



FHCE (www.fhuce.edu.uy) Montevideo, Uruguay, marzo de 2011

ISSN 1688-7476

JOAQUÍN VENTURINI

HACIA UNA COMPRENSIÓN DE LA  
IDENTIDAD PLANCHA DESDE LAS  
INDUSTRIAS CULTURALES



Universidad de la República  
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación  
Departamento de Publicaciones - publikfhce@gmail.com  
versión electrónica disponible en el sitio <http://www.fhuce.edu.uy>



**Hacia una comprensión de la identidad *plancha* desde las industrias culturales**

© Joaquín Venturini

joacovent@hotmail.com

© Departamento de Publicaciones FHCE

publikfhce@gmail.com

**Impresión:** Delia Correa y Oscar Río

**Corrección de estilo:** Margarita Echeveste y Daniela Martínez Blanco

**Diseño de portada**

**e interiores:** Wilson Javier Cardozo



ISSN 1688-7476  
Depósito Legal 354511





## Introducción

El presente trabajo corresponde a un avance de la investigación de mi tesis de licenciatura en antropología social y cultural, actualmente en curso de realización. Lo expuesto aquí corresponde a una síntesis de las conceptualizaciones teóricas con las que se pensará el fenómeno social.

El trabajo consiste en una etnografía de la banda uruguaya *La Plebe*. Esta es una banda de cumbia *plancha* (versión uruguaya de la cumbia villera argentina), con este nombre decidieron etiquetar al género los dueños de la agrupación: la productora Colorama Producciones, dueños también de los conocidos grupos de cumbia *Chocolate* y *Monterrojo*. La agrupación tiene ya cinco años de trayectoria profesional y consta de siete integrantes, siendo solo los dos cantantes actuales miembros pertenecientes a la formación original.

Se busca, en primer lugar, dar cuenta de las particularidades de la identidad social *plancha*, a partir del estudio de un exponente de la «industria cultural» en el sentido que le dieran los filósofos de la Escuela de Frankfurt, Theodor Adorno y Max Horkheimer, en *Dialéctica del Iluminismo* (1969). Nos centraremos específicamente en la industria del entretenimiento por considerar sus productos culturales, en el sentido económico del término cultura —de *La economía de la cultura* que usa Benhamou (1997)—, como máximos exponentes de estereotipos sociales que juegan un papel preponderante tanto en la producción como en la reproducción de los mismos.



## Conceptualizaciones teóricas

Somos conscientes de que la heterogeneidad de la realidad simbólica de lo que se piensa —desde un lugar específico y subjetivo del espacio social— es siempre un modo concreto, específico y relativo de los esquemas sociales que se heredan y se reproducen más o menos inconscientemente, es decir, son una conciencia posible. Pero no es menos cierto que en los últimos cinco años se ha hablado mucho en la prensa de Uruguay sobre los *planchas*, en tanto subcultura juvenil, banda de jóvenes o «tribu urbana», asociándolos casi siempre a la exclusión social, a la marginalidad barrial y económica, y a la delincuencia. Al respecto encontramos numerosos artículos en los más importantes periódicos de Uruguay. Hoenir Sarthou, abogado y periodista, escribió en «Mirá quién habla», el artículo *Chetos versus planchas* publicado en el diario *El País* (13 de marzo de 2006). Gabriel Sosa escribió «Lengua *plancha*» (*El País*, 7 de mayo de 2005). Daniel Ríos, periodista, escribió «La quebrada de las pipas» también publicado en *El País*<sup>1</sup>. Encontramos muchos más artículos periodísticos sobre los *planchas* en la página web del diario *El País*<sup>2</sup>. También en el diario *La República* encontramos ejemplos: «Paysandú en la bruma de «Los *Plancha*», una banda de menores que aterroriza» (13 de setiembre de 2005), «Rastrillos en el Centro: los *planchas* se hacen fuertes y mandan en 18 de Julio» (15 de diciembre de 2006), «Una página de Internet uruguaya invita a «tomar la vida de los *planchas*» en pos de un país mejor» (2 de setiembre de 2007).

Estos estereotipos se difundieron y solidificaron rápidamente, constituyendo una matriz imaginaria en la que se piensa de modo más o menos similar referido a lo *plancha*, en las clases medias y altas desde donde se elaboran «discursos dominantes» (Raiter, 1999), organizadores del orden legítimo. Desde nuestra trayectoria social es fácil sustancializar lo *plancha* en una identidad bien delimitada,

<sup>1</sup> Ver [http://www.elpais.com.uy/Suple/QuePasa/06/08/26/quepasa\\_233649.asp](http://www.elpais.com.uy/Suple/QuePasa/06/08/26/quepasa_233649.asp) (acceso el 21/10/09)

<sup>2</sup> Ver [www.elpais.com.uy](http://www.elpais.com.uy) para mayor información.



pero es posible que al comenzar el trabajo de campo surjan las rupturas y discontinuidades que no vemos desde la distancia simbólica y social con la cual observamos dicho universo; por lo que *plancha* se convertirá en una categoría más problemática de lo que parece desde nuestros prejuicios coincidentes con los estereotipos más difundidos por los medios masivos de comunicación del país.

Junto a las conceptualizaciones teóricas que siguiera Alejandro Raiter, pensamos lo *plancha* como un discurso subalterno que se construye en oposición a un discurso dominante, lógica e históricamente anterior. Intentaremos dar cuenta de los contenidos simbólicos e imaginarios de dicho discurso; entender las operaciones simbólicas constitutivas de estereotipos, prácticas, ideologías, divisiones de lo mismo y de lo otro, es decir, entender un *habitus* del *plancha* desde su configuración inconsciente. Se trata más de la constitución de preferencias estéticas y valores éticos desde la afirmación tautológica de la identidad, que del intento por racionalizar la identidad *plancha* en un discurso ideológicamente coherente.

A partir de esta información, que quedará plasmada en el texto etnográfico, teorizaremos desde la antropología social, utilizando como grandes referentes teóricos a Pierre Bourdieu, sobre todo, su monumental obra *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto* (publicada por primera vez en francés en 1979); a Erving Goffman, al tratar los procesos de exclusión y discriminación en su célebre trabajo *El estigma. La identidad deteriorada* (publicado por primera vez en inglés en 1963) y a Michel Maffesoli, a partir de su conocida obra *El tiempo de las tribus* (1970) en la cual el autor desarrolla el concepto de «tribalismo posmoderno».

Desde la clase media acomodada y la clase alta se identifica a jóvenes de clases bajas por su postura temeraria al caminar, un conjunto de gestos asociados a la criminalidad, y una vestimenta que lo delata como «pobre», con el término *plancha*. En este sentido el término *plancha* es signifiante para lo que es del orden del joven-chorropobre, y se trata de la acepción más amplia que se le puede dar al término. En un sentido más acotado se entiende que es un *plancha*,



aquel joven que opta por vestirse con ropa de corte deportivo, con preferencia por colores fuertes, champions de marca Nike con resortes, buzos canguro con capucha y gorro con visera. Estos marcadores refieren a la vestimenta, pero siguen funcionando también las mencionadas características lumpen, es decir, hábitos corporales y un sociolecto asimilado al malandro y a las clases bajas.

Los *planchas*, a diferencia de otros grupos estigmatizados, han alcanzado mecanismos de autoidentificación positiva bastante sólidos que les otorgan cierta autonomía simbólica de los grupos sociales que gozan de la legitimidad social, por ser parte del orden no desclasado. Esto no excluye la posibilidad de un doble juego de orgullo por la marca del estigma y al mismo tiempo un sentimiento de inferioridad frente a los otros, los de afuera, que gozan de volúmenes superiores de capital global, que los posicionan en un lugar superior en la jerarquía del espacio social.

Resulta de gran importancia para nuestro trabajo, ya que nos interesa la estética o consumo estético, mostrar cuáles son los marcadores identitarios (Bourdieu, 1999) que vuelven a este grupo tan visible y visiblemente contrastante respecto a otros grupos sociales. Partiendo de la premisa de que el consumo de determinados productos culturales es orientador de prácticas y revelador de símbolos que operan a niveles masivos en la población, es que pensamos que una etnografía de una banda de cumbia *plancha* es fundamental para comprender lo *plancha*. Aunque los integrantes del grupo no se consideraran *planchas* a sí mismos, sino que actuaran como tales en el escenario para que el público se alimentara de las imágenes y recreara su identidad en la *performance* de la banda, de todos modos, sería válido el estudio, ya que lo relevante para el caso sería la puesta en escena de los actores, la música y las letras que vehiculizan los personajes en la actuación.

Es conocida la preferencia de los *planchas* por la ropa holgada y deportiva que mundialmente se reconoce como imagen del atleta prototípico. También es cierto que existen marcas simbólicas y económicamente más reconocidas y preferidas a la hora de crear una imagen



positiva de uno mismo, al momento de otorgarse existencia social. La antropóloga británica, Mary Douglas, fundadora junto al economista, Baron Isherwood, de la antropología del consumo con su obra conocida a nivel internacional, *El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo* (publicada por primera vez en inglés en el año 1979), deja en claro que la mercancía no es reducible a un valor puramente económico, sino que se deja ver una valoración en los significados que la misma materializa.

Se ha hablado mucho de «tribus urbanas», tanto en la literatura académica como en la periodística. Michel Maffesoli, probablemente uno de los pensadores contemporáneos más importantes en el campo de la antropología y la sociología, creó el término *tribalismo* para referirse a un fenómeno de escala global, íntimamente ligado a la emergencia, o más bien retorno, de una socialidad fundamentalmente dionisiaca, con énfasis en lo sensible y cargada de sensualidad, siempre con cierta carga de rebelión o simbolización del orden de lo contracultural. Los jóvenes, sobre todo en la adolescencia, como etapa de la evolución del sujeto hacia un individuo adulto «normal», son especialmente sensibles a lo contracultural y lo transgresor, por lo que es entendible que la materialización de las formas de socialidad del tribalismo se materialicen en estos individuos.

Maffesoli fue discípulo de Gilbert Durand, integrante del Círculo de Eranos (Mircea Eliade, Joseph Campbell, Carl Gustav Jung), quien desarrolló una concepción de las estructuras antropológicas del imaginario basado en la distinción entre arquetipos diurnos y nocturnos, que a su vez corresponden a la clásica distinción nietzscheana entre lo apolíneo y lo dionisiaco. Maffesoli retomará la dicotomía y la tesis durandiana de Occidente como una cultura dominada en su mayor tendencia por las estructuras del régimen diurno de la imagen, en detrimento del régimen nocturno. El tribalismo como forma de afectividad primordial –y, por lo tanto, nocturna y dionisiaca– y como forma de socialidad constituiría el retorno de lo reprimido por el curso cultural de la civilización occidental. Es la reacción al desencanto posmoderno.



El uso que le da el autor al término *tribu* no debe ser malinterpretado. No se trata de los sistemas políticos y de parentesco a los que se refirieron los antropólogos clásicos (Lewellen, 1994). Se trata de *la tribu* o *lo tribal* en el sentido romántico, es decir, de lo que el reservorio imaginario de la cultura occidental entiende a partir del significante *tribu*, equiparada a lo bárbaro, a lo dionisiaco, ligada a la experiencia de lo simbólico fundamental, antes que al signo conceptual. Podríamos decir que el autor alude a *lo tribal* no en un sentido histórico-antropológico, sino en un sentido mítico.

Esta investigación concibe desde un primer momento a los *planchas* como una manifestación local de un movimiento cultural juvenil mundial (lo que de ningún modo quiere decir organizado, dirigido ni, mucho menos, planificado) que es parte del proceso de distribución de imágenes y nuevas configuraciones simbólicas de la globalización. No solo la burguesía pudiente se mundializa (*world class*), también los sectores marginados comparten símbolos y elaboran discursos en esta distribución de imágenes que se realiza a escala planetaria y que no deja de relocalizarse, esto es, resignificarse a nivel regional. El antropólogo francés Marc Augé (1998), entre otros autores, trabaja la cuestión de cómo los imaginarios colectivos se transforman por la influencia de los medios masivos de comunicación, sobre todo de la televisión, a la que el individuo es más vulnerable anímicamente. La relocalización o reterritorialización, es decir, el acomodamiento de las imágenes ficcionales a una realidad social regional es necesaria para que el *yo* del individuo no quede atrapado en un *yo* ficcional descontextualizado de una realidad social y simbólica inmediata.

## Objetivos generales y específicos

*Como objetivo general nos proponemos:*

Indagar etnográficamente y teorizar antropológicamente en qué consiste la identidad *plancha*, qué es lo propiamente *plancha* para los integrantes de *la Plebe* y su entorno inmediato de amigos en oposición a lo *no plancha*, lo otro desde su mismidad. Esto compren-





de un discurso con conocimientos (eje gnoseológico del discurso), prácticas sociales (eje praxiológico del discurso) y valores éticos y estéticos (eje axiológico del discurso) que le son propios.

Como estudio que se enmarca en la importancia que tienen los bienes simbólicos producidos por la industria cultural o, más específicamente, la industria del entretenimiento en la elaboración de símbolos que identifiquen a cantidades masivas de sujetos, serán más importante para nosotros: los valores y las prácticas que vehiculice la música de la banda, la *performance* de sus integrantes en actuaciones en vivo y la estética a la que responde la vestimenta empleada. La importancia que adjudicamos a este segundo factor, se ve reforzada por el hecho de que los integrantes de la banda no componen la música que ejecutan. Son empleados de una productora que los seleccionó en *casting* por sus aptitudes lúdicas, apariencia y presencia acorde a los estereotipos que se buscan materializar.

*Como objetivos específicos nos proponemos:*

1. Trazar una trayectoria profesional de *La Plebe* como banda que ya tiene cinco años de historia y que aparece en el escenario de la cumbia uruguaya como una de las bandas más populares en este momento.

2. Considerar a *La Plebe* como un producto o bien cultural creado para canalizar una parte importante de las demandas identitarias y simbólicas del mercado.

3. Conceptualizar desde la antropología social la identidad *plancha* en un estudio de caso de metodología etnográfica.

4. Abarcar esta identidad en su dimensión relacional en contraste con otras identidades que los mismos sujetos comprendidos en la investigación identifiquen en su discurso.

5. Comprender lo contracultural adjudicado a los *planchas* al ser estigmatizados por los medios de comunicación, siendo estos juicios de valor ético correspondientes, principalmente, a las clases medias y altas, en detrimento de esta identidad juvenil asociada a los jóvenes de clase baja en términos socioeconómicos.



## Metodología

La estrategia de investigación adecuada para el conocimiento que se busca obtener es la etnografía. El objeto de conocimiento —delimitado en muy buena medida por conceptualizaciones previas a la investigación pertenecientes a la academia— es, como se dijo, la identidad, el sentido, el discurso y la práctica en los cuales se producen. Al ser una investigación que busca dar cuenta de sentidos, la etnografía se presenta como la mejor estrategia metodológica de comprensión. Rosana Guber sostiene que «la etnografía es una concepción y práctica de conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros» (2001: 12-13). Para la autora, se pueden distinguir en este método tres niveles de comprensión: 1) el reporte en el cual se informa lo que ha ocurrido en términos amplios, con un lenguaje ameno, poco cargado de metalenguaje; 2) la explicación que pretende remitirnos a las causas de lo reportado; y 3) la descripción que busca adentrarnos en la cosmovisión del sujeto.

Se trata de una comprensión desde adentro o, al menos, un intento por disminuir la distancia simbólica que nos separa del otro cultural.

El eminente antropólogo del interpretativismo, Clifford Geertz, nos recuerda la importancia de la interpretación propia del conocimiento, que persigue el antropólogo haciendo hincapié en la multiplicidad de significaciones concentradas y yuxtapuestas que componen el entramado simbólico que es la cultura. La buena etnografía consiste en una descripción que se enfrente, contundentemente, a cualquier descripción superficial de las prácticas reducida a intereses exclusivamente materiales, despojándolas de su dimensión simbólica y afectiva. Se trata de una descripción densa que abarque las múltiples significaciones que pueda tener la acción del sujeto.

Se están realizando entrevistas a los integrantes de la banda con el fin de trazar trayectorias de vida y trayectorias profesionales y laborales para entender las prácticas, los gustos y demás valoraciones que caractericen a estos agentes, desde una perspectiva que los comprenda como sujetos producidos por relaciones de conculteración y



socialización, en determinadas clases y fracciones de clases sociales. Esto es, delimitar los volúmenes de capital económico, social, cultural y simbólico que han marcado sus trayectorias sociales y estructurado sus principios de visión y división del mundo (*habitus*).



## Referencias bibliográficas

- ADORNO, T. y M. HORKHEIMER, *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires: Sur, 1969.
- ANDERSON, B., «Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo», en *Comunidades imaginadas*, México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1997.
- AUGÉ, M., «Ejercicios de etno-ficción», en *La guerra de los sueños*, Barcelona: Gedisa, 1998.
- BARRAGÁN, F., «La cumbia villera, testimonio del joven urbano marginal», en <<http://www.hist.puc.cl/historia/iaspm/rio/Anais2004PDFResumos/ResFernandoBarragan.htm>> (27/10/09).
- BARRÍA, M.S., *Cumbia villera: ¿el ruido de los condenados?* (2005) en <<http://www.nombrefalso.com.ar/autores/maria-soledad-barria>> (27/10/09).
- BENHAMOU, F., *La economía de la cultura*, Montevideo: Trilce, 1997.
- BOURDIEU, P., «La fuerza de la representación», en *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*, Madrid: Akal, 1985.
- *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid: Taurus, 1999.
- BRITTO RUIZ, D y J. ORDOÑEZ VALVERDE, «Las prácticas de distinción social, un estudio de caso entre jóvenes de la ciudad de Cali, Colombia», en *Polis*, n° 11 (en línea) 2005 en <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/305/30541103.pdf>> (27/10/09).
- CRAGNOLINI, A., «Articulaciones entre violencia social, significativo sonoro y subjetividad: la cumbia “villera” en Buenos Aires.», en *Trans*, n° 10 (en línea) <<http://www.sibetrans.com/trans/trans10/cragnolini.htm>> (27/10/09).
- DE GORI, E., «Notas sociológicas sobre la cumbia villera. Lectura del drama social urbano», en *Convergencia*, año x, vol. 12, n° 38, 2005: 353-372, en <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10503814>>.
- DOUGLAS, M. y B. ISHERWOOD, *El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo*, México: Grijalbo, 1990.
- DURAND, G., *Las estructuras antropológicas del imaginario*, México: Fondo de Cultura Económica, 2004.



- FILARDO, V., (Comp.), *Tribus urbanas en Montevideo: nuevas formas de sociabilidad juvenil*, Montevideo: Trilce, 2002.
- Subculturas juveniles*, Montevideo: Teijeiro Hnos., 2007.
- FRIGERIO, A., «Negros y blancos en Buenos Aires: repensando nuestras categorías raciales», en *Temas de Patrimonio Cultural*, Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, n° 16: 77-98, 2006.
- GEERTZ, C., *La interpretación de las culturas*, Barcelona: Gedisa, 1992.
- GOFFMAN, E., *El estigma. La identidad deteriorada*, Buenos Aires: Amorrortu, 2006.
- GUBER, R., *La etnografía. Método, campo y reflexividad*, Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2001.
- KAPLÚN, G., «Culturas juveniles y educación: pedagogía crítica, estudios culturales e investigación participativa (La cumbia villera y concheta, el rock de la calle y la escuela)», en *Los jóvenes: múltiples miradas*, UNC, Neuquen, 2004, <[http://www.liccom.edu.uy/interes/actividades/2005/archivos/Ciencias\\_de\\_la\\_Comunicacion\\_%28Licceos\\_y\\_UTU%29.pdf](http://www.liccom.edu.uy/interes/actividades/2005/archivos/Ciencias_de_la_Comunicacion_%28Licceos_y_UTU%29.pdf)>.
- LEWELLEN, T., *Introducción a la antropología política*, Barcelona: Bellaterra, 1994.
- MAFFESOLI, M., *El tiempo de las tribus*, México: Siglo Veintiuno, 2004.
- MANEIRO, C., *La subcultura plancha en Uruguay: entre la identidad y el estigma*, Trabajo monográfico final, Licenciatura en Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República.
- MARTÍN, E., «La cumbia villera y el fin de la cultura del trabajo en la Argentina de los 90», en *Trans*, n° 12 (2008) <<http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art05.htm>>.
- MASSONE, M. y M. DE FILLIPPIS, «Las palmas de todos los negros arriba», en *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, Vol. 6, n° 2, 2006.
- MASSONE, M. y V. BUSCAGLIA, «La cumbia villera (en)red(ada) en el discurso. Una introducción al monográfico sobre cumbia villera en la Argentina», en *ALED*, Vol. 6, n° 2, 2006.
- MELGAR BAO, R., «La violencia simbólica y los imaginarios juveniles latinoamericanos», en E. A. Sandoval Forero y R. Salazar Pérez (Comp.), *América Latina: conflicto, violencia y paz en el siglo XXI*, Colección Insumisos, en <<http://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/Conflicto%20y%20violencia.pdf>> (27/10/09).



- MICELI, J., *La cumbia villera argentina: hacia un análisis discursivo de los procesos de construcción identitaria*, en <[http://carlosreynoso.com.ar/archivos/jmiceli\\_la-cumbia-villera-2005.pdf](http://carlosreynoso.com.ar/archivos/jmiceli_la-cumbia-villera-2005.pdf)> (27/10/09).
- OSUMARE, H., «Beat Streets in the Global Hood: Connective Marginalities of the *Hip Hop Globe*», en *JSTOR*, (2007) <<http://www.jstor.org>>.
- PRICE, R., «Hegemony, home and the Harlem resistance», en *JSTOR*, (2005) <<http://www.jstor.org>>.
- RAITER, A., *Lingüística y política*, Buenos Aires: Biblos, 1999.
- RODRÍGUEZ, E., «Panorama General», en *Informe de UNICEF*, en <<http://www.unicef.org/spanish/infobycountry/uruguay.html>> (27/10/09).
- SEGOVIA, J., *De canuto entre los planchas. Identidad e industria cultural en un subgénero tropical*, Trabajo monográfico final, Licenciatura en Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República.
- SERPA, C., «Estado argentino y cumbia villera», en *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, Vol. 6, n° 2, 2006.
- URRESTI, M., «Adolescentes, consumos culturales y usos de la ciudad», en <[http://www.oei.org.ar/edumedia/pdfs/T01\\_Docu3\\_Adolescentes\\_consumosculturales\\_Urresti.pdf](http://www.oei.org.ar/edumedia/pdfs/T01_Docu3_Adolescentes_consumosculturales_Urresti.pdf)> (27/10/09).
- VILA, P y P. SEMÁN, «La conflictividad de géneros en la cumbia villera» (2006 a), en <<http://www.sibetrans.com/trans/trans10/vila.htm>> (27/10/09).
- «La música y los jóvenes de sectores populares: más allá de las “tribus”» (2006 b), en <<http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art01.htm>> (27/10/09).



colección  
**AVANCES DE INVESTIGACIÓN**

ESTUDIANTES Y EGRESADOS – TÍTULOS DESDE NOVIEMBRE 2010

*Soberanía e identidad nacional en el Uruguay del Novecientos.  
Incidencias regionales y nacionales en la gestación del  
Tratado de Rectificación de Límites entre Uruguay y Brasil en 1909*  
DE LOS SANTOS, Clarel

*Murgas y dictadura. Uruguay 1971-1974*  
GRAÑA, Federico y Nairí AHARONIÁN

*El verdugo y la ramera en el Medievo:  
sobre la primera parte de la novela El verdugo de Pär Lagerkvist*  
DUTRA, Richard

*Ríos de hombres. Movimiento social e identidad en el río Uruguay*  
CHOPITEA, Leda

*Fernando García Esteban: entre la crítica y la historia del arte*  
TOMELO, Daniela

*Reflexiones en torno al proceso de desvinculación estudiantil  
en el Ciclo Básico de Secundaria en adolescentes del barrio Casavalle*  
CABRERA, F., P. CARABELLI y A. HERNÁNDEZ

*¿Es legítimo imputar al excluido?  
La autonomía y la debida tensión como claves*  
FLEITAS, Martín y Ricardo VERGARA

*Las pausas y su función retórica en el discurso político*  
CARROCIO, Macarena



El objetivo de la colección *Avances de Investigación* es fortalecer la difusión del rico y valioso trabajo de investigación realizado en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FHCE). Asimismo procura estimular la discusión y el intercambio a partir de estos *pre-prints*, preservando la posibilidad de su publicación posterior, en revistas especializadas o en otros formatos y soportes.

La colección incluye no solo versiones finales e informes completos sino –como lo sugiere su propia denominación– avances parciales de procesos de investigación, incipientes o no.

Las versiones de *Avances de Investigación* están disponibles simultáneamente en soportes impreso y digital, pudiendo accederse a estas últimas a través del sitio web de FHCE.

La colección, continuadora de las ediciones de *Papeles de trabajo* y *Colección de estudiantes*, consiste en una serie de pre-publicaciones que integra (ahora en una única serie) trabajos seleccionados a partir de llamados específicos abiertos a estudiantes, egresados y docentes de la FHCE.

Departamento de Publicaciones  
Facultad de Humanidades y  
Ciencias de la Educación

