

“Festejar como una princesa”. Un análisis etnográfico sobre fiestas de cumpleaños infantiles temáticas en la ciudad de Córdoba.

Castro, Cecilia.

Cita:

Castro, Cecilia (2018). *“Festejar como una princesa”. Un análisis etnográfico sobre fiestas de cumpleaños infantiles temáticas en la ciudad de Córdoba. 5tas Jornadas de Estudios sobre la Infancia, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/5jornadasinfancia/30>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/etvU/kfq>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

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>.



“FESTEJAR COMO UNA PRINCESA”. UN ANÁLISIS ETNOGRÁFICO SOBRE FIESTAS DE CUMPLEAÑOS INFANTILES TEMÁTICAS EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA¹

Castro Cecilia (CONICET-IDH-UNC)

Resumen

A partir de la realización de observaciones participantes en un salón dedicado a la organización de fiestas para niñas con la temática de *princesas*, analizo desde una perspectiva etnográfica cada uno de los espacios y *momentos* que componían el circuito de entretenimiento. En estas performances se proponía un esquema de actividades en las que, recurriendo a los aportes de Gagnon y Simon (1974), circularían “guiones de feminidad”. Ambos autores, en su estudio sobre la conducta sexual, explican que los guiones operan en tres niveles: el cultural, el interpersonal y el intrapsíquico. El primer nivel proporcionaría instrucciones sobre los requisitos narrativos de los papeles sociales generales, el segundo serían los patrones institucionalizados de interacción social cotidiana y el último refiere a los detalles que las personas utilizan en su diálogo interno con las expectativas culturales y sociales de comportamiento. Para explicar los modos específicos mediante los cuales se corporizarían esos guiones recurro a la noción de “técnicas corporales” de Mauss (1979). Estos cumpleaños funcionaban como un tiempo-espacio que recreaba la realeza mágica propiciando que la vida familiar, la amistad y, fundamentalmente, la feminidad ocuparan un lugar central. Esta última se hacía desde la decoración y las acciones propuestas para el esparcimiento.

¹ Agradezco la lectura atenta y cuidadosa realizada por Paula Bontempo a la primera versión de este texto presentado en la mesa N° 11: “Niñxs: entre discursos sobre el orden familiar, el género y la mater/paternidad”, desarrollada en las “Quintas Jornadas de Estudios sobre la Infancia. Experiencias, políticas y desigualdades” (Buenos Aires, agosto 2018). Sus comentarios fueron importantes para enriquecer el presente escrito. Asimismo quiero extender este agradecimiento a Florencia Paz y Adelaida Colángelo por sus sugerencias.

Introducción

A mediados de la década del ochenta, en la ciudad de Córdoba, las empresas pioneras en incorporar en su oferta de productos la propuesta de animación para cumpleaños fueron *Pumper Nic* y *Neverland*. La primera de ellas se especializaba en la venta de comida rápida y la segunda ofrecía entretenimiento en parques de diversiones. Ambas adaptaron su infraestructura para la organización de fiestas infantiles brindando este servicio de manera complementaria a su negocio principal. Entrados los años noventa, las grandes compañías multinacionales como *McDonald's* y *Burger King* hicieron que el protagonismo de *Pumper Nic* en el mercado cordobés disminuyera, cerrando sus puertas en 1995.²

McDonald's se valió de técnicas publicitarias, colores llamativos y la (re)creación de una atmósfera de circo -a través de la figura del payaso- para cautivar a los niños, a quienes consideraban como influyentes durante las decisiones de compra familiares. Asimismo, propuso un ambiente “familiar” donde adultos, jóvenes y niños tenían su propio espacio. Su servicio de animación de cumpleaños combinaba toboganes, peloteros y caños de colores, estableciendo un modelo que “se volvió hegemónico y que tendió a homogeneizar las otras formas de festejos que se presentaban como alternativas” (Duek, 2006:443). Los cumpleaños en *McDonald's* duraban de dos a tres horas con “una estructura común de actividades: presentación del personal encargado de la animación, juegos en el pelotero, comida, más juegos, y, finalmente la torta de cumpleaños” (Duek, 2006:243).

Esas celebraciones, realizadas fuera del hogar y en un local comercial, resultaron demasiado onerosas para algunas familias mientras que para quienes podían costearlas acabaron perdiendo su brillo. En este contexto, un conjunto de nuevos emprendimientos ofrecían trasladar al ámbito doméstico parte de los atractivos que brindaba *McDonald's* mediante el alquiler de castillos inflables, peloteros, juegos de metegol o tejo. Estas actividades complementaban los ingresos económicos del grupo familiar que consiguió comprar esos bienes con sus ahorros o con el dinero de la indemnización laboral de alguno de sus miembros.

² Las comillas se usan para indicar citas textuales o para relativizar ciertos conceptos de uso común y la tipografía itálica para términos en lengua extranjera y para señalar frases o expresiones de las personas contactadas durante el trabajo de campo. Los datos utilizados en esta ponencia se enmarcan en mi tesis doctoral, en proceso de escritura, denominada “Fiestas de cumpleaños infantiles: performances y construcción performativa de unas infancias en la ciudad de Córdoba”, que dirige el Dr. Gustavo Blázquez y co-dirigida por Dra. María Gabriela Lugones. También se recuperan algunos resultados de la tesis de Maestría “*Feliz en tu día. Una etnografía sobre fiestas de cumpleaños infantiles en espacios mercantilizados*” defendida en el año 2016.

Esos emprendedores brindaban servicios de animación de cumpleaños en barrios privados y countries que en aquellos años comenzaban a expandirse. Muchas familias recientemente constituidas “escapaban” de la vida urbana, refugiándose en las proximidades de zonas serranas y sur de la ciudad. Algunas de ellas “aprovechaban” los amplios espacios para realizar el festejo e “inaugurar”, mediante estas performances festivas, sus nuevas viviendas que contaban con piletas y ofrecían “contacto con la naturaleza”.

En esos años la creciente expansión de las residencias de unos convivía con la reducción de los espacios para otros. Estas familias ampliaban los márgenes del domicilio colocando un castillo inflable sobre la calle que convocaba a los vecinos de las viviendas aledañas a sumarse al agasajo. También había quienes, en cambio, optaban por los locales de alquiler para la realización del festejo.

La disminución del tamaño de las unidades domésticas y la creciente demanda de formas especiales de festejar a unas infancias se articuló con la gestación de agentes capaces de ofrecer e inventar “novedades” en los modos de celebrar (Ferrari, 2011; Castro, 2016). Así, un conjunto de sujetos encontraron en la organización de fiestas infantiles un *negocio* que no requería una elevada inversión inicial y prometía un porvenir *rentable*, produciéndose rápidamente con el cambio de siglo un *boom* de los salones. Estos ofertaban un servicio de comida, bebidas y entretenimiento a cargo de personal especializado en un espacio exclusivo y atractivo para los públicos en constante construcción y (re)producción.

Los primeros escenarios donde se montaron esos comercios fueron variados. Los festejos se organizaban en espacios como estacionamientos, vídeos club, pizzerías, restaurants, canchas de paddle, almacenes de barrio, que no prosperaron y cuyos propietarios ensayaban nuevas formas de hacerlos rentables. Estos productores de eventos encontrarían en esta actividad una oportunidad para incorporarse al mercado de la felicidad infantil. A partir de los excedentes económicos producidos por la venta de festejos o mediante préstamos de entidades financieras, algunos de los que “descubrieron el negocio” y otros que se sumaron a la “movida comercial” alquilaron o construyeron en sus domicilios un espacio arquitectónico para realizar fiestas infantiles.³

³ Frente al desarrollo de estas modalidades de comercio a comienzos del año 2005 mediante la Ordenanza N° 10.840 se transformaron en “espectáculos públicos” y recibieron un rubro específico: *Casa o salones de fiestas infantiles*. La Dirección de Espectáculos Públicos (DEP) de la Municipalidad de Córdoba era la encargada de administrar, controlar y regular el funcionamiento de los locales (Tamagnini y Castro, 2016). Anteriormente,

La incorporación de esos sujetos a este mundo que explotaba el anhelo de las familias y la obligación moral de festejar a los niños, se produjo a partir de relaciones de parentesco, amistad y/o laborales con comerciantes de rubros como jugueterías, cotillones y otros proveedores de los insumos necesarios para las celebraciones. Además de alertar a los nuevos emprendedores de la existencia de una creciente demanda de fiestas infantiles, los mantenían al tanto de las novedades y les sirvieron como publicistas.

En otras ocasiones se constituían sociedades entre amigas y amigos que provenían del campo de la educación física e inicial, del teatro o la docencia. Distinguiéndose de los primeros emprendedores más vinculados al campo comercial, esos jóvenes profesionales de camadas medias comenzaron a ofertar servicios que calificaron como *diferentes*. La producción de fiestas infantiles resultaba un modo particular de incorporarse al mercado laboral y satisfacer sus necesidades económicas tanto como una posibilidad para su ejercicio profesional. En ese hacer se desarrollaban en armonía el “negocio” y la “vocación”.⁴

Inaugurada la segunda década del siglo XXI, este mercado había alcanzado cierta saturación por lo que los productores de fiestas encontraron en el “sistema sexo/género” (Rubin, 1986) un recurso para construir la innovación y mantenerse vigentes.⁵ Así fue como a la oferta de cumpleaños “mixtos” le sumaron productos especiales para niñas y para varones (re)produciendo las diferencias entre unas y otros.

según explicó un inspector municipal perteneciente a esa área, la Dirección de Promoción Familiar y Comunitaria, dependiente de la Secretaría de Desarrollo Social y Empleo, a través de su Dirección de Regulación de Entes Privados (DREP), llevaba adelante la supervisión y asesoramiento de los primeros salones infantiles. La DREP habilitaba establecimientos geriátricos y jardines maternos privados, permitiéndoles funcionar como empresas de servicios para adultos mayores y niños de la ciudad de Córdoba. Hasta el año 2009 la DEP y la DREP compartían responsabilidades en el control de los locales de festejo infantil.

⁴ Estas cuestiones fueron analizadas con mayor profundidad en un artículo escrito de manera conjunta con María Inés Landa y Gustavo Blázquez (2018). En este trabajo realizamos una contextualización espacio-temporal del escenario político y económico donde se desarrollaron estos servicios. Luego, presentamos los principales vectores que organizan el *ethos* del empresario de sí y el estilo de vida que dicha figura propone. Asimismo describimos el devenir organizacional y mercantil de estos entramados comerciales relacionados con la animación infantil y el *fitnes*.

⁵ La antropóloga Gayle Rubin (1986) dio forma a la categoría “sistema sexo/género” haciendo referencia a un mecanismo cultural que de modo regulado y sistemático transforma a machos y hembras biológicos en hombres y mujeres genéricamente diferenciados y que producto de procesos históricos quedaron vinculados a través de relaciones jerárquicas. El género, entendido como un principio de clasificación y diferenciación de los seres humanos, puede describirse como “un logro rutinario inmerso en la interacción diaria” (West & Zimmerman, 1999:109) o el efecto de la “estilización repetida del cuerpo” (Butler, 2001:76) producido a partir de actos repetitivos dentro de un rígido marco regulador. Blázquez (2012), retomando esas discusiones, explica que el género no aparecería ni como una propiedad de los seres humanos ni como una interpretación cultural de un supuesto dimorfismo sexual/anatómico. El género “no es algo que ‘se es’ o algo que ‘se tiene’, sino algo que ‘se hace’: un efecto performativo y una performance” (Blázquez, 2012:243).

En la presente ponencia a partir de la realización de observaciones participantes en un salón dedicado a la organización de fiestas para niñas con la temática de *princesas*, analizo desde una perspectiva etnográfica cada uno de los espacios y *momentos* que componían el circuito de entretenimiento. En estas performances se proponía un esquema de actividades, en las que, recurriendo a los aportes de Gagnon y Simon (1974), circularían “guiones de feminidad”. Ambos autores, en su estudio sobre la conducta sexual, explican que los guiones operan en tres niveles: el cultural, el interpersonal y el intrapsíquico. El primer nivel proporcionaría instrucciones sobre los requisitos narrativos de los papeles sociales generales, el segundo serían los patrones institucionalizados de interacción social cotidiana y el último refiere a los detalles que las personas utilizan en su diálogo interno con las expectativas culturales y sociales de comportamiento. Para explicar los modos específicos mediante los cuales se corporizarían esos guiones recurro a la noción de “técnicas corporales” de Mauss (1979). Estos cumpleaños funcionaban como un tiempo-espacio que recreaba la realeza mágica propiciando que la vida familiar, la amistad y, fundamentalmente, la feminidad ocuparan un lugar central. Esta última se hacía desde la decoración y las acciones propuestas para el esparcimiento.

Crear una atmósfera de princesa

Inspirada en su cónyuge, quien trabajaba de manera independiente, y con la llegada de su primer hijo, Carla, una docente de nivel inicial, renunció a su anterior empleo y decidió abrir su propio negocio: un salón de fiestas de cumpleaños infantiles de princesas. Según relató, quería ofrecer al mercado un producto que le permitiera *perdurar*.⁶

Cuando imaginó el proyecto de su negocio buscó *algo que no aburriese, algo de lo que hubiera poco, algo de lo que quizás hubiera que invertir un poco más, pero que fuera diferente al resto*. Así nació: *La casa de las princesas*. Un local que ideó, según ella, a partir de búsquedas en internet, analizar *la oferta de servicios en Buenos Aires para nenas* y hablar con *conocidas* que tenían salones de fiestas infantiles. Esta experiencia hizo que identificara un nicho comercial no explotado hasta el momento y que en otros lugares tenía un público considerable.

⁶ Los nombres utilizados son ficticios. Las dueñas de estos salones dedicados a la animación de fiestas de cumpleaños con la temática de princesa eran mujeres, la mayoría de ellas heterosexuales, casadas y con hijos, pertenecientes a camadas medias con estudios universitarios o terciarios, sus esposos generalmente ocupaban puestos administrativos en reparticiones estatales o estaban vinculados con actividades comerciales.

Con su hermana psicóloga crearon el nombre. Durante la confección del mismo procuraron que *sonara fino, delicado, dulce y que invocara una historia mágica*. El objetivo del salón era hacer una propuesta que saliera de lo *tradicional* y que no tuviera *juegos estructurales, varones y demás*. Desde la perspectiva de esta productora de fiestas, lo *tradicional* englobaba salones con *peloteros, castillos y cosas típicas*. La nueva propuesta de animación convocaba, en sus ánimos renovadores, a niñas de estratos altos y medios. Carla calificaba a este público como *selecto* y aclaró: *después nos dimos cuenta que estaba bueno y decidimos no dejar a nadie afuera. Entonces empezamos a adaptar las propuestas, buscar otras alternativas más y empezamos a ofrecer otras cosas*.

Quienes primeramente quedaban fuera de estas fiestas eran los *varones*, porque los cumpleaños se destinaban *exclusivamente* a las *niñas*. Otra cuestión que reducía la participación era el costo, ya que tenían una tarifa más elevada y los paquetes de animación incluían *toda la organización del cumpleaños*. La productora de fiestas puntualizó que, para captar ese público que ya tenía quien le hiciera la torta y la comida para los adultos, empezaron a *vender cumpleaños con menos cosas, con menos servicios, con todas las actividades, pero dando la posibilidad al papá o la mamá que trajeran las cosas para el cumpleaños de la casa*.⁷

La casa de las princesas se ubicaba en una esquina a pocas cuadras de una de las principales avenidas del barrio Cerro de las Rosas.⁸ Su fachada era semejante a las viviendas contiguas. La entrada se delimitaba por una enredadera de Jasmín de leche y una campana de hierro junto a un pequeño cartel que indicaba los horarios de atención. En el jardín sobresalía una segunda cartelera rosa con el nombre del salón.

⁷ Al momento del trabajo de campo (período 2016-2017) el combo de cumpleaños *básico* en estos salones temáticos costaba 5500 pesos incluyendo diferentes actividades de animación y la merienda de las niñas. En cambio, los servicios de animación *completo* rodaban los 8000 pesos y se incluía además la torta, las sorpresitas, sándwiches de miga para los adultos, regalo sorpresa para la cumpleañera, talleres recreativos y de maquillaje. Si la presencia de niñas/os era superior a 30 y 20 para los adultos/as, se debía pagar un diferencial de 50 pesos por niño/a y 40 pesos por adulto. A los fines de producir una comparación según la Resolución (C.N.E.P y S.M.V y M.) 3-E/2017, el Salario Mínimo Vital y Móvil en su Artículo N° 1 era de 8060 pesos. Se celebraban un promedio de 6 fiestas por semana, esta cantidad disminuía los meses de receso escolar. La fiesta más solicitada era la de *princesa*. Las otras temáticas eran *cumple spa mixto clásico y mini cheff*. Para complementar los ingresos se hacían también fiestas de comuniones y *Baby Shower*.

⁸ Barrio residencial de la ciudad de Córdoba donde habitaban sectores medios y altos. En la década de 1980 experimentó un gran crecimiento comercial. Sobre una de sus avenidas principales diferentes emprendedores abrieron negocios, restaurantes y bares nocturnos. Una década más tarde este barrio amplió su oferta comercial e incluyó en dicha avenida y cercanías inmobiliarias, sucursales de los principales bancos, agencias de publicidad y turismo, clínicas, geriátricos, consultoras, oficinas, centros de actividad física y de belleza facial y corporal. Este proceso implicó la demolición de antiguas casas o remodelación de las mismas para adaptarlas a la producción de estos nuevos servicios.

Las instalaciones se estructuraban en función de las actividades que se realizaban y las personas que permanecían allí. La dueña del salón tenía su propia oficina. Aquí recibía a los *clientes* y asesoraba sobre los servicios del salón. Mediante cámaras controlaba a su personal y el funcionamiento general del negocio festivo. También fue el medio que utilizó para mostrarme cada espacio: su conformación y funciones.⁹

Con orgullo, comentó que su *marido* le hizo los muebles del salón y que para la *ambientación* contrató una *decoradora de interiores*. Carla calificó a esta profesional como quien le dio una apariencia *refinada* y *femenina* al local convirtiéndose en su *hada madrina*. Según ella, le aportó la *onda, el estilo y el encanto a la casa*.¹⁰ Señalándome desde su computadora cada uno de los recintos de su comercio indicó:

Si vos te fijás la casa es de princesas. Pero no le ves la cara a la Bella Durmiente. Vos te sentís que estás adentro de este mundo. En mi trabajo anterior en el colegio me enseñaron que lo estereotipado no deja libre la imaginación, te corta la libertad de expresión. Este salón no tiene imágenes de princesas en las paredes, justamente para eso. Para poner en juego en los niños otras cuestiones sin que nadie te diga cómo es. Nosotros las llevamos por un camino, sin tener las cosas a la vista.

Si bien no observé en las paredes iconografía de princesas, una serie de elementos simbólicos de este mundo encantado eran retomados para construir una particular atmósfera desde el mobiliario, temáticas y actividades.

El *living de los adultos* se hacía a partir de cubos de cuerina blanca colocados de manera rectangular, en el medio había mesas cubiertas con dos manteles, uno de ellos con

⁹ En este salón comercial, a diferencia de otros, observé un mayor nivel de organización de las tareas y diferenciación de las actividades que cada uno de los miembros del personal debía encarar. En cada una de las áreas en las que se dividía este comercio había personal específico diferenciado a través del uniforme de trabajo. También recurrían a los servicios de una comunicadora social quien realizaba la fotografía y marketing digital para promocionar las diferentes fiestas del salón. En estas fotografías las niñas generalmente lucían disfrazadas de princesas, solas frente a un espejo o mirando a la cámara y sentadas en uno de los tronos del salón. No todos los salones en los que participé contaban con los servicios de agentes profesionales que se encargaban de manejar la comunicación de la empresa. Los salones de Córdoba que se dedicaban a la elaboración de estas fiestas de cumpleaños asociadas con las princesas tenían fuerte presencia en las redes sociales (Facebook e Instagram), revistas de distribución barrial y especializadas en infancia.

¹⁰ En los cuentos, las hadas madrinas, por ejemplo Campanita o el Hada Azul, exhiben rasgos de solidaridad. Estos personajes sirven de apoyo y protección a muchas de las princesas huérfanas (funcionando como segundas madres) (Lesbgueris, 2014). Frecuentemente, la dueña del salón durante su relato utilizaba este tipo de metáforas. Nótese aquí la potencia subjetivante que tienen estas imágenes (transmitidas en las narraciones infantiles) para definir a otros y nominar a ciertas mujeres. Este mundo encantado se (re)hacía en y desde el lenguaje.

flores pequeñas y sobre éste otro de tul. Desde aquí se ingresaba al sector para la *merienda* de los niños/as.

En ese espacio había mayor presencia de mobiliario que emulaba lo cortesano-monárquico. Su centro lo ocupaba una mesa rectangular con un trono tipo victoriano en la cabecera, haciendo visible la jerarquía de la homenajeadada, y sillas con líneas ondulantes de menor tamaño en cada uno de los laterales para las invitadas/os. Esta decoración también se combinaba con un estilo basado en fuerte presencia de blanco acompañado de estampados florales. Objetos como teteras, tazas, bandejas, se reinventaban volviéndose piezas que merecían la pena mostrarse para la ambientación.

Desde el living se accedía a una sala de estar que se utilizaba para la *recepción* de los niños/as. Nuevamente aquí había un trono y sillones victorianos. La *recepción* se conectaba con el baño y cada una de las *salas de disfraces, talleres recreativos y maquillaje*.

En la *Sala de disfraces* colgaban sobre percheros los vestidos de princesas que estaban diferenciados por colores, tamaño y edad. Eran de color violeta, rosa y azul haciendo referencia a determinadas princesas de las películas de la factoría Disney: Rapunzel, Aurora y Elsa. En otro perchero, de menor tamaño, se exhibían los trajes de piratas. En la *sala de talleres* había mesas pequeñas con bancos a los costados y la *sala de maquillaje* se distinguía por los tres escritorios y espejos para el embellecimiento.

Ese era parte del *camino* que recorrían las cumpleañeras y sus invitadas durante el proceso de devenir princesa. El tránsito por cada uno de los espacios se hacía acompañado de las animadoras.¹¹ Ferrari explicita que “los padres, al haber trasladado el espacio de festejo de la propia casa a un pelotero, transfieren su lugar de director u oficiante del rito a los animadores del salón de fiesta” (Ferrari, 2011:23). En este espacio las animadoras llevarían un “trabajo emotivo” (Hochschild, 1983) sobre la cumpleañera y las festejadas dándoles la posibilidad de ingresar en este *mundo fantástico*, introduciéndolas en esta

¹¹ En el salón se desempeñaban cuatro jóvenes quienes cumplían el rol de animadoras. Se destinaban dos por fiesta. Sus edades no superaban los veinticuatro años. Cursaban carreras universitarias. Ellas tenían cabellos que les llegaban a los hombros, cuidados y lacios, en caso de traerlo recogido lo soltaban. No demoraban mucho tiempo en acomodarlo y colocarse una bincha con brillos o la corona. Para estar *cómodas* usaban zapatillas que la falda del vestido les ocultaba. Recibían a las niñas con un disfraz de princesa. Este ropaje podríamos considerar que se complementaba con algunos adornos personales de las animadoras, la mayoría de ellas usaba aros y anillos con una perla blanca o con brillos y en su cuello no faltaba una cadena con una cruz u otro símbolo religioso. En función de lo observado podría pensarse que ellas eran contratadas por su capacidad para funcionar como una imagen icónica de las princesas, y basándose en la ley de la semejanza y en la explotación del deseo mimético, debían ser capaces de cautivar al público que se reconocía en esa imagen. Estos aspectos merecen un mayor análisis del que puedo brindarle en el marco de esta ponencia.

experiencia, guiándolas a sentirse de una manera particular, poniéndoles a su disposición instrumentos cognitivos y emotivos para que pudieran interpretar y disfrutar de cada una de las escenas que se construían en los diferentes lugares descriptos. Desde lo espacial y temporal, de una manera muy controlada, se crearía una particular atmósfera de princesa, exigiéndoseles a las empleadas y las participantes que tengan la capacidad de saber ingresar en este mundo y hacerlo posible en las dos horas y media que solían durar las fiestas de cumpleaños.

Devenir princesa

Las celebraciones identificadas como *cumple princesas*, según las empleadas del lugar, estaban destinadas a niñas cuya edad promediaba los 6 y 10 años. Cuando la homenajeadada era menor (entre 3 y 5 años) y su festejo contaba con la presencia de varones (hermanos, primos, vecinos y compañeros del jardín) se les sugería a los familiares la contratación de fiestas con la temática *princesa y piratas*.

Aquí centro la atención en las *fiestas de princesas* ya que eran las más solicitadas y aglutinaban una población mayoritariamente femenina. Además las niñas entrevistadas coincidían en señalarlas como sus *preferidas*. Según relató Carla, la publicidad de estos salones estaba dirigida a las *madres* (de hecho eran ellas quienes hacían las contrataciones). Ana, otra productora de fiestas con temáticas similares, comentó que era un evento que *seducía tanto a las mamás como a las niñas*. Aclaró que *muchas desde chica tenían la fantasía de ser una princesa*.

De acuerdo a lo observado, las fiestas de princesas se realizaban en función de una estructura predeterminada (recepción, merienda, clase de *maquillaje de princesas*, elaboración de una pulsera, *disfraz de princesa*, baile y desfile, canto del “Feliz cumpleaños”) que se repetía cada vez que había una contratación. Estos eventos performáticos involucraban secuencias de acciones previas, elementos simbólicos, verbales y no verbales, convenciones estéticas y de embellecimiento que prescribían cómo hacerse princesa.

Los días precedentes a la celebración las niñas eran quienes distribuían las tarjetas de invitación impresas entre sus amistades anticipando a través de este medio el tópico festivo. Su diseño era rosa y tenía el logo del salón. Las madres comunicaban este evento en formato *flyer* vía *WhatsApp*. A través de estas acciones se “seleccionaban” las invitadas que eran mayoritariamente *mujeres*.

Cuando llegaba el *día tan esperado*, una de las animadoras-princesa recibía a la cumpleañera y la guiaba hasta la recepción. La homenajeadada se sentaba en el trono y el resto de las invitadas en los sillones, de menor tamaño. La mayoría de las niñas y las madres conocían este tipo de fiestas que, en tanto formas de “conductas restauradas” (Schechner, 2012), no eran acciones que se realizaban por primera vez. Unas y otras sabían qué hacer y cuándo dividirse. Las madres solían ocuparse de recibir a las invitadas adultas y conversaban con ellas en el living. Los padres generalmente oficiaban de anfitrión de los invitados (tíos, abuelos, amistades laborales). Tanto en el living de los adultos como en la recepción de las niñas la población masculina solía ser reducida.

Las niñas conocían el repertorio de conductas esperadas en estas celebraciones y para aquellas que no lo sabían siempre había una amiga dispuesta a decirle e indicarle la forma de hacerlo correctamente o corregirla en caso de error. Por ejemplo, si alguna se sentaba en el trono cuando la cumpleañera se retiraba. Si lo hacían debían tener la aprobación del grupo. Mientras las niñas llegaban, las animadoras conversaban con la cumpleañera sobre sus actividades cotidianas, *princesas preferidas* y se hacían cumplidos sobre la vestimenta o peinados. Las niñas aprovechaban esa instancia para hablar de las *películas de Disney*, hacerse recomendaciones, exhibir conocimientos sobre las princesas, cantar canciones, mencionar escenas de los films.

En función de las conversaciones que la animadora mantenía con las niñas, encontré que la mayoría de las cumpleañeras y sus invitadas realizaban actividades extraescolares (gimnasia artística, acrobacias sobre tela, natación, clases de danza y/o patín). Durante la situación de recepción, algunas de ellas demostraban sus habilidades corporales (por ejemplo, hacer con el cuerpo una vertical y/o medialuna) aprendidas en los espacios a los que asistían. Las actividades que desarrollaban estaban vinculadas con prácticas asociadas con el trabajo individual, al servicio de atributos como la gracia, la armonía, la delicadeza, la expresión artística (Lesbegueris, 2014). El tiempo de recibimiento tenía una duración aproximada de veinte minutos y luego las niñas se dirigían al salón principal donde compartían una *merienda*.¹²

¹² En los inicios de este salón durante la *merienda* se les brindaba a las niñas una clase de ceremonial que dictaban las animadoras. Mediante esta actividad se les enseñaba a las invitadas posturas y modales en la mesa, uso de la servilleta, etc. A partir de la renovación del staff de animadoras esta práctica de disciplinamiento corporal dejó de realizarse.

Como parte de un trayecto lúdico-pedagógico de estilización del cuerpo, las niñas recibían una *clase de maquillaje* en el camino de devenir una *princesa*. Aquí se transmitían unas artes del embellecimiento femenino. Esta clase, que no superaba los veinte minutos, se brindaba en una sala que contaba con tres espejos tocador de maquillaje colocados sobre mesas de tipo victoriano, anteriormente descrito. Este lugar funcionaba como un espacio-tiempo para la transformación de las niñas previo a la instancia de colocarse el vestido de princesa. Durante estas clases al igual que en la situación de *recepción* se pondrían en circulación “guiones de feminidad”. Estos se incorporarían a partir de “técnicas corporales” (Mauss, 1979).¹³ Pensar en “guiones” incorporados, más que interiorizados, significa, siguiendo a Butler (2001), que su asimilación no pasa por su conversión en rasgos psíquicos, sino por su inscripción en el cuerpo que en la reiteración se vuelven performativos.

En el taller tanto “los guiones” como las “técnicas” se transmitían en un plano interpersonal. La animadora se colocaba frente a las niñas estimulando la curiosidad y exhibía los materiales. Según plantea Berger “sin puesta en escena, no hay seducción. El ‘rol’ del género y el ‘género’ como ‘rol’ son entonces propiamente seductores. Y ese rol seduce tanto a quien lo interpreta como a quien lo observa” (Berger, 2016:43). La joven, al poner su cuerpo como modelo, se ubicaba muy próxima a su auditorio con el propósito de que las niñas replicaran sus “técnicas corporales” en sus manos y rostro. La mayoría de las niñas seguían con mucha atención y predisposición la clase desde los diferentes escritorios de belleza para conformar la figura de referencia en sus cuerpos: princesa.

La transmisión de “guiones de feminidad” con las correspondientes “técnicas” se daban de la siguiente manera: la animadora primeramente presentaba las *pinturitas* indicándoles que eran *sombras, pinceles, rubor, labial y esmalte para uñas*. De este modo, instruía en el vocabulario técnico de un ideal hegemónico de belleza femenina. En seguida les enseñaba la manera de usarlas y administrarlas. Mediante un discurso apelativo procuraba que las niñas entendieran cómo funcionaba el proceso del maquillaje siguiendo

¹³ En una conferencia publicada en 1936, Marcel Mauss definió a las técnicas corporales como “la forma en que los hombres, sociedad por sociedad, hacen uso de su cuerpo en forma tradicional” (Mauss, 1979:337). A su vez, precisó que “no hay técnica ni transmisión mientras no haya tradición. El hombre se distingue fundamentalmente de los animales por estas dos cosas, por la transmisión de sus técnicas y probablemente por su transmisión oral” (Mauss, 1979:342). Para el sociólogo francés, las técnicas corporales son socialmente adquiridas mediante el aprendizaje y la mimesis.

los pasos que ella ofrecía. Así, transmitía un “saber hacer” para que fuera aprendido de manera mimética.¹⁴

La animadora volvía reflexivas las prácticas de embellecimiento y, paso a paso, mostraba el cómo de esa habilidad. En las explicaciones no sólo expresaba verbalmente el modo de llevar a cabo el acto de pintar los ojos, pómulos y labios, sino que además lo completaba con el gesto manual. Después de las instrucciones, se les repartían las sombras a las niñas y, de la misma manera, se les enseñaba a usar base en el rostro, pintarse los labios y las uñas.

Esas clases solían atraer la atención de las madres, quienes se trasladaban desde el living para observar a las niñas. Generalmente tomaban fotografías y también ponían en circulación “guiones de feminidad”. Ellas solían recomendarles apoyar el pincel de manera *suave* en la sombra o la esponja sobre el rubor sin *pintarrajearse*. Permanentemente se hacía alusión a la importancia del orden y la proporción de las pinturas. Estas niñas debían hacerse una “cara” (Goffman, 1970) que no pusiera en tensión la posición social de sus madres (profesionales, empleadas de comercio, secretarias) quienes las guiaban a que actualizaran una figura femenina sujeta a una estética no exuberante.

Las niñas, al terminar de maquillarse los ojos, pómulos y labios (solas o entre sí) se miraban en el espejo. De esta manera, autoevaluaban el aprendizaje de los guiones transmitidos. Algunas niñas conocían la técnica, decían que se maquillaban en sus viviendas. Otras -generalmente niñas de menor edad- recibían ayuda de las más grandes cuando la pintura sobre el rostro era desmedida. Aquí residía la eficacia de estos “guiones” y “técnicas corporales” mediante la co-presencia se corregían los “errores”.

Los intercambios entre las niñas no sólo incluían algún color de sombra específica o modo de aplicarla sino que además circulaban miradas y gestos aprobatorios o reprobatorios. Mediante estas acciones se hacía y modelaba una fachada personal

¹⁴ Para reflexionar sobre esos aspectos resultó importante el trabajo realizado de manera conjunta por Celeste Bianciotti y Mariela Chervin (2016) donde analizan los talleres de seducción femenina en el que asistían mujeres de entre 20 y 50 años de edad. Ambas autoras a través de las “técnicas corporales” (1979) transmitidas estudian qué tipo de ideal de feminidad regulatorio se ponía en juego. Según ellas, la producción de subjetividades en estos talleres se producirían en el marco de un mercado que ofrece experiencias que combinan diversión, esfuerzo, autopromoción bajo las lógicas de los marcadores sociales de la diferencia. La feminidad en estos talleres era asociada a reglas de *buen gusto* y distinción “combinadas con un discurso sexualizante de la sexualidad, transformador de viejos mandatos de pasividad femenina y espera de la iniciativa masculina.” En este salón infantil la feminidad también se asociaba con criterios de distinción pero a diferencia de los talleres de seducción que utilizaba mano de obra masculina para su dictado, en este caso analizado este trabajo era emprendido por mujeres.

colectivamente sustentada y que tendía a ser compartida por todas las integrantes. Los grupos también se identificaban a partir de un color específico de pintura de uñas y mediante estos marcadores se “hacía” amistad.

Esos talleres realizados en el marco de una fiesta de cumpleaños reunían a niñas y mujeres de diferentes edades que entraban en contacto entre sí, socializándose sus “técnicas corporales” y “guiones de feminidad”. Schechner explica “para que un taller sea exitoso los participantes deben hacer el trabajo pesado que consiste no sólo en dominar habilidades (entrenamientos), sino en abrirse a los demás y a las nuevas ideas y prácticas. Esto no es nada fácil” (Schechner, 2012:372). Era común encontrar que las niñas de menor edad sollozaran frente al espejo cuando el polvo de la pintura le entraba en los ojos o por no dominar con destreza las pinturas. Ellas hacían un mayor esfuerzo para que el rostro quedara más o menos semejante al de las cumpleañeras.

Asimismo, las instrucciones de embellecimiento que recibían las cumpleañeras continuarían los “entrenamientos” (Schechner, 2012) que ellas realizaban en sus hogares por medio de sus consumos televisivos y lúdicos sobre formas de convertir el cuerpo en niña-princesa. Mediante programas de televisión infantiles, películas, revistas y juegos adoptaban “guiones culturales” (Gagnon y Simon, 1974), sobre cómo debía maquillarse y qué se *esperaba* de una princesa. Al mismo tiempo, las madres hermanas o primas funcionaban en el relato de las niñas como referentes en la transmisión de las artes del embellecimiento. Con respecto a las niñas invitadas estos talleres se convertían en espacios de placer, así como también para ensayar formas de feminidad y camaradería con otras. Del mismo modo, se producía una complicidad femenino-colectiva, afirmando o negando un sistema de valores lúdicamente configurado que prescribía cómo adornar el cuerpo. Algunas con sus maquillajes desobedecían las reglas que las animadoras les sugerían, otras por el contrario las confirmaban. A quienes exageraban las cantidades se le hacían “ajustes” perfilando el rostro y las expresiones de acuerdo con valores de clase específicos. La mayoría de los maquillajes eran suaves, con trazos sencillos y armónicos, las bases eran de colores claros al igual que la pintura de ojos.

Después de los talleres, las niñas se dirigían a una habitación continua donde estaban los vestidos de princesas. Estas eran las acciones preparatorias para una de las instancias finales del cumpleaños: *el baile*. El *vestirse de princesa* era uno de los momentos más esperados por las niñas y que más euforia y placer causaba en la mayoría de ellas. A la

cumpleañera además del vestido le colocaban una capa y de este modo, según las invitadas, ella se hacía *Reina y el cumpleaños era su coronación*.

En función de las corporalidades de las participantes, las animadoras les ofrecían los vestidos. Ocasionalmente algunas invitadas subvertían las expectativas y solicitaban trajes de piratas que colgaban en los percheros. Las animadoras accedían y se los colocaban. Generalmente eran las madres de las niñas quienes les sugerían a ellas optar por el vestido de princesa. Podría pensarse que actuaban como “policías del género”, ya que guiadas por una iniciativa moral se ocupaban de que las normas establecidas del género se cumplieran, utilizando estrategias de poder basadas en modalidades de actuación que procuraban encauzar conductas mediante una técnica verbal basada principalmente en consejos, recomendaciones e insinuaciones. Situaciones similares ocurrían con aquellos varones que solicitaban el traje de princesa. Sin embargo, sobre las cumpleaños las madres ponían más recelo en las formas “apropiadas” de atuendo y del comportamiento.¹⁵

La vestimenta y el maquillaje eran instancias donde se verbalizaban deseos y expectativas respecto del momento del desfile y el baile. Asimismo se rememoraban cumpleaños anteriores. Los vestidos asemejaban a las participantes entre sí funcionando como un uniforme que variaba de acuerdo al tamaño y el color, sin embargo las diferencias se constituían a partir del maquillaje y los objetos de decoración personales.

La animadora les hacía repetir a las niñas unas *palabras mágicas* con las que se abría la puerta que daba ingreso al *baile*. Ellas ingresaban convertidas en sus *personajes favoritos*. Dentro del recinto una gran bola espejada colgaba desde el techo y hacia el final había una pasarela con un fondo de flores. Una vez en el boliche, se les indicaba a las niñas que hicieran una fila para desfilan. Las canciones con las que se ambientaba esta práctica eran del género musical pop-latino.

Con la música de fondo desfilaba la animadora-princesa y durante su caminata por la pasarela les indicaba a las niñas cómo mover el vestido y el cuerpo. Explicaba la importancia de levantarlo para no pisarlo al subir el escalón y acto seguido brindaba sucesivas instrucciones, de manera oral y corporal: *cómo desfilan hasta el final de la pasarela, cómo hacer una pose y cómo dar una vueltita para la foto y sonreír*.

¹⁵ Esta noción de “policía del género” se encuentra emparentada e inspirada en la idea que utiliza Preciado con respecto a los métodos de control y vigilancia sobre el cuerpo de las niñas ejercido por las madres, a quienes califica como “detective privado” (Preciado, 2008:76).

Luego de esas lecciones de comportamiento, dichas en tono cariñoso y festivo, las cumpleañeras eran quienes abrían la pasarela restaurando la secuencia de actuación que la animadora, con mucho empeño, les enseñó. Generalmente las homenajeadas levantaban la mano izquierda hacia arriba, saludaban o tiraban besos y las animadoras estimulaban el aplauso del público. Los adultos presentes festejaban y realizaban un registro de las acciones con los dispositivos celulares. Luego era el turno de las invitadas, quienes también hacían poses y recibían aplausos. Algunas pasaban muy rápido y mirando hacia abajo, otras acompañaban a las niñas más pequeñas en la pasarela. Había quienes decidían no desfilan o permanecían conversando sin participar de la actividad. Otras parodiaban la caminata de las princesas y sacaban la lengua.

Después del baile y el desfile comenzaba la fase final de la fiesta. A la cumpleañera solían arreglarle el cabello sus familiares y las animadoras colocaban la torta en la mesa principal. *La casa de las princesas* contaba con un diseño de torta específico con una base de fondant rosa y una corona dorada. Finalizado el ferviente y repetido canto del “Feliz Cumpleaños”, que reunía a las familias y las invitadas, las animadoras le entregaban a la cumpleañera una corona a modo de souvenir. La cumpleañera primeramente se tomaba una foto con los integrantes de su familia. Este momento culminante era el más fotografiado por todos los participantes adultos a la fiesta. En este sentido, las fotos funcionarían como un dispositivo más para producir lo que Wilhelm Reich (1936) identifica como “sentimentalismo familiar” y que en estos agasajos festivos estaría fuertemente espectacularizado y eternizado plasmando la integración de la familia heterosexual reunida, enmarcada y (re)hecha en retratos.

Mediante las redes sociales solía etiquetarse al salón y de esta manera otras familias y niñas accedían a las imágenes de uno de los instantes más icónicos durante la fiesta. En estas fotografías las niñas-princesas se mostraban solas, junto a sus familias o amigas revelando este consumo a otras/os. Estas imágenes luego formarían parte del archivo visual familiar tanto en las redes sociales como en los grupos familiares de *WhatsApp*. Al compartirse, las fotos funcionaban como un índice para recordar aquello que fue y lo se deseaba mostrar, (re)actualizándose las “técnicas corporales” y “guiones de feminidad” en las redes sociales u otros dispositivos.

Comentarios Finales

Desde hace más de treinta años se encuentra en expansión y (re)configuración un mercado dedicado a la animación de fiestas de cumpleaños infantiles y su montaje como espectáculo, como parte de un proceso de comercialización de experiencias en el espacio urbano cordobés.

Según analicé, el “sistema sexo-género” (Rubin, 1986) devino un recurso para construir la innovación montándose salones y/o actividades de divertimento dirigidas a las niñas. Desde una mirada etnográfica, describí el modo en que se recreaba en lo espacial y el lenguaje la realeza mágica en estos emprendimientos. Los cumpleaños funcionaban como un tiempo-espacio propiciando que la vida familiar, la amistad y, fundamentalmente, la feminidad ocuparan un lugar central. Esta última se hacía desde la decoración basada en determinadas líneas cromáticas con colores suaves y en cada una de las acciones propuestas para el esparcimiento.

La producción de las fiestas de cumpleaños, que se ofertaban como exclusivos para niñas, estaban monopolizadas por mujeres distinguidas de acuerdo a su posición en el proceso productivo (dueña/encargada) y en función de la tarea que desempeñaban (animadoras-princesas). Las animadoras resultarían un tipo particular de profesional relacionadas con el arte de la diversión y en el proceso de enseñarle a otras a hacerse femeninas, por ejemplo cuando daban lección sobre formas de arreglarse el cabello, maquillarse, caminar, sentarse, recorrer la pasarela y mirar a la cámara.

En ese proceso lúdico-pedagógico de estilización corporal las madres de las cumpleañeras y las invitadas cumplían también un rol protagónico transmitiendo a otras sus fantasías maternas femeninas. Estos “guiones” en las fiestas de cumpleaños adquirirían la forma de consejos y recomendaciones. Asimismo, en estos agasajos se construía un determinado modelo de niña-princesa, es decir niñas a quienes se les proponía utilizar *correctamente* los productos de belleza y se les prescribía ciertas formas de comportamiento *cuidadas* con respecto a su presentación personal.

La relación entre las animadoras y las niñas estaba articulada de modo tal que las celebradas observaran con detenimiento la performance que las primeras realizaban con el objetivo de imitarlas y así (in)corporar sus habilidades. Con esto quiero llamar la atención de que mediante la oralidad y desde el hacer, en cada una de las actuaciones, se estaban reiterando y encarnando, determinados “guiones”. Las niñas encontraban un espacio de

“entrenamiento” (Schechner, 2012) más en el proceso de construcción de una determinada subjetividad femenina afirmada en el consumo de la performance que las animadoras, en tanto gestoras de la diversión, realizaban.

La casa de las princesas se volvía un espacio donde se (re)hacía el género asociado con ciertos valores de clase. La experiencia dramática de estas fiestas infantiles se organizaba a partir de ciertos mecanismos de distinción social, ya que se proponían formas de presentación personal, poses corporales y maneras de mover el cuerpo durante los desfiles, por ejemplo, consonantes con unos imperativos del “buen gusto”. Pensar en términos de performatividad de género y de clase permite comprender que los aspectos normativos no serían solamente atributos, sino modos de hacer y estar que necesitan repetirse y encarnarse una y otra vez.

También se celebraba, citaba y enmarcaba, una forma de feminidad y el trabajo que hacían ellas para aprenderla y sostenerla. Estas modalidades de celebración actuarían como un índice de este reconocimiento. Ese deseo de ser una princesa, hecho realidad durante el festejo de cumpleaños, se objetivaba en fotografías, en las “técnicas corporales” (Mauss, 1979) ensayadas y perfeccionadas. En la casa de princesas muy pocas cumpleaños eran festejadas como piratas o superheroínas, por el contrario ellas resultaban celebradas a partir de la identificación con las princesas.

Es importante aclarar que las invitadas a la fiesta no siempre se sujetaban a ese deseo del mismo modo que la cumpleañera. Desde lo corporal se subvertían los modos “correctos” de colocarse en la mesa. Por ejemplo, se hacían gestos que rompían con lo “esperable” en las diversas situaciones de interacción. También había invitadas que desobedeciendo las recomendaciones de sus familiares presentes decidían no coronarse como princesa y presentarse en la pasarela del género llevando el traje de pirata, ensayando otras formas de presentación y de experimentar la corporalidad. En ambos casos y de acuerdo con Ferrari “en esa entrada al recinto, transmutado en quien desea ser, dónde no sólo queda en evidencia lo simbólico, (...) también se produce la aparición de los lenguajes artísticos con mayor intensidad” (Ferrari, 2011:21).

Las *fiestas de princesa*, como otras fiestas de cumpleaños de similares características, eran un espacio para el encuentro festivo donde se jugaban los avatares del proceso de subjetivación infantil. Este proceso estaría maniobrado por normas regulatorias, tanto de las materializaciones corporales legítimas, es decir de aquellas formas corporales aprobadas

socialmente, como de la significación de las diferentes materializaciones inscriptas en y por relaciones de poder.

Referencias Bibliográficas

- Berger, Anne-Emmanuelle, *El gran teatro del género: identidades, sexualidades y feminismos*, Buenos Aires, Mardulce, 2016.
- Bianciotti, María. Celeste; Chervin, Mariela, "Saquen tetas y paren el culo: técnicas corporales e ideal regulatorio de la feminidad en un taller de seducción femenina", *Astrolabio*, [S.l.], N°16, 2016, pp.122-146.
- Blázquez, Gustavo, *Los actos escolares. El discurso nacionalizante en la vida escolar*, Buenos Aires, Miño y Dávila editores, 2012.
- Butler, Judith, *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*, México, Paidós, 2001.
- Castro, Cecilia, *Feliz en tu día. Una etnografía sobre fiestas de cumpleaños infantiles en espacios mercantilizados*, Tesis Maestría en Antropología, Blázquez, Gustavo (Dir.) Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba, 2016.
- Duek, Carolina, "Infancia, Fast-food y consumo o cómo ser niño en el mundo McDonald's", en Carli, Sandra (comp.), *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping*, Buenos Aires, Paidós, 2006, pp.241-264.
- Ferrari, Carina, "Los lenguajes artísticos en la esfera del no-arte", *A boca de sapo. Revista de arte, literatura y pensamiento*, Tercera Época, Año XII, N°9, 2011, pp.20-23.
- Gagnon, John; Simon, William, *Sexual Conduct: The Social Source of Human Sexuality*, Chicago, Aldine, 1974.
- Goffman, Erving, *Ritual de interacción*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1970.
- Hochschild, Arlie, *The managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. New York, University of California Press, 1983.
- Landa, María Inés; Blázquez, Gustavo; Castro, Cecilia, "Emprender como estilo de vida. La actitud en las dinámicas laborales de trabajadores del *fitnes* y del entretenimiento infantil", *Revista Debats*, Aceptado 9/2018, "en prensa".
- Lesbegueris, Mara, *Niñas jugando. Ni tan quietas ni tan activas*, Buenos Aires, Biblos, 2014.
- Mauss, Marcel, *Sociología y antropología*, Madrid, Tecnos, 1979.
- Preciado, Beatriz, *Testo Yonqui*, Madrid, Espasa, 2008.
- Reich, Wilhelm. La familia autoritaria como aparato de educación, en <http://tijuanaartes.blogspot.com/2005/03/la-familia-autoritaria-como-aparato-de.html>, 1936.
- Rubin, Gayle, "El tráfico de mujeres: notas sobre 'la economía política' del sexo", *Nueva antropología*, Vol. VIII, N°30, 1986, pp.95-145.
- Schechner, Richard, *Estudios de la Representación. Una introducción*, México, Fondo de Cultura Económica, 2012.
- Tamagnini, María Lucía; Castro, Cecilia, "Una aproximación etnográfica a las actuaciones administrativas para la gestión municipal de la diversión en Córdoba", *Astrolabio*, [S.l.], N°16, 2016, pp. 362-389.
- West, Candace; Zimmerman, Don "Haciendo género", en Navarro, Marysa; Stimpson, Catherine (comp.) *Sexualidad, género y roles sexuales*, Buenos Aires, FCE, 1999, pp. 109-143.