

IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2011.

Bases para pensar el encubrimiento de clase: el caso de las elites empresariales.

Ramiro Coviello, Marcelo Medina y Ricardo Monesterolo.

Cita:

Ramiro Coviello, Marcelo Medina y Ricardo Monesterolo (2011). *Bases para pensar el encubrimiento de clase: el caso de las elites empresariales. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/408>

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

Bases para pensar el encubrimiento de clase: El caso de las elites empresariales¹:

Aproximaciones a partir del análisis de la práctica periodística.

Ramiro Coviello

Marcelo Medina

Ricardo Monesterolo

Resumen

El propósito de este trabajo es reflexionar teóricamente a partir de las dificultades metodológicas que se presentan al momento de abordar el estudio de las sociabilidades de las elites empresariales. Siguiendo ese fin, se realizaron entrevistas en profundidad a periodistas que se especializan en estos temas y que además trabajan en diarios de difusión masiva y tirada nacional. En esos encuentros se hizo especial énfasis en las experiencias profesionales de los periodistas en su acceso, construcción y mantenimiento de las fuentes, los empresarios en este caso. Así, en base al análisis de los principales ejes que emergieron del material de las entrevistas, se estableció una comparación entre las experiencias recabadas y las nuestras en tanto investigadores sociales. Todo ello hizo posible arribar a algunas reflexiones metodológicas en cuanto a lo que al abordaje de las fuentes refiere, destacando especialmente la importancia de la conformación de redes de contactos que incrementen el capital social del investigador. Posteriormente conseguimos pasar al campo de las reflexiones teóricas, las cuales fueron direccionadas a dar cuenta de ciertos mecanismos que creemos operan a favor del encubrimiento de clase, es decir de las determinaciones sociales que permiten explicar la posición de los empresarios en el espacio social.

Palabras Clave: sociología de las elites; ámbitos de sociabilidad; encubrimiento de clase; periodistas económicos; empresarios industriales.

¹ El siguiente trabajo forma parte de los resultados en la práctica de investigación emprendida por los alumnos en el marco del Proyecto UBACYT "Sociabilidades patronales y ética económica en la Argentina Contemporánea: La Unión Industrial Argentina", dirigido por Luis Donatello.

Introducción

El propósito de este trabajo es reflexionar teóricamente a partir de las dificultades metodológicas que se presentan al momento de abordar el estudio de las sociabilidades de las elites empresariales. Situación que puede observarse, en principio, más allá de las diversas dimensiones en las que se pueda enfatizar sobre el objeto de estudio en cuestión.

Si bien en un principio se intentó recolectar información que pudiera permitir el análisis de las sociabilidades empresariales en sí mismas, el objeto de estudio se vio trocado al encontrar una fuerte impermeabilidad en cuanto al acceso a la élite en cuestión. Esa primera intención se creyó plausible de ser canalizada a través de distintas formas de abordaje, tanto a partir del relevamiento de fuentes secundarias como de la elaboración de fuentes primarias. Lo que se buscaba entonces era la conformación de historias de vida que dieran cuenta de una trama de sociabilidades domésticas, educativas, religiosas, laborales, políticas y culturales. Así, la elección de la Unión Industrial Argentina (en adelante, UIA) se presentaba como un recorte intencional que delimitaba el universo a una fracción específica de las elites empresariales, el gran empresariado industrial.

Siguiendo esta línea, el relevamiento de fuentes secundarias resultó poco fructífero y el intento de construcción de fuentes primarias se topó con una importante cantidad de inconvenientes, que se presentaron al momento de consumir un acercamiento a los miembros de la corporación en cuestión. Así, no sólo la dificultad de encontrar una vía de acceso indirecta o directa a los mismos, sino también, una vez superado este primer aspecto, la cantidad de escollos que se presentaron para poder concertar una entrevista que resulte de interés para nuestro objeto de estudio.

De esta manera, la UIA dejó de aparecer como una puerta de acceso para convertirse en un aspecto central del nuevo objetivo que guía el presente trabajo. De lo que se trata entonces es de rastrear las características de la infranqueabilidad que construyen los empresarios nucleados en la entidad de referencia. Asimismo, la reflexión en torno al abordaje metodológico se propone para pensar distintas vías alternativas de acceso al objeto de estudio. Para ello, se creyó conveniente realizar entrevistas en profundidad a algunos periodistas especializados en la temática de modo tal que se pudieran dilucidar los caminos de acceso periodístico, para particularizarlos y extraer sus ventajas.

Poca predisposición a la objetivación sociológica

Cualquiera que haya incursionado en el estudio de las elites empresariales habrá notado la complejidad del terreno de investigación, debida en parte a la dificultad de acceso a las personas que conforman estos grupos sociales. En este sentido, Michel Offerlé (2007) señala que los actores parecen poco inclinados a brindar parte de su tiempo a los investigadores, a quienes consideran ignorantes de la realidad económica, prejuiciosos y hostiles en diversos aspectos. Agrega que, en su mayoría, se encuentran preparados en el control de la comunicación y se

presentan poco predispuestos a la objetivación sociológica y a la investigación, ya que conciben a ésta como un peligro para los secretos que consideran pertinentes en su esfera de acción: “la investigación es concebida como algo que podría poner en peligro los secretos -no sólo en torno a los negocios- considerados de interés en ese espacio” (Offerlé, 2007: 5. Traducción propia). Habría que sumar el hecho de que la noción de elite, planteada por Heredia a partir de Boltanski y Thénetov (1991), “presupone una articulación compleja de reconocimiento y subordinación por parte de aquellos que no pertenecen a ella” (Heredia, 2003: 101). Es así que el investigador se enfrenta a esa situación desde una posición desfavorable y, muchas veces, minusvalorada por los sujetos a entrevistar.

Si los postulados de Offerlé revelaban una situación de rigidez al momento de abordar temas específicos de la función empresaria, ésta se agudiza cuando el interés versa sobre ciertos aspectos que exceden lo meramente empresarial y atañen aspectos de las trayectorias más íntimas y personales como pueden ser las trayectorias domésticas, educativas, religiosas, entre otras. Dado que las mismas permiten rastrear las determinaciones de su posición en el campo social actual, que los sujetos en cuestión no se encuentran dispuestos a develar.

El interés estuvo puesto en acceder a entrevistar a ciertos periodistas que aparecieran como interlocutores sino totalmente válidos o cotidianos, al menos frecuentes de los empresarios pertenecientes a la entidad en cuestión. El interés estuvo puesto en tratar de desentrañar cómo estos periodistas especializados logran constituir el vínculo con las fuentes, generando vías de acceso perdurables –problematizando las modalidades que estas adquieren-, y a partir de qué herramientas lo hicieron.

De este modo, se contactó a tres periodistas que cubren el área económica para distintos diarios de tirada nacional. El criterio en la elección de los entrevistados estuvo dado justamente por el carácter masivo en la difusión de los periódicos para los cuales trabajan, así como también por la amplia trayectoria de los especialistas en el rubro. La llegada a los mismos resultó relativamente sencilla, presentando un nivel de dificultad mucho menor al que encontramos al tratar de acceder a los empresarios, si bien los propósitos para entrevistar a uno u otros eran distintos.

Caracterización de los modos de acceso periodístico: beneficios y obstáculos.

A diferencia de la imagen que puedan tener los empresarios en relación a los investigadores en ciencias sociales, se encontró que los periodistas son concebidos de una manera más favorable. Esto puede vincularse a lo que el periodismo como profesión representa en sí mismo: la difusión. Ahora bien, la información que estas elites empresarias brindan a estos profesionales especializados en el área económica pertenece al orden de lo meramente técnico. Es decir, en la mayoría de los casos, los datos suministrados no suelen desviarse de lo industrial, lo económico o, en tal caso, de lo concerniente a la política corporativa. Esto aparece como una característica lógica a partir de la

especialización propiamente económica y de los espacios en los que se suelen publicar los artículos de los mismos.

Sin embargo, a partir de las entrevistas realizadas encontramos que los periodistas no sólo acceden a información de tipo económica sino que también la exceden, obteniendo datos de otra índole. Los mismos no suelen publicarse -en general se brindan *off the record*- debido a que no revisten interés para los suplementos económicos de los diarios en cuestión. De todos modos, esta información adicional no es desechada por los periodistas sino que por lo general la utilizan para construir relaciones de mayor confianza y así lograr un mejor *rapport* con sus interlocutores. Es decir, que de un modo u otro acceden a información que podría ser de gran utilidad para los investigadores sociales. A ello se debe que creemos necesario preguntarnos de qué manera, o bien por qué motivos consiguen esos datos.

En primer lugar, cabe destacar que los entrevistados fueron recurrentes al mencionar el trabajo de obtención, construcción y mantenimiento de las fuentes. En lo que al trabajo de obtención se refiere, debemos decir que dos de los tres periodistas llegaron a contactarse con empresarios miembros de la UIA en principio indirectamente, es decir a través de personas con los que compartieron o comparten ámbitos de sociabilidad. Entre estos, el que parece revestir mayor importancia para el capital social de éstos es el educativo, en especial los niveles de educación superior. Así uno de los entrevistados, licenciado en economía, logró acceder a altos dirigentes de la UIA a partir de un ex compañero de facultad, quien en el momento del contacto trabajaba en un puesto administrativo en dicha corporación empresaria. En concordancia, otra de las entrevistadas, al reseñar su incursión en el campo, destacó que los primeros contactos los consiguió recurriendo también a ex compañeros de la universidad. Asimismo, enfatizó en el hecho de que a la institución educativa en la que se formó concurren determinados sectores con un capital social dentro del cual se cuenta el acceso a entidades corporativas del estilo de la UIA. En cambio, el tercer periodista entrevistado negó haber obtenido sus líneas de contacto a través de su sociabilidad educativa -o de cualquier otro tipo de sociabilidad-; por el contrario, remarcó que el primer acceso a las fuentes se vio determinado por el respaldo institucional que implicaba la pertenencia a un medio de comunicación de tirada nacional y difusión masiva.

Los tres periodistas entrevistados destacaron al primer contacto con las fuentes de información como clave, tanto para la posterior relación con las mismas, así como también para el establecimiento de otras, formándose de esta manera cadenas de contactos. Una vez constituido algún tipo de vínculo, surge la necesidad de consolidarlo, reforzándolo periódicamente para que éste perdure en el tiempo. Así, lo que se busca incrementar es el nivel de confianza con las mismas. Ahora bien, esta relación con los empresarios se encuentra en permanente tensión, ruptura y recomposición: los periodistas acceden a la información brindada por las fuentes pero ésta no siempre es autorizada para su publicación; de esta manera, se dan ciertas ocasiones en que la relevancia de las declaraciones recabadas obliga a los

periodistas a dar a conocer su contenido públicamente, aun cuando esto implique una distensión en la relación fuente-periodista. Este último aspecto relacional fue destacado puntualmente por una de las entrevistadas, la cual agregó que se trata de un conflicto que se mantiene latente de manera constante y que el periodista debe optar entre la fidelidad para con la fuente y la retención de la información, o la ruptura y la primicia. Sin embargo, señaló que en la práctica concreta nunca se maneja como si se tratara de un antagonismo sino que más bien el periodista intenta buscar una solución intermedia. Respecto de este tipo de solución salomónica, otro de los entrevistados sostuvo que, en situaciones de esta índole, se suele insinuar la información obtenida de modo tal que salga a la luz su contenido sin exponer al emisor, puesto que dicha exposición implicaría una falta al “contrato” del *off the record*.

Es entonces en base a este prolongado y constante trabajo de construcción, reconstrucción y mantenimiento en el tiempo de las fuentes, que el vínculo entre los miembros de la elite empresarial y los periodistas puede exceder lo profesional, llegando a gestarse cierto tipo de mutuo conocimiento personal. Así, uno de los entrevistados señaló que se trata de un proceso que se va retroalimentando a lo largo del devenir de la relación. Este caso se da por ejemplo, cuando los periodistas son enviados a realizar la cobertura de eventos empresariales en las sedes de las asociaciones regionales. El periodista en cuestión destacó la importancia que revisten estos mítines en los que se comparten diversas actividades, tales como comidas, traslados, alojamiento en hoteles, entre otras, las cuales sirven para afianzar y fortalecer los vínculos entre las partes.

Otro aspecto a tener en consideración en el análisis, que emergió de las entrevistas realizadas, radica en los beneficios que puede otorgarles la labor periodística a los empresarios. Tal como se desprende de la concepción de los entrevistados, hay en el hecho de brindarse a la prensa al menos un beneficio general para el alto empresariado (extensible, según ellos, a cualquier tipo de fuente), que reside en el hecho de dar a conocer su opinión en relación a diversas temáticas a medios de difusión masiva y tirada nacional. Asimismo, uno de los periodistas destacó un beneficio peculiar, el cual versa sobre la posibilidad que tienen los empresarios de manejar el recurso del *off the record*, de modo tal de “hacer *lobby*”, sin exponer su nombre como respaldo de la declaración o “el trascendido”. De este modo, los propios periodistas destacan que su profesión goza de un mayor acceso a estas fuentes específicas puesto que éstas encuentran en su labor un atractivo particular.

Muy emparentado a lo expuesto en el párrafo anterior, una de las periodistas entrevistadas hizo hincapié en la “profesionalización”, que se ha dado en los últimos años, por parte de los empresarios en torno a su relación con los medios de comunicación. Así, la entrevistada destacó dos cuestiones de importancia para este trabajo: por un lado, el surgimiento de toda una serie de actores, tales como *community managers* y gerentes de relaciones institucionales, los cuales vienen a engrosar la lista de intermediarios entre los empresarios y aquellos que buscan

acceder a una entrevista con los mismos; y, por otro, la aparición de instancias de preparación y perfeccionamiento -o “*coaching*”- de los actores empresariales en cuanto al trato con los medios de comunicación, enfatizándose la dimensión declarativa, como ser el uso de determinadas palabras, expresiones y la manera en que se manifiestan ciertas ideas relevantes. En relación al aumento de los intermediarios, la entrevistada señaló una modificación parcial en torno a la relación establecida con las fuentes, puesto que si antes el primer contacto se establecía directamente con las secretarías personales de los empresarios, de un tiempo a esta parte ha aparecido toda una nueva franja de profesionales que median en la relación con los mismos, tornando más tedioso el acceso a los mismos. Ahora bien, respecto del “*coaching*”, destacó el hecho de que en general es brindado por algunos de sus colegas, y en su opinión se trata de una actitud poco ética para con la profesión.

Por otro lado, en relación a esta cuestión, otro de los entrevistados resaltó el hecho de que si bien la información que se recibe suele estar tamizada por los ya mencionados entrenamientos, parte de la labor periodística debe centrarse en “leer entre líneas” lo que las fuentes dicen. Esto podría entenderse como un mecanismo que posibilita dilucidar aspectos ensombrecidos en los discursos de los empresarios. No parece casual que el entrevistado que mencionó este aspecto se haya referido a su medio caracterizándolo como uno que intenta desenmascarar el ejercicio del *lobby* empresarial. En definitiva, la relación termina siendo fructífera a partir de un proceso de negociación, que hace que el empresario pueda utilizar a la prensa como un canal relativo para el *lobby* y que el periodista pueda desentrañar cierta información mediante un trabajo interpretativo.

Reflexiones teóricas. Primeras aproximaciones para entender un ocultamiento.

Para comenzar el presente apartado, creemos conveniente reflexionar acerca de aquellos aspectos del abordaje periodístico que puedan ser ensayados en el diseño metodológico de otras investigaciones sobre elites empresariales; de todos modos hay que tener siempre en consideración el hecho de que la situación periodística supone diferencias importantes respecto del abordaje académico, presentando la primera ciertas ventajas de las que el segundo no puede gozar. En especial nos referimos a los ya señalados beneficios para los empresarios en el “uso” de la difusión periodística como canal de opinión e influencia, así como también al respaldo que le otorga al periodista trabajar en un medio de comunicación de alcance nacional. Así también puede remarcarse, en carácter de hipótesis para un estudio futuro, el hecho de que los miembros de una elite social como la empresarial, quienes representan ciertos rasgos –el económico, en especial- del modelo de sujeto exitoso de la sociedad capitalista actual, erigiéndose por ello como voces autorizadas y reconocidas socialmente, les brindaría la posibilidad de prescindir del interés que los investigadores académicos puedan tener en ellos. Esto se debe a que tal interés no les otorgaría mayores beneficios, e incluso, si tenemos en cuenta las afirmaciones de Offerlé, representaría cierto peligro a su posición social. Esto los diferenciaría de otros

grupos sociales de menor reconocimiento social, los cuales *a priori* no se permitirían desechar ese interés externo con tanta soltura.

Ahora bien, el aspecto más destacable en tanto aprehensible de las experiencias recogidas de los periodistas entrevistados, versa en la modalidad tanto de acceso como de ampliación de las fuentes. En este sentido, la construcción, el mantenimiento y la recomposición de las fuentes puede ser entendida como una forma de ampliación del capital social que se puede utilizar como aval para acceder al ámbito empresarial. Esta acumulación se da en el hecho de aumentar los nexos y la red de contactos, buscando aquellos que permitan acceder a los miembros de la elite en cuestión. Teniendo en cuenta esto, cabe destacar que este grupo de investigación ya ha incursionado en este tipo de estrategias, con resultados aún parciales, pero con la intención de continuar en esta línea hasta llegar a obtener el acceso deseado. Esta modalidad de incursión en el trabajo de relevamiento es habitualmente reconocida como “bola de nieve”.

Retomando lo que los periodistas entrevistados resaltaron como *coaching* o profesionalización de los empresarios respecto al trato con la prensa, aparece otro de los aspectos a considerar en el presente análisis, el cual está dado por lo que podemos denominar como un modo de *hablar en silencio*. El entrenamiento del cual se proveen las fuentes permite desarrollar una habilidad de modo tal que se obtiene un mayor control sobre el discurso propio, disminuyendo la posibilidad de ciertos exabruptos que den más información de la que se quiere. De todos modos, este control nunca puede ser ejercido de manera absoluta; ahí juega se juega el rol del periodista del entrevistador, que debe buscar la manera de que el entrevistado quede atrapado en la lógica narrativa de su parlamento.

Resulta sugerente reflexionar en torno a esta modalidad que han adoptado los empresarios para relacionarse ya sea con la prensa como con algunos investigadores académicos. Lo central de la cuestión está en pensar qué es lo que se trata de ocultar y porqué. Una de las hipótesis que este trabajo puede plantear –mas no responder, dado que hasta el momento no fue posible acceder a información sistematizada respecto de esta elite empresaria- está dada por considerar que ese *hablar en silencio* funciona como base para el encubrimiento de clase. Los empresarios estarían ocultando las determinaciones histórico-sociales que los llevan a ocupar su posición en el espacio social, presentándose o bien de un modo esencialista o bien como autoconstruidos –*self made man*-. Esto les permitiría desarrollar una modalidad de protección y reproducción del sistema de relaciones en el que se encuentran inmersos, así como también preservar el capital que detentan, en cualquiera de las formas que éste último se presente. De esta manera, las élites económicas y sociales estarían regulando la producción y distribución de sus características, intereses, determinaciones socio-históricas y capitales; es decir las coordenadas de su posición en el mapa social.

Referencias bibliográficas

Bourdieu, Pierre. (1990). Algunas propiedades de los campos. En *Sociología y Cultura*. México: Editorial Grijalbo.

Bourdieu, Pierre. (1997). Espacio social y espacio simbólico. En *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.

Bourdieu, Pierre. (2001). *Las estructuras sociales de la economía*. Buenos Aires: Manantial.

Heredia, Mariana. (2003). Reformas estructurales y renovación de las élites económicas en Argentina: estudio de los portavoces de la tierra y del capital. En *Revista Mexicana de Sociología*, año 65, N° 1. México, D. F.

Marx, Karl. (1982). En torno a la crítica a la filosofía del Derecho de Hegel; en *Obras fundamentales*, Tomo I. México: Fondo de Cultura Económica.

Marx, Karl y Engels, Federico. (1985) *La ideología alemana: Crítica de la novísima filosofía alemana en las personas de sus representantes Feuerbach, B. Bauer y Stirner, y del socialismo alemán en las de sus diferentes profetas*. Buenos Aires: Ediciones Pueblos Unidos.

Offerlé, Michel. (2007). *Les organisations patronales*. París: La documentation Française.