



Gratificación precarizante en el habitar doméstico de mujeres emprendedoras de clases medias del Buenos Aires (Argentina)¹

Precarizing Gratification in the Domestic Dwelling of Middle-Class Entrepreneurial Women in Buenos Aires (Argentina)

MARÍA FLORENCIA BLANCO ESMORIS (Centro de Investigaciones Sociales, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Instituto de Desarrollo Económico y Social).²

Artículo recibido: 31 de agosto de 2024
Solicitud de revisión: 13 de septiembre de 2024
Artículo aceptado: 28 de abril de 2025

Blanco Esmoris, María Florencia (2025). Gratificación precarizante en el habitar doméstico de mujeres emprendedoras de clases medias del Buenos Aires (Argentina). *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 30(2), pp. 1-22.
doi: <http://dx.doi.org/10.6035/recerca.8412>

Resumen

Este artículo analiza, desde una perspectiva etnográfica, las formas del habitar doméstico entre mujeres jóvenes de clases medias del Gran Buenos Aires (Argentina) en el contexto de una creciente crisis habitacional. A partir de trabajo de campo realizado entre 2015 y 2019, se exploran arreglos patrimoniales informales que permiten un acceso transitorio y flexible a la vivienda, mediado por vínculos familiares. Estas experiencias se articulan con prácticas estéticas legitimadas en redes sociales, donde *influencers* y plataformas digitales orientan el diseño y la organización del espacio doméstico. Se argumenta que estas prácticas producen una forma de gratificación precarizante: una realización subjetiva basada en patrones estilísticos globales que opera como compensación simbólica frente a la degradación material de las condiciones de vida. Esta compensación ocurre en un marco de inestabilidad estructural y en el contexto de una potencial movilidad social descendente.

¹ Agradezco los valiosos aportes y comentarios realizados por evaluadores/as anónimos/as que, sin duda, han fortalecido el manuscrito.

² flor.blancoesmoris@gmail.com

Palabras clave: espacio doméstico, estética, clases medias, emprendedoras.

Abstract

This article offers an ethnographic analysis of domestic living arrangements among young middle-class women in Greater Buenos Aires (Argentina), situated within the broader context of an intensifying housing crisis. Drawing on fieldwork conducted between 2015 and 2019, it examines informal familial arrangements that provide temporary and flexible access to housing, often mediated through intergenerational ties. These residential practices intersect with aesthetic strategies shaped and legitimized through social media, where influencers and digital platforms guide the curation of domestic space. The article argues that such practices give rise to a form of precarizing gratification: a subjective sense of achievement rooted in globally circulating aesthetic norms, which functions as symbolic compensation amid material decline. This compensation is enacted within a broader framework of structural instability and the lived experience of potential downward social mobility.

Key Words: domestic space, aesthetics, middle classes, entrepreneurial women.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, asistimos a una profunda crisis habitacional de orden global que modifica los modos de habitar y gestionar el mundo en el que vivimos, así como nuestras propias subjetividades. Este fenómeno de manera más o menos visible atraviesa a distintos sectores de la sociedad generando variados efectos en sus cotidianidades. Al respecto, desde hace tiempo, en Argentina, la posibilidad de acceder a una *casa propia* se ha visto relegada y postergada para las generaciones más jóvenes, producto de las diversas crisis económicas y sociales y profundos cambios en las relaciones del trabajo. Al interior de esta clase social, que entronaba la narrativa meritocrática materializada en el *sueño de la casa propia*, esto toma un cariz específico al no poder concretarse (Blanco Esmoris, 2021a). Dicha imposibilidad pone en tensión aquella literatura que entiende la casa propia como un lugar de amparo y deseo (Giglia, 2012) en donde se afianzan los procesos de construcción identitaria que experimentan las personas (Lindon, 2005).

En mi etnografía encontré cómo las mujeres de clases medias autopercebidas emprendedoras de zonas urbanas de Buenos Aires (Argentina) no tienen posibilidad de acceder a dicho sueño.³ Hablo de mujeres jóvenes que crecieron con padres y madres que valoran dicho sueño como una traducción material visible del esfuerzo, el ahorro y el trabajo a lo largo del tiempo. Las limitaciones para este acceso en Argentina tienen correlación con eventos críticos convergentes: falta de acceso al crédito formal y cambio en las condiciones en las que se otorga, mayor inestabilidad laboral y contrataciones precarias, apreciación del suelo y gentrificación intensiva en las urbes, cambios en las pautas de residencia, por nombrar algunas.

Entre las mujeres emprendedoras de clases medias, lo mencionado se expresa de manera particular considerando los cambios recientes en las dinámicas sexoafectivas, la recalibración del deseo de maternidad,⁴ la preeminencia de la realización personal y profesional, por tan solo enunciar algunos; lo que ha llevado a desestabilizar muchos valores (en el caso de mis interlocutoras vinculados con cierta moral cristiana sostenida en la preeminencia de la familia heterosexual).⁵ Esto último sucede en un contexto donde se advierte «creciente preocupación por la convergencia entre ciertas formas de feminismo y los objetivos del capitalismo neoliberal» (Schild, 2016: 33) formas que, en el fomento del

³ En sus términos apelan a una persona que identifica una oportunidad de negocio/comercialización y que orienta esfuerzos y recursos para poner en ejecución dicha idea y obtener una ganancia. De esta figura destacan su autonomía, posibilidad de organizar los tiempos y las dedicaciones y cierta dependencia que van generando con otras emprendedoras con quienes colaboran y desarrollan novedosas ideas de ventas en donde convergen intereses y productos. Entiendo que su narrativa reactualiza la noción de esfuerzo y trabajo de las clases medias, ahora dirigida hacia la posibilidad de sostener una economía propia sin recurrir al trabajo en relación de dependencia. Es importante registrar que muchas de las emprendedoras con las que realicé la investigación cuentan con un capital económico inicial surgido de salarios e indemnizaciones de sus empleos en relación de dependencia o un patrimonio familiar que les permitió emprender. Estas experiencias no están exentas de situaciones de desprotección y precarización.

⁴ Natalie Sánchez Benítez (2016) en su trabajo refiere a una experiencia ambivalente del deseo de la maternidad en las nuevas generaciones.

⁵ En este punto es interesante traer a reflexión la visión de las feministas en las décadas de 1970 y 1980 respecto al lugar de la autonomía feminista y cómo esto se conjuga con el sistema capitalista: «la crítica a la maternidad como principal impedimento para la autonomía de las mujeres —el hincapié en crear un espacio propio, no solo física sino también emocional y psicológicamente, rompiendo con la feminidad tradicional—, presentado en general por feministas jóvenes con formación universitaria, iba en contra de las posiciones maternalistas adoptadas por los grupos eclesíásticos, que a menudo movilizaban a las mujeres *en cuanto* madres. Para muchas mujeres negras e indígenas, asimismo, la maternidad seguiría constituyendo un importante espacio para efectuar reivindicaciones» (Schild, 2016: 39).

empoderamiento y la búsqueda de autonomía de las mujeres, pueden generar novedosas relaciones de exclusión y opresión.

En este artículo analizo el modo de acceder y apropiarse de la vivienda de jóvenes emprendedoras de las clases medias urbanas que viven en Buenos Aires (Argentina). Me refiero a emprendedoras que no acceden a la vivienda propia —incumpliendo con cierto canon de expectativas entre las clases medias—. En particular me centro en la historia de Isabella, quien produce un habitar mediado digitalmente por su uso de redes sociales (en particular, Instagram y Pinterest), las cuales auspician un canal experto y legítimo de la construcción estética deseada para su espacio y, en efecto, en su experiencia identitaria. Dicha concentración en la estética desplaza el foco de la pregunta por el acceso a la casa propia para centrarla en las prácticas de habitar y mantener la vivienda y, por consecuencia, gestionar su estética para compensar la falta de acceso, lo cual genera una suerte de *provisionalidad vital*. Esta búsqueda implica gestionar recursos disponibles y utilizar estratégicamente las opciones financieras que se presentan, aunque eso involucre endeudarse en el corto plazo.

La perspectiva que vertebra esta reflexión proviene de la filosofía y economía feminista y su visión respecto a cómo el endeudamiento y su gestión «amortiza la crisis» (Cavallero y Gago, 2019: 26).⁶ En este caso, me interesa pensar cómo la imposibilidad de endeudarse para acceder a la vivienda propia imprime su carácter precarizante en otros ámbitos de la vida configurando un ecosistema de fragilidad que se compensa a partir del acceso a bienes y experiencias transitorias. Como consecuencia, el modo en que se va a habitar la vivienda se va a concentrar en el mobiliario y los accesorios pensados y elegidos para un plazo finito vinculado con el tiempo del contrato o del arreglo informal que se haya hecho; lo que produce una experiencia contingente del habitar,⁷ dado que la vivienda es usada, amueblada y habitada en un período específico y sujeto a una serie de variables que implica considerarla como una *materialidad fragmentaria*. En esta línea, consumos estéticos digitalmente «disponibles» empiezan a tomar especial relevancia y a configurar los modos de autopercepción de sí y regímenes de bienestar, sobre

⁶ En su caso, el análisis se centra en los sectores populares.

⁷ Habitar es apropiarse de un espacio, algunos trabajos sobre los modos de habitar establecen un vínculo entre habitar y construir, habitar y enraizar y habitar y mostrar y mostrar-se.

todo, entre mujeres emprendedoras de esta clase social (Blanco Esmoris, 2021b).⁸ Allí, el habitar se elabora mediante acciones digitalmente estructuradas como *pin, save, like, follow*; anglicismos que configuran la semántica del habitar de las generaciones jóvenes. Este caso me lleva a analizar las maneras en que Isabella produce un ejercicio de autonomía relativa en un contexto de inestabilidad habitacional estructural que la afecta. Entiendo entonces que se produce una suerte de gratificación organizada por patrones estéticos difundidos digitalmente y legitimados socialmente en el marco de un emprendedorismo (inestable e incierto) que se apoya en un tipo de autonomía propia de la «era del precariado» (Standing, 2011; Medina-Vincent, 2020).

Para comprender esto, traigo a análisis los resultados de mi etnografía realizada entre 2015-2019 en el Municipio de Morón (Provincia de Buenos Aires, Argentina), orientada a estudiar los sentidos que asumen la vivienda y las prácticas de producción del espacio doméstico entre las clases medias en el conurbano bonaerense.⁹ Este municipio resulta significativo por ser un punto neurálgico de comunicación en la zona oeste del Área Metropolitana de Buenos Aires (Saez, 2010), en donde resido y he construido lazos de confianza significativos para llevar adelante esta etnografía que supone el ingreso y la permanencia en las casas, así como ser parte de las dinámicas cotidianas de las familias en general. Para este artículo trabajo con la experiencia de Isabella.¹⁰

⁸ La socióloga argentina Cecilia Arizaga (2017) analizó los modos en que el denominado capitalismo tardío irrumpió en la vida cotidiana, con lo que produjo estilos de vida y a través de ellos, una suerte de certeza y bienestar que permitió mitigar la incertidumbre. La autora llamó la atención respecto del «cultivo de la sensibilidad» (Arizaga, 2017: 15) en la esfera doméstica y de cómo «la casa articula con ideas alineadas a la revalorización de sensaciones y procesos de autoconocimiento» (54). En términos amplios, sostuvo que, desde hace algunas décadas, los sectores medios y medios-altos viven una «incertidumbre que abarca la totalidad de las áreas de vida y que se gesta en las entrañas mismas de la usina de valores de cambio y flexibilidad que los alza como parte privilegiada del estilo de vida mundializado que encarnan» (115). Esto puede ser pensado de manera particular para las mujeres, en donde el cambio y la flexibilidad de época se articula con desigualdades sexo-generáticas, para el caso de Argentina, intensificadas por las diversas crisis.

⁹ Al respecto, como lo han destacado numerosos/as investigadores/as, la categoría de clase media a menudo ha sido problemáticamente empleada como objetiva y universal y, en efecto, ha tendido a homogeneizar las características de acuerdo con los criterios del investigador y/o experto/a (Visacovsky, 2008). Esto no significa que su alusión o referencia no tenga efectos o que dicha clasificación no sea utilizada como parámetro clasificatorio. Por tanto, y considerando el rol procesual, dinámico y situado de la categoría, posteriormente proveo algunos elementos metodológicos específicos vinculados a las características que presentan estas familias para considerarlas como parte de esta clase social.

¹⁰ Este trabajo se desprende de mi investigación doctoral que consistió en un estudio de enfoque y método etnográfico a partir del cual acompañé y formé parte de la cotidianidad de tres familias distribuidas en cuatro viviendas mediante un tipo de perspectiva que denominé *historias de casa*, en donde articulo la historia de vida con histo-

La delimitación de las familias surge a partir de ciertos aspectos observables como: la extensión de la vivienda, su ubicación, la provisión de servicios o la vestimenta, entre otros; fueron complementados con dimensiones como: educación, ocupación e ingresos. Asimismo, poseen los servicios de infraestructura básicos (agua potable, gas natural, luz eléctrica) en la vivienda y en el barrio (alumbrado, recolección de residuos y pavimentación de calles). Con este objetivo, movilicé técnicas como la observación participante, la entrevista etnográfica y la historia de vida, entre otras. Para reconstruir esta experiencia recojo registros complementarios elaborados a partir de la consulta de sitios de expertos/as en redes sociales, principalmente, Instagram y Pinterest.

1. CASA PASAJE: LA EXPERIENCIA DE *LO PROPIO* ENTRE JÓVENES PROFESIONALES

Isabella era una joven profesional y emprendedora dedicada a la industria del diseño de calzado que buscaba la independencia residencial y quien entendía que así podría alcanzar cierto *bienestar*. Para ello, intentaba compatibilizar su trabajo en relación de dependencia como diseñadora para una empresa de venta de zapatos con un emprendimiento, también de venta de zapatos (únicamente comercializada por redes sociales) con una socia y amiga. En 2016, Isabella, hija de Luisa (otra de mis interlocutoras durante mi trabajo de campo), logró mudarse a un departamento localizado en un edificio sobre la Avenida Ex Gaona (en la actualidad denominada Presidente Perón) y dejó la vivienda familiar ubicada en Morón Sur (provincia de Buenos Aires) para vivir en el barrio de Haedo Norte (a unos diez minutos en automóvil).

Antes no había podido dejar su casa familiar cuando era joven. Ahora con treinta años sintió que era el momento, aunque consideraba que era «tarde»: «yo me estoy yendo retarde de mi casa, pasa que cam-

rias de arraigo materializadas en el acceso a la vivienda. Cabe señalar algunas características de estas familias: componen hogares heterosexuales; se formaron en colegios con formación religiosa católica —se iniciaron en el catolicismo en alguna capilla o parroquia cercana o bien lo hicieron a partir de la escolarización de sus hijos/as— y la provisión de salud y educación la resuelven mediante la contratación de servicios privados. En este caso trabajo sobre notas de campo de Isabella, quien, en su experiencia, trae a reflexión a su madre Luisa y su hermana Rosario; esta última, fue la *llave* para iniciar este vínculo de investigación. Los nombres de mis interlocutoras/es han sido cambiados para mantener la confidencialidad.

bié tanto de trabajo y no sé, es difícil irse de casa, pagar un alquiler y demás... zafé con este depto de mi viejo» (Isabella, entrevista no directiva, 2016). Cuando le pregunte a qué se refería con esto de tarde, me dijo: «normalmente, la gente se va a los veintipico y yo ya tengo casi treinta», señaló. Subrayó que esto «no estaba bien visto» entre su grupo social. Isabella apuntaba que la autonomía en términos residenciales, sea en una vivienda propia, alquilada o en este caso prestada, marcaba un cambio de estatus y ponía en escena una linealidad esperada (recibirse de una carrera universitaria, casarse, adquirir su casa, tener un auto) que se entendía como normal.

La torre donde vive Isabella es una construcción con una antigüedad no mayor a un quinquenio —como me explicó— y se caracterizaba por albergar a personas jóvenes y de la tercera edad. Este departamento tenía una extensión de 40 m² y para llegar al tercer piso de la torre del contrafrente había que pasar la puerta de acceso al edificio, continuar por un largo pasillo y subir las escaleras o simplemente optar por el ascensor.

Para Isabella esta fue su primera experiencia viviendo fuera de la casa familiar. Su departamento de dos ambientes, con balcón y un *living*-comedor integrado separado por una barra desayunadora, se convirtió en su morada. Recuerdo la primera vez que fui, apenas subimos las escaleras, observé restos de una placa de yeso; en ese momento, Isabella me señaló algunos detalles del edificio que, en sus términos, hablaban de un edificio «malo» o de «baja calidad»; dijo: «no da que se caiga el techo, acá vive gente grande, como que nada parece real». Esto hacía referencia a la fragilidad de la construcción y cómo esta guardaba correlación con otras construcciones.

A pesar de que la vivienda donde residía Isabella se enmarcaba en lo que en términos inmobiliarios se conocía como «departamento», mi interlocutora consideraba este dominio como su casa. A decir, no era una *casa propia*, sino lo que denomino *casa de pasaje*, esto es, un inmueble que se constituye como instancia previa a la *casa propia*, aquí garantizada por su padre —a veces puede facilitarse por otras relaciones de parentesco—, un patrimonio administrado familiarmente y, a menudo, usufructuado por hijos/as. En la torre, Isabella únicamente pagaba los gastos de uso —o expensas—, lo que le permitía ahorrar

para irse a vivir al lugar que deseara u optar por otro proyecto de vida.¹¹

Previo a que lo habitase Isabella, vivió su hermano Martín con su pareja, ahora ambos con su hija se mudaron a Ituzaingó y entonces ella pudo ocuparlo. Este pasaje le posibilitó el ahorro, aunque no necesariamente deseó hacerlo para una casa propia. «Confía en los ladrillos», le dijo su papá, pero, como ella me dijo: «No sé si poner la guita [dinero] ahí es lo mío, también quiero vivir en el ahora». Esta idea de aprovechar el presente la condujo a apropiarse su lugar de residencia mediante la adquisición de elementos de diseño y decorativos particulares.

El caso de Isabella no era aislado, pues otras familias con las que realicé trabajo de campo habían señalado la experiencia en una casa pasaje, facilitada por un familiar —sobre todo de género masculino—. Mismo Isabella comentó cómo su propia madre con su padre tuvieron la experiencia previa de la *casa de pasaje*: la primera, un PH facilitado por su abuelo paterno y, la segunda, un departamento de la vivienda de su abuelo y abuela paterna. Esto deja entrever cierta recurrencia en los arreglos patrimoniales que trasvasa la definición de la casa en cuanto mercancía, bien tutelado por el Estado o pieza arquitectónica, para enmarcarse en una lógica de circuito, atravesada por el parentesco. Así, las personas circulan y marcan la casa, y la casa se torna un bien circulado.¹² Isabella es parte de una movilidad interresidencial al cambiar su domicilio.

¹¹ Cabe señalar que, mientras hacía mi trabajo de campo, algunas de sus amigas y ella refirieron a las líneas de crédito impulsadas por el Estado durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner en el marco del Procrear Solución Casa Propia ejecutado en el marco del Programa Crédito Argentino del Bicentenario para la Vivienda Única Familiar (Pro.Cre.Ar, creado por Decreto DNU N.º 902/2012 del Poder Ejecutivo Nacional en 2012) que implicaba la inscripción y una posterior selección por puntaje para la adjudicación, que tuvo cierta recepción positiva entre jóvenes de clases medias-bajas y medias en el conurbano bonaerense. Este programa promovía un crédito con una tasa de interés muy baja y fija (menor al 5 %, acordada con diversos pagos) y con plazos de pago hasta treinta años. Con el arribo del posterior gobierno liderado por Mauricio Macri el sistema crediticio fue modificado y pasó a un sistema de crédito bancario ajustable UVA con un capital indexado a la inflación, ante lo que muchas personas optaron por salirse de este sistema.

¹² Con relación al acceso a la vivienda para generaciones jóvenes cabe destacar el trabajo de Magdalena Felice (2017), quien estableció una tipología: modo familiar don (categoría maussiana) y modo familiar monetizado; modo asociativo para explicar algunas de las acciones para dar respuesta a las complejidades que implica acceder a este bien. Esta autora destaca cómo los jóvenes acceden a él a partir del patrimonio familiar en donde las casas les son transferidas en forma de regalo, préstamos o herencia. Un préstamo que se da en términos informales y que tiene la expectativa de devolución. (Felice, 2017: 50).

La *casa de pasaje*, en el caso de las familias de clases medias y las nuevas generaciones que emprenden, se torna un resorte económico de inversión intrafamiliar y un modo de producción de certidumbre para estas personas y sus generaciones venideras. Esta vivienda, entonces, posibilita que Isabella viva allí sin desembolsar dinero para el alquiler, cuando, al mismo tiempo, sabe que en algún momento se irá. Esto último se plasma en la relación que ella establece con sus espacios y con las cosas que allí dispone.

2. APROPIAR DESDE UN *LIKE*: LA FELICIDAD EN LO TRANSITORIO

«Una amiga me dijo: “comprate muebles y cosas que después puedas mover, que puedas mudar”, desde entonces no compro lo mismo», me comentó Isabella una tarde mientras preparaba la merienda en su departamento de Haedo. Con esa frase, ella hacía alusión a —al menos— tres cuestiones: las propiedades que debían tener los muebles (que se pudieran desplazar o mover, es decir, que sean livianos y transportables), al movimiento de las cosas y a las tácticas de compra. De esta manera, se sintetizaban un conjunto de decisiones que eran ponderadas por Isabella. Consignar un *like* a un posteo en redes sociales, encargar un accesorio de decoración *online*, preguntar a sus amigas sobre tal o cual decisión de su departamento y consultar a su padre sobre lo que podía o no hacer en la vivienda constituían escenas recurrentes de las que yo formé parte.

Cuando apenas se mudó al departamento en 2016 hablamos bastante sobre qué comprar y dónde hacerlo, porque recientemente yo me había mudado con mi pareja a Ramos Mejía (localidad aledaña a Haedo, pero perteneciente al partido de La Matanza) y me había puesto en la búsqueda de mobiliario y objetos de decoración para el departamento. Dado que nos conocíamos por mi amiga Rosario —su hermana— y éramos cercanas, me consultó por mi mesa (estilo escandinavo en madera paraíso) y mis sillas (símil Bertoia)¹³ y por algo de la vajilla (con

¹³ La silla Bertoia, diseñada en 1951/52, lleva el nombre de su creador Harry Bertoia, un artista, escultor y diseñador de muebles modernos italo-americano, quien diseñó un modelo mezclando materiales como el acero cromado en forma de entramado y un almohadón asegurado con broches a presión metal que será muy popularizado y, en la actualidad, se reconoce este modelo como un *clásico del diseño* (Blog du-home, 30.12.2013).

detalles en colores pastel). Había un conocimiento de estéticas y diseñadores.

Parecía que compartíamos una suerte de lenguaje común que no necesitaba de aclaraciones; esto no era lo que me pasaba en las otras casas y con el resto de mis interlocutoras. Esto se diferenciaba de otras experiencias. Por ejemplo, con Gloria (mi interlocutora mencionada anteriormente, quien rondaba los 40 años), quien refería a marcas de electrodomésticos y artefactos —no así del mobiliario y la decoración y sus estilos asociados—, mientras que Rosa (otra de mis interlocutoras en la etnografía, quien tenía alrededor de 50 años, también, emprendedora) destacaba más bien los tipos de materiales de su vivienda (algarrobo, ladrillo, cemento, cerámicos y sus marcas asociadas). Ahora, Isabella, de manera específica refería a materiales y creadores del mobiliario.

Isabella, quien no alcanzaba los 30 años, denotaba un tipo de vínculo con la vivienda que no necesariamente se anclaba en el largo plazo y que consideraba la transitoriedad como un valor en sí mismo. Isabella, como parte de una generación joven que se vincula (sigue) con *influencers* y utiliza diversas plataformas digitales, identifica un conjunto de estéticas específicas con relación a la casa, entre las cuales pondera el estilo escandinavo de decoración orientado a valores como la felicidad. Al respecto, Sarah Ahmed señala que, en la actualidad, los límites de la promesa de la felicidad se presentan como una forma de «deber ser» que tiñe las lecturas sobre cómo vivimos, como una suerte de «escudo» (2019: 437) frente al reconocimiento de que hay otras formas posibles. El trabajo de campo reveló que la realidad habitada vinculada al acceso a la propiedad, considerando los valores y las prácticas orientadas hacia una narrativa del *esfuerzo* y *ahorro* de las clases medias de antaño, se pone de manifiesto reticularmente en las experiencias contemporáneas en la esfera doméstica, más aún en generaciones más jóvenes.

El departamento de Isabella, además de contar con modulares enchapados (con petiribí, paraíso o eucalipto) o, en algunos casos, con madera MDF, se caracterizaba por un estilo de decoración que Isabella me dijo que era de tipo escandinavo.¹⁴ Ella hablaba de cómo muchas de

¹⁴ Esta sigla refiere al fibropanel de densidad media (Medium Density Fiberboard), es un tipo de madera reconstruida de restos y residuos de otras maderas y resina.

estas cosas las había visto en Europa. También refería a IKEA (una empresa sueca de decoración y diseño)¹⁵ y a sus muebles económicos, de lo grande y accesibles que eran sus tiendas y que no solo tenía un montón de muebles que en Argentina serían imposibles de comprar, sino que los podía hacer y ensamblar ella misma. Con relación a la decoración de su departamento, Isabella encontraba que la elección de tales materiales le permitía hacer de su cotidianidad una experiencia más «alegre y menos sobrecargada». Como me mencionó, «los colores claros abren el espacio... y parece más grande».

En sus decisiones sobre la decoración y la estética de su departamento, Isabella articula un conjunto de valores moralmente aceptados con un estilo de vida que performaba la elección de accesorios y materialidades que organizaban el inmueble. Allí, principios como el bienestar, la vida plena y el *positive thinking* se manifiestan en palabras y prácticas tanto como en «la deco» de su departamento.¹⁶ Esta propuesta contornea la experiencia estética y genera novedosas narrativas de autonomía y discursos del deber ser asociados a estas y difundidos mediante redes sociales compensando la fragilidad estructural que vive Isabella, que a la vez procura estar inserta en los cánones de su clase social.¹⁷

3. LA PRECARIEDAD HABITADA: DIGITALIDAD Y LA SUBJETIVACIÓN DE LOS *LIKES*

Isabella, quien transitaba su tercera década de vida, consideraba que para ella como para otros amigos la casa propia no era una opción posible para su edad y para los gastos que tenía que afrontar; en ese sentido, era significativo que su padre le proveyera de una *casa de pasa-*

¹⁵ IKEA es una empresa creada en 1943 en Suecia y es hoy un consolidado conglomerado trasnacional de venta de muebles para ensamblar (*ready-to-assemble furniture*) aplicaciones y accesorios de decoración del hogar. En la actualidad cuentan con más de 250 locales en más de 36 países.

¹⁶ De manera temprana Jean Baudrillard (1998) señaló cómo la moda ejerce una suerte de coerción sobre el cuerpo y la apariencia posicionando un conjunto de adornos, adecuando la mímica y los gestos, proponiendo formas legítimas del maquillaje y, paulatinamente, configurando ciertos estereotipos.

¹⁷ Diversos autores señalan el impacto de lo local en lo global y viceversa. En materia de diseño, como señala Correa (2011), en las últimas décadas en Argentina, sobre todo luego de la década de los noventa, se produjo un deterioro y merma en la producción interna de bienes de diseño, a razón de las políticas neoliberales favorecedoras de la industria internacional, que propiciaron un escenario naciente para el influjo de bienes extranjeros y la configuración de nuevos consumos.

je. En algunas de las extendidas conversaciones que tuvimos con ella, se refirió: «vivo en tránsito, pero a mi estilo». Cuando le pregunté a qué se refería, me dijo que al no ser propietaria trataba de tomar decisiones considerando una potencial mudanza: producía una suerte de experiencia de lo transitorio.

Algunas de las tardes que pasé con Isabella, sobre todo los primeros dos años, siempre mientras hablábamos, chequeaba su WhatsApp e Instagram a ver quién le escribía y qué cuestiones interesantes encontraba. Sus amigas le enviaban fotografías de muebles y cosas para decorar la casa. Cierto es que ella pensaba cuidadosamente cada decisión y cada compra para ornamentar su espacio. Creía que «tenía que verse bien ambientada», lo que implicaba tener algunas cosas similares a las que veía en los departamentos de sus amigas, pero también a las que encontraba en las revistas de diseño que tenía en su casa, tanto como de las *influencers* que seguía en Instagram, donde veía la proliferación del estilo escandinavo —referencia que había escuchado en la universidad—:

Todavía me faltan algunas cosas pero bueno... la verdad estoy muy contenta con el depto... para decorarlo miré muchas cosas en Pinterest y en Instagram... me gusta mucho la onda escandinava. Mucha luz, todo blanco, la madera. Vi cosas lindas pero son caras... y bueno mmm... la verdad no pienso esto para toda la vida... (Entrevista no directiva a Isabella, mayo de 2017).

Esto encuentra un correlato con lo referido anteriormente respecto a su estilo de decoración a seguir. Revisando sobre el estilo escandinavo, hallé que su popularización implica la utilización de colores claros (mayoritariamente blanco, beige o neutros), materiales livianos y naturales, la presencia de madera, terminaciones geométricas y también fluidas que evocan la comodidad, la sencillez, la tranquilidad y la luminosidad.^{18, 19} La expansión global y a escala masiva de este estilo escandinavo, fundamentalmente a partir del ingreso al mercado de Estados Unidos en 1985 (Harapiak, 2013), fue a partir de la comercialización internacional llevada adelante por la empresa IKEA (Edwards, 2007).

¹⁸ Clive Edwards (2007) destaca que el estilo escandinavo (haciendo alusión a un conjunto de países escandinavos: Dinamarca, Noruega y Suecia) ha formado parte del diseño desde hace décadas —incluso desde comienzos del siglo XX— pero sobre todo desde la década de 1950.

¹⁹ En Argentina se suele referir al estilo nórdico y escandinavo como si fueran sinónimos, cuando la referencia a países nórdicos incluiría a Finlandia y a Islandia.

De manera reciente, Argentina experimentó un *boom* de popularización de este diseño escandinavo, al menos en la última década, con una profunda internacionalización no solo de dicha marca, sino de un tipo de estilo decorativo particular que remite al estilo danés *hygge*. Esta palabra, *hygge*, data de comienzos del siglo XIX, cuando Dinamarca y Noruega conformaban un único territorio. Aun con estas precisiones que he dado, la bibliografía académica al respecto, aunque escasa, destacaba que la traducción de la palabra es compleja —incluso se vincula al término anglosajón *hug*, abrazo— porque se trata de aquello que se experimenta como acogedor y feliz.²⁰

Isabella seguía a varios perfiles *online* que, o bien en sus ambientes o bien sobre prendas de vestir, ponían recurrentemente la palabra *hygge*. Este término sintetizaba un estilo decorativo particular resonante en los últimos tiempos como síntesis de la comodidad, de lo acogedor (la noción de *coziness*) o, como dice la bloguera Anna Lea West, en cuanto «la intimidad del alma». Algunos/as referentes, apuntan a que este último ya denomina un concepto estético que sintetiza una visión romantizada del estilo de vida escandinavo. En muchos casos, estos estilos reivindican el sentido de autonomía articulado con la gestión del diseño y espacio propio y, en efecto, el ejercicio de cierta libertad; esto cobra particular pregnancia entre mujeres profesionales y emprendedoras que hacen de sus entornos domésticos lugares en donde tal distinción entre trabajo-ocio, trabajo-placer no operan como binomios opuestos sino complementarios y contingentes.

La presencia de las redes sociales como agentes y mediadores significativos para encontrar inspiración y guiarse era recurrente. Algunos de ellos son decoradores que encontraron en este canal un modelo de negocio de mayor cercanía con las personas a la vez que una comunicación diaria, otros son aficionados que las personas comenzaron a legitimar desde los canales *online* y desde los cuales «los seguían», con lo que se popularizó cada vez más su contenido y desarrollaron redes y alianzas con marcas y empresas.

²⁰ Hay un conjunto de términos sajones, germanos y escandinavos similares pero que no logran captar el sentido acabado de este término como son, por ejemplo: *koselig*, que significaría algo similar en noruego; *gezellig*, en holandés, o *Gemütlich* y *Heimlich*, en alemán.

La decoración de su departamento se caracterizaba por muebles y detalles en melamina y madera tipo paraíso. En su *living* contaba con una mesa ratona hecha con pallet y vidrio y un sillón amplio de dos cuerpos en color crema. Elementos como mantas y almohadones de distintas texturas (piel, raso, polar) yacían en su sillón, integrado junto a un modular en melamina con blanco que terminaba por componer el espacio abierto de su departamento en donde encontramos el *living*, comedor y cocina. Los bajos costos de los materiales, como la melamina, hacían que su usabilidad fuera restringida y se optara por desecharlos con mayor facilidad. A la hora de considerar el tipo de adquisición balanceaba una relación precio/estética que fuera favorable, dejando la durabilidad como variable decisoria. En parte, entendía que habitar lo transitorio era como habitar la contingencia, pero procurando estéticas *amables* y acordes a lo que en su círculo se socializaba.

En su cotidianidad aprovechaba, trabajaba desde su departamento y aprovechaba tanto su dispositivo móvil como su computadora para diseñar, hablar con proveedores, llevar el fichaje de productos al día en la web y armar estrategias de comercialización. A su vez, algunas veces a la semana visitaba una planta productiva que se localizaba en Suipacha. A menudo trataba de dedicarse al emprendimiento de diseño de zapatos —con su socia— por las tardes. Su vivienda entonces constituía un lugar de trabajo y de descanso.²¹ Ella intentaba balancear su trabajo con su emprendimiento, al mismo tiempo que buscaba finalizar la decoración de su departamento para sentirse a gusto. En este marco, Isabella entendía la felicidad presente como un mandato que exigía un estar bien consigo misma ponderando el progreso individual como parte de experiencias de la clase media argentina (Vargas y Viotti, 2013: 40).

Esta emprendedora joven edificaba su estilo de vida ideal sobre un conjunto de decisiones respecto a «cómo se ha de vivir», lo que implicaba movilizar deseos y añoranzas que (re)afirmaban pautas identificatorias con las clases medias reivindicando el cultivo de sí (García Martín, 2017). Su interés por el ascenso individual era palpable, incluso en un contexto frágil, en cómo había avanzado en el emprendimiento

²¹ Como señala Patricia Vargas (2014), para los/as diseñadores/as hay una búsqueda de realización personal a partir de hacer aquello que les gusta, independientemente de la rentabilidad que pueda generar. Según esta autora, esto implicaba la objetivación de un *ethos* moderno, con el fin de «expresar su individualidad» (2014: 148).

con su amiga (Vargas, 2014) manteniendo su trabajo y solo acudiendo a su madre/padre para hacerles consultas específicas o invitarlos/as a su departamento. Para ella, este era un trabajo *freelo* (con referencia al término *freelance*), que complementaba su empleo de ocho horas diarias en producción y venta de una empresa de venta de zapatos *online*, donde, sin embargo, las condiciones de trabajo, como me dijo, «no eran las mejores», con referencia al salario y a las posibilidades de crecimiento. Era significativo que su abuelo materno se había dedicado al rubro zapatero décadas atrás y su abuela materna al corte, confección y arreglo de prendas en su casa, parecía que Isabella daba continuidad a una experiencia familiar en el rubro de la indumentaria.

Dado su interés por el diseño y la indumentaria, cultivaba cierto *buen vestir* también aplicado a la casa, más centrado en las escalas cromáticas y el balance entre texturas y formas. Puntualizaba que la armonía, sea para la casa o para vestirse una, era fundamental, y junto al diseño eran principios organizadores. Una de las tardes en su casa, mirando su celular, me dijo: «vestir el cuerpo es como vestir la casa... decorarla, ocuparla... no sé hablar con los detalles» (Entrevista no directiva, 2018). Para ella, la casa habla de las personas, por eso dedicaba esfuerzo a tenerla «adecuada», lo que para ella se centraba en pautas estéticas. En este escenario, puso en evidencia un tipo de cultivo de una estética corporal y residencial, como me dijo Isabella, «cuidada». Entre sus hábitos de limpieza e higiene del departamento, acciones como acomodar, barrer, trapear y repasar los muebles eran las más frecuentes. Algunas veces la ayudé a mover algunos muebles para hacer la limpieza más rápidamente. Para ella, se trataba de valerse como adulta y mostrar su desarrollo personal y su crecimiento con decisiones orientadas a potenciar y a concretizar sus deseos.

El *boom escandinavo* de principios estéticos y, de alguna manera como nuestro aquí, normativos, lo ha sostenido sobre la base de que el diseño escandinavo augura un tipo de forma *democrática* del habitar *puertas adentro*, con el supuesto de una fabricación masiva que daría *el acceso a todos*. Sin embargo, en países en vías de desarrollo en los cuales las políticas del mercado interno y externo han sufrido diversos virajes, este estilo ha pasado a ser una moda que distingue más de lo que incluye. Así, a partir de las vivencias de Isabella, advertimos la paradójica reproductibilidad y estandarización que no necesariamente se orienta a una democratización; más bien, pareciera encuadrarse en una

lógica de distinción a través de adquirir estos muebles. El principio de *hágalo usted misma* complementariamente señala la remoción de saberes artesanales vinculados al ensamble y la colocación. Isabella comentaba que no eran «accesibles para todos en Argentina»; de hecho, en Argentina este tipo de muebles y objetos llega vía la empresa Falabella,²² que según ella tiene precios «altos».

Para Isabella, decorar implicaba un modo de apropiación y de «hacer suyo» un espacio; más aún, como dice ella, en un edificio en donde «todas las decisiones ya fueron tomadas». Sin embargo, estas decoraciones y estéticas implicaban otro conjunto de decisiones «ya tomadas» bajo las cuales se producían, de acuerdo con Isabella, «ambientes cálidos». Las mediaciones que intervienen en la decoración de un ambiente son de diverso tipo y, como veremos a continuación, parecen incorporar nuevos actores, tanto económicos como estéticos.

4. LA GRATIFICACIÓN COMO ILUSIÓN DEMOCRÁTICA: LA *INSPO* Y LOS TABLEROS DE DISEÑO

Como para muchos/as jóvenes, para Isabella, la acción de decorar involucra redes sociales e *influencers* como legitimantes de las elecciones estéticas mediante el armado de «Tableros» (de acuerdo con Pinterest),²³ lo cual ejerce una suerte de curaduría de las elecciones de quienes miran. De esta manera, los *deco-influencers* configuran un novedoso mapa de la estética doméstica. Considerando la movilización de contenidos vía plataformas y la participación de comunidades digitales afines, muchas mujeres jóvenes como Isabella, aun con las particularidades arquitectónicas del inmueble en el que viven, van compartiendo modos comunes de habitar, ahora, con base a criterios estilístico-decorativos convergentes.

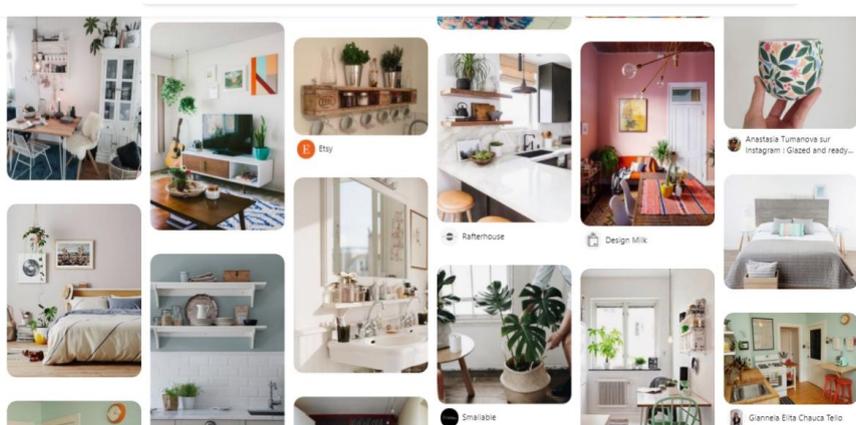
²² Cadena multinacional chilena, fundada por una familia italiana radicada en este país, de tiendas departamentales con una propuesta integral que cubre desde servicios bancarios hasta seguros, viajes, muebles, objetos, juguetes, indumentaria y perfumería, entre otros rubros.

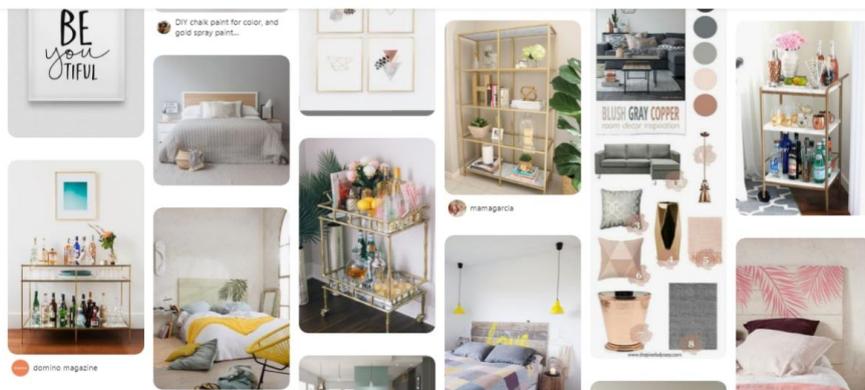
²³ Pinterest es una red social que permite a los usuarios guardar imágenes y categorizarlas en diferentes tableros; también, si tienen gustos o intereses similares, pueden seguir los tableros de otros usuarios, tal como me dijo Isabella. «Hacer un pin» (en clave analógica es como poner un alfiler) implica generar un enlace y escribir algo sobre dicha imagen. Se comparten decoraciones, objetos y detalles para generar ambientes y propiciar entornos deseables del habitar y de vida. Creado el pin, se abre a la comunidad, quienes pueden añadir comentarios e incluirlos a sus propios tableros (Hall y Zarro, 2012).

La curaduría de Isabella implica compartir y «guardar» imágenes sobre estilos y estéticas que le interesan, le gustan o, como me dijo, «me son afín». Su transitar en las redes sociales tiene esta vinculación con la realidad habitada en su casa. No se trata tanto del sueño de habitar lo propio, sino más bien de la realidad y de concretizar el habitar apropiando, incluso, lo transitorio. Ella, bajo la categoría «decoración», agrupa imágenes propias y ajenas (de usuarios/as y empresas) que le gustan. Cierto es que también a veces se topa con diversos límites presupuestarios, lo que lleva a cambiar decisiones, reorientar esfuerzos y ver la mejor estrategia de pago para poder acceder a los diversos bienes que quiere poner en su casa.

Respecto de las imágenes de los tableros, se pueden observar diversas recurrencias: las escalas cromáticas (claras y pasteles), los tipos de estampados (mayormente con plantas, líneas rectas o pinturas que emulan paisajes), los muebles abiertos (muchos realizados con melamina o bambú), los espacios iluminados, las paredes mayoritariamente blancas y las telas «livianas». Esta estética no solo era compartida y de dominio público, sino que le permitía dialogar e interactuar con una comunidad global que también compartía sus intereses, así como productos, proveedores y sitios.

Imagen 1 y 2. Tableros de Pinterest de decoración de Isabella.





Nota. Recreación propia siguiendo las selecciones de Isabella en el sitio Pinterest.

Isabella remarcaba que comparte estas agrupaciones de imágenes y clasificaciones junto a sus amigas, quienes también tienen cuentas en esta aplicación. Con ellas yo también había compartido largas jornadas y diversos eventos en los que había conocido sus propios perfiles y sitios de interés. Cabe destacar que, para ella, «entrar a la *app*» significaba estar en contacto con sus amigas y también vincularse con estéticas arquitectónicas diversas.

Un artículo reciente destaca que Pinterest (Wang et al., 2016) se ha consolidado en los últimos años como una plataforma «gratificante» en la elección de bienes y en el armado de «listas de deseos» con relación a lo que se ve en diseños de imágenes, espacios, entre otros. Otra investigación (Hall y Zarro, 2012) refiere a la acción en esta plataforma como una suerte de curaduría social (*social curation*) de los ambientes.²⁴

Isabella va utilizando las redes sociales y seleccionando tanto lo que puede comprar como lo que desea tener algún día, con estéticas limpias y luminosas que priorizan los colores claros, las telas livianas y maderas adjetivadas por Isabella como «nobles», en alusión al olmo, el cerezo o el bambú. Las imágenes e ideas que colecciona y comparte también se acompañan de comunidades de diseñadores/as mediadas por otros sitios web destinados a la compraventa de objetos para la casa. Es interesante que ella refiera a estos objetos y sus potencialida-

²⁴ Para enero del año 2012, la red social Pinterest tenía 11,7 millones de usuarios únicos con la notable característica de que la mayoría de los usuarios/as son mujeres, lo que indica una fuerte feminización del acceso y la utilización de este tipo de acceso a plataformas decorativas.

des adjetivándolos con base a sus diversas cualidades: «se mantienen bien», parecen «amables», se ven «cómodos y acogedores» o «me dan alegría». Puedo decir que, a su manera y mediante estas tácticas de adquisición, Isabella es curadora de la vivienda que habita.

Otra red social positivamente valorada y utilizada por Isabella es Instagram; si bien en un comienzo su uso era para socializar con amigos/as y conocidos/as y compartir la cotidianidad de sus vidas y ellos la propia, luego se volvió un canal de comercialización de su trabajo y para la búsqueda de ideas inspiradoras. Ella «sigue» (aludido como *follows*) diversas marcas de decoración orientadas a sus gustos. Asimismo, como esta red social le permite ver aquellas marcas y sitios de decoración que siguen sus amigas, eso posibilita que guarde imágenes de muebles, modulares, mesadas, cortinas y adornos, entre otros bienes, que a otras personas amigas o conocidas les gustan o también guardaron. De esta manera, se garantiza que alguien de su círculo ya haya tenido una experiencia con esa marca.

En las imágenes 1 y 2 podemos observar el *muro* de algunas de las páginas de decoración que sigue Isabella; estas influencias adquieren relieve en su departamento, donde ella toma consejos que circulan entre sus contactos para hacer arreglos en el departamento.²⁵ En la cotidianidad de Isabella, advierto una articulación entre las materialidades morales y las estéticas globales que asignan un conjunto de valores y características a su habitar y se consolidan en el intercambio virtual. Asimismo, concibo que se presenta una paradoja entre una incorporación a una experiencia global de estéticas y decoraciones que se presumen igualitarias, cuando en términos globales el acceso a la vivienda se volvió cada vez más privativo. La noción de pasaje permite volver inteligibles algunas dimensiones como las redes intrafamiliares, inversiones subjetivas y horizontes de futuro, que se tornan materialmente posibles dada esta intermediación. Como señalé, Isabella ocupa su casa mediante la decoración y su atención al detalle estilístico —redes socia-

²⁵ Respecto de la articulación de redes sociales en el habitar y en la configuración de lazos sociales, Daniel Miller et al. elaboran la noción de socialidad escalable (*scalable sociality*) (2016: 3) para referir a la articulación de diversos actores y entramajes de relaciones que tienen su apoyo en las redes sociales. De acuerdo con Miller, la *socialidad* remite a una trama conformada por sujetos mediante la cual pueden negociar y agenciar su vida cotidiana a través de la interacción social y bajo la utilización de distintos soportes digitales, y *escalable* refiere a las escalas que, en este caso, van de lo privado a lo público y del grupo más pequeño al grupo más grande. El concepto de socialidad escalable pone el foco sobre los sujetos y sus prácticas, a la vez que permite pensar los gradientes de los lazos sociales y la creatividad en la interacción cotidiana.

les mediante—, que balancean la falta de acceso patrimonial a la casa propia y exponen modos contemporáneos que, aun precarizados, son significados como parte de un mejor bienestar y un ejercicio de autonomía.

5. CONCLUSIONES

Este artículo examina etnográficamente cómo la crisis habitacional contemporánea incide en las clases medias urbanas en Buenos Aires (Argentina), particularmente entre jóvenes mujeres, y cómo reconfigura sus modos de habitar, sus relaciones familiares y sus horizontes de autonomía. En un contexto en el que el acceso a la vivienda propia se vuelve cada vez más inaccesible, se analiza el dispositivo de la *casa pasaje*: un arreglo patrimonial informal por el cual familias ceden temporalmente una vivienda a sus hijas como forma de compensación y sostenimiento intergeneracional.

A partir del caso de Isabella, una emprendedora que accede a una vivienda familiar, se exploran las prácticas cotidianas y los consumos que organizan su habitar. Esta experiencia habilita la inversión en bienes estéticos —como ropa de cama, objetos de diseño o viajes— que permiten proyectar una imagen de autonomía y realización. Las redes sociales digitales como Instagram y Pinterest operan como plataformas legitimadoras, donde se comparten estas elecciones y se participa de comunidades de afinidad que otorgan valor y reconocimiento a esos estilos de vida.

El artículo propone que estas dinámicas configuran un ecosistema de fragilidad, en el que convergen tres dimensiones centrales: (1) la compensación simbólica y material frente a la imposibilidad de acceder a la propiedad, (2) la aceptación de la transitoriedad vital mediante el uso de objetos flexibles y de relativa durabilidad y (3) la circulación de narrativas de autodeterminación sostenidas por vínculos familiares, afectivos y digitales. Finalmente, se argumenta que estas formas creativas de habitar no son solo estrategias individuales, sino que responden a narrativas de clase que procuran legitimar la diferencia y sostener una imagen de movilidad o de distinción en un escenario de movilidad social descendente. De este modo, el artículo contribuye a pensar cómo

las clases medias reorganizan sus aspiraciones, estéticas y vínculos patrimoniales frente a un presente precarizado y un futuro incierto.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahmed, Sarah (2019). *La promesa de la felicidad. Una crítica cultural al imperativo de la alegría*. Buenos Aires: Caja Negra. Trad. Hugo Salas.
- Arizaga, Cecilia (2017). *Sociología de la felicidad. Autenticidad, bienestar y management del yo*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Baudrillard, Jean (1998). *The consumer society. Myths and structures*. SAGE.
- Blanco Esmoris, María Florencia (2021a). Habitar la “casa”, experimentar la clase. Aspiraciones compartidas y alternativas materiales en familias de clases medias en Haedo (Buenos Aires, Argentina). *Revista Antropológicas*, (17), 4-13.
- Blanco Esmoris, María Florencia (2021b). *Etnografía del sueño habitado. La “casa propia” para las clases medias del Gran Buenos Aires (Argentina)*. Tesis Doctoral. San Martín: Universidad Nacional de San Martín.
- Blog Due-Home (30 de diciembre de 2013). *Clásicos del diseño: silla Diamond*. Recuperado de: <https://blog.due-home.com/clasicos-del-diseno-silla-diamond/>
- Cavallero, Lucía y Gago, Verónica (2019). *Una lectura feminista de la deuda: ¡Vivas, libres y desendeudadas nos queremos!* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fundación Rosa Luxemburgo.
- Correa, María Eugenia (2011). La producción cultural del diseño. El caso de los diseñadores independientes de la ciudad de Buenos Aires. *Trabajo y Sociedad*, XV(17), 329-342.

- Edwards, Clive (2007). The Scandinavian Ideal in Design: Two Distinct Approaches to the Marketing of an Ideal. *Marketing and History at the Center*, 13, 88-96.
- Felice, Magdalena (2017). Experiencias de formación de un hogar propio en jóvenes de estratos medios de la Ciudad de Buenos Aires. *Población y Sociedad*, 25(1). <https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/pys/article/view/2835>
- García Martín, Santiago (2017). Conexiones entre identificaciones de clase media y condiciones laborales precarias de trabajadores estatales del ámbito cultural. *Question/Cuestión*, 1(55), 443-459. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4313>
- Giglia, Angela (2012). *El habitar y la cultura: perspectivas teóricas y de investigación*. México: Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa.
- Hall, Catherine y Zarro, Michael (2012). Social curation on the website Pinterest.com. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49(1), 1-9. <https://doi.org/10.1002/meet.14504901189>
- Harapiak, Clayton (2013). IKEA's International Expansion. *Business Knowledge and Innovation in Practice*, 1(1), 25-51.
- Lindon, Alicia (2005). El mito de la casa propia y las formas de habitar. *Scripta Nova*, 194(N.º Extra IX). <https://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-20.htm>
- Medina-Vincent, María (2020). *Mujeres y discursos gerenciales. Hacia la autogestión feminista*. Granada: Comares.
- Miller, Daniel, Sinanan, Jolynna, Wang, Xinyuan, McDonald, Tom, Haynes, Nell, Costa, Elisabetta, Spyer, Juliano, Venkatraman, Shriram y Nicolescu, Razvan (2016). *How the world changed social media*. UK: UCL Press.
- Saez, Graciela Luisa. (2010) *Morón, de los orígenes al bicentenario, Argentina*. Municipalidad de Morón.
- Sánchez Benítez, Natalie (2016). La experiencia de la maternidad en mujeres feministas. *Nómadas*, 44, 255-267.

- Schild, Verónica (2016). Feminismo y neoliberalismo en América Latina. *Nueva Sociedad*, 265, 32-49. Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/feminismo-y-neoliberalismo-en-america-latina/#footnote-2>
- Standing, Guy (2011). *The Precariat: The New Dangerous Class*. London: Bloomsbury.
- Vargas, Patricia y Viotti, Nicolás (2013). Prosperidad y espiritualismo para todos. Un análisis sobre la noción de emprendedor en eventos masivos de Buenos Aires. *Horizontes antropológicos*, 19(40), 343-364.
- Vargas, Patricia (25-26 de septiembre de 2014). *La clase media en Argentina: entre el sacrificio y el confort*. IV Seminario-Taller Investigación sobre Clases Medias. IDES: Buenos Aires, Argentina.
- Visacovsky, Sergio (2008). Estudios sobre ‘clase media’ en la antropología social: una agenda para la Argentina. *Avá Revista de Antropología*, (13), 9-37.