estado nacional con el objeto de construir una infraestructura y crear un mercado interno, mediante la protección de las producciones nacionales y el estímulo al surgimiento de una demanda real ligada al acceso de los campesinos y los obreros al consumo gracias al aumento del poder adquisitivo, un aumento que, por su parte, pueden favorecer decisiones estatales como una reforma agraria o el establecimiento de un impuesto progresivo.)

Las relaciones de fuerza de las que esas políticas son una expresión apenas

eufemizada y que tienden cada vez más a reducir a las naciones más indigentes a una economía apoyada poco menos que exclusivamente en la explotación extensiva o intensiva de los recursos naturales, se manifiestan también en la disimetría de los tratamientos acordados por las instancias mundiales a los diferentes países, según la posición que ocupen en la estructura de la distribución del capital: el ejemplo más típico es sin duda el hecho de que las demandas que el FMI hizo a Estados Unidos para que redujera un déficit persistente carecieron durante mucho tiempo de efectos, mientras que el mismo organismo impuso a muchas economías africanas ya en gran peligro una disminución de su déficit que no hizo más que incrementar el desempleo y la miseria. Es sabido, por otra parte, que los mismos Estados que predicán al mundo entero la apertura de las fronteras y el desmantelamiento del Estado pueden practicar formas más o menos sutiles de proteccionismo, a través de las limitaciones impuestas a las importaciones por medio de las cuotas, las restricciones voluntarias de la exportación y las revaluaciones monetarias forzadas, sin hablar de ciertas exhortaciones virtuosas al respeto universal del derecho social; e incluso hacen sacrificios a formas de asistencia estatal, por ejemplo mediante lo que se dio en llamar “oligopolios mixtos”, fundados en intervenciones de los Estados orientadas a asegurar el reparto de los mercados por conducto de acuerdos de restricción voluntaria de las exportaciones o la fijación de cuotas de producción a las filiales extranjeras.

Esta unificación, a diferencia de la que se produjo antaño en Europa, a la escala del Estado nacional, se concreta sin Estado —contra el anhelo de Keynes de que se creara un banco central mundial que estableciera una moneda de reserva neutra capaz de garantizar intercambios iguales entre todos los países— y al solo servicio de los dominantes que, a diferencia de los juristas de los orígenes del Estado europeo, no necesitan en rigor de verdad vestir la política conforme a sus intereses con las apariencias de lo universal. La lógica del campo y la fuerza propia del capital concentrado son las que imponen relaciones de fuerza favorables a los intereses de los dominantes. Éstos tienen instrumentos para transformar esas relaciones de fuerza en reglas del juego de apariencia universal por medio de las intervenciones falsamente neutras de las grandes instancias internacionales (FMI, Organización Mundial del Comercio) que ellos mismos dominan, o bajo la cobertura de las representaciones de la economía y la política que están en condiciones de inspirar e imponer y que habían encontrado su formulación más acabada en el proyecto del AMI (Acuerdo Multilateral de Inversión): esa especie de utopía de un mundo desembarazado de todas las restricciones estatales y entregado al solo arbitrio de los inversores permite hacerse una idea del mundo realmente “globalizado” que la internacional conservadora de los directivos y ejecutivos de las multinacionales industriales y financieras de todos los países aspira a imponer apoyándose en el poder político, diplomático y militar de un Estado imperial reducido a funciones de mantenimiento del orden interior y ex-

terior.³ Es vano, entonces, esperar que la unificación conduzca por su mera lógica a una verdadera universalización, asumida por un Estado universal. Pero no es irrazonable, sin duda, esperar que los efectos de la política de una pequeña oligarquía sólo atenta a sus intereses económicos a corto plazo pueda favorecer el surgimiento gradual de fuerzas políticas, también mundiales, capaces de imponer poco a poco la creación de instancias transnacionales encargadas de controlar las fuerzas económicas dominantes y subordinarlas a fines realmente universales.

NOTAS

1. Para despojar a estos análisis de su apariencia de abstracción, bastaría recordar aquí la descripción de los efectos (el celibato de los hombres, por ejemplo) que ejerció sobre el mercado matrimonial de las provincias remotas, Béarn o Bretaña, la unificación del mercado de bienes e intercambios simbólicos favorecida por un conjunto de acciones convergentes y prolongadas del Estado, en particular las llevadas a cabo, de manera directa o indirecta, por la institución escolar (cf. P. Bourdieu, "Reproduction interdite. La dimension symbolique de la domination économique", *Études rurales*, 113-114, enero-junio de 1989, págs. 15-36).

2. Estados Unidos es, desde luego, la forma realizada de un ideal político y económico que, en lo esencial, es el producto de la universalización de su propio modelo económico y social, caracterizado especialmente por la debilidad del Estado. Ese país debe el peso determinante que tiene en el campo mundial en vías de constitución al hecho de que acumula una serie única de ventajas competitivas: en primer lugar financieras, gracias a la posición excepcional del dólar que les permite atraer los capitales necesarios para financiar su déficit y compensar una tasa de ahorro e inversión muy baja que les asegura la posibilidad de poner en práctica la política monetaria que prefieran, sin preocuparse por las repercusiones sobre los demás países, muy en particular los más pobres, objetivamente encadenados a las decisiones económicas norteamericanas; económicas, gracias al vigor y la competitividad del sector de bienes de capital e inversión, y en especial de la microelectrónica industrial, o el papel de los bancos en el financiamiento privado de la innovación; políticas y militares, gracias a su peso diplomático que les permite imponer normas económicas y comerciales; culturales y lingüísticas, gracias a la calidad excepcional del sistema público y privado de investigación científica (apreciable en la cantidad de premios Nobel), el poderío de los *lawyers* y de las grandes *law firms* y, por último, la universalidad práctica del inglés que domina las telecomunicaciones y toda la producción cultural comercial; simbólicas, gracias a la producción y difusión de representaciones del mundo a las que se asocia una imagen de modernidad.

3. Cf. F. Chesnais, *La Mondialisation du capital* (Paris, Syros, 1994), y M. Freitag y E. Pineault (comps.), *Le Monde enchaîné* (Montreal, Éditions Nota Bene, 1999).

ÍNDICE DE DOCUMENTOS Y CUADROS

DOCUMENTOS

Maison Bouygues: una marca que se impone	66-67
Maison Dégut.....	74
Maisons Houot	76
Maisons de l’Avenir.....	77
Sergeco.....	78
Maisons Sprint	78

CUADROS Y DIAGRAMAS

El índice de propietarios y locatarios de una casa o un departamento según la categoría socioprofesional del jefe de familia en 1984.....	43
El modo de construcción de la casa (nuevos propietarios).....	46
Los “primeros propietarios” de casas en 1984	51
El modo de acceso a la propiedad de una casa o un departamento	53-54
El campo de los constructores de casas individuales	62
Propietarios y locatarios de casas y departamentos	
Distribución por categoría socioprofesional	101-102
Distribución por título	103
Distribución por ingresos.....	104
El campo de los agentes eficientes en materia de financiamiento de la vivienda en 1975.....	122-125

ÍNDICE DE NOMBRES*

Allais, M., 21, 27 *n* 6
Augé, M., 39, 88 *n* 10

Bain, J., 226
Balland, G., 42, 89 *n* 19, 90 *n* 25
Ballester, G., 89 *n* 24
Becker, G., 16, 26 *n* 2, 20, 225, 236, 237,
243, 261 *n* 32
Bergson, H., 13
Berniard, S., 89 *n* 17, 90 *n* 25
Boltanski, L., 15, 139 *n* 10
Bonvalet, C., 89 *n* 17, 90 *n* 27
Bouhedja, S., 15, 35*n*, 169*n*
Bourgeois, P., 246 *n* 24
Bringué, A., 89 *n* 17

Campbell, J., 246 *n* 22
Cassirer, E., 28 *n* 13, 40
Chamboredon, J.-C., 15
Chandler, A. D., 228, 246 *n* 19
Chesnais, F., 261 *n* 3
Christin, R., 15, 35*n*, 107*n*
Claverie, A., 87 *n* 3
Clergue, L., 88 *n* 12

Coase, R. H., 244 *n* 8
Coleman, J., 16, 243
Crétin, L., 88 *n* 5 y 16
Cultarello, P., 90 *n* 31

Darbel, A., 87 *n* 3, 90 *n* 29
Dauber, K., 247 *n* 26
Duesenberry, J. S., 239, 247 *n* 36
Durif, P., 89 *n* 17, 49 *n* 25
Durkheim, É., 208, 237

Eenschooten, M., 90 *n* 35
Eliás, N., 255
Elster, J., 243

Fligstein, N., 246, *n* 23, 247 *n* 26

Gadamer, H.-G., 150
Givry, C., 15, 35 *n*, 169 *n*
Granelle, J.-J., 91 *n* 50
Granovetter, M., 16, 225, 245 *n* 11
Grémion, P., 159 *n* 6
Guibert, B., 138 *n* 9

* Este índice y el siguiente, de conceptos, fueron realizados por Franck Poupeau.

- Halbwachs, M., 237
 Hamilton, W. H., 222, 244 *n* 2
 Hegel, G. W. F., 24
 Holmström, B., 194 *n* 4
 Husserl, E., 146

 Jevons, S., 239

 Kahneman, D., 245 *n* 10, 248 *n* 39
 Keynes, J. M., 241, 260
 Kirman, A., 243, 248 *n* 42
 Kotler, P., 246 *n* 18
 Kregel, J. A., 223, 244 *n* 7

 Lamaison, P., 87 *n* 4
 Lebart, L., 141*n*
 Leroux, B., 138 *n* 5
 Levine, L., 247 *n* 38
 Lévi-Strauss, C., 87 *n* 4
 Lewin, M., 158 *n* 1
 L'Hardy, P., 88 *n* 5 y 16

 Madelin, P., 91 *n* 50
 Martinet, A., 88 *n* 9
 Markowitz, L., 247 *n* 26
 Marshall, A., 239
 Marx, K., 255
 Mason, E., 227, 245 *n* 15
 Mauss, M., 15, 237
 Minth, B., 244 *n* 6
 Mintz, S., 240, 247 *n* 37
 Morineau, A., 141*n*
 Mounin, G., 88 *n* 9

 Panofsky, E., 75, 92 *n* 48
 Pareto, V., 237, 247 *n* 33

 Passeron, J.-C., 26 *n* 2
 Polanyi, K., 15, 255

 Reddy, W., 27 *n* 4
 Reynaud, B., 149
 Riandey, B., 89 *n* 17
 Ross, D., 25
 Rouanet, H., 138 *n* 5
 Russell, B., 9

 Saint-Martin, M. de, 15, 35*n*
 Sayad, A., 27 *n* 3
 Schumpeter, J., 237
 Schwartz, M., 244 *n* 6
 Simmel, G., 232, 236
 Simon, H., 16, 238, 248 *n* 40
 Smith, A., 87
 Smith, C., 246 *n* 24
 Strauss, A., 226, 245 *n* 12

 Tabard, N., 89 *n* 17, 90 *n* 26
 Taffin, C., 88 *n* 15
 Tirole, J., 244 *n* 9, 226, 245 *n* 14
 Tool, M. R., 244 *n* 3
 Topalov, C., 90 *n* 32, 91 *n* 38
 Touchard, L., 90 *n* 19, 90 *n* 25
 Tversky, A., 245 *n* 10, 248 *n* 39

 Veblen, T., 239, 244 *n* 4, 247 *n* 35
 Villac, M., 89 *n* 19, 90 *n* 25

 Wacquant, L., 27 *n* 10, 246 *n* 24
 Weber, M., 24, 27 *n* 7, 110, 148, 228, 234,
 237, 246 *n* 17, 247 *n* 28, 255
 White, H., 234, 235, 236, 247 *n* 27 y 29
 Williamson, 257
 Wrong, D., 245 *n* 13

ÍNDICE DE CONCEPTOS

- abuso de derecho, 149-51
- acción racional (teoría de la), 18-9, 21, 223-4, 225, 237, 240, 243
- agente, 18-9, 21-2, 23-4, 24-5, 26, 31, 83-4, 86, 107, 109-10, 113-4, 116, 117, 120-1, 130-1, 132, 134-5, 136, 137, 145, 146, 158, 169-70, 171, 191-2, 221, 223, 224-5, 227, 234-5, 236, 237-8, 239, 247 *n* 38, 242-3, 251, 255-6; eficiente, 116, 121-5, 151, 191-2, 230; representativo, 146-8, 153-4, 155, 242-3
- arquitectos, 57-8, 91 *n* 41, 79-80, 81, 107, 117-8, 137-8, 146-7, 153-4, 155, 161-4
- bancos, 15, 32, 57-8, 59-60, 61, 62, 63, 76, 77, 79, 81-2, 108, 109, 116, 120, 121, 125-6, 130-1, 136-7, 139 *n* 10, 137-8, 170, 173, 175, 177, 179, 185, 187, 189-92, 221-2, 223-4, 226-7, 257-8
- barreras a la entrada, 222-3, 229-30
- Bouygues (*véase casa*), 58-9, 60, 65-8, 71-3, 79-80, 81-2, 92 *n* 50, 84-5, 106, 170-1, 185, 187, 208
- burocracia (*véase campo burocrático*), 69-70, 83-4, 109-11, 112-4, 119-22, 123-4, 125-6, 129-35, 138 *n* 9, 146, 147-54, 157-8, 171, 173, 175, 177, 179
- cálculo, 17-8, 19-20, 21-4, 133, 239, 240; denegación del, 19-21, 228; espíritu de, 19-20; racional, 27 *n* 8, 85-6, 152, 191, 192-3, 234-5, 240-2
- campo, 16, 19-23, 32-3, 35, 55-6, 60, 61-2, 72, 76, 77, 79, 83, 105, 109-10, 116, 120-5, 127, 133-4, 136-7, 141, 149, 153-4, 155, 161, 221, 223-4, 225, 226, 227, 228-33, 235-6, 239, 247, 257-8, 260-1; burocrático (o de la alta función pública, *véase también burocracia*), 110-11, 113-4, 125-6, 129-30; económico (o financiero), 18-9, 21, 25, 55-6, 221, 222-3, 225-9, 243, 255-9; político, 49-50
- capital, 25, 61-4, 84-5, 116-7, 133, 134, 154-5, 221-4, 227, 230, 234-5, 235-6, 249-50, 255-6, 257, 261 *n* 2, 259-60; acumulación y concentración de, 25, 37, 133, 152, 221-2; burocrático (*véase burocracia*), 25, 132-4, 249-50; cultural, 16, 26 *n* 1, 18, 25, 40-7, 49-50, 93, 96, 152-3, 170, 187, 191, 221-2, 233-4, 247 *n* 38, 273; económico, 18, 25, 40-1, 42, 45, 47, 49-50, 55-6, 83-4, 221, 222, 233-4, 248 *n* 41; educativo, 44-5, 46, 83-4, 85-6, 93, 96, 120, 127, 130-1, 233, 267, 251; estructura del, 40-1, 42, 44, 47, 48-9, 50, 83-4, 93, 96, 173, 175, 189-91, 221-2, 233-4, 247 *n* 38; simbólico, 26 *n* 1, 25, 73, 86, 150-1,

- 152-3, 221-3, 230; social, 16, 130-1, 132, 150-1, 221-2, 223, 225-6, 227, 231-2; técnico, 41, 45, 47, 81-2, 86, 97-8, 132, 133, 221-2, 231; volumen del, 41-2, 47, 48-9, 68, 83-4, 221-2, 244 *n* 4, 233-4, 247 *n* 38
- “capital humano” (teoría del), 16, 26 *n* 1, 221-2
- capitalista (*véase* precapitalista), carisma, 150-1
- carrera, 23-4, 173, 175
- casa (individual), 15, 31, 35-41, 45, 47, 48, 49-50, 53-9, 61-2, 68, 70-1, 72-3, 81, 87 *n* 2, 93, 100, 108, 109, 118-9, 169-70, 172, 174, 176, 178, 180-2, 184, 186, 187, 190-1, 202-3, 209-11; industrial (o prefabricada), 31, 37-8, 45, 47, 56-7, 64-5, 69-70, 84-5, 100, 101-2, 147-8, 161-2, 210-11; mitologías de la, 35-6, 38-9, 40, 64-5, 71, 73, 75-6, 76-7, 79, 109, 208
- challengers* (o desafiantes), 228-9, 230, 231
- ciclos de vida; doméstica, 35, 47-8, 49; de la empresa, 18
- ciencia económica (*véase* teoría económica), 15, 18-9, 23-4
- comisión, 115-6, 120-1, 122-4, 131-2, 133-4, 134-5, 136, 146-7, 158, 251
- competencia, 20-1, 37-8, 47, 55-6, 57, 58-9, 61, 63, 64-5, 81-2, 85-6, 110-11, 153-4, 155, 156, 157-8, 170, 171, 188-9, 224-5, 227, 229-30, 231, 232, 233, 234-5, 255-6, 258, 259-60
- compra (*véase* locación), 32, 37, 40-1, 42-4, 47-8, 56-7, 69-70, 87, 113, 169-70, 170, 188-9, 193-4, 194, 224-5
- conatus*, 128-9, 249-50, 250-1
- conflicto (*véase* competencia), constructores, 55-6, 57-8, 59, 91 *n* 42, 60-3, 80, 82, 84-5, 107-9, 118-9, 128-9, 130-1, 170, 175, 177, 187, 197
- consumidores, clientes, 38-9, 208, 221, 242-3, 259-60; *versus* usuario, 38-9
- contrato, 18, 25, 109, 113, 149-50, 169-70, 175, 177, 183, 185, 187, 188-9, 190-1, 208, 223-4, 236, 250-1; (teoría de los), 191-2, 194 *n* 4
- control, 59-60, 84-5, 129-30, 149, 153-4, 223-4; (cuerpos de), 152-4, 242-3
- cooptación, 131-2
- cosmos económico, 16, 18-9, 20, 21, 22-4, 25, 226-7, 241; (precapitalista), 16, 18, 241
- crédito, 15, 17-8, 25, 31, 32, 40-1, 42-4, 49, 50, 52-5, 72, 81-2, 108, 109, 113, 129, 130-1, 138 *n* 8, 173, 175, 177, 181, 183, 188-9, 191, 192, 208, 222-3; inmobiliario, 170
- creencia, 19-20, 21-2, 23, 222-3
- cuerpos, 84-5, 120, 129-30, 132, 134-5, 150-1, 153-4
- decisión (*véanse* elección, preferencias), 21, 22, 31, 35, 37-8, 150-1, 154-5, 224-5, 227, 234-5, 240
- demanda, 32, 37-8, 58-9, 68-9, 72-3, 76, 77, 79, 81, 82, 86, 107, 229-30, 232, 238-9, 242-3, 259-60
- derecho (*véanse* abuso de derecho, juridicismo), deshistorización, 18-9, 32-3, 221
- desinversión (*véase* inversión), 190-1, 192-3
- deslocalización (*véase* local), 241, 255-7
- desocupación (o desempleo), 24
- desregulación, desreglamentación, 256-7, 258-9, 260
- disciplina, 237-9
- disposición, 16, 17-22, 31-5, 38-9, 45, 55, 56-7, 71, 83-4, 85-6, 97-8, 107, 110-11, 137-8, 147-8, 149-51, 154-5, 177, 179, 188-9, 194 *n* 3, 223-4, 226-7, 237-8, 240, 241, 242, 243, 250-1
- distribución, 223; estructura de la, 32-3, 55-6, 222-3, 227, 230, 247 *n* 38
- dominantes, 223, 230, 255-6, 260-1
- double bind*, 189-90

- duelo (trabajo de), 190-1, 192-3
- economía, 15, 19-20, 25, 31, 169-70; ciencia de Estado (*véase* ciencia económica); del honor y la "buena fe", 15, 16, 18; doméstica, 19-20; industrial, 226-7; neoliberal (*véase* liberalismo); principio de (*véase* principio de razón)
- educación, 16-7, 50-1, 207, 212-3
- elección (*véanse* decisión, preferencias), 21, 32, 50-1, 55, 83, 86, 110-11, 153-4, 192-3, 246 *n* 16, 237
- embeddedness*, 15, 23-4, 225-6
- empresa (firma, compañía), 38-9, 55-65, 69-73, 75-6, 76-84, 86, 105, 212-3, 221, 223, 224-7, 229-30, 233, 236, 247-51, 257-8
- escolástica (ilusión) (*véase* ciencia económica), 21, 23-4, 236, 240-1
- Escuela, 15, 45, 49-50, 207, 261 *n* 1
- Escuelas superiores (*véase también* cuerpos), 112-4, 120, 125-6, 127, 131-2, 141, 228, 229-30
- espacio social, 35, 40, 45, 47, 49-50, 56-7, 86, 96, 120, 121, 122, 147-8, 169-70, 187, 239, 255
- Estado, 15, 19-20, 24, 25, 31, 32, 37-8, 107, 109-11, 112-3, 115-6, 118-9, 120-3, 127, 136, 146-7, 158 *n* 1, 163-4, 183-5, 228, 250, 255, 247 *n* 29, 258-61; ambigüedad del, 129-30, 179, 260-1; ciencia de (*véase* ciencia económica); y concentración del capital, 25, 133, 152, 221-2
- estrategias (*véase también* reproducción), 21, 22, 32-3, 36-7, 49, 56-7, 58-9, 72, 79-80, 81, 83, 84, 85-6, 116, 129-30, 134-5, 147-8, 154-5, 156-7, 171-3, 173-5, 177, 183, 185, 187, 189-90, 223-4, 227-30, 235-6, 239, 247; publicitarias, 69-70, 72
- estructura, 24, 31, 32-3, 35-6, 37-8, 60-1, 63, 83-4, 86, 110-2, 120-1, 137-8, 145, 146, 157-8, 169-70, 181, 183, 193-4, 221-7, 229-30, 233-6, 237-8, 246 *n* 16, 249-50, 251, 257-8
- estructuralismo, 224-5
- expectativas (o esperanzas) (y posibilidades), 18-9, 24, 40, 107, 158, 170-1, 173, 175, 177, 190-1, 193-4, 207, 210-11
- fabricación (métodos o procedimientos de), 68-9, 72-6, 79-80
- familia, 15, 19-20, 21, 25, 32-3, 35-7, 40-1, 42-4, 45, 47-8, 59-60, 75-6, 100, 113-4, 130-1, 149-50, 189-90, 202-3, 212-3, 242-3
- fronteras o límites (entre campos), 231-2
- función pública, altos funcionarios (*véanse* campo, Estado), 24-5, 110-11, 138 *n* 4, 120-1, 125-6, 128, 130-1, 136-7
- funcionarios electivos locales (*véase* local),
- futuro; 18, 36-7, 41-2, 83-4, 131-2, 223-4, 239, 241-2
- génesis, 84-5, 109-10, 239; amnesia de la, 18-9; prejuicio antigenético 18-9 (*véase* deshistorización),
- gusto (o afición), 31, 32-3, 35, 68-9, 84-5, 193-4, 239, 240
- habitus*, 15, 18-9, 23-4, 37-8, 87, 107, 109-10, 113-4, 126-7, 130-1, 132, 133-4, 137-8, 146, 147-8, 149-50, 175, 177, 183, 185, 187, 188-9, 245 *n* 13, 227, 237-43; orquestación de los, 87, 241-2; relación del con el campo (*véase* campo),
- herencia, 35-6, 37-8, 40-1, 42-4, 48-9, 50, 84-5, 86, 130-1
- histéresis, 241
- HLM, 91 *n* 37, 109, 111-20, 125-6, 127-30, 132, 134-5, 137-8, 156-7, 210-11; movimiento de las, 113-5, 117-8, 128, 129, 135-6
- holismo, 113-4, 224-5, 226, 245 *n* 13

- homo æconomicus* (mito del), 21, 242-3
(véase ciencia económica),
- homología (entre la oferta y la demanda),
86, 87, 187-8, 246 n 24, 235-6
- illusio*, 22-3
- ilusión (véase también escolástica), 208
- "individualismo metodológico", 225-6,
237, 238-9, 243
- inercia, 129-30, 133, 221-2, 239, 250-1
- información, 133, 189-90, 234-5, 247-51
- innovadores, 121, 122, 126-7, 130-1, 132,
133, 138 n 9
- integración, 255, 256, 258, 259
- intelectualismo, 225, 241-2, 243
- interacción (*versus* estructura), 145, 154-5,
157-8, 169-70, 183, 185, 193-4, 223,
225, 226-7, 232, 234-5, 236, 243, 251
- intercambio, 150-1, 170, 193-4, 247; mer-
cantil, 19-20, 21; tradicional, 18
- interés, 19-20, 21-3, 83-5, 86, 121, 124,
130-1, 132, 146, 147-8, 181, 183, 191,
234-5; general, 24, 120-1, 146, 193-4
- inversión, 15, 17-8, 23-4, 31, 35-6, 37, 50-
1, 56-7, 64-5, 86, 88 n 5, 98, 210-11,
226-7, 228-9, 249-50, 256-7, 259, 261
n 2
- jurídica (regla), juridicismo (véase tam-
bién contrato), 151, 152-3, 183, 185,
208, 256-7, 259-60
- lenguaje (técnico), 74, 174, 179, 181, 183
- liberalismo (o neoliberalismo), 23-5, 49-
50, 87, 108, 112-3, 115, 122, 127-30,
135-8, 208, 212-3, 238-9, 255-6, 258-
9, 260
- libertad (margen de), 147-8, 148-52, 224-5
- lo por venir (previsión de lo por venir),
241-2
- local (o territorial), 56-7, 60, 68-9, 108,
117, 118-9, 120, 121, 125-6, 128-9,
130, 132, 135-6, 145, 146, 150-1, 153-
8, 164, 170, 237, 255-6
- locatario (o inquilino), 42, 44, 47-8, 49,
96, 101-2, 103-4, 117-8, 247 n 38
- management*, 83, 227-8, 233-4
- mercado, 15, 18, 38-9, 57, 61-2, 63, 82, 93,
107, 108-9, 129-31, 137-8, 161, 212-3,
228-9, 231-2, 234-5, 246 n 24, 256-7,
259-60; local, 56-7, 58-9, 157-8, 232;
de viviendas (o habitacional), 31, 32,
55, 65, 76, 77, 79, 84-5, 109-10, 116,
192-3, 223, 224-5, 236, 237, 247
- modelo, 21, 26, 60, 119, 154-5; del cam-
bio burocrático, 133-4; formal (o eco-
nómico, matemático), 16-7, 21, 24, 25,
113, 114, 116, 133, 134, 193-4, 237;
histórico, 16-7
- monopolio (estatal), 109-10, 120-1, 133,
146, 147-8, 151, 152, 156-7, 158, 161-
2, 228-9, 255
- nicho, 232, 235-6
- nomos* (o leyes, normas), 19-20, 22-3, 55-6,
134-5, 146-7, 242 n 13, 255-6, 261 n 2
- notables, 150-1, 157-8
- nuevos adquirentes (o nuevos ingresan-
tes), 93, 96, 229-30, 231
- oferta, 21, 32, 37-8, 39, 55, 56, 86, 231,
232
- opinión movilizada, 110-11
- orden, 108, 111-2, 232, 237, 243, 260-1;
social, 15, 24, 25, 32, 136-7, 208, 212-
3, 240
- pequeñaburguesía, 87 n 1, 73, 207, 212-3
- personal asalariado burgués, 173-5, 208,
237-9, 243, 245 n 14
- personalización, 81, 191
- poder, 109-10, 116-17, 119, 131-2, 145,
149-50, 151, 153-4, 157-8, 230, 231-2,
255, 258-9; campo del, 233-4, 249-50
(véase campo),
- populismo, 208
- posibilidades (espacio de las), 223, 224-5

- posición, 32, 40, 55-6, 60-1, 109-10, 116, 119, 120, 127, 129-30, 131-2, 133-4, 147-8, 152-3, 154-5, 185, 187, 229-31, 233-9; toma de, 127, 128-9, 130
- precio, 91 *n* 50, 93, 110-11, 178, 197, 221-2, 224-5, 227, 229-30, 240-1, 257-8
- precocidad, 126, 130-2
- preferencias, 21-2, 40-1, 107
- previsiones (razonables *versus* racionales), 18, 19, 21-2, 27 *n* 8, 189-90, 223-4, 241-3
- propietario (o propiedad), 32, 35, 36, 37-8, 40-1, 42, 44, 45, 89 *n* 21, 45, 47-54, 57-8, 72, 93, 96-7, 101, 103-4, 128, 136-7, 192-3, 212-3, 233-4
- publicidad (*véase también* estrategias), 36-7, 38-9, 66-8, 70-1, 75-8, 86, 107, 212-3; y política, 38-9
- razonable, 16-7, 21-2, 27 *n* 8, 191-2
- reglamento (o reglamentación), 29, 109-11, 116, 119, 133, 145, 146-54, 157-8, 169-70, 185, 187, 231-2; ambigüedad del, 231-2
- regularidad, 21-2, 149-50, 223, 224, 241, 243
- representación, 111-2, 121, 124, 152-3, 183, 185, 231-2
- reproducción, 22-3, 26, 37, 42-4, 129-30, 146, 223, 235-6, 237-8; estrategias de, 32-3, 36-7, 49-50, 230
- sector (rama, industria), 226-7, 228-9
- socialismo, 136-7, 238-9
- teoría de los juegos, 21, 226-7, 241-2
- teoría económica (*véase también* ciencia económica), 18-9, 20-1, 23-5, 26, 31-3, 223-4, 225, 227, 236, 238-9, 240, 241-2, 243
- tiempo, 35-6, 48-9, 52, 55, 98, 133, 170-1, 221-2, 230, 239, 243; de traslado (o de viaje), 52-5, 100, 192-3, 211-2
- trabajo, 17-8, 23-4, 35-6, 52-5, 210-11, 255
- unificación, 25, 80; (ambigüedad de la), 255, 260-1
- universal, 18, 19, 20, 21-4, 25, 40-1, 146-7, 148, 183, 185, 228, 239, 259, 261 *n* 2
- universalización, 24, 134-5, 255-6, 261 *n* 1, 260-1; trabajo de, 122-3
- valor, 20-1, 22-3, 24, 35-6, 139 *n* 10, 179
- vendedores, 70-1, 86, 87, 169-70, 171-90, 193-4, 203-5, 227
- violencia (simbólica), 109-10, 187, 207