
“UNOS TIPOS DE TRAJE Y CORBATA”. ESTILO, TRABAJO Y DISTINCIÓN EN LOS MENSAJEROS EN MOTO DE BUENOS AIRES

María Graciela Rodríguez
Universidad de San Martín – Argentina

Resumen: Este artículo presenta los resultados de una investigación realizada con los mensajeros de la ciudad de Buenos Aires, focalizando sobre la producción estilística. La centralidad que tiene en estos sujetos el trabajo otorga sentido a una propuesta de diálogo con los estudios sobre estilo, proponiendo ajustes teóricos y analíticos a estos estudios. Este análisis señala que los mensajeros producen un estilo que se combina con elementos vinculados al trabajo, el cual, además, se liga con los propios sentidos atribuidos a su vida cotidiana y al trabajo. Así, se pone de relieve la contrafigura que organiza el universo simbólico y práctico de los mensajeros: el modelo “traje y corbata”. Finalmente, se exploran los modos en que estas cuestiones son tramitadas simbólicamente a través de una dimensión comunicacional que le da forma activa a esos gestos, y se constituye, a la vez, como una parte fundamental de su cotidiano laboral.

Palabras claves: estilo, juventud, mensajeros en moto, trabajo.

Abstract: The goal of this article is to present the findings of a research done with motor-bikers messengers, focusing on their stylistic production. Work is a central element in this study and this centrality puts the paper in dialogue with traditional style studies, while proposing theoretical adjustments on style studies based on youth and leisure. The messengers produce their style in strongly combination with the job they do which, in turn, is linked to their own senses given to everyday life and work. Thus, the “suit and tie” model is highlighted being it a counter-figure that organizes their symbolic and practice universe. Finally, the article explores the ways these issues are elaborated through a communicative dimension which gives messengers’ style an active shape being at the same time constitutive of their everyday job.

Keywords: motor-bikers messengers, style, work, youth.

Javier luce el pelo largo y suelto hasta la mitad de la espalda. Se viste con jeans, usa borceguíes y remeras sin mangas que dejan ver sus músculos trabajados. Tiene mujer y dos hijos a los que mantiene. Durante ocho años trabajó como mensajero. Los mensajeros son unos trabajadores urbanos que se dedican a llevar y traer documentos y dinero por la ciudad montados mayoritariamente en moto, a pesar de que en los últimos años se ha ido incrementando la mensajería en bicicleta en aquellas zonas urbanas donde los itinerarios son cortos. A los 32 años, Javier decidió tomarse un “sabático” para escribir una novela.¹ Esto sucedió en el mismo momento en que yo comencé mi trabajo de campo, ocasión en que le pedí que me contactara con otros mensajeros.

“Fernando no te va a servir: le gusta lo épico, los castillos, los vikingos, escucha metal clásico, Rata Blanca y es racista”, fue lo primero que me dijo. Después se acordó de Ramiro pero desistió porque dejó de *fletear*² y actualmente es dueño de una agencia. Y cuando le pregunté por Mariano, que fundó uno de los gremios de base que los agrupan, me aclaró que tampoco es el “mensajero emblemático porque está en el Polo Obrero”.³ Preguntado entonces por los rasgos del ‘mensajero emblemático’, Javier compendió: “faso, mina, birra, hincha de Chacarita, para en el barrio”.⁴ En ese momento, dejé asentado prolijamente el listado de Javier en mi cuaderno de campo sin saber muy bien qué otros sentidos, además del literal, podía estar teniendo. Y no fue hasta casi un año después cuando, al regresar a esas notas, comprendí su potencialidad.

¹ La referencia al “sabático” es habitual entre los mensajeros, aunque en la mayoría de los casos se trata de una aspiración o un deseo de difícil concreción. El “sabático”, sea en su forma efectiva como en la de deseo, es un elemento que se vincula con la relación que establecen los mensajeros con el trabajo, considerado como una obligación de la que no pueden escapar, antes que como dimensión de realización vital. Tomarse un “sabático” implica, entonces, la (casi imposible) aspiración de no trabajar. Javier es una excepción, dado que lo pudo concretar.

² Los mensajeros denominan *fletear* a su práctica laboral. En esta presentación usaré la cursiva para señalar tanto los términos nativos como los conceptos teóricos. Estos últimos, además, van acompañados del apellido del autor y el año de edición. Advierto que, en ambos casos, sólo utilizaré la cursiva la primera vez.

³ El Polo Obrero es una agrupación de izquierda alineada con el troskismo.

⁴ En lunfardo, el sociolecto utilizado por Javier, faso significa cigarrillo de marihuana; mina, mujer; y birra, cerveza. Asimismo, con Chacarita se refiere a un club de fútbol conocido por el fanatismo de sus hinchas y la expresión “para en el barrio” implica que pasa parte de su tiempo en la vecindad.

Lo primero que sugiere el listado que provee Javier es que está armado en capas. La primera, la que refiere a Fernando, el cultor de los castillos, remite directamente a lo que tradicionalmente se considera ‘estilo’: una combinación entre gustos y apariencia.⁵ La segunda, la que descalifica a Ramiro a raíz de su conversión en dueño de agencia, se vincula con una posición concreta en relación con el trabajo (patrón o empleado). Finalmente, la tercera pone en cuestión la postura ideológica de Mariano. Sin embargo, en la interpretación nativa que hace Javier, las tres capas funcionan como un todo, y forman parte de una misma condición: la del mensajero. Es sólo a los efectos analíticos que estas tres capas pueden ser diseccionadas.

En esta presentación me interesa dar cuenta de la producción de señales estilísticas de los mensajeros en moto, y de los formatos que surgen de las posibilidades combinatorias cuando éstas están restringidas por elementos vinculados al trabajo. Dilucidar si los rasgos expresivos de los mensajeros pueden considerarse señales ‘estilísticas’ es una cuestión que se intentará responder afirmativamente aquí. Para ello el hincapié se ha colocado no sólo en los formatos que organizan su dimensión expresiva, sino también en los grados de ligazón de estas señales con los sentidos atribuidos a su vida cotidiana y al trabajo. Asimismo, se explorarán los modos en que los mensajeros tramitan simbólicamente estas cuestiones a través de una dimensión comunicacional que le da forma activa a esos gestos, y se constituye, a la vez, como una parte fundamental de su cotidiano laboral.

Pretendo, entonces, dar a conocer los resultados de una parte de mi investigación, que puede ser puesta en relación dialógica con los estudios sobre estilo, con el fin de proponer ajustes sobre los andamiajes analíticos que los sustentan. Para dar cuenta de esto, en primer lugar presento la armadura de la relación que establecen entre el trabajo y el estilo; en segundo lugar, reconstruyo los valores que sostienen esa relación; y finalmente, focalizo sobre la dimensión comunicacional que subyace al estilo de los mensajeros.

⁵ Bourdieu (1988, p. 181) señala que los gustos se definen en dos espacios: por un lado las prácticas (deportivas, diversiones, de producción cultural, etcétera), y por el otro las propiedades (muebles, vestimenta, libros, cuadros, incluso cónyuges), por las cuales se manifiesta el gusto “entendido como el principio de las elecciones que así se realizan”. En este sentido, el gusto implica una modalidad selectiva de estilizar la vida, la cual, además, no sería exclusiva de los grupos dominantes, es decir, de aquellos legitimados por la posesión del capital cultural legítimo (Grignon; Passeron, 1991).

Gustos y apariencias

Miguel tiene el pelo largo hasta los hombros, y acompaña el pantalón de jean que usa habitualmente con una campera de la misma tela y borcegués, la misma apariencia que presenta Javier. Sus brazos con tatuajes, que se dejan ver por debajo de la camisa remangada, también tienen músculos trabajados. Ambos suelen ir al gimnasio, escuchan heavy metal y participan de bandas asociadas a ese estilo musical. Urbano viste usualmente pantalón de gimnasia y zapatillas; también tiene el pelo largo aunque enmarcado por un breve flequillo sobre la frente, conocido como ‘rolinga’ en la jerga de las culturas juveniles. De manera similar se presenta Enrique, aunque tiene el pelo corto. Enrique, además, suele usar pantalones amplios de esquí en invierno, acompañados de botas. Ambos dicen escuchar a bandas musicales relacionados con un sub-género del rock argentino asociado a lo barrial que adquirió masividad en los últimos años. A Mariano, un mensajero fanático del reggae, se lo reconoce por sus rastas. A Gustavo, por el contrario, por su pelo corto y teñido. Gustavo es fanático de bandas grandes del rock argentino de los últimos años, como Divididos. Fernando, además de usar aritos, escucha a Rata Blanca y otras bandas relacionadas con lo gótico. El Moncho, con su larga trenza negra cayéndole sobre la espalda, es vegetariano; casi no habla, observa mucho, comenta poco, afirma o niega con la cabeza. Dice escuchar “de todo un poco mientras sea rock”.

Ser mensajero no implica un vínculo unívoco entre un gusto y una apariencia. Los elementos que participan en las combinaciones son variados, pero el repertorio es restringido. Antes que homogeneidad, las descripciones muestran un espectro diverso pero acotado en términos de la relación entre elecciones estéticas (como las musicales) y apariencia. En cuanto a los consumos, recogí una heterogeneidad de gustos y consumos musicales que incluye heavy metal, reggae, rock nacional, cumbia, rock sajón en distintas vertientes, entre otros; si bien ninguno dijo preferir escuchar música clásica, tango o folklore. En el rubro de la apariencia externa sucede algo similar: los he visto con piercings, tatuajes, flequillo ‘rolinga’, con trenzas, o rastas; pero, nuevamente, ninguno usa (ni usaría) mocasines, traje o corbata.

Esa primera capa señalada por el listado de Javier, la que vincula la adscripción a ciertos gustos con la dimensión expresiva, habla de márgenes de

aceptación antes que de homogeneidad. Las elecciones pueden variar entre el rock, el reggae, los castillos o el heavy metal; se puede usar el pelo corto, largo, con trenza o flequillo. Pero esos son los límites aceptados, no más allá.

Retomando, como capas de una cebolla, lo que tempranamente recogí de Javier, con el tiempo me di cuenta de que aquel listado que elaboró dice muchas más cosas de lo que a simple vista parecía. Aún más: la incapacidad de Javier para encontrar al ‘mensajero emblemático’ indica que las variedades son a su vez parte misma de este tipo ideal. Pero la construcción ideal sirve de guía o de marco a la hora de organizar sus narrativas. Javier produce con su listado dos operaciones: primero, define a sus compañeros por la negativa, señalando a aquellos que no representarían al mensajero típico; luego, hace un recorte para delimitar esa figura emblemática a partir de unos atributos que conforman una identidad más proyectada que real (“falso, mina, birra, hinchita de Chacarita, para en el barrio”).

Las dos operaciones parecen fundirse en una sola, si bien son diametralmente opuestas. En el entramado de las propias narrativas, sobrevuela un tipo ideal, imaginario, delimitado por consumos y prácticas culturales, que sería representante de todos los mensajeros. Sin embargo, la confrontación del listado ideal que me presentó Javier con las prácticas efectivas de los sujetos confirmó que estos rasgos son uniformes solamente en el plano del imaginario. Y si Javier no acierta a comunicar fielmente aquello que él pensaba que yo quería encontrar (un patrón), su intento me aportó la clave para, justamente, entender ese patrón: el trazo grueso, uno que dibuja fronteras. La *fachada* (Goffman, 1994) de los mensajeros es a la vez colectiva e individual: el trazo grueso habilita un espacio ‘muelle’ y colectivo, dentro de cuyos límites se abre una zona relativamente ‘libre’ donde aparece la originalidad de cada sujeto. La imagen de sí es la resultante de una mixtura entre las prácticas efectivas de cada individualidad, y un conjunto de prácticas, atributos y consumos que operan como marco imaginario de lo que consideran que es, idealmente, un mensajero. Es decir que esta imagen ideal no se replica fielmente en cada uno, sino que se singulariza y adquiere matices, si bien hay un marco común, grueso, que soporta variaciones dentro de unos límites.

Simultáneamente, esta estilización particular está profundamente imbricada con su trabajo: cuando se suben a su vehículo a trabajar, y más allá de la diversidad estilística, todos ellos quedan adscriptos a un mismo conjunto, el de los mensajeros.

Estilo y trabajo

Lo que Mario dice gustarle más de su trabajo, es que él nunca deja de ser mensajero; cuando llega a su casa, o se va a ensayar, o sale con su mujer, se viste igual. La apariencia comunica una imagen de sí que no necesita ser actuada según las circunstancias, sino que lo acompaña en todas las situaciones y contextos. Las veces que interactué con ellos fuera del encuadre laboral, no habían cambiado su apariencia. Al principio esto no me llamó la atención. Sin embargo, percibí la disonancia un sábado a la noche cuando, en una peña, bailaban con sus handies⁶ ajustados al cinturón. Ésa es su vestimenta habitual. Mario lo resalta con un comentario; los asistentes a la peña, con sus handies colgados de la cintura en pleno festejo, fuera del tiempo laboral.⁷

A pesar de esta continuidad estilística entre los ámbitos públicos y privados, es en el escenario de la calle donde se completa la identidad de los mensajeros, porque es allí donde se despliega el encuadre laboral. El trabajo es un elemento crucial, que particulariza el análisis de los mensajeros en relación con los procesos de estilización. En la calle se los ve con handies o celulares con el altavoz prendido a la altura de la boca; bandoleras o morrales cruzados sobre la espalda; un vehículo con signos de uso continuado; los portaequipajes habilitados, cargados con paquetes o papeles, o vacíos pero disponibles; la utilización (opcional) de manoplas para mitigar los efectos del viento en las manos; el casco, para los que andan en moto. Son todos dispositivos de trabajo de los que difícilmente se pueda prescindir.⁸ La relación gustos-apariencia se combina con los dispositivos laborales. En suma, la organización superficial del estilo, su dimensión ‘visible’, combina los gustos y la apariencia, con elementos provenientes del trabajo y lo hace de modos sistémicos. El casco, el morral, la moto o la bicicleta, el handy o el celular, son objetos impuestos por las restricciones laborales y, en combinación con la apariencia, comunican públicamente su rol.

⁶ El handy es un aparato inalámbrico con el cual dos personas pueden comunicarse a la distancia.

⁷ En cierta medida, que nunca abandonen el estilo que imprimen a su apariencia es un rasgo interesante que, de por sí, interroga a la casuística sobre producciones simbólicas, mayoritariamente destinadas a las prácticas realizadas durante el tiempo libre. Volveré sobre esto en las conclusiones.

⁸ Aún más, el casco es más que un simple dispositivo: su uso está normatizado. Se trata de la Ley de Tránsito N° 24.449.

De este modo dos trazos encuadran la organización superficial del estilo: uno que, como se vio, se corresponde con las variedades estético-expresivas autorizadas por los propios practicantes, y otro que atañe a los componentes exigidos por el desempeño laboral. En ese tándem entre los dos trazos se construye la imagen pública del mensajero. Y las fronteras de inclusión/exclusión se arman entre lo que surge del primer trazo, y lo que delimita (y restringe) el segundo. Miguel y Javier podrían ser clasificados, desprovistos de sus dispositivos laborales, rápidamente de seguidores del heavy metal, y quienes así decodifiquen los signos de su apariencia, no se equivocarían al tildarlos de ‘metaleros’. De modos similares, Enrique y Urbano son fácilmente identificables como ‘rolingas’, Mariano como ‘rasta’, y Fernando como ‘gótico’. Pero son mensajeros porque con esa misma apariencia también trabajan, combinándola con los elementos necesarios para ejercer su actividad laboral. A la inversa, en la ciudad pueden verse usuarios de moto en traje, o vestidos con un pulóver de cuello redondo y zapatos abotinados, subidos a motos relucientes. A pesar de usar del mismo vehículo, claramente se diferencian de los mensajeros por su apariencia. Es necesario que se pongan en juego los componentes de los dos trazos para que las delimitaciones completen el cuadro.

La dimensión ‘invisible’

No obstante, una segunda lectura del listado de Javier, rico en proporcionar variadas interpretaciones, da cuenta de otro tipo de tramitación de los límites identitarios. En efecto: Javier define al nosotros en capas, comenzando con elementos relacionados con los gustos (“le gustan los castillos”) y los consumos culturales (“escucha metal clásico y Rata Blanca”). Pero luego continúa con otros que exceden ese sesgo, como las acciones políticas (“está en el Polo Obrero”), las posturas éticas (“es racista”) y la posición ocupada en una estructura laboral (“es dueño de una agencia”). De hecho, una vez que fui a presenciar un ensayo de la banda donde Miguel tocaba la guitarra, él y el cantante, Ariel, terminaron discutiendo por una cuestión que había sucedido hacía pocos días en una marcha de desocupados.⁹ Ya durante el ensayo habían

⁹ Se trata de un incidente ocurrido en agosto de 2004 en el cual una mujer que se encontraba manifestando en la Avenida de Mayo recibió un botellazo arrojado desde un balcón.

estado protagonizando pequeñas escenas de disputa por el poder. Cuando Ariel sacó el tema de lo sucedido en la marcha, era evidente que estaba intentando presentarle a Miguel otra batalla. Según Ariel, el que le arrojó el botellazo a “la piquetera” había estado bien, “son todos una manga de ladrones”, dijo, desafiándolo a Miguel con sus palabras y con la mirada. Luego agregó: “Se llevan de arriba ochocientos mangos [pesos] y yo me rompo el orto [me esfuerzo denodadamente] todos los días arriba de la moto”. Miguel le contestó defendiendo a los manifestantes, y la discusión se hizo bastante agria. Más tarde, en una conversación personal conmigo, Miguel adujo que en realidad Ariel no es *fletero*, es “gerente”. Y a pesar de que ambos, Ariel y Miguel, comparten el gusto por el heavy metal, admiran a Almafuerte (y a sus antecesores V8 y Hermética) y son consumidores de discografía de ese estilo musical,¹⁰ la discusión tenía que ver con una cuestión más ética que política (quién se desloma trabajando ocho horas y quién se lleva dinero de arriba); y que, luego, la frontera que puso Miguel relacionó a Ariel con la posición que ocupa en una estructura laboral (acababa de poner una mensajería por su cuenta).

Así, las fronteras identitarias tramitan no sólo cuestiones ligadas con la relación entre los gustos, los atributos expresivos y los elementos propios de la rutina laboral, sino también afinidades vinculadas con sesgos que recaen sobre las acciones políticas, las posturas éticas, y/o la posición laboral. Debajo de la zona ‘visible’ del estilo, hay otra zona, ‘invisible’, ligada a cuestiones morales y/o de posición en la estructura, cuyos componentes también definen límites de inclusión-exclusión aún cuando no tengan correspondencia plena ni equivalencia simbólica con los aspectos visibles.

Ambas dimensiones, la ‘visible’ y la ‘invisible’, están encuadradas en un modo de comprender su particular situación como trabajadores. De hecho, el universo simbólico de los mensajeros está regido por la confrontación con un tipo de trabajador que no quieren ser, y esto tanto desde el punto de vista de lo ‘visible’ como de lo ‘invisible’. Esta confrontación se condensa en una contrafigura que, si bien en apariencia remite al mundo adulto, representa sin embargo un modo particular de entender y comunicar su inclusión en el sistema productivo: el modelo “traje y corbata”.

¹⁰ De hecho la banda que conformaban, luego disuelta por razones evidentes de disputa por el liderazgo, replicaba ese estilo.

Unos tipos de traje y corbata

Urbano trabaja de mensajero desde el 2000. A los 34 años, es padre de cinco hijos, y tiene una nieta de dos. Nunca terminó el colegio secundario. Sus inquietudes políticas lo han llevado a fundar el primer gremio de base de los mensajeros, y años más tarde, otro gremio, disidente de aquel. Participa en un taller literario donde escribe cuentos y poemas. Enrique, de la misma edad que Urbano, decidió dedicarse a la mensajería después de un accidente que tuvo siendo cartero. Esto sucedió poco después de atravesar un período de rehabilitación por consumo de drogas, momento en el que también nació su hija. Actualmente está cursando el primer año de la carrera de Derecho.

Una tarde, tomando una cerveza, Urbano y Enrique se pusieron a intercambiar opiniones sobre el aspecto que tienen algunos compañeros suyos en las empresas que trabajan. Urbano decía que le costaba creer que el tesorero tuviera su misma edad: “Está hecho mierda”, decía. Y Enrique aportaba un ejemplo similar. Mientras los escuchaba hablar, las descripciones de sus compañeros se me iban dibujando mentalmente. Los hombres que describían, de corbata, pelo corto, afeitados y relucientes, se contraponían a los rostros de Urbano y Enrique que, promediando la treintena, tienen todos los rasgos de los que se puede inferir una vida intensa. No sólo por los surcos de arrugas en la cara, sino también por la voz cascada, las manos ásperas o las dentaduras. Los “hechos mierda” son, en estas descripciones, los que se disciplinaron a un modelo. Por eso mismo, es en el estilo donde se juega la distancia con la versión restringida del modelo traje y corbata.

Puede parecer intrascendente confrontar con otro a través del estilo. No obstante, en el caso de los mensajeros la confrontación no es una mera oposición simbólica o de insurrección retórica, sino que es el resultado de una experiencia vinculada a la inserción en el mercado de trabajo. Los mensajeros marcan estilísticamente su condición laboral con elementos que caen dentro de un conjunto de prácticas, imágenes, contrafiguras y discursos diversos que los señalan como ‘jóvenes’ y así comunican una *condición juvenil* (García Canclini, 2005). De este modo, en la presentación de sí, los mensajeros ponen en juego una serie de rasgos que dirigen el sentido hacia el significante juventud, aunque esto no se condice, necesariamente, con las edades reales (dado

que, biológicamente hablando, no son “jóvenes”).¹¹ Entre la juvenilización, que es parte de la presentación de sí, y la figura del trabajador de traje y corbata, existe más que un vínculo retórico: es un lazo que organiza y vertebra sus prácticas cotidianas. Porque si hay una figura oculta que organiza sus comentarios sobre los “hechos mierda”, ésta es, por contraste, la del adulto, pero no la de un adulto genérico en términos etarios, sino la de uno particular: el que usa traje y corbata. La operación permite que sean distinguibles de ese otro que funciona como contrafigura y que, más allá de su edad, es quien se abandonaría a las imposiciones del sistema (sea lo que sea que esto signifique), sin oponer resistencia.

Las construcciones simbólicas realizadas por los mensajeros, tanto las ‘visibles’ como las ‘invisibles’, dialogan con la contrafigura del ‘traje y corbata’. Su objeto no es distinguirse de la sociedad adulta en general, sino de un tipo particular de adulto. Por eso, antes que a un sujeto recortado por edad, el gesto propio de distinción consiste en juvenilizar las prácticas para desmarcarse de ese otro singularizado. Y lo interesante es que es en la dimensión del trabajo donde se pone en juego el diacrítico. Por eso mismo el diálogo no recae solamente sobre evaluaciones estéticas, sino que penetra en zonas fuertemente determinadas por un tipo de encuadre laboral (la oficina, la fábrica) al cual no quieren sujetarse. El diacrítico no divide al integrado del excluido, sino que atraviesa con una línea imaginaria al conjunto de los trabajadores, y discrimina entre aquel que no está disciplinado (los mensajeros) y el resto: los que usan traje y van a la oficina. Justamente, si la figura con la cual se contraponen, antes que con el plenamente integrado al sistema, es el disciplinado ‘de traje y corbata’, las maneras de marcar la distancia con la contrafigura adoptarán ciertas modalidades estilísticas e inscripciones simbólicas sobre la materialidad de las prácticas. El adulto con el que se confronta es el adulto dependiente: de la rutina, de la oficina, de una vestimenta monocromática que no puede elegir.

Desde este punto de vista, y por extensión, el mensajero se opone a la oficina, a la fábrica, a la rutina y al disciplinamiento. Y no necesariamente a la vestimenta: el traje y la corbata son símbolos de una posición frente al trabajo

¹¹ La Organización Internacional de la Juventud considera jóvenes a la población comprendida entre los 15 y los 29 años (Hopenhayn, 2004).

que está más allá de esos símbolos. Porque, además, la contrafigura resulta mucho más que una manera expresiva de distinguirse: señala también hacia una dimensión moral relacionada con los grados de autenticidad.

Una de las últimas entrevistas que realicé se la hice a Mario, un mensajero que milita gremialmente. En ese momento pretendía indagar sobre las modalidades de acción orientadas a la obtención de recursos. Para el momento de la entrevista con Mario, ya había reparado en el uso que hacen de la contrafigura de traje y corbata para discriminarse de quienes, según su propia perspectiva, están disciplinados al modelo. Estábamos hablando de los procesos de agremiación, de las disputas por la representación sindical, de las diferentes estrategias de crecimiento, de sus propias prácticas de militancia. Entonces, para referirse a aquellos que habían formado una agrupación gremial de base sin ser mensajeros, los llamó “unos tipos de traje y corbata”. Lo interesante del caso es que uno de ellos es Aldo, un gremialista “puesto desde arriba” por jerarcas sindicales para manejar el gremio de los mensajeros. Conocí a Aldo cuando apareció en un asado a bordo de una moto cromada y sin rastros de suciedad, vestido (o mejor dicho, ‘disfrazado’) de mensajero, con tres handies colgados del cuello y mitones de cuero negro. “No sabe nada de motos, se la compró cuando lo pusieron a cargo, y salió a dar tres vueltas”, decían Urbano y Mario, que habían quedado relegados por Aldo en la conducción de la agrupación de base.¹² A pesar de sus esfuerzos por replicar los atributos estilísticos de los mensajeros, Aldo es tipificado como un “tipo de traje y corbata”, porque intenta colocarse en un lugar que no le corresponde y representar lo que no es. Y lo interesante, en este caso, es que la operación impugnadora implica no tanto ‘desnudar’ al otro para despojarlo de los atributos de su rol, sino, por el contrario, ‘vestirlo’. Y más aún, a la contrafigura se la ‘viste’ con “ese perfecto símbolo de todo lo duro y contraído: la corbata” (O’Donnell, 1984, p. 13).

De modo que la contrafigura del “tipo de traje y corbata” no implica un mero contraste en el sistema de apariencias, en el ‘look’. El traje y la corbata, como se vio, es un modelo que funciona como metáfora de un trabajo considerado como disciplinado, rutinario, “gris” en palabras nativas, que señala hacia el individuo que pretende aparentar lo que no es.

¹² Para ampliar sobre las implicancias de la proyección de esta contrafigura en los procesos de crecimiento gremial, ver Rodríguez (2009).

Jóvenes rebeldes en moto

La juvenilización producida en la configuración estilística no está despegada de la propia práctica laboral, sino que es parte de ella misma. Aquellos que describían como “hechos mierda” tienen la misma edad de quienes los califican de ese modo, pero pertenecen a otro universo laboral. Por eso, al marcarse como ‘jóvenes’, no se desmarcan tanto de la generación precedente como de un circuito al que no quieren pertenecer. La práctica de fletear, que implica encontrar espacios y tiempos ‘robados’ a la cuadrícula oficial,¹³ es una forma práctica de desmarcarse de la contrafigura mientras trabajan. No se trata de un modo intencional de expresar un conjunto de valores, ni de ‘parecer’ joven. Se es ‘joven’, y esto es un elemento crucial que se construye desde los márgenes hacia adentro de la propia práctica.

Indudablemente que a esta juvenilización contribuye el uso de un vehículo asociado fuertemente a la figura del ‘joven rebelde’, figura que integra una serie cultural¹⁴ (especialmente la filmica) que hunde sus raíces en las estructuras de reconocimiento donde la moto, en tanto elemento indispensable de la figura, se fue cargando de sentido. Esto significa que la moto no es un elemento neutral: ya tiene historia cuando los mensajeros la adoptan para trabajar, ha sido semiotizada en otros ámbitos y otros circuitos por otros actores. En la serie cultural del ‘joven rebelde’ la moto se fue connotando con significados de algún modo ‘universales’, como la libertad, la solidaridad y la rebeldía.¹⁵ Estos valores, fácilmente hallables en las narrativas de los mensajeros, alimentan la *conectividad* (Brubaker; Cooper, 2001), entendida como un sentido emocional de adscripción grupal a partir de similitudes internas y diferencias con otros externos.

¹³ La práctica del fleteo se organiza combinando horarios y espacios de trabajo con otros dedicados a la distensión, el descanso y la sociabilidad con los pares. Enrique dice: “Y lo bueno es que yo ando por la calle, no me controla nadie. Yo me subo a la moto, me voy, y soy yo [...] La gente me dice, ‘llevame esto urgente’ y yo le digo, ‘sí, sí’ y después voy para el centro y le hago el trámite, pero también hago lo otro, ¿entendés? Yo voy tranquilo”.

¹⁴ Una serie cultural implica una operatoria textual, que consiste en colocar distintos elementos en una cadena semántica que permite su lectura asociativa y su remisión a un tema en común.

¹⁵ La figura del joven rebelde fue una construcción relativamente temprana de la industria cinematográfica y fue particularmente asociada con el uso de motos. Una ampliación detallada de esta línea interpretativa puede verse en Rodríguez (2008).

Nosotros somos muy solidarios entre nosotros. Somos un gremio muy solidario. Vos te rompés la moto y estás parado ahí, la primera moto que pasa, para y te ayuda, te lleva hasta el taller. O si sabe te la arregla. Son códigos que hay en la calle (Mono).

Sin embargo, el vínculo moto-solidaridad no es intrínseco ni a la historia del vehículo ni al sistema moral de los mensajeros. Hace unos años, el territorio de actuación de la mensajería para la que trabajaba Norberto, una localidad de la zona sureste del conurbano bonaerense, se lo repartían dos grandes agencias de mensajería. La competición por una misma porción del territorio del servicio llegó a altos niveles de disputa que excedía las acciones meramente laborales. En verdad, nunca pudieron repartirse el territorio entre las dos mensajerías que se lo disputaban y finalmente quedó una sola. Norberto me contaba que en los momentos más álgidos de la batalla por la hegemonía local que se entabló entre las dos agencias, cuando veía un mensajero en moto tirado en la calle, antes de acudir a socorrerlo chequeaba su filiación. Si el accidentado era de la agencia para la que él trabajaba, se apeaba a ayudarlo. Pero si era de la rival... “yo me hacía el reverendo boludo [tonto]”.

Entonces, en el trabajo cotidiano la solidaridad se pone en juego de modos complejos: por un lado, enmarca fuertemente sus narrativas; por el otro, ocasionalmente es desestimada en sus relaciones prácticas concretas. La solidaridad posee, entre los mensajeros, un uso situado y diferencial. De puertas para adentro, en una agencia, por ejemplo, cuando de conseguir un viaje se trata no importa quién está al lado (en sintonía, además, con una administración discrecional del poder en manos de quien recibe los pedidos). Si bien es un elemento que refuerza la conectividad interna, tiene distintas valencias según la situación en la cual se ponga en juego, y encuentra sus límites cuando interviene la competición.¹⁶ Y este límite ocurre tanto entre compañeros de una misma agencia, como entre trabajadores de agencias rivales.

Sin embargo, puede decirse que el vínculo moto-solidaridad no es intrínseco ni tampoco completamente extrínseco a la práctica de fletear. Existe un desplazamiento que opera por contigüidad: la moto se vincula con la solidaridad a partir de los valores que sustenta el grupo de los motociclistas, aquellos

¹⁶ Stiel Neto y Avlasevicius ([s.d.]) han encontrado que entre los ‘motoboys’ paulistas la solidaridad ha dejado paso a un sentimiento de temor ante la posibilidad de ser asaltados por otros motoboys que simulan estar accidentados, cosa que les ha sucedido en varias oportunidades. En mi trabajo de campo, no hallé un temor similar.

cuyo objetivo de máxima es la realización de largos viajes con ella.¹⁷ De lo que se apropiaron los mensajeros es de una parte de lo que la moto representa en un imaginario sedimentado en tiempos largos, como el filmico, y uno de cuyos operadores fue la figura concreta de los motociclistas. Pero el sentido en ambos grupos difiere, como no podría ser de otro modo. El objetivo de los motociclistas no es el trabajo sino el viaje: un viaje considerado de algún modo iniciático y que hace que un sujeto sea merecedor de un plus valor cuanto más kilometraje haya realizado subido a su moto. Por eso la personalizan, la customizan, la cuidan y la mejoran. Obviamente, en la ruta, en ocasión de un accidente, la soledad puede resultar fatal. De modo que ayudar a otro motociclista, vitalmente comprometido con su viaje, se convierte en una cuestión crucial, al modo en que sucede con los camioneros. Los mensajeros en moto se apropiaron de este valor. Lo adoptaron como propio. Y no es ‘pura retórica’: ciertamente lo ponen en práctica en su trabajo cotidiano. Pero no es un valor ‘útil’ todo el tiempo, sino que es situacional y estratégico: a la hora de competir, la solidaridad se desvanece. Visto desde el otro lado: los motociclistas no se enfrentan como sí lo hacen los mensajeros, a la posibilidad de poner en juego la competición por una porción del recurso de sobrevivencia económica. O, en otras palabras: para los motociclistas ser solidario es más fácil.

Esto no implica hipocresía ni falsedad ni tampoco una ‘distorsión’ entre lo que dicen y lo que hacen, como una mirada prejuiciosa ponderaría, sino una adaptación del valor solidaridad asociado al cotidiano laboral. Aunque cabría preguntarse por el hiato entre lo que señalan discursivamente y lo que los moviliza en sus prácticas cotidianas, más bien lo que el hiato ilumina es el componente situacional del valor ‘solidaridad’ y el uso estratégico de prácticas solidarias según el contexto de actuación. En todo caso, lo que interesa aquí, es señalar el desplazamiento producido entre el sentido de solidaridad asociado a la figura del motociclista, y los modos contextualizados en que este sentido efectivamente se despliega en una práctica laboral cotidiana. Entonces, es posible afirmar que, aunque el elemento moto no se vincula punto a punto, es decir, homológamente, con la solidaridad, el vínculo estaba hecho desde antes. Y éste es el sentido del que se apropiaron los mensajeros en moto. Un sentido desplazado pero no totalmente desacoplado, que no se liga mecánicamente

¹⁷ Para los motociclistas, el viaje distingue a los auténticos del resto. Y la cantidad de kilómetros acumulados es la marca que jerarquiza a los miembros de un club. “Con esta moto tengo más de cien mil kilómetros. Tengo viajes a Córdoba, a Chile, varios a Entre Ríos, a Brasil” (citado en Malagón, 2006).

con el objeto (la moto) sino con el significado atribuido a él, y que ha ingresado en el imaginario social en la figura de los motociclistas. La operación que define el vínculo, entonces, antes que la homología, es la contigüidad.

Indudablemente, y a pesar de que existe una importante cantidad de mensajeros que utiliza bicicletas para trabajar (particularmente en el microcentro), la moto es un elemento llamativo entre los componentes de su imagen. De alguna manera el vehículo califica y comenta el trabajo. Y aunque, como se vio, el vínculo no es mecánico, el elemento sirve a los fines de comentar la práctica. Trabajar en moto les da una alta y rápida visibilidad, así como también los ubica en la ‘polifonía’ de las relaciones que se establecen en el tránsito. Porque si la moto es, primero, un medio de trabajo, también posee funciones comunicativas.

Y es que hay aún otra dimensión fundamental que se destila del listado de Javier: Fernando gusta de lo épico, los castillos y los vikingos; Ramiro es dueño de una agencia; Mariano está en el Polo Obrero. Cuando Javier clasifica a sus compañeros de este modo, resalta y pone de relieve dimensiones expresivas, políticas y de posición; pero también, y en el mismo movimiento, omite el rasgo en común que los define como mensajeros: el trabajo. Hay en ese listado una suerte de obliteración e invisibilización de la dimensión laboral, y simultáneamente, en la misma operación Javier sobretraza otra dimensión, que juguetea con la estilística aunque no la agota. De cualquier modo, al oscurecer lo obvio, el listado de Javier me señalaba un sendero a recorrer.

Ocultando en la luz¹⁸

Miguel tiene 33 años. Comenzó a trabajar de mensajero hace ocho años. Primero trabajó en una mensajería y actualmente lo hace para un laboratorio. Un día que se le rompió la moto fue hasta el centro de la ciudad en tren pero con el casco en la mano. Según Miguel, la posesión del casco era imprescindible para intercambiar favores con otros mensajeros en las diversas colas que deben hacer para realizar las tareas relativas al tramiterío. Las razones de por qué lo lleva en la mano en ausencia de la moto, abarcan lo que aduce Miguel y, a la vez, lo exceden. Por un lado, su uso está legislado; pero Miguel también

¹⁸ Este subtítulo es una paráfrasis de la frase de Hebdige (2004) *hidding in the light*, que el autor utiliza para señalar, justamente, el mecanismo por el cual se oculta algo iluminando otra cosa.

usa el casco como una señal: la que le permite diferenciarse de otros trabajadores, como los repartidores y los cadetes de a pie.

Llevar el casco en ausencia de la moto implica, para Miguel, algo más que un gesto instrumental y también algo más que otro puramente ornamental: está cuidando su reputación. El casco, que opera en ausencia del vehículo como comentario, habilita el reconocimiento entre pares, y también ‘hacia fuera’. Señala y comenta su relación con la sociedad, combinando rutinas materiales concretas con disposiciones y valoraciones ideales hacia lo que implica ser un trabajador. Y es la misma práctica la que incluye la producción de señales tendientes a comunicar sentidos de distinta índole: marcar públicamente su condición de trabajadores, cuidar su reputación, y generar relaciones instrumentales.

Es posible parangonar esta producción de señales con lo que Bailey (1971) denomina la *pequeña política*, tomando como ejemplo a las mujeres de Valloire que usan el delantal de cocina en las calles para cuidar su reputación. En el encantador ejemplo que relata Bailey el uso del delantal de cocina implica una señal que las mujeres emiten hacia la comunidad, con la cual indican que están atareadas y que, por eso mismo, no pueden detenerse a intercambiar ‘chismes’ o novedades de familia. Quedarse en las calles conversando puede ocasionar que se las considere ‘chismosas’ y eso les generaría una pérdida de la reputación. Pero, a la vez, negar el saludo a alguien o excusarse de intercambiar novedades con una vecina, podría ser interpretado como que esa vecina es considerada inferior, lo que también pondría en riesgo su reputación. El uso del delantal es una coartada para evitar ambas situaciones y, de ese modo, no poner en riesgo la reputación. El casco posee para Miguel usos y sentidos en efecto similares respecto del delantal para las mujeres de Valloire porque la reputación descansa más en las opiniones de los otros que en las cualidades de una persona y, al igual que el delantal para esas mujeres, el casco es para Miguel una forma de señalar “qué rol uno considera que está jugando” (Bailey, 1971, p. 5, traducción mía).¹⁹

¹⁹ Aunque podría decirse que el ejemplo de Valloire, una localidad de 400 habitantes situada en los Alpes franceses, no es homologable a una comunidad ampliada y por definición multisituada como la de los mensajeros, el propio Bailey (1971, p. 5, traducción mía) afirma en ese mismo texto que “las conclusiones sobre las estrategias de administración de la reputación no son aplicables solamente a las comunidades campesinas de las montañas del sur de Europa. El problema es universal [...] La razón de esto es que la vida comunitaria no depende sólo de la vecindad. Puede encontrarse en iglesias, fábricas u oficinas, en pubs y otros lugares de esparcimiento, de hecho puede encontrarse en cualquier tipo de asociación, formal o informal.”

Pero además de, y junto con, la intención de mantener la reputación, esta pequeña política sirve también a otros fines. Miguel usa el casco en su horario de trabajo, circula por las calles de la ciudad en ese horario, con el casco en la mano aunque vaya a pie, porque la importancia de emitir señales es que “el juicio recae sobre todos los implicados, no sólo sobre el que está actuando” (Bailey, 1971, p. 10, traducción mía). De ese modo Miguel se marca a sí mismo como trabajador. Pero no cualquier trabajador: el casco en la mano, sumado al pelo largo y al jean gastado que usa habitualmente, más el horario laboral, cifran en esa combinación la figura del mensajero. Así el casco de Miguel comunica su rol de trabajador y, simultáneamente, pone de relieve, frente a los otros, qué tipo de trabajador es.

Finalmente, y sin que esto sea menor, el casco presenta una tercera posibilidad: la de intercambiar favores con otros mensajeros, lo que significa que el estilo tiene participación, en este caso, en una dimensión instrumental.

Lo que aquí se ha caracterizado como pequeña política, está indudablemente ligada con una dimensión comunicacional del estilo, entendido, como intenté argumentar, como una combinación particular entre las restricciones laborales y las variedades del gusto autorizadas. El uso del casco implica que Miguel, por un lado, cuida su reputación al comunicar al resto de la sociedad que él está trabajando; por el otro, enfatiza que él no es un simple cadete de a pie, tampoco un repartidor de pizzas, y mucho menos, un trabajador de traje y corbata; y finalmente, lo habilita a ingresar en una pequeña red social. La pequeña política de Miguel se engarza con su identidad de trabajador como mensajero. En ausencia de la moto, el casco de Miguel cuida su reputación, comunica y enfatiza su rol, y le provee beneficios de uso.

Sea con fines instrumentales, expresivos o políticos, hay una dimensión comunicacional en la producción de señales que es un modo de sesgar el propio mundo respecto de los otros-disciplinados, del trabajador de ‘traje y corbata’. El estilo forma parte misma de la pequeña política, e importa en sí mismo tanto como importa que sea comunicado y comunicable.

Sin embargo, esta comunicación no es lineal ni transparente. Una de las primeras cosas que advertí en el trabajo de campo fue una suerte de fisura que se insinuaba entre lo que expresan verbalmente y los significados prácticos que corren por debajo de sus expresiones. Con el correr de los meses, y avanzado ya mi trabajo de campo, recordé nuevamente el primer relato de Javier acerca del mensajero típico o emblemático: aquello que Javier omite describir,

es, justamente, lo que tienen en común, un trabajo. Simultáneamente, Javier resaltaba aquello que los distancia de la contrafigura. De este modo los mensajeros dejan en sombras la parte más rutinaria y ‘gris’ de su trabajo: hacer trámites. Por eso Miguel decidió llevar el casco en la mano. La dimensión que privilegian no mostrar es la que los acercaría a los “tipos de traje y corbata”. Priorizan, en cambio, exhibir los atributos estilísticos, los que marcan la distancia con el contra-modelo. Si hacer trámites es el costado más determinante de este trabajo, por eso mismo es el que prefieren esconder hasta hacerlo casi invisible. De otro modo, en su absurda desnudez, el cadete que hace trámites los acercaría demasiado al modelo ‘traje y corbata’, el mismo del que se quieren distanciar. Para evitarlo, ensombrecen la parte que no pueden elegir, y para ensombrecer esa parte sobretrazan la frontera con la contrafigura. El ‘lápiz’ con el que realizan ese sobretrazo es un elemento (la moto, o el casco en su ausencia, o el morral) que se combina con la apariencia y las elecciones del gusto. Porque, ¿qué tendría de distintivo, sino, un sujeto haciendo trámites en horario de oficina? El estilo, esa combinación entre la apariencia externa y los dispositivos laborales, les otorga un plus valor, los distingue. Y, por eso, se lo ilumina. De modos contradictorios, la contundencia de la ‘realidad’ se oscurece con una fuente potente de luz.

Recapitulación final

Entre los mensajeros los atributos ligados a los rasgos expresivos definen una porción de la dimensión ‘visible’ del estilo. Esta dimensión está compuesta por dos trazos: uno que ilumina los atributos ligados a los gustos y la apariencia, y otro que se conforma con elementos provenientes de su formato laboral. La combinación entre ambos trazos configura la dimensión ‘visible’, o superficial del estilo. El trabajo es el ‘núcleo duro’ que los conforma como mensajeros. El universo simbólico y práctico de los mensajeros se organiza alrededor de la contrafigura de “el tipo de traje y corbata”: con ella dialogan, y se pelean; de ella se distinguen. En ese sentido, la estilización de las prácticas cotidianas les permite diferenciarse de la contrafigura.

Justamente, si lo importante a comunicar es una modulación peculiar de su identidad como trabajadores, el juego de exhibición y ocultamiento será central en la lógica que organiza la práctica de fletear. La moto, la bicicleta,

el morral, el casco, el handy, son elementos todos que comentan y califican el trabajo. Sin esos elementos no serían más que cadetes que hacen cobranzas. De hecho funcionan como comentario de un tipo de práctica laboral que, sin esa calificación, sería anodina, rutinaria y “gris”. Así, el mecanismo comunicacional presente en la producción estilística de los mensajeros consiste en oscurecer aquellos rasgos que lo acercan a la figura de la cual se pretenden desmarcar, iluminando, en la misma operación, aquellos que los distancian de ella. En otras palabras: mostrando, ocultan.

Ahora bien, no se trata de que estos elementos estén ocultando una suerte de ‘parte maldita’ que no se desea mostrar: antes bien, califican al trabajo y le dan otro valor. Aquello que pretenden comunicar se expresa en un conjunto de elementos estilísticos que, en su combinatoria, iluminan una condición juvenil a la vez que ensombrecen la parte anodina de su trabajo. Y si bien el proceso es opaco, esto no implica hipocresía, ni falsedad, ni incoherencia, porque no se trata de comunicar explícitamente algo que no son, sino de iluminar aquello por lo que pretenden darse a conocer, conocer a los pares y ser reconocidos.

Como afirma Hebdige (2004, p. 160), “la retórica no es de fiar” porque, como bien señala este autor, sería peligroso extrapolar de los elementos retóricos una relación lineal significante/significado. En el caso que nos ocupa, la moto (o el casco, o el handy, o el morral) son adjetivos calificadores del trabajo. Y si en esta iluminación los rasgos estilísticos terminan emparetándolos con la condición juvenil, no serán ellos quienes se encarguen de desmentir esta confusión, porque esto colabora en su proyección identitaria.

Finalmente, que la dimensión estilística ‘sirva’ también a fines instrumentales (intercambiar favores) no implica que haya habido una instancia de cálculo costo-beneficio elaborado previamente. En otras palabras, no se ‘disfrazan’ de mensajeros en moto para ingresar en las redes de intercambios; aún más: esto es condenado, como en el ejemplo de Aldo.

El caso analizado permite introducir una línea de diálogo con los estudios sobre estilo, habitualmente dedicados a la producción estilística de un grupo poblacional acotado a los jóvenes y a un momento específico de su vida como es el del ocio. En este sentido, muchos de los abordajes sobre la relación entre estilo, cultura e identidad, han derivado el análisis hacia los rasgos observables de los grupos juveniles, entendidos a priori como epifenómenos de las formas en que se resolverían las contradicciones generacionales de la entrada a la vida adulta. La cuestión básica de estos trabajos se vincula con

los grados de continuidad/discontinuidad entre los valores y modos de entender el mundo entre generaciones, entendiendo que en esa relación se pone en juego el origen social de los sujetos pertenecientes a esos grupos juveniles. Por este motivo, las culturas juveniles no serían, entonces, sino expresiones particulares de culturas de clase (Hall; Jefferson, 1993). La mayoría de estas investigaciones, que hunde sus raíces en la tradición de los estudios culturales británicos,²⁰ sostiene que los estilos y rituales derivados de estas expresiones de clase son una forma de resistencia (y por eso, serían políticas).

La combinación de generación y clase dejó atrás el concepto de culturas juveniles para ceder paso a la categoría de *sub-cultura*, utilizada para definir una cultura subordinada a la dominante con grados de acuerdo/desacuerdo con ella.²¹ En esta dirección, algunos autores discriminan las confrontaciones estilísticas como posicionamientos diferenciables de diversos grupos de sujetos juveniles frente a la totalidad de una cultura hegemónica que sería una mezcla de la cultura letrada, la de masas y la popular. Estos análisis han aportado pistas para entender tanto las tramas de la dialéctica cultural en las que ingresan las así denominadas *subculturas espectaculares* (Hebdige, 2004), como las operaciones por las cuales jóvenes insertos en un grupo de pares organizado alrededor de las actividades de tiempo libre, realizan una producción simbólica particular que les permite distinguirse de sus respectivos ‘otros’, lo que sería definido como *estilo*.²²

El problema es que, con un fuerte foco en análisis interpretativos sobre grupos de jóvenes que se definen y se autodefinen, básicamente, a partir de

²⁰ La referencia es, obviamente, al Centro de Estudios Culturales Contemporáneos (CCCS por su nombre en inglés: Centre for Contemporary Cultural Studies) de Birmingham, creado en 1964 bajo la dirección de Richard Hoggart. Su segundo director, Stuart Hall, le dio el giro decisivo en su orientación analítica, que colocó a la cultura masiva ya no como obstáculo al mantenimiento de los valores esenciales de la cultura popular, sino como dimensión constitutiva y constituyente de la vida social contemporánea.

²¹ Según Hall y Jefferson (1993), la categoría de sub-cultura permite simultáneamente sostener el nivel intermedio que se registra entre la estructura y los sesgos simbólicos, y mostrar así que las subculturas juveniles son, antes que nada, relaciones de clase. Esto, como sugiere Chaves (2005), trae aparejado al menos dos problemas: la colocación subordinada, por definición, de la subcultura a la cultura hegemónica, y la suposición de que las subculturas son conjuntos culturales homogéneos y con relativa autonomía.

²² Como afirma Zaluar (2004), el concepto de estilo se ha convertido finalmente en un concepto clave en las tradiciones teóricas de los estudios culturales, porque pretende sustituir a los de cultura y subcultura. Estos últimos tienen “presupuestos y consecuencias teóricas inaplicables a la rapidez con que las identidades y las prácticas sociales van siendo modificadas y operadas por los agentes sociales en el mundo globalizado” (Zaluar, 2004, p. 9, traducción mía).

sus actividades de ocio, pareciera que la mayoría de estos análisis mantiene el foco sobre las actividades localizadas en los espacios intersticiales de la vida institucional (Feixa, 1999) a la vez que recorta las prácticas estilísticas a solo una porción de la población (la juventud). De este modo quedan invisibilizadas las prácticas específicas de aquellos grupos que, por un lado, producen un juego estilístico tanto en ocasión del trabajo como en su tiempo libre, y, por el otro, en esa producción se apropian de signos que juvenilizan sus prácticas laborales, para desmarcarse, así, de un modelo del que pretenden distanciarse. Los mensajeros ponen en cuestión estos dos sesgos: no sólo el promedio de edad supera los treinta años, sino que, además, sus prácticas estilísticas son producidas tanto en ocasión del trabajo como de su tiempo libre. Aún más, el elemento crucial que trama al estilo en los mensajeros, está orientada a una contrafigura que representa un modo particular de entender y comunicar su propia inclusión en el sistema productivo: el modelo “traje y corbata”.

Este análisis intentó dar cuenta de una producción específica de estilo, observada no desde una perspectiva analítica exterior a las prácticas de los sujetos, sino desde el centro mismo de su constitución. Así, como se vio, el estilo opera en este caso en la dimensión del cotidiano laboral, y es traducido por los mismos sujetos en señales que se exponen en una dimensión comunicacional: algo se expresa a alguien de algún modo (Saville-Troike, 2005). Concretamente, a través de su estilo los mensajeros le comunican a sus pares y al resto de la sociedad que son trabajadores con una peculiar condición: no son del tipo “traje y corbata”. Y esto lo hacen ocultando estilísticamente aquellos rasgos más fronterizos con esa contrafigura, y a la vez iluminando esos otros que los distancian. En las operaciones de comunicar un estilo que hacen los mensajeros están implicadas la dimensión moral, la ornamental o la instrumental en grados diversos, tramadas en una suerte de claroscuro estratégico, más que en usos preferenciales de una dimensión u otra.

Esta presentación ha pretendido indagar la calidad y la textura de las sensibilidades y experiencias de unos sujetos concretos. Intenté dar cuenta de los elementos, las prácticas y los sentidos con los que los mensajeros construyen cotidianamente el formato de su presentación de sí. La aproximación etnográfica permitió reconstruir el universo simbólico y práctico de estos sujetos: los valores que sostienen las elecciones del gusto, las combinaciones con los elementos restrictivos, las relaciones sociales que establecen a partir de este formato entre ellos y con los otros externos, los mecanismos de comunicación, y su pequeña política.

Referencias

- BAILEY, F. Gifts and poison. In: BAILEY, F. (Ed.). *Gifts and poison: the politics of reputation*. Oxford: Basil Blackwell, 1971. p. 1-25.
- BOURDIEU, P. *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1988.
- BRUBAKER, R.; COOPER, F. Más allá de 'identidad'. *Apuntes*, Buenos Aires, n. 7, p. 30-67, 2001.
- CHAVES, M. *Los espacios urbanos de jóvenes en la ciudad de La Plata*. Tesis (Doctorado en Ciencias Naturales)–Facultad de Ciencias Naturales y Museo, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2005.
- FEIXA, C. *De jóvenes, bandas y tribus (Antropología de la juventud)*. Barcelona: Ariel, 1999.
- GARCÍA CANCLINI, N. La juventud extraviada. Entrevista de Sergio Chejfec. *Nueva Sociedad*, n. 200, p. 154-164, nov./dic. 2005.
- GOFFMAN, E. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 1994.
- GRIGNON, C.; PASSERON, J-C. *Lo culto y lo popular: miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1991.
- HALL, S.; JEFFERSON, T. (Ed.). *Resistance through rituals: youth, subcultures in post-war Britain*. London: Hutchinson and Co, 1993.
- HEBDIGE, D. *Subcultura: el significado del estilo*. Barcelona: Paidós, 2004.
- HOPENHAYN, M. (Coord.). *La juventud en Iberoamérica: tendencias y urgencias*. Santiago de Chile: OIJ-CEPAL, 2004.
- MALAGÓN, M. *Formando caballeros*. [s.l.], 2006. Mimeografiado.
- O'DONNELL, G. *¿Y a mí, qué me importa?: notas sobre sociabilidad y política en Argentina y Brasil*. Buenos Aires: CEDES, 1984.

RODRÍGUEZ, M. G. *Escribir los bordes: los mensajeros en moto y los procesos de circulación cultural*. Tesis (Doctorado en Ciencias Sociales)– Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2008.

RODRÍGUEZ, M. G. Los mensajeros en moto de Buenos Aires: la reconstrucción de los conceptos de politicidad, acción política y cultura política a partir de un recorrido por sus prácticas. *Documentos de Investigación Social*, n. 4, 2009. Disponible en: <http://www.idaes.edu.ar/sitio/publicaciones/DocIS_4_MGRodriguez.pdf>. Acceso en: 15 oct. 2009.

SAVILLE-TROIKE, M. *Etnografías de la comunicación*. Buenos Aires: Prometeo, 2005.

STIEL NETO, A., AVLASEVICIUS, S. Pelo espelho retrovisor: motoboys em trânsito. *Núcleo de Antropologia Urbana da USP: Graduação em Campo*, [s.d.]. Disponible en: <<http://www.n-a-u.org/motoboys1.html>>. Acceso en: 15 oct. 2009.

ZALUAR, A. Apresentação: violência, cultura e poder. In: CECCHETO, F. *Violência e estilos de masculinidades*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004. p. 7-34.

Recebido em: 30/10/2009
Aprovado em: 26/03/2010