



FACULTAD DE FILOSOFÍA

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN
ANTROPOLÓGICA Y SUS APLICACIONES**

DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA

***GOLF Y NEGOCIOS
¿MITO O REALIDAD?***

***ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN DE CAPITAL SOCIAL
EN EL MUNDO DEL GOLF***

Trabajo Fin de Máster presentado por:

Itziar Irazusta

Tutora:

Nancy Konvalinka

INDICE DE CONTENIDOS

1.-Introducción_____	3
2.-Antecedentes_____	4
3.-Marco teórico_____	7
4.-Hipótesis_____	13
5.-Objeto de Estudio_____	14
6.-Metodología_____	14
6.1.-Etnografía interpretativa_____	14
6.2.-Categorías de análisis_____	15
6.3.-Técnicas metodológicas_____	17
6.4.-Cuestiones éticas profesionales _____	25
7.-Desarrollo_____	26
7.1.-El deporte del golf_____	27
7.2.-Trabajo de campo_____	32
8.-Análisis_____	39
8.1.-Identificación de posesión de capitales _____	41
8.2.-Identificación de expectativas_____	46
8.3.-Identificación de formas de producción de capital social__	49
9.-Conclusión_____	53
10.-Bibliografía_____	59

INTRODUCCIÓN

En el año 2017 tuve la oportunidad de conocer a personas de diferentes edades, profesiones y países que juegan a golf de forma asidua, y ante mi pregunta de si en el campo de golf se cierran negocios importantes, mayoritariamente respondían afirmativamente, pero cuando les preguntaba si ellos habían cerrado negocios, ninguno me confirmó que tuvo la oportunidad de concretar ningún acuerdo económico o profesional mientras jugaba. En cambio, en su mayoría afirmaron que crearon una amplia red de contactos, con perfiles muy interesantes y con quienes compartieron conversaciones y otras actividades de ocio realmente fascinantes además de poder gozar de la naturaleza en su pleno esplendor.

Esta contradicción entre la afirmación rotunda de que el golf se puede considerar una herramienta para cerrar negociaciones importantes y que ninguno de ellos lo hubiera realizado me dio que pensar: ¿quizás es un bulo y no una realidad?, ¿quizás el golf en sus orígenes, cuando era considerada un deporte exclusivo de las clases altas, sí era un medio de colaboraciones entre empresarios, pero en la actualidad ya no ocurre de este modo y se quedó con la fama anterior?, ¿quizás formulé la pregunta de una forma no adecuada y sí cerraron tratos ventajosos fuera del campo de golf de forma tan natural que no se dan cuenta de que proviene de sus relaciones con jugadores de golf? Fuera lo que fuera, decidí que este era un campo que deseaba estudiar, conocer la razón de dicha contradicción y además, yo como antropóloga y empresaria, soy la primera interesada en conocer cómo se articulan las relaciones dentro del campo de golf y en caso de ser efectivamente un campo social en el cual se discuten, debaten o se deciden asuntos relacionados con negocios, aprender las normas del juego y participar.

En abril del 2017 decidí comenzar mis clases de golf en el Resort Mantarraya del Royal Decameron de Panamá, contraté un profesor y practiqué hasta poder jugar en la cancha de golf con otros jugadores. El hecho de no tener un conocimiento previo sobre el tema a estudiar, me impulsó a llevar a cabo una fase exploratoria antes de definir el objeto de estudio. Una vez que me introduje en el entorno social, me permitieron participar en la rutina matinal de las jugadoras, todas ellas mujeres. Además de aplicar la técnica de observación participante, mantuve conversaciones informales con mis compañeras con el objetivo de descubrir los temas más relevantes para ellas. Poco después, el presidente del campo, me invitó a acompañarle en su práctica de los viernes que era su día de preparación para competir con sus colegas y amigos los sábados. Jugar todas las semanas con el presidente, de algún modo me dio prestigio y pronto, grupos de hombres jugadores, empezaron a invitarme a jugar con ellos. Mi red de contactos se abrió considerablemente en muy poco tiempo y pronto empecé a recibir invitaciones para asistir a fiestas y reuniones

privadas. La fase exploratoria me hizo llegar a la conclusión de que el juego del golf parece ser el inicio o la consolidación de relaciones potenciales para cualquier tipo de cooperación o colaboración en un futuro o incluso en otros campos del espacio social, en palabras de Bourdieu, una situación en la que se genera capital social convertible en capital económico.

El deporte del golf es conocido por la producción de red de contactos VIP (Very Important People) que ofrece la posibilidad de cerrar grandes negocios entre personas importantes, pero estos acuerdos, no parece que se realicen en el propio espacio del golf. Estas cualidades convierten la práctica del golf en un escenario idóneo para analizar el proceso de la generación de capital social con carácter potencial productivo. ¿Qué valor diferencial otorgan los sujetos a este espacio específico? ¿Qué significado tiene para sus participantes la red de contactos que producen en el campo de juego? ¿Es cierto que se formalizan acuerdos económicos a través de esta práctica? ¿Cuál son realmente las expectativas de jugar a golf? ¿Tienen objetivos específicos que esperan materializar gracias a contactos en el golf? ¿Qué perfil participa en este entramado social actualmente? ¿Cómo se articulan dichas relaciones entre agentes sociales?

El objetivo de esta investigación es ampliar conocimiento sociocultural sobre el motivo y la forma en que se articulan los procesos sociales que ocurren en el complejo tejido de relaciones en el campo de golf, considerado éste un espacio de sociabilidad formal donde se articulan relaciones entre agentes sociales que generan capital social con sus redes de contactos.

ANTECEDENTES

El concepto de capital social ha sido mencionado desde principios del siglo XX. El educador social Hanifan (1916) describió este término en un trabajo que realizó en escuelas comunitarias rurales pero no tuvo una repercusión académica de interés. Años después, elementos de su definición empezaron a aparecer en estudios de carácter social. Hanifan (1916) define capital social como:

“(...) esos elementos tangibles que cuentan para la mayoría en las vidas diarias de la gente denominadas buena voluntad, compañerismo, simpatía y relaciones sociales entre los individuos y las familias que integran una unidad social (...) el individuo es socialmente un ser indefenso, pero si entra en contacto con sus vecinos, y estos con sus vecinos, se producirá una acumulación de capital social que podrá satisfacer de inmediato sus necesidades sociales y producir unas posibilidades sociales suficientes para mejorar de forma sustancial las condiciones de vida de toda la comunidad (Hanifan, 1916, p.130-138).

El autor explica la importancia que tiene la acumulación de relaciones para lograr satisfacer las necesidades individuales y comunitarias, y las normas de reciprocidad y de cooperación para obtener un beneficio mutuo.

El capital social comenzó a ser objeto de estudio de forma detallada y completa en los años 80, gracias a los sociólogos Bourdieu (1980, 2013) y Coleman (1988,1990).

Bourdieu definió el capital social como:

“(...) la suma de recursos reales o potenciales que se vinculan a la posesión de una red duradera de relaciones de conocimiento y reconocimiento mutuo -afiliación a un grupo- más o menos institucionalizadas que le brinda a cada uno de los miembros el respaldo del capital socialmente adquirido (...)” (Bourdieu, 2013, p.248).

Mientras que para Bourdieu las relaciones sociales son la base sobre la que se sustenta la posibilidad de aspirar a otros recursos, para Coleman es la estructura social que se produce entre las relaciones que facilita los recursos para lograr sus metas individuales. Dice así textualmente: “ (...) el valor que tienen para los actores aquellos aspectos de la estructura social, como los recursos que pueden utilizar para perseguir sus intereses (...)” (Coleman, 1990, p.305).

Lin (2001), amplía la definición de Coleman introduciendo la teoría del intercambio de Homans (1961), y la ubicación. La autora explica que la red es el lugar donde se produce el intercambio entre actores sociales. Sin una red, no se produce relación, ni el intercambio, ni el activo social. La autora entiende que: “el capital social puede ser definido como los recursos arraigados en redes sociales a los que unos actores acceden y lo usan para acciones.” (Lin, 2001, p. 24-25), es decir, los recursos están presentes en las redes sociales, el capital social no se encuentra en los individuos, sino que se encuentra en las redes, entendiendo por red la estructura que generan las relaciones entre los individuos, y este es el punto en el que coinciden ambos autores, Coleman (1990) y Lin (2001).

Otro de los autores relevantes en el estudio del capital social desde la visión político-económica es Putman (1993). El autor aborda el concepto de la siguiente manera:

“El capital social se refiere a las características de organización social, tales como la confianza, las normas y las redes, que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad mediante la facilitación de las acciones coordinadas y la cooperación para el beneficio mutuo.” (Putman, 1993, p.67)

Para el sociólogo, el capital social se basa en las características de la organización, siendo lo más importante la confianza, las normas de comportamiento cívico basadas en la

cooperación, y la creación de redes que facilitan acciones coordinadas que fomentan la obtención de beneficio mutuo.

Bourdieu (1998) amplía el concepto del capital social con el concepto del *habitus* para explicar que los agentes de un mismo campo comparten formas de acción, de socialización, gestos, actitud, gustos, temas de interés, actividades, modo de vestir, y que con estas prácticas construyen un determinado estilo vida, en sus palabras lo explica del siguiente modo:

“ (...) el *habitus*, actuante tanto en el espíritu como en el cuerpo, del que marca los gestos, la actitud, pero también los gustos (y los disgustos);... hay una “afinidad”, socialmente fundada, que socava la representación oficial de las jerarquías intelectuales y las creencias que le están asociadas.” (1998, p.68).

Del mismo modo que el *habitus* es unificador de agentes que desarrollan acciones con afinidad, es también diferenciador, puesto que ante la existencia de diferentes *habitus*, se van creando diferentes grupos afines que dan forma a las jerarquías sociales que asientan en la estructura que se construye en el espacio social y donde confluyen las interacciones dentro de cada jerarquía, y entre ellas. Cuando sujetos que pertenecen a condiciones sociales distintos se relacionan, nacen las relaciones de poder que Bourdieu menciona en función del principio de dominación dominante.

Bourdieu incluye el deporte en sus investigaciones sobre los diferentes tipos de capitales. Según el sociólogo, las prácticas deportivas de las diferentes clases sociales tienden a distribuirse en relación a una serie de oposiciones, a modo de ejemplo, entre los deportes más caros (golf, navegación, equitación, tenis) y los más económicos (marcha, fondo, footing, cicloturismo, alpinismo, etc.), entre las maneras más caras de practicar estos deportes (en asociaciones o clubes privados) o las maneras menos caras de practicarlos (en los centros municipales o de vacaciones) (Bourdieu, 1998, p.216). Bourdieu opina que las clases altas se decantan por deportes con cierto toque distintivo y huyen de los agrupamientos de clases populares (1998, p. 217). Para ello, escogen deportes prestigiosos que requieren de capital económico y cultural altos para que la práctica deportiva sólo sea accesible para clases con cierto poder adquisitivo, como es el caso de las salidas en barco, el esquí, la pesca submarina, y la práctica del golf, donde además, esperan ser tratados con distinción en sus espacios exclusivos, y poder gozar de los beneficios de la acumulación de capital social (1998, p.217).

MARCO TEORICO

Bourdieu afirma que los individuos y las familias tienden, de manera consciente o inconsciente, a conservar o a aumentar su patrimonio; que cada grupo se esfuerza por mantener o conquistar nuevas mejoras en la estructura social; lo plantea como una cuestión de evolución de las sociedades divididas en posiciones dentro de la estructura social, a lo que el autor llama “clase”; y que para ello aplican estrategias de reproducción y prácticas muy diversas basadas todas ellas sin excepción en el *habitus* (Bourdieu, 1998, p.122-165).

Bourdieu explica que cada clase social tiene un estilo de vida diferenciado del resto de las clases, y que cada estilo de vida se construye a través de la aplicación de prácticas diarias similares por parte de los propios agentes que pertenecen a dicho estilo, clase o condición social (Bourdieu, 1998, p.172). La producción sistemática de dichas prácticas afines es lo que Bourdieu ha denominado como *habitus*. Aquéllos que ocupan las mismas posiciones tienen todas las posibilidades de tener los mismos *habitus*, al menos hasta el punto de que las trayectorias que les han llevado hasta estas posiciones son similares (Bourdieu, 2001a, p.108), ya que según el sociólogo, condiciones de existencia similares producen unos *habitus* similares y condiciones de existencia diferentes producen unos *habitus* diferentes. En palabras de Bourdieu (1998):

“El *habitus* es el principio de división en clases lógicas que organiza la percepción del mundo social, es a su vez producto de la incorporación de la división de clases sociales. Cada condición está definida, de modo inseparable, por sus propiedades intrínsecas y por las propiedades relacionales que debe a su posición en el sistema de condiciones, que es también un sistema de diferencias, de posiciones diferenciales, es decir, por todo lo que la distingue de todo lo que no es y en particular de todo aquello a que se opone: la identidad social se define y se afirma en la diferencia. El *habitus* es también una estructura estructurante que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas” (Bourdieu, 1998, p.170).

Es decir, el *habitus* es la responsable de la construcción de una estructura social jerarquizada en función de los diferentes estilos de vida a los que llamamos clases sociales. Estas clasificaciones se construyen en relación a los diferentes *habitus* generados por los agentes pertenecientes a diferentes condiciones sociales; a su vez es una estructura estructurante, es decir, que se está estructurando constantemente debido a su condición dinámica de generación de prácticas con cada uno de los actos cotidianos de los agentes, actos afectados por los efectos de la condición y los condicionantes que corresponden a su posición y que a su vez es creada por los mismos agentes con sus prácticas (2001:119); y finamente es generadora y unificante porque es causante de la realización de prácticas afines por sujetos de la misma condición social de forma sistemática y repetitiva y de la

agrupación entre ellos. Por lo tanto, el habitus es el principio unificador y generador de todas las prácticas, divisor en clases sociales (1998:172), y los esquemas generadores del habitus se adquieren, por simple transferencia entre agentes de la misma condición (1998:174).

La posición de los agentes dentro del campo social y sus habitus son el origen de todos los procesos de amistad, cooperación, asociación. etc; son el origen de la producción del capital social; y por lo tanto son el origen de las alianzas y conexiones duraderas que permiten la conversión de un capital específico en otro de otra especie. El autor afirma que el capital social es indispensable para obtener el mejor rendimiento posible del capital económico y cultural (Bourdieu, 1998, p.341).

Bourdieu explica la importancia de analizar al individuo no como individuo sino como agente que se relaciona en un espacio social con otros agentes, de manera que el espacio social es un conjunto de relaciones en la cual cada agente dispone de sus propios recursos, denominados en su obra como capitales, siendo éstos diferentes en relación al campo social en el que se encuentra inmerso.

El espacio social es el espacio práctico de la existencia cotidiana, el lugar en donde se hacen visibles los diferentes estilos de vida; se estructura en función de factores de diferenciación, entre ellos especialmente figuran la posesión de diferentes tipos de capital y el volumen de capital acumulado. Cada individuo posee ciertos tipos de capital y en relación a ellos se posiciona dentro de la estructura del espacio social, aquellos que son más similares se encuentran posicionados más cerca dentro de la estructura mientras que aquellos cuya diferencia es mayor, se encuentran más distanciados dentro de la estructura. Estas propiedades unifican a los agentes en grupos, y al mismo tiempo les diferencian entre unos y otros (Pinto, 2002, p.110).

Un espacio construido bajo estos principios distribuye a los individuos de manera que cuanto más cercanas son las posiciones, mayor es la probabilidad de tener propiedades comunes, e inversamente, cuanto más lejos están unos de otros, menor es la probabilidad de tener propiedades en común. Por ende, los agentes ubicados en posiciones cercanas en la estructura del espacio social, están sujetos a condiciones de vida y a factores condicionantes similares, y como resultado, es muy posible que sus prácticas e intereses sean semejantes, y sus disposiciones y volúmenes de capital también (Bourdieu, 2001a, p. 108).

Según Bourdieu, un agente social no se posiciona dentro de la estructura únicamente por los principios comentados porque la posición sólo tiene sentido cuando se considera en

términos diferenciales; siendo más concretos, dentro de cada tipo de capital, un volumen determinado se posiciona en la estructura en relación a otros volúmenes del mismo capital, por ejemplo, el volumen de ingresos de un agente adquiere sentido en comparación con los volúmenes de ingresos de otros agentes, lo que permite situar el volumen por debajo o por encima con respecto a los otros, los unos respecto de los otros. La similitud y la diferencia se vuelve medible en un “sistema relacional”, donde las posiciones se convierten en analizables y comparables en el tiempo y en el espacio (Pinto, 2002, p.110). Bourdieu propuso tomar como referencia tres espacios en el “sistema de relaciones” : los diferentes tipos de capital, las posesiones de los capitales, y la transformación de un capital en otro (Pinto, 2002, p.115).

Bourdieu se refiere a campo social como un espacio específico en el que las relaciones ocurren en función de ciertos recursos o capitales específicos que le hace único y diferente de los otros campos sociales, a saber, el campo literario, el campo artístico, el religioso, el de los empresarios, el de los practicantes de golf, etc. Cada campo tiene sus propias reglas del juego que se rigen por ciertos capitales específicos, y siguiendo los espacios del sistema relacional comentado, los agentes se colocan en diferentes posiciones de la estructura dependiendo del capital o capitales requeridos en el campo, la disposición y distribución de los capitales de los agentes y la formalización de las transferencias o conversiones entre capitales. En otras palabras, el posicionamiento del agente depende directamente de los recursos requeridos por el campo específico, de la disposición de recursos en función de los recursos de los otros agentes que participan en el mismo campo social, y en las formas de conversión de capitales (Bourdieu, 2001b, p.16-17). El pensamiento relacional favorece una visión comparativa, por ende, es un sistema de relaciones, de diferencias y de comparaciones (Pinto, 2002, p.119).

Todos estos recursos pueden presentarse en tres formas distintas, como capital económico, como capital cultural y como capital social (Bourdieu, 2001b, p.17). Y como hemos mencionada anteriormente, la distribución del volumen global de capital es diferente en cada campo social.

El capital económico es un capital medible y cuantitativo, materializado en diferentes activos tangibles como puede ser propiedades, bienes raíces, negocios, empresas, etc (Bourdieu, 1998, p.115). El capital cultural hace referencia a la combinación de dos modalidades: el capital cultural heredado de familia, a saber, gestos corporales, faciales, formas de pensar, gustos, maneras de comunicarse, el conocimiento cultural transferido por el entorno familiar, prácticas, costumbres cotidianas que producen su realidad social; y el capital cultural adquirido en instituciones educativas regladas, como son los estudios universitarios, estudios técnicos, másteres, doctorados, etc. Vale decir que el capital cultural abarca tanto

lo heredado en el ámbito familiar como lo adquirido en la escuela (Bourdieu, 1998, p.11). Y con capital social Bourdieu se refiere a las relaciones que permiten a sus poseedores conservar o aumentar su disposición de capitales (Bourdieu, 1998, p.108). Las relaciones tienen el poder de proporcionar "apoyos" útiles, honorabilidad y respetabilidad que a menudo son indispensables para generar confianza y, con ello, atraer "buena" clientela, o cualquier otra intención del agente (Bourdieu, 1998, p.118). La red de relaciones puede ser al igual que el capital cultural, heredada o puede ser adquirida y la calidad de la red está estrechamente vinculado con la clase social a la que pertenece, la antigüedad en la clase, la popularidad del apellido de familia, en otras palabras, la trayectoria social (Bourdieu, 1998, p.122).

Bourdieu considera que en el espacio social existen dos grandes grupos a los que se refiere como dimensiones sociales primordiales, la dimensión dominante y la dimensión dominada (1998:113). Las diferencias primarias entre ambas depende del volumen global del capital del que disponen los agentes sociales (1998:113). El capital específico es al mismo tiempo la condición para formar parte en un campo social específico. Por lo tanto, aquellos agentes que disponen de mayores volúmenes del capital específico requerido en el campo de golf, pertenecerán a la dimensión dominante, e inversamente, aquellos que disponen de menos volumen del capital requerido en el campo social del golf, pertenecerán a la dimensión dominada. El capital específico es identificado y reconocido por los agentes dominantes mientras que es legitimado por los agentes dominados.

Las diferentes modalidades de capitales son convertibles de unas a otras, a saber, el capital económico se transforma en capital cultural en el momento en que el agente realiza una inversión económica en una institución educativa y obtiene la titulación que reconoce el capital cultura adquirido. Del mismo modo, el capital cultural se convierte en capital económico cuando las titulaciones permiten acceder a un puesto de trabajo o a la creación de su propia empresa y le genera recursos económicos. Igualmente, el capital económico se puede convertir en capital social por la posibilidad de acceder a clubs y entornos que aportan una nueva red de contactos y estas a su vez permiten nuevas posibilidades y acuerdos económicos que convierten el capital social en capital económico. Visto desde esta perspectiva, el campo social es comparable con el mercado, solo que en lugar de utilizar bienes y servicios, se intercambian los diferentes tipos de capital. En el mercado, algunos bienes y servicios están mejor cotizados que otros. Del mismo modo ocurre con las diferentes formas de capital en los diferentes campos sociales (Bourdieu, 2001b, p.18), en el campo social del golf algunos capitales están más cotizados que otros. Así como en el mercado los agentes se relacionan para adquirir bienes y servicios, según Bourdieu, en el campo social los agentes se relacionan para convertir sus capitales en otras especies de capital. El campo social, en este caso el campo de golf, se convierte en un espacio de

relaciones en la que los agentes ponen en práctica diferentes estrategias en función del capital que desean convertir (Bourdieu, 2001b, p.19).

El hecho de considerar la existencia de estrategias de reconversión del capital dispuesto, significa que la distribución del capital global tiene movilidad, y que permite dos formas de desplazamiento. En primer lugar, desplazamientos ascendentes o descendentes en un plano vertical dentro del mismo campo, como por ejemplo cuando el maestro llega a profesor y continua siendo un empleado; y en segundo lugar, desplazamientos transversales en un plano horizontal entre diferentes campos como por ejemplo cuando el maestro o profesor se convierte en un pequeño empresario, crea su propia escuela. Los desplazamientos verticales, que son los más frecuentes, suponen sólo una modificación del volumen de la especie de capital del que disponen, y por consiguiente, se trata de un desplazamiento en la estructura de la distribución del volumen global de capital dentro de los límites de un campo específico (Bourdieu, 1998, p.128). Por el contrario, los desplazamientos transversales suponen el paso hacia un campo distinto, y en consecuencia se genera una reconversión de una especie de capital en otra especie diferente, en el caso del profesor que se convierte en empresario, no solo ha aumentado su capital económico, sino que además ha pasado de ser un empleado a un profesional liberal independiente.

En definitiva, para Bourdieu, el capital social es indispensable para obtener el mejor rendimiento posible del capital económico y cultural (Bourdieu, 1998, p.341); asume que cada grupo se esfuerza en mantener o conquistar nuevas mejoras en la estructura social; entiende que para lograrlo los agentes ponen en práctica estrategias de reconversión en función del capital que poseen y del que desean adquirir (Bourdieu, 1998, p.165); y explica que para lograr dichos objetivos, los agentes necesitan disponer de capital social. El deporte del golf es una práctica en la que se producen relaciones, vínculos e intercambios sociales, de manera que este deporte se presenta como un espacio social que reúne las condiciones necesarias para investigar cómo se articulan las relaciones sociales para la conversión de diferentes tipos de capital. Siguiendo los principios de Bourdieu, las estructuras sociales son producidas y reproducidas por los propios sujetos a través del *habitus*; el *hábitus* es transferido y aprendido de forma inconsciente; y los sujetos reproducen sus estructuras en todos los espacios en los que interactúan, por lo tanto, entendemos que dichas estructuras se reproducen de igual modo en un campo de golf.

El posicionamiento de los distintos perfiles de agentes sociales en la estructura social se determina en relación a la disposición de capital económico y cultural, desde las que están mejor provistas, hasta las que están menos provistas (Bourdieu, 1998, p.113). El autor también afirma que la estructura social se construye posicionando los perfiles en función a una referencia relacional entre unos y otros, es decir, por el volumen y la estructura de los

diferentes capitales de los que dispone cada agente en relación al volumen y la estructura de capitales de los que disponen los otros agentes.

Teniendo en cuenta que para poder jugar a golf regularmente, es necesario disponer de un nivel de ingresos medio-alto por los gastos en los que se incurre, partiremos de la premisa de que el estatus de la clase social más baja en la estructura específica del campo de golf es media-alta y teniendo en cuenta de que tomamos en consideración la existencia de las dos dimensiones que Bourdieu presenta como predominantes dentro de toda estructura social, dominante y la dominada (2003:122), posicionamos a los perfiles de clase media-alta en la dimensión de los dominados, y el resto en clase alta y dimensión dominante. Una vez el capital específico es identificado y reconocido por los agentes dominados, procedemos a describir la clases sociales.

Bourdieu (Bourdieu, 1998, p.214), como resultado de sus investigaciones, afirma que las familias de poder adquisitivo alto seleccionan deportes que se practiquen en lugares reservados, en clubes privados, con la posibilidad de practicar sin horarios estipulados, solo o con compañeros elegidos, con un esfuerzo corporal relativamente bajo y en cualquier caso con la libertad de decisión al respecto, donde su decadencia con la edad no impida su práctica, a un precio o inversión relativamente importante, que excluye toda violencia física o verbal, o acción que desarmoniza el cuerpo o las palabras (gritos, gestos desordenados, etc.), sin contacto directo entre los adversarios, separados con frecuencia por la propia organización del espacio de juego, y como botón de prueba nos lista el tenis, la navegación a vela o a motor, la equitación y por supuesto, el golf (Bourdieu, 1998, p.214).

El deporte del golf es considerada una práctica fina y elegante por la alta sociedad de cualquier país del mundo, en la que el intercambio deportivo se entremezcla con un intercambio social, e intercambio de recursos o capitales, por ende, el campo de juego se convierte en un espacio social en el cual cada miembro se posiciona en relación a su volumen de su capital global, actúa y se relaciona con el resto de los miembros en función de su *habitus* adquirido (Bourdieu, 1998), y en función de los motivos por los cuales ha decidido practicar el deporte.

Bourdieu dice que sería ingenuo suponer que todos los practicantes de golf atribuyen el mismo sentido a su práctica. Son diversas las razones que pueden motivar a un agente la práctica del golf, a saber, efectos sobre el cuerpo estéticamente, la salud, a las relaciones sociales, la potencialidad de lograr beneficios económicos, o una mejor posición social etc, y sobre todo aquellos que pertenecen a diferentes sociales, ya que nunca esperan lo mismo de la misma práctica (Bourdieu, 1998, p.208). De modo que, es preciso definir los perfiles de los agentes en función de su volumen y especie de capital, analizar los *habitus* de los

sujetos en las diferentes posiciones de la estructura social, identificar el capital específico reconocido y legitimado por los agentes en espacio del golf, comparar las posiciones de los agentes en relación al capital específico, estudiar las relaciones entre agentes pertenecientes a diferentes dimensiones en la estructura social, y finalmente analizar la forma en que las relaciones se articulan en la producción de capital social para la conversión de ciertas especies de capital en otras (Bourdieu, 2001b, p.24).

Este trabajo basará gran parte de su metodología en las investigaciones de Pierre Bourdieu debido a que ha producido una extensa obra en la que ha abordado diferentes aspectos sobre los que rigen las estructuras sociales tratando de dar visibilidad a la forma en la que se producen y se articulan las relaciones entre agentes en el entramado del espacio social utilizando unidades de estudio medibles, comparables y bajo un sistema relacional que permite un estudio no solo cualitativo sino también cuantitativo muy precisos.

HIPOTESIS

La hipótesis se sostiene sobre la teoría de Bourdieu del *habitus*, de la producción de capital social y de la aplicación de estrategias, de forma consciente o no, por parte de los individuos con el fin de mantener o mejorar los diferentes tipos de capitales dispuestos, puesto que según el sociólogo, cada grupo se esfuerza por mantener o mejorar su posición en la estructura social. El *habitus* es el conjunto de prácticas que los agentes producen sistemáticamente a diario y con las que construye un tipo de estilo de vida. Diferentes *habitus* significa diferentes estilos de vida. Cada clase social tiene un estilo de vida específico, y formas de comunicación y interacción similares, por lo tanto cada clase social tiene su propio *habitus*. Esta afirmación significa que el *habitus* es el origen de producción de amistades, las colaboraciones y las asociaciones, etc., por lo tanto el *habitus* es también el origen de todo proceso de producción de una red de contactos afines, a lo que Bourdieu se refiere como el capital social. El autor afirma que cada clase social, además de un mismo *habitus*, dispone de un volumen y distribución de diferentes tipos de capital similares, y que el capital social es indispensable para obtener el mejor rendimiento posible de sus capitales económico y cultural porque las relaciones son quienes permiten la conversión de un capital específico en otro de otra especie.

Si los practicantes de golf interactúan y se relacionan en función de sus *habitus* heredados y adquiridos en la estructura social de la sociedad a la que pertenecen, estos agentes espontáneamente reproducen esos mismos estilos de vida en el campo social específico del golf, construyen la misma estructura social dividida en clases sociales, cada una con su propia distribución y volumen de capitales, producen una red de contactos afines basadas

en su *habitus*, y aplican las mismas estrategias para lograr sus expectativas de conservar, aumentar o mejorar su disposición de capitales dentro del campo de golf.

Basándonos en esta teoría, nuestra hipótesis es que el golf es un espacio social donde los agentes interactúan y se relacionan en función de sus *habitus*, donde se construye una estructura social en la que se posicionan en relación al volumen y a la distribución de las diferentes especies de capitales de la que disponen; y que es un espacio en el cual se puede presenciar prácticas y estrategias para lograr desplazamientos verticales y/o transversales dentro de la estructura global de capitales con el fin de mejorar sus estilos de vida a través de la producción del capital social.

OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio de esta investigación son las prácticas y estrategias de reproducción del capital social de los jugadores de golf, portadores de las diferentes especies de capital, con ánimo de conservar o aumentar su patrimonio y, correlativamente, por mantener o mejorar su posición en la estructura social.

METODOLOGIA

Etnografía interpretativa

Este proyecto de investigación se propone comprender las acciones de los actores durante sus sesiones de golf desde la perspectiva que presenta Way Fong Chua (1986), citado en Macias:

“La alternativa interpretativa busca darles sentido a las acciones humanas... se asume que en el mundo social cada acción humana tiene un propósito, tiene un mundo de significados predeterminados, está arraigada en experiencias pasadas; para estudiar los actores en su mundo cotidiano y comprender las prácticas, se acude al trabajo etnográfico...su objetivo es comprender las acciones en sus entornos naturales. La investigación interpretativa no tiene asunciones a priori, su papel es emergente y simbólico, está enraizado en los procesos sociales; los actores definen cada una de las categorías y no se buscan explicaciones generalizaciones” (2013, p.703).

Pretendo dar sentido a sus prácticas y sus discursos desde la interpretación que ellos mismos hacen de sus experiencias en el campo social, comprender sus acciones en sus entornos naturales, interpretar sus interpretaciones y significados predeterminados en sus prácticas, y detectar la forma en que se articulan las relaciones en el proceso de producción de capital social.

Categorías de análisis

El trabajo de Bourdieu de “La nobleza”(2013), fue determinante para definir las categorías de análisis. La forma en que Bourdieu plantea los gustos de los sujetos como indicadores del objeto de estudio, fue mi inspiración para plantear las prácticas a observar como indicadores del objeto de estudio y tras agruparlas por diferentes unidades, nacieron las categorías de análisis. En una primera clasificación las dividí en 4 partes: la descripción de los espacios de sociabilidad dentro del campo de golf, temas de conversación mientras participaban en el juego, formas de comunicación entre los sujetos, y la descripción de los rituales, códigos de conducta aceptados en la actividad física y formas de comunicación oral y gestual, pero durante el trabajo de campo, fui realizando cambios que explicaré más en detalle en el apartado del desarrollo hasta finalmente quedar la siguiente clasificación:

1.-Identificación de la posición social

Identificación del posicionamiento en la estructura social en términos de dimensión dominante vs dominado en relación a la posesión de capitales económico y cultural.

Indicadores de capital económico: propietarios de vivienda propia, propietario de vehículo de gama superior, propietario de segunda residencia, propietario de barco, yate o helicóptero, vacaciones en el extranjero , hijos que han estudiado en el extranjero, personas en la familia que no trabajan. Las técnicas metodológicas utilizadas para obtener esta información son el cuestionario y la observación participante.

Indicadores de capital cultural: tipo de cultura heredada, actividades familiares culturales, prácticas deportivas familiares, posesión de obras culturales en el hogar, tipo de cultura adquirida, tipo de estudios realizados, viajes culturales al extranjero. Las técnicas metodológicas utilizadas para obtener esta información son el cuestionario, las entrevistas y las observación participante.

Prácticas de comunicación interactiva: Las prácticas de comunicación aportan información sobre el *habitus* que comparten individuos de una misma clase social, de modo que he incluido estas prácticas como indicadores de la identificación de la posición social. Aplicaré la técnica de observación participante en la manera en que los agentes sociales se comunican entre ellos mientras interactúan tanto en el campo de golf así como en áreas privadas de socialización: ¿son las formas de comunicación en un tono cercano o formales?, ¿se expresan con entusiasmo o de forma más contenida?, ¿qué expresan con sus gestos corporales, cercanía o

distancia?, ¿cómo es su postura corporal, la expresión de la cara?, ¿existe un contacto visual?

2.-Identificación de expectativas

Identificación del motivo por el cual los agentes sociales dedican tiempo a esta actividad. Esta información permite comprender los significados que los actores otorgan a dichas prácticas, y si existe la posibilidad de que el golf lo consideren un instrumento para producir un desplazamiento horizontal o vertical de los diferentes tipos de capital del que disponen. Los indicadores que se muestran en el cuestionario son una recopilación de los datos obtenidos en las entrevistas y conversaciones.

Indicadores de Expectativa: Actividad de ocio, contacto con la naturaleza, ejercicio físico, es un deporte fino y distintivo, interacción con personas de su clase social, manteniendo o ampliación de sus red de contactos, ponerse al día de lo que ocurre en la alta sociedad, potenciales socios, potenciales negocios. Las técnicas metodológicas utilizadas para obtener esta información son cuestionario, entrevistas y observación participante.

Temas de conversación: Financieros, mercado de valores, acciones, empresas prometedoras, etc., temas políticos, asuntos sociales, reuniones, eventos, fiestas, inauguraciones, etc., temas de trabajo entre compañeros de una misma empresa o de empresas distintas con los que ya trabajan anteriormente, conversaciones sobre como dar forma a nuevas colaboraciones profesionales, cierres de nuevos contratos o ventas, o simplemente, como acto de ocio y diversión. Los temas de conversación mientras practican el golf así como en otras áreas de socialización aportarán luz sobre las expectativas de los jugadores. Las técnicas metodológicas utilizadas para obtener esta información son cuestionario, entrevistas y observación participante. Los temas de conversación que se muestran en el cuestionario son una recopilación de los temas escuchados en las entrevistas y en las conversaciones durante la observación participante.

3.-Identificación de las formas de producción de capital social.

Identificación de las formas de producción de capital social que los sujetos sociales ponen en acción. Esta información aclara el significado que las relaciones sociales tienen en sus vidas, cómo se relacionan entre personas de la misma posición social, cómo se desarrollan las relaciones entre personas pertenecientes a diferentes clases sociales, cómo son las relaciones fuera del campo de golf, y a qué tipo de actividades de socialización asisten. Para acceder a estos datos recurrimos a la observación participante y al cuestionario.

Indicadores de producción de capital social: Ser socio en el club de golf, en otros clubs privados, practicar otras actividades deportivas colectivas, asistencia a eventos privados o públicos, asistencia a fiestas privadas o públicas, y otras actividades de socialización.

Prácticas de interacción: Observar sus prácticas de interacción una vez entran en el campo de golf, tanto en las zonas comunes como en el campo de juego, el rol de cada jugador dentro del grupo, quién organiza el juego del día siguiente, quién se encarga de reservar el *tee-time*, quién inicia las conversaciones, quién las dirige, quién tiene una conducta participativa activa, quién calla, quién interrumpe a quién, quién es el más hablador, quién tiene tendencia a escuchar, quién presta atención a las historias y anécdotas que comentan, ¿se hacen bromas? ¿quién hace las bromas?, ¿qué perfil selecciona como compañero?, ¿desearía jugar con otros compañeros?. Formas de relacionarse fuera del campo de golf, en las fiestas privadas, ¿se repiten las mismas practicas de interacción que ocurren en el campo?.

Técnicas metodológicas

Antes de proceder a seleccionar y diseñar las técnicas metodológicas, y dar forma a las categorías de análisis y objetos de estudio, estimé imprescindible realizar una fase exploratoria por dos motivos. Por un lado para comprobar la posibilidad de integrarme en el colectivo y de ser aceptado para poder desarrollar mi trabajo de investigación, y por otro, familiarizarme con las normas, los códigos, las conductas y las prácticas de comunicación e interacción entre los jugadores, comenzar a conocer sus expectativas en el deporte y plantear una primera impresión sobre cómo mi presencia puede afectar a los participantes.

En la fase exploratoria del trabajo de campo he seleccionado las técnicas de observación participante y conversaciones informales durante mis interacciones con los jugadores en los espacios de sociabilidad que se presentan en el campo de golf, en sus casas privadas o encuentros en zonas comunes de la urbanización. Y en la segunda fase, más focalizada durante el trabajo de campo, siguiendo la recomendación de Guber (2001), añadí la técnica de entrevistas dirigidas.

Observación participante y conversaciones informales

Estas técnicas me han ayudado a detectar aspectos invisibles a primera vista pero fundamentales para conocer las razones que justifican sus lógicas de pensamiento y

sus prácticas, es decir, la razón por la cual piensan lo que piensan y actúan como actúan.

La observación participante en los espacios de sociabilidad compartidos y las conversaciones informales (Devillard, Franzé y Pazos, 2012) aportan visibilidad sobre el perfil de los agentes sociales que frecuentan el campo de golf, su estatus social, las razones por las cuales practican dicho deporte, el sentimiento personal por el hecho de ser parte del grupo con el que juega, cómo se relacionan, formas de comunicación, de interacción, prioridades en su tiempo de ocio para la producción de capital social, una orientación sobre el volumen de capitales de la que disponen, y su posicionamiento en la estructura del campo social en relación al sistema relacional entre ellos.

En los espacios de juego y de socialización dentro del campo de golf he tomado notas sobre el diseño del campo, tales como tipo de edificio, la distribución de los espacios dentro del campo de golf, espacio asignado para socializar, tipo de muebles en zonas de descanso si lo hay, posters inspiracionales, frases motivadoras expuestas en los espacios comunes, cómo se utilizan dichas zonas comunes, el reglamento para jugadores, el código de vestimenta, etc. Estos datos aportan información sobre la accesibilidad que el campo social ofrece para incentivar la producción de relaciones sociales entre jugadores.

En los espacios privados compartidos en las viviendas de los jugadores de golf he prestado mi atención al diseño de las propiedades, marcas de vehículos, otros tipos de transporte privados, equipos deportivos tipo motos de agua, veleros, equipo de buceo, etc., fotos de familiares sobre las estanterías, ornamentos de países extranjeros, exposición de cuadros, librería y tipos de libros, perfil de personas invitadas a las fiestas privadas, catering, protocolo de vestimenta, protocolo de recepción de los invitados, etc.,. Estos objetos aportan información sobre la disposición de capital económico, cultural y social de la persona.

Las conversaciones informales incitan al informante a expresarse libremente sobre unos temas generales expuestos por el investigador en donde salen a relucir sus formas de pensar fundamentales y los temas y conceptos que los agentes entienden como significativos desde su lógica de pensamiento, mientras el etnógrafo se mantiene en escucha activa, acompañando sin apenas interrupciones.

Durante la partida de golf, comparto carrito con mi compañera o compañero de juego por dos horas y media si jugamos 9 hoyos y alrededor de 4 horas si jugamos

los 18 hoyos. En el momento del encuentro comuniqué sobre mi investigación, le pregunté si se siente cómoda o cómodo si le hago unas preguntas generales durante el juego, les comuniqué que las conversaciones serán confidenciales y que no se publicará su identidad excepto que me diera su consentimiento. Planteo conversaciones sobre su vida personal, estudios, profesión, origen familiar, el significado que el golf posee en sus vidas públicas, cuál es el motivo por el cual lo practican, etc.. Estas conversaciones informales las realizo con todos mis compañeros de juego con quien comparto carrito de golf, las preguntas se adaptan a los diálogos que van surgiendo de forma espontánea, y como tengo ocasión de jugar en varias tandas con la misma persona porque nos rotamos de compañero constantemente, puedo profundizar en los aspectos que considere relevantes para la investigación.

Esta técnica también me permite familiarizarme con los modos de comunicación del agente social, ubicarme en una posición de extrañeza, favorecer la expresión y conceptos más espontáneos y relevantes para los informantes, captar la perspectiva de los entrevistados con menor interferencia de mi universo cognitivo y distinguir entre lo que proviene del entrevistado y lo que pertenece a mis prejuicios.

La observación participante, las descripciones de los espacios de sociabilidad y las conversaciones informales aportan información orientativa sobre el perfil de los agentes sociales que frecuentan el campo de golf, las razones por las cuales practican dicho deporte, el sentimiento personal por el hecho de ser parte del grupo con el que juega, cómo se relacionan, formas de comunicación, prioridades en sus tiempos de ocio, una orientación sobre el volumen de capitales de los que disponen, y su posicionamiento en la estructura del campo social en relación al sistema relacional entre ellos.

Por el tipo de actividad deportiva en constante movimiento y necesidad de concentración en cada tiro, no encajaba el tomar notas mientras conversaba y jugaba con los agentes, a pesar de que todos ellos estaban avisados sobre la investigación que estaba llevando a cabo. El hecho de tomar notas generaba cierta tensión y curiosidad por saber qué estaba escribiendo y no solo cortaba la espontaneidad, sino que rompía su concentración y parecía que les molestaba, de manera de que decidí tomar notas sobre el día una vez había llegado a mi casa. Escribía sobre las conversaciones informales, los temas que se hablaban, cómo me sentía durante el proceso, y las impresiones que yo percibía en las interacciones.

Esta información facilitó la clasificación de los sujetos sociales, la creación inicial de las categorías de análisis, las técnicas metodológicas a practicar en el trabajo de campo y la preparación de los criterios de selección de informantes para las entrevistas dirigidas.

Las entrevistas dirigidas

Tras mi presencia repetida en la vida cotidiana de los informantes y las conversaciones informales, se sienten más cómodos y con mayor apertura para profundizar en el diálogo. En esta segunda fase he realizado entrevistas dirigidas. El formato de entrevista es una combinación de conversación bilateral sobre los objetos de estudio definidos tras la primera exploración. Este discurso se ha producido intencionadamente después de jugar 9 o 18 hoyos porque se crea una relación de camaradas más cercana, en una área social del campo de golf con cierta privacidad, o en casa del entrevistado si la persona lo ha preferido así.

Las entrevistas, a diferencia de las conversaciones informales, no se han realizado a todos los jugadores. La selección de candidatos se ha realizado en base al criterio de producción de capital social, es decir, a aquellos que han presentado evidencias de que el deporte del golf es un medio para generar una red de contactos. Dentro del grupo seleccionado, he prestado especial atención a aquellos que muestran expectativas de ampliar o transformar sus propios capitales, y aquellos que en el pasado han utilizado o han pretendido utilizar la red de contactos del deporte del golf para ascender, mejorar o lograr objetivos económicos, sociales o políticos específicos, habiendo obtenido resultados positivos o no.

Seleccioné a un grupo de 4 mujeres y 8 hombres amateurs del golf para realizar las entrevistas (grabadas en audio) en relación al criterio de selección. Les pedí una introducción sobre si mismos, a qué se ha dedicado profesionalmente en su vida, cuándo empezaron a jugar golf, el motivo por el cual comenzaron a practicar este deporte, su opinión sobre la asociación entre negocios y golf, si había vivido en primera persona una situación tal, como describiría el hoyo 19 y si deseaba añadir algo sobre el golf. Con la intención de obtener diferentes perspectivas sobre el objeto de estudio y de triangular la información, seleccioné 8 personas que trabajaban en el campo para hacerles una entrevista guiada. Estas personas formaban parte de la plantilla que estaban en contacto directo y casi continuado con los jugadores de golf. La entrevista incluía una breve introducción de ellos mismos, su ocupación y antigüedad en la empresa, la definición de los tecnicismos del sector, sus impresiones sobre el deporte, descripción de los clientes desde su punto de

vista, sobre el hoyo 19 y su opinión sobre la posibilidad de hacer negocios en el campo de golf. Y dejé para el final las entrevistas al presidente del club y al profesor de golf que es un profesional del sector activo en competición internacional.

Las entrevistas dirigidas aportan información sobre la distribución de capitales de los perfiles, las expectativas de desplazamiento entre especies de capital, las formas en que se articulan las relaciones entre jugadores de distinta posición dentro de la estructura social construida en relación a dichas expectativas, y la forma en que el capital social contribuye en la conversión de capitales. Según Bourdieu (1998, p. 100), una clase se define no sólo por su posición en relación a la posesión de los diferentes especies de capital que se mide a través de indicadores “oficiales” como la profesión, los ingresos, el nivel de educación, sino también por características que pueden funcionar como criterios ocultos de aceptación o de exclusión, sin estar abiertamente anunciados, como puede ser el origen social o étnico, la religión, el apellido familiar con prestigio o descrédito, etc. Las entrevistas se han diseñado en relación a la información recaudada en la fase exploratoria y se centran en extraer esos criterios ocultos no visibles a primera vista a los que se refiere el sociólogo.

Batería de preguntas de la entrevista dirigida:

1.-Identificación de Posición social

Introducción de sí mismo

Trayectoria profesional

2.-Identificación de Expectativas

¿Cuándo empezaste a jugar a golf?

¿Cuál fue el motivo por el cual decidiste empezar?

En tus inicios el deporte del golf, ¿qué esperabas obtener?

Ahora que han pasado unos años, ¿qué te ha dado el golf?

¿Qué crees que te aportará en los sucesivos años?

3.-Producción de capital social (Red de contactos)

¿Ha crecido tu red de contactos practicando este deporte?

¿Qué tipo de relaciones has cultivado?

¿Con quién juegas normalmente?

¿Cómo conociste a esos jugadores con los que juega asiduamente?

¿Invitas a tus compañeros de juego a tus fiestas privadas en casa?

¿Compartes otras actividades distintas del golf con tus compañeros de juego?

¿Con qué tipo de perfil te gusta jugar a golf? ¿Por qué?

El cuestionario

Cuando pensé terminado mi trabajo de campo y repasé la información obtenida, llegué a la conclusión de que no disponía de suficiente información sobre la disposición de capital económico y cultural de los participantes, y a mi parecer en aquel momento, no disponía de datos suficientes sobre las expectativas de los jugadores y las formas de producción de capital social por el hecho de haber esperado a llegar a casa para registrar las impresiones y conversaciones del día, de manera que alargué un poco la fase del trabajo de campo e incluí un sencillo cuestionario anónimo.

Siguiendo la teoría de Bourdieu, el posicionamiento de los distintos perfiles de agentes sociales en la estructura social se determina en relación a la disposición de capital económico y cultural, desde las que están mejor provistas, que son las dominantes, hasta las que están menos provistas, siendo las dominadas, por lo tanto, el hecho de no disponer de suficiente información sobre la disposición de capital económico y cultural de los participantes, dificultaba determinar la posición de los jugadores dentro de la estructura social en el espacio del golf, en decir, la clase social.

Para facilitar el proceso de determinar a qué clase social pertenecía cada agente, relacioné la disposición y distribución de capitales con las actividades profesionales que desempeñaban los sujetos, y de ese modo, para este estudio, la actividad profesional se convertía en un indicativo para posicionar al perfil en una de las clases sociales de la estructura específica en el campo de golf.

En el trabajo de campo me encontré con jugadores de diferentes características profesionales que no supe como clasificar, así que opté por revisar la lista de perfiles del trabajo de La Distinción de Bourdieu (1998), y de ésta, seleccioné aquellos que coincidían con los perfiles de los sujetos con los que yo tenía relación. Después, describí cada perfil en función de su capital social adquirida, estudios académicos, y la actividad profesional. El resultado fue el siguiente:

-Grandes empresarios: agentes con o sin estudios universitarios, propietarios de su propia empresa con un volumen de empleados superior a 50 personas, dedicados tanto a la producción como a la venta de sus productos y servicios, a saber, constructores, cadenas de supermercados, grandes plantaciones de café o cacao...

-Políticos: agentes con estudios universitarios superiores que reciben sus ingresos principales de actividades relacionadas con la política del país, al margen de que también reciban recursos económicos de otra procedencia.

-Profesiones liberales: agentes con estudios universitarios superiores que desarrollan actividades en las cuales predomina el ejercicio del intelecto, y que disponen de su propio buffet, despacho..., a saber, odontólogos, abogados, arquitectos...

-Pequeños empresarios: agentes con o sin estudios universitarios, que tienen su propio negocio, normalmente sin empleados o pocos empleados, a saber, agencias de viajes, agencias de venta de bienes raíces, centros de belleza...

-Directivos: agentes con estudios universitarios superiores especializados, empleados que desempeñan cargos de alta responsabilidad dentro de la empresa, a saber, presidentes, vicepresidentes, directivos...

-Ingenieros: agentes con estudios universitarios de ingeniería que desempeñan cargos de alta responsabilidad dentro de la empresa.

El cuestionario es un formulario que los agentes deben seleccionar entre las alternativas que se ofrecen para cada apartado. La razón por la cual diseñé este formato de cuestionario es que el hecho de marcar con una X sobre un documento en el cual no aparece su nombre y apellido, resulta menos invasivo para los sujetos, y más cómodo para mí como etnógrafa. El cuestionario está formado por unos cuadros diseñados que recopilan información sobre la disposición y distribución de sus capitales, la elección del compañero de juego, la razón por la que han decidido practicar este deporte y/o pertenecer al club de golf, los temas de conversación mientras juegan, y la diversidad de actividades de socialización que desarrollan dentro y fuera del golf. El cuestionario estaba destinado a todo jugador del club, incluidos mis informantes, mis compañeros de juego y desconocidos de la urbanización. Con intención de que fueran accesibles a todos los clientes, deje los cuestionarios en el mostrador del *proshop* y además solicité a las empleadas de la tienda que informaran e invitaran a los jugadores a rellenar el formulario, pero nadie decidió rellenarlo, de manera que opté por enviarlo por email a las personas con las que he jugado habitualmente a golf. Fueron enviados 26 cuestionarios de los cuales 10 rellenaron y me reenviaron sus respuestas: 3 directores, 4 pequeños empresarios y 4 profesionales. Los técnicos, los políticos y los grandes empresarios decidieron no participar en la encuesta.

Los temas abordados en el cuestionario en relación a las categorías de análisis son:

1.-Identificación de su capital cultural: Activos, títulos o actividades relacionadas con el conocimiento cultural presentes en su vida.

Indicadores: cultura heredada que se refiere al conocimiento cultural absorbido en su entorno familiar, actividades culturales familiares, prácticas deportivas familiares, posesión de obras culturales, antigüedades, cultura adquirida que se refiere a los estudios reglados institucionalmente, nivel de estudios, idiomas y estudios en el extranjero.

2.-Identificación de su capital económico: Activos económicos presentes en su patrimonio

Indicadores: posición de vivienda habitual, segunda vivienda, inversión en otros bienes raíces, posesión de negocios propios, inversión en bolsa, posesión de vehículo de alta gama, posesión de otros vehículos de lujo.

3.-Identificación de compañeros de juego: ¿Con qué tipo de perfil de jugador de golf juega normalmente?

Indicadores: grandes empresarios, políticos, profesiones liberales, pequeños empresarios, directivos, técnicos.

4.-Identificación de los motivos: ¿Por qué razón juega a golf?

Indicadores: actividad de ocio, contacto con la naturaleza, ejercicio físico, toque de distinción, interactuar con personas de su misma clase social, mantenimiento de su red de contactos, producción de nuevas relaciones sociales, ponerse al día de los chascarrillos, potenciales socios o colaboradores en el mundo de los negocios, potenciales negocios.

5.-Identificación de otras prácticas de ocio compartido: ¿Qué otras actividades desempeña con sus compañeros de golf?

Indicadores: socio en club de golf de Panamá, socio en otros clubs privados, otras actividades deportivas colectivas, eventos privados, eventos públicos, fiestas sociales privadas, fiestas sociales públicas, otras actividades de sociabilidad.

6.-Identificación de prácticas de comunicación: ¿Qué temas de conversación suele mantener cuando juega a golf?

Indicadores: Temas financieros, asuntos políticos, asuntos sociales, temas de trabajo, colaboración profesional, socialización, bromas entre amigos.

7.-Identificación de otras prácticas de ocio: ¿Qué otras actividades realiza en su tiempo personal?

Indicadores: otras prácticas deportivas, actividades de ocio, eventos públicos profesionales, eventos públicos políticos, eventos públicos de socialización, fiestas privadas profesionales, fiestas privadas políticas, fiestas privadas de socialización, fiestas familiares y/o entre amigos.

Cuestiones éticas profesionales

El Club de golf Mantarraya es un espacio privado y por lo tanto estoy obligada a notificar sobre el deseo de realizar un estudio etnográfico. Mi ambición era que el club contribuyera en el desarrollo de la investigación aportando facilidades de uso de recursos dentro del campo de golf, es decir, contribuir con la generosidad de una membresía en mi nombre, un carrito de golf, un equipo de palos, el no abono de los costes para entrar en el campo etc., a cambio de compartir las conclusiones de la investigación argumentando que si conocían con mayor profundidad las expectativas de sus clientes, y como consecuencia del conocimiento aprendido, podrían ofrecer unos servicios más alineados con sus demandas e incrementar las entradas de nuevas membresías, en otras palabras, aumentar sus ingresos.

Una vez finalizado la preparación proyecto de investigación, la intención era presentar la propuesta en el equipo directivo de la empresa que dirige el campo de golf y una vez aceptado, proponer la elaboración conjunta de un Código Ético Profesional aplicable durante toda el proceso de investigación. Este documento pretendía prever, en la medida de lo posible, los problemas y conflictos éticos que pudieran surgir durante el trabajo de campo y tener previstas las maneras de abordarlos. El procedimiento fue convocar una reunión con los altos cargos que dirigen la empresa, explicar el proceso de investigación paso a paso, solicitar la opinión de cada uno de los participantes sobre el significado que el estudio tiene para ellos, sus expectativas sobre la investigación, y proponer un punto de encuentro entre mis intereses como investigadora y los de la empresa que dirige el campo de golf.

La junta directiva tomó la decisión de no participar ni contribuir en la investigación, pero por otro lado, no indicaron que no podía realizarla de forma privada, de manera que seguí adelante con mi proyecto. Así como me fue imposible diseñar un código ético profesional en colaboración con la empresa, decidí definir las cuestiones éticas profesionales desde mi como etnógrafa hacía los sujetos participantes en mi investigación. Siendo éstas: la participación de los jugadores en el estudio etnográfico será voluntaria, y las conversaciones entre etnógrafo y los sujetos de estudio son confidenciales.

DESARROLLO

En septiembre del 2014 alquilé una pequeña villa en un campo de golf de Panamá por un periodo de seis meses por temas profesionales ajenos a la antropología. Durante mi estancia en el lugar, pude ampliar mi círculo de amistades con personas de muy diversas nacionalidades y profesiones, la mayoría jubilados y jugadores de golf. Algunos jugaban desde que se retiraron de la vida laboral y muchos otros desde edades más tempranas. Me encontré conversando con personajes muy variados e interesantes, que no te los encuentras normalmente por pertenecer a otro sector profesional bastante reducido como son un científico de cohetes, una pianista profesional, el papá del ministro de exteriores de Panamá, el presidente del club Rotarios del país, grandes empresarios, directivos de multinacionales, pero también me encontré hablando con otro tipo de perfiles, emprendedores con ambición que gestionaban sus propias pymes o que ocupaban un puesto ejecutivo en empresas de mediano tamaño. Desde el comienzo llamó mi atención el hecho de que personas con trayectorias tan diversas vivieran el deporte del golf de una manera tan similar, como algo muy especial en sus vidas y que les aportaba tanto como para que sea parte de su estilo de vida. El "networking" que se producía de forma natural y espontánea me pareció asombroso y empecé a pensar que tenía sentido el mito de que en el mundo de golf se cerraban grandes negocios. Desde luego que los perfiles se encontraban allí, delante de mí, y cuanto más me relacionaba con el entorno, con mayor intensidad rondaba en mi mente si ese mito era cierto y en caso afirmativo, cómo se articularían dichas relaciones. En este momento planteé a mi profesor de la universidad desarrollar mi trabajo de master en investigación en esta dirección y me animé a presentar como objeto de estudio la forma en que se articulan las relaciones para la producción de capital social con pretensión de obtener otros logros económicos privados. Tras la aprobación de la propuesta, decidí sumergirme en este mundo y mi primer paso fue aprender a jugar a golf. En abril de 2017 comenzaron mis clases de golf con el profesor de la urbanización.

En mayo del mismo año me invitaron a un recital en la casa de una pianista que vive en la urbanización. De hecho *Karina y su marido *Michel eran mis vecinos de casa con casa ubicadas en el hoyo 7 del campo. El objetivo del recital era recaudar dinero para destinar a la construcción de un cuarto con inodoros en la escuela pública del pueblo vecino a la urbanización. Esta pareja está muy bien considerada en la comunidad, ella por deleitarnos con su música melodiosa de forma gratuita cada tres meses, su marido por su reputación profesional, científico de cohetes en Dubai, además de ser miembro honorario en el Club de Rotarios de Panamá y por su labor altruista para ayudar a niños sin recursos. En esta exquisita reunión comuniqué a mis vecinos, los cuales ya conocía a la mayoría, que había decidido aprender a jugar a golf y desarrollar el trabajo de master final. La noticia fue muy

bien acogida, básicamente porque en muchas ocasiones me habían invitado a jugar a golf. Tal fue la aceptación que uno de ellos me ofreció una membresía de su casa que no estaba utilizando. Acepté con gran agrado y en junio del 2017, ya fui invitada para jugar a golf con el grupo de mujeres que vivían todo el año en la urbanización y que practicaban golf tres veces por semana mínimo, conocidas como "*ladies group*". *Virginia, la más antigua en el grupo, me regaló tres camisetas de mujer de golf, *Marie, la siguiente más antigua, una gorra, un set de bolas para contar los golpes en el juego, y Becky, un set de palos viejos que tenía en casa para su hijo cuando venía a visitarles desde Canadá.

Los inicios fueron difíciles, muchas normas que aprender, muchas conductas éticas que integrar y muchos golpes a la bola para levantarla del suelo con cierta gracia. En la medida que practicaba el juego con mis vecinas en el campo y sola en el *driving range*, zona de práctica individual, dedicaba horas y horas en casa a aprender las reglas del juego, conocer la estructura del campo, los sistemas de puntaje, las peculiaridades de los palos de golf y demás tecnicismos. Pronto empecé a entender la pasión que los jugadores amateurs del vecindario mostraban cuando hablaban del golf.

El deporte del golf

El golf es un actividad deportiva que se realiza al aire libre y que consiste en introducir una bola de pequeñas dimensiones en un hoyo que se encuentra a una distancia de entre 200 y 400 metros del punto de salida. En una partida de golf se recorren 18 hoyos pero existen dos tipos de canchas, los que tienen 18 hoyos y los que tienen 9; en el caso de los campos de 9 hoyos hay que hacer dos veces el recorrido para pasar por los 18 hoyos reglamentarios. El golfista dispone de una buena variedad de palos para golpear a la bola y su objetivo es realizar la menor cantidad posible de golpes entre zona de salida y hoyo. El golf se puede jugar a cualquier edad, desde la más tierna infancia hasta muy entrada en la madurez dado que el esfuerzo físico que requiere, más intenso del que pudiera parecer a primera vista, es muy gradual.

La zona de salida se denomina *tee*, es una superficie horizontal, aproximadamente de 100 metros cuadrados, con la hierba muy corta, está ligeramente elevado sobre el resto del campo, es donde se coloca la pelota al comenzar un nuevo hoyo, y donde el golfista efectúa su primer golpe situándose entre dos marcas ubicadas en el *tee de salida*. La mayoría de los campos disponen de diferentes marcas de salida dependiendo del tipo de jugador. Las marcas blancas marcan el punto de salida de los jugadores profesionales, son las más alejadas del *green*; las marcas amarillas señalan la salida para los jugadores amateurs y niños alevines; las azules son para jugadoras profesionales; y las rojas, que son las que se encuentran mas cerca del *green*, para jugadoras amateurs, niños y hombres mayores de 75

años. También se llama *tee* al pequeño soporte que se clava en la tierra sobre la que se coloca la bola para darle el primer golpe en cada hoyo al que se le conoce como *drive*, con el palo llamado *driver* que es el que tiene la varilla más larga y con el menor ángulo en la cabeza.

El hoyo es un orificio circular recubierto en su interior con una funda metálica, de un diámetro de 108 milímetros. La zona donde se encuentra el hoyo se llama *green*, es una zona verde donde la hierba es la más corta. La superficie del *green* puede variar significativamente desde 300 a 1.500 metros cuadrados, se encuentra señalizado por una bandera que se retira cuando se va a jugar directamente en él y puede presentar suaves pendientes y ondulaciones para dificultar el juego. El césped de esta zona está especialmente cuidado. El *green* está rodeada por el *antegreen* que es una zona de césped más alto que el *green* pero más bajo que el resto. El jugador hace rodar su bola hasta introducirla en el hoyo con un palo especial que se llama *putter*. Es el más corto de todos los palos y tiene una cabeza plana, sin ángulo.

El espacio comprendido entre el *tee* de salida y el *green* es lo que se llama el *fairway* o calle, puede ser recta o puede tener un ángulo al cual se le llama *dogleg*, la hierba está bien cortada para facilitar el golpe a la bola, y contiene obstáculos para dar más emoción a la partida. Estos pueden ser de varios tipos: lagos, árboles, trampas de arena (denominadas *bunkers*) y normalmente se ubican en las proximidades del *green* para aumentar la dificultad del juego en el hoyo.

Y finalmente encontramos la hierba que se encuentra a ambos lados de la calle, a esta zona se le llama áspero o *rough*, es más alta que en el *fairway*. El jugador debe intentar que su bola no se salga de la calle y acabe en el *rough* porque es una área desde la cual es más difícil golpear la bola.

Los jugadores disponen de sus bolsas de golf con una variedad de palos, compuestos cada uno de ellos por una varilla con empuñadura, *grip*, y una cabeza con la que se golpea la bola. Cada palo está diseñado para una misión específica, el *driver*, que es el más largo, se utiliza para realizar el golpe de salida; la madera se emplea en los golpes largos; los hierros, para golpes intermedios, en situaciones desfavorables o en golpes de aproximación; y el *putter*, para dirigir e introducir la bola en el agujero cuando se llega al *green*. El ángulo de la cabeza y la longitud de la varilla afectarán a la altura y a la distancia con la que vuela la bola.

La denominación de maderas y hierros proviene del material utilizado en las cabezas de los palos cuando éstos eran realmente de madera y hierro. En la actualidad el material del que

están compuestas las 'maderas' y los 'hierros' es de lo más variado. Del mismo modo, a lo largo del tiempo la bola ha sufrido muchas transformaciones, siendo hoy un núcleo que puede ser de caucho líquido, recubierto apretadamente de hilo de goma y cubierto todo ello con un material vulcanizado.

Los jugadores diestros utilizan un guante en la mano izquierda mientras que los jugadores zurdos, en la mano derecha. La misión del guante es proporcionar una sensación de tacto natural. Un buen guante permite agarrar bien el palo y que no se resbale a causa de la transpiración de las manos. Es importante que el guante esté lo más ceñido posible a la piel y que permita una libertad de movimientos agradable.

El deporte del golf incluye en sus normas un código de vestimenta bastante estricto no solo desde el prisma de comodidad en el desarrollo del juego, sino también desde la perspectiva del estilo. Además de ser prendas que permitan la movilidad del cuerpo para poder hacer un swing completo y armónico con libertad, existen ciertas generalidades que se respetan en todos los campos de golf en el mundo. En cuanto a las camisetas, existe una máxima universal: ha de ser con cuello, las camisetas sin cuello no están bien vistas, los jugadores deben vestir camisas o polos de manga corta, con cuello y de longitud larga ya que han de ir siempre metidas por dentro del pantalón, no se puede dejar la camiseta por fuera del pantalón y los botones deben estar abrochados. En los meses de invierno también es posible llevar camisas de manga larga combinadas con jerseys y preferiblemente de un solo color neutro, sin florituras, logos, etc. Las mujeres pueden enseñar los hombros, pero sin usar tirantes finos. Con respecto a los pantalones, han de ser de vestir, de corte clásico, de pinzas o similares, y de un solo color. Si son cortos, deberán ir ligeramente por encima de la rodilla. Se exige el uso de cinturón en la mayoría de campos, por ende, están prohibidos los pantalones vaqueros, las bermudas playeras, los bañadores o los pantalones de chándal, los rotos o desgastados es implanteable en este deporte. Las mujeres pueden llevar vestidos, faldas o faldas pantalón siempre que no sobrepasen los 5 centímetros por encima de la rodilla.

Las gorras de golf son parte de la vestimenta para que el sol no deslumbre y poder ejecutar el tiro con la máxima precisión. Por otro lado, hay que tener en cuenta que el golf es un deporte que se practica al aire libre, por lo que en un día cálido y soleado es importante protegerse del sol. Se permiten gorras tipo baseball siempre que se lleven derechas. También pueden usarse de manera alternativa gorros de paja o viseras según el gusto del jugador.

Y los zapatos de golf es otro de los aspectos a tener en cuenta, los partidos de golf son largos y se camina alrededor de 8 kilómetros, de ahí la importancia de llevar un buen calzado. Dentro de la variedad, los más comunes son los zapatos con tacos por que

proporcionan una mayor adherencia y no dañan el campo. Es requisito entrar en el campo con zapatos específicos para el golf.

En los campos de golf en los que integran viviendas dentro del recinto, los propietarios de las viviendas tienen incluida entre tres y cuatro membresías anuales. Dicha membresía les da derecho a jugar en el campo durante todo el año sin abonar el *green fee*. Por otro lado, aquellas personas que no tengan una propiedad en la cancha, y desean disfrutar de las instalaciones, deben comprar una membresía anual o pagar una tarifa que se llama *green fee*. En el campo de golf de Mantarraya, el coste de la membresía anual es de 1200 dólares y si es una pareja, asciende a 1500 dólares por los dos. Otros de los conceptos muy usuales en America pero no tanto en Europa es el *rolling fee*. Esta tarifa corresponde al derecho de entrar en el campo con un carrito de golf. En Europa se tiene la tendencia de caminar mientras que en America se trasladan con el carrito, es por eso que es más usual en el continente americano. En Mantarraya teníamos la opción de abonar un *rolling fee* anual que corresponde a 550 dólares o un *rolling fee* mensual 64 dólares, e incluso un *rolling fee* por día jugado de 21 dólares por 9 hoyos o 40 dólares por 18 hoyos.

Cada hoyo tiene asignado un número par. El par del hoyo es el número total de golpes que se estima que un jugador profesional o un jugador amateur debe realizar para jugar un hoyo. El par del hoyo puede ser 3, 4 o 5, dependiendo principalmente de su longitud. Un hoyo par 3 significa que el jugador en 3 golpes desde el *tee* de salida puede o debe introducir la bola en el hoyo. Un hoyo de par 4 significa que el jugador en 4 golpes desde el *tee* de salida puede o debe introducir la bola en el hoyo y un par 5 que el jugador en 5 golpes desde el *tee* de salida puede o debe introducir la bola en el hoyo. La asignación de la longitud entre el *tee* de salida y el hoyo en relación al par y a los diferentes perfiles son las siguientes según EGA (European Golf Association): Salidas de caballeros: los hoyos par 3 tienen una longitud hasta 225 metros, los hoyos par 4 tienen una longitud desde 200 metros hasta 450 metros, los hoyos par 5 tienen una longitud de más de 400 metros; Salidas de damas: los hoyos par 3 tienen una longitud hasta 200 metros, los hoyos par 4 tienen una longitud desde 180 metros hasta 390 metros, los hoyos par 5 tienen una longitud de más de 360 metros.

El par del campo corresponde a la suma de los pares de todos los hoyos del campo. Por ejemplo $3 + 4 + 4 + 5 \dots = 72$. La mayoría de campos de golf son par 72, pero algunos pueden ser 71, 73, 70, etc. En el caso de tratarse de un campo pequeño, al ser mucho más corto, el par del campo puede ser incluso de 54. El valor de campo es la dificultad o facilidad añadida que tiene un campo de golf. Por ejemplo, dos campos de golf, ambos par 72, con unas distancias y dificultades similares. En uno de ellos el viento no es frecuente, por lo que la bola de golf alcanza grandes distancias, mientras que en el otro campo casi

siempre sopla viento, lo cual dificulta mucho el juego. En el primer caso, el campo más fácil, tendrá un valor de campo, por ejemplo de 71 y en el segundo caso, al tratarse de un campo más difícil, tendrá un valor de campo, por ejemplo, de 73. Esta valoración la hace la federación nacional de golf de cada país, utilizando el sistema USGA (United States Golf Association) de Valoración de Campos. El valor slope es el indicador que define el grado de dificultad de un campo para diferentes niveles de jugadores con respecto al valor de campo. Dicho de otra manera, indica si el campo es más difícil para un jugador inexperto que para un jugador habitual. Cuanto más alto es el Slope de un campo, más difícil es para un jugador inexperto, con relación a la dificultad que tiene para un jugador habitual. El indicador Slope va desde 55 a 155, siendo 113 el valor Slope intermedio que indica el mismo grado de dificultad para ambos tipos de jugadores. El Slope ha sido promovido por la USGA.

El golf se caracteriza asimismo por la existencia de un sistema de conteo de golpes al que denominan "handicap". El handicap en el golf es la valoración del nivel de juego de un jugador de golf amateur, hace referencia al número de golpes, generalmente por encima, que un jugador amateur realiza en un recorrido de 18 hoyos, respecto al "par del campo" o número de golpes estimado. El handicap nace como consecuencia de un comportamiento de compañerismo entre jugadores de distintos niveles en la que el motivo de su existencia no es contar los golpes de tiro para clasificar a los jugadores entre inexpertos y expertos, sino como ofrecimiento de puntos para dar ventaja o compensación a aquellos con menos habilidad y poder así jugar en un mismo torneo sobre una base de igualdad, mitigando las deficiencias de cualquier jugador. El handicap del hoyo es el índice de dificultad de cada uno de los hoyos de un campo de golf (EGA). El handicap de un hoyo va de 1 al 18, representando mayor dificultad cuanto más bajo es el número. Por ejemplo, un hoyo handicap 1 es muy difícil y un hoyo handicap 18 es muy fácil. El handicap de juego es el número de puntos de handicap que recibe un jugador o jugadora al jugar en un campo, ya sea entrenando o en competición, de acuerdo con su handicap exacto (el handicap que tienen los jugadores, es un número del 0 al 48 y que consta en la base de datos de la federación nacional) y la dificultad del campo. El handicap de juego de cada jugador cambia en función de la dificultad del campo en que se juega. Se calcula aplicando ciertas formulas que relacionan los diferentes conceptos y medidas entre golpes y dificultad. Es la suma de los golpes dados por un jugador de golf en un recorrido de 18 hoyos, después de haber sido descontado su handicap de juego.

Trabajo de campo - Fase Exploratoria

El sector del golf era totalmente nuevo para mí de manera que la fase exploratoria tenía como propósito comprender o más bien aprender a través de la observación participante las formas y conductas que los sujetos conocen y aplican de forma inconsciente. Por mi falta de conocimiento sobre el tema, me era inevitable no mirar con ojos de extrañeza cada ritual que sucedía ante mi presencia. Cada día, tras mi juego de golf cuando volvía a casa hacía una descripción de mis experiencias. Relataba los acontecimientos en mi cuaderno de notas, y describía aquellas reacciones que me generan curiosidad o que sencillamente atraían mi atención. No tenía muy claro a que tenía que mirar, pues era un sector totalmente desconocido para mí, tan solo partía de la base que tenía que descubrir si en el golf se cerraran negocios propios o no. En esta primera fase de exploración notifiqué a todos mis nuevos compañeros que me disponía a realizar una investigación sobre cómo se articulan las relaciones dentro del mundo del golf y si el hecho de que se cierran negocios en el campo de golf es un mito o una realidad. La aceptación en mi entorno de amistades fue muy positiva, no siendo así en entornos en los que no me conocían personalmente. Esta apertura por parte de los sujetos, facilitó la elección de las herramientas metodológicas que necesitaba aplicar y la descripción de mi primera clasificación de perfiles de los sujetos sociales.

El hecho de arrancar mi inserción en el sector con la idea de que se formulaban negocios en el campo, me llevó a tomar notas únicamente de mis salidas de juego. A medida que tenía conversaciones con jugadores, empecé a darme cuenta de que probablemente, en ese espacio no se cierran negocios, y de repente salió el caso de un empleado que me contó su historia sobre como logro un préstamo hipotecario gracias a su relación con un jugador amateur director de un banco. El asistente del superintendente, *Jose, me contó que cuando trabajaba en el *proshop*, tenía muy buena relación con varios de los clientes. Uno de ellos era gerente del Banco General, y según sus palabras: "hacen prestamos millonarios". El Sr. Gerente estuvo insistiendo a *Jose para que se comprara una casa y se ofreció para ayudarlo con el préstamo hipotecario. *Jose, tres años más tarde, vio una casa que le gustó por valor de \$98.000 y se lo comunicó al jugador. Éste le dio instrucciones para que pasara por el Banco General de Penonomé, que solicitara y rellenara la documentación para obtener un préstamo hipotecario y que le informara al agente correspondiente de que debía de llamarle por teléfono a él, al gerente. Así lo hizo y en un plazo dos días tras presentar el papeleo, le llamaron por teléfono para notificarle que se le había concedido el préstamo al 100%. Aquello me animó a seguir atenta a lo que ocurría dentro del campo, presuponiendo que este hecho ocurrió en la cancha pero era obvio que si el trabajador estaba en su oficina, esta colaboración no ocurrió en el campo, sino en otro espacio social distinto. Mi expectativa de encontrar señales en el espacio de juego me hizo no mirar hacia

lo que ocurría en otros espacios fuera del campo de juego como fue el caso obvio del trabajador y su contacto con el bancario en su oficina realizando otro tipo de trámites. Del mismo modo ocurría con otros espacios de sociabilidad privados en los que fui invitada por mis nuevas amistades pero no presté la debida atención. En la primera fase exploratoria no tomé notas de ninguno de esos eventos fuera del campo.

Mientras exploraba el terreno de estudio, me dedicaba a las lecturas que seleccioné para construir el marco teórico. Bourdieu, que se convirtió en mi autor principal, y otros autores que han estudiado la producción de capital social y la conversión en otros tipos de capitales, me hicieron ver que probablemente descuidé una de las partes más relevantes de la investigación, los espacios de sociabilidad distintos de las áreas del campo de golf. Además, una de las sugerencias que mi tutora de master me recalcó fue exactamente esa, en sus palabras, “mirar lo opuesto a lo que estoy investigando para ver aquello que probablemente me estoy perdiendo por enfocar mi atención a ciertos patrones”. Decidí comenzar a anotar mis experiencias con sujetos en espacios distintos del campo de golf y ciertamente, un mundo nuevo se abrió ante mis ojos. Esta toma de conciencia fue uno de mis grandes aprendizajes dentro de mi proceso de realizar el trabajo de master, la importancia de observar sin prejuicios y sin expectativas de que mi hipótesis se cumpla. Había estado participando en eventos de socialización con los agentes sociales y no observé o relacioné mi objeto de estudio con esas experiencias por el hecho de que mi foco estaba orientado en una sola dirección, las articulaciones de las relaciones en el campo de golf. Mi propio prejuicio estaba limitando mi percepción de los hechos hasta el punto de ignorar que yo misma obtuve una membresía gratis en un evento en una casa privada.

Tras esta primera fase de exploración y las lecturas sobre la producción el capital social de diversos sociólogos y antropólogos decidí seleccionar como metodología las entrevistas dirigidas y las conversaciones informales además de la observación participante distintiva de nuestra disciplina. Al yo ser nueva en el deporte, mis compañeras de juego, de forma espontánea, me contaban cómo se iniciaron en el golf, que es lo que más les gustaba del juego, porque lo incluyeron como una actividad regular en sus vidas, etc. Esas conversaciones casuales me inspiraron para preparar la batería de preguntas tanto para las conversaciones informales como para las entrevistas dirigidas, y me puse en acción en el trabajo de campo.

Trabajo de campo - Fase de focalización

La inmersión en el entorno del golf la hice principalmente transformándome en observador participante. El objetivo era contemplar la cultura del golf desde el punto de vista del golfista amateur y concebir el trabajo de campo como un proceso de socialización donde yo he

convertido en un aprendiz de su cultura. Con respecto al nativo, existía una interesante variedad de perfiles pertenecientes a diferentes círculos sociales y profesionales, por lo que la red de relaciones en la que me integré era de tipologías diversas, algunas impregnadas de un matiz de amistad, otras de profesionalidad, otras de cortesía formal...etc. La multiplicidad de relaciones dio como resultado comportamientos distintos e informaciones variadas que han contribuido en la producción de conocimiento para la investigación. Mi primera tarea fue producir relaciones sociales que me permitieran crear un grado de empatía con los sujetos suficiente como para que la información se obtuviese como consecuencia de una relación basada en la confianza y para lograrlo, me enfoqué en aprender sus códigos de comunicación, interacción, normas de etiqueta y protocolos de actuación. La observación participante me permitió lograr la plena integración y aceptación por el grupo en la medida que yo asimilaba la cultura del golf, pero hubo un factor mas determinante en esta primera fase del proceso, mi buena relación con personas que jugaban a golf en la urbanización desde hacía mas de un año cuando yo aún no jugaba a golf. Y al igual que en la fase exploratoria, uno de los grandes errores que cometí en el trabajo de campo fue no tomar notas sobre las fiestas a las que fui invitada debido a mi foco cerrado en cuanto a las relaciones en el campo de golf. Casi al final del desarrollo del proceso, tras el comentario de mi tutora de master, tome conciencia de esta limitación por mi parte y amplíé mis notas a los espacios de socialización.

El año anterior a poner en práctica el trabajo del master, en el 2016, fui invitada a una fiesta privada por mi vecino de la primera casa que alquilé en la urbanización en el 2015, *Javier, procedente de Panamá. En esta fiesta se encontraba el presidente del club de golf Mantarraya, el Sr. Presidente, íntimo amigo desde la adolescencia de mi vecino. El presidente me invitó a posteriores cenas en su casa junto con su círculo de amistades de confianza. El Sr. Presidente en varias ocasiones me invitó a probar el deporte del golf de manera que en agosto del 2017, al pasar en mi carrito de golf por su casa, y al ver su vehículo aparcado en su jardín, paré a darle la buena noticia de que me había animado a jugar y sobre mi trabajo de master. Él, muy alegre por la noticia porque le gusta ver que la gente joven tiene interés en el golf, me propuso practicar con él todos los viernes. Me explicó que él llegaba a la urbanización los viernes y que practicaba un par de horas para competir con sus amigos al día siguiente. Algunos grupos de amigos, como es el caso del Sr. Presidente y sus compañeros de juego, suelen hacer apuestas por hoyos, porque dicen que da mas emoción al juego.

Durante el juego hablábamos sobre el golf, el significado que este deporte tiene en su vida, lo que le ha aportado, las normas, los sistemas de puntos, el valor del golf... etc, y además compartía conmigo consejos para mejorar mi tiro. Tras nuestra práctica, él normalmente me invitaba a su casa a tomar un refresco y casi siempre había algún amigo esperándole que

se sumaba a nuestro "hoyo 19". En este espacio de socialización se hablaba de todo tipo de temas, política, finanzas, monedas virtuales, chascarrillos y/o bromas entre los presentes. En una ocasión vino un amigo suyo con el que yo ya había coincidido el año anterior en una fiesta privada y al verme en casa del presidente, mostró una mayor apertura a relacionarse conmigo. Él era un abogado retirado con apellido de familia de renombre, socio cofundador de la compañía más prestigiosa de abogados de Panamá llamado Morgan&Morgan. Una semana más tarde, decidió sumarse a jugar con nosotros y compartí el carrito de golf con él durante 9 hoyos. La semana siguiente me contactó directamente para reservar juego con él y con un amigo suyo odontólogo, también muy reconocido en su sector profesional.

En esta ocasión, tras recorrer 18 hoyos y cuatro horas de juego, nos fuimos a tomar una cerveza al *proshop* y en la conversación el Sr. Abogado mostró interés en conocer el volumen de villas en venta en la urbanización y el precio de mercado. Él comentó que como yo vivía en la urbanización, me sería relativamente fácil hacer un estudio discreto, que no deseaba que los vecinos supieran que tenía interés en comprar y si podría mirarlo para él. Quedamos en que le ayudaría con esa parte y que cuando yo hubiera recaudado la información, se lo hacía saber. Cada vez que yo disponía de datos que le interesaban y le contactaba para notificarle, su respuesta era: "Ok, ¿cuándo jugamos a golf?". Durante las cuatro horas de juego, no solo le informaba sobre los datos que recaudaba sino que él me ponía al corriente de la vida de los propietarios de las casas más imponentes de la urbanización, me hablaba de las familias de renombre, de los grandes empresarios del país, casamientos de interés, estatus social y demás detalles sociales. Pude observar que Panamá es un país pequeño donde las familias de renombre son pocas y entre ellos se conocen y se vigilan. Al final del juego, me agradecía los datos que le aportaba y en una ocasión me dijo que si decidiera comprar alguna de las casas, me lo comunicaría y si le ayudaba con el contacto del propietario, me recompensaría con una comisión.

El hecho de que el Sr. Abogado me solicitara que le facilitara la información mientras jugábamos a golf, confirmó mi hipótesis de que en el campo de golf se cerraban negocios y me sentía tan emocionada al haberlo vivido en primera persona que perdí la visión amplia del proceso, no presté atención a todo el preámbulo ocurrido para que esa persona decidiera confiar en mí la tarea de recaudar información sobre las casas en venta sin delatar su apellido. Este voto de confianza ya empezó a producirse un año antes cuando me conoció por primera vez en una fiesta que su amigo íntimo organizó en su casa y una segunda vez en la del presidente del campo de golf. El hecho de estar en estos dos círculos bastante herméticos que él conocía muy bien, y que mi personalidad le inspiraba confianza, fueron claves para que esa conversación de 4 horas sobre la posible venta de la casa y el posible beneficio económico se diera.

El día que jugué por primera vez con el Sr. Presidente, asistía a una fiesta que la Sra. Morrison había organizado en su casa. Me quedé sorprendida cuando un corro de invitados me hicieron un comentario de que ya fui aceptada en el círculo del presidente y de que pronto dejaría de codearme con ellos. Rápidamente se corrió la voz de que el presidente entrenaba conmigo los viernes y cuando empecé a frecuentar las fiestas de su grupo de confianza, las invitaciones para jugar golf y para asistir a otras fiestas se dispararon, hasta el punto de que tenía que rechazar algunas de ellas porque se me montaban dos y tres fiestas en la misma noche. Este proceso inesperado de aumento de invitaciones evidencia la existencia de un capital específico dentro del entorno del golf reconocido como de dominante y legitimado por el grupo dominado. El volumen y disposición de capitales del grupo del presidente del club es el capital específico reconocido y legitimado en este club de golf. Volviendo a la premisa planteada en el marco teórico de que el estatus de la clase social más baja en la estructura específica del campo de golf es la media-alta debido a que se requiere de un ingreso medio-alto que permita costearse pertenecer al club de golf y a practicar el deporte, que tomamos en consideración la existencia de dos dimensiones dentro de la estructura social, la dominante y la dominada, que los perfiles de clase media-alta son la dimensión de los dominados, y que éstos reconocen al grupo del Sr. Presidente como una clase de un nivel superior, entonces, el perfil del presidente y su círculo corresponden a la clase alta y a la dimensión dominante.

Al poco de comenzar el trabajo de campo, me trasladé a otra casa que estaba ubicada en el hoyo 7, frente a la casa de *Virginia, la organizadora de "*ladies group*", ella se percató de que yo no tenía vehículo propio, de que solo disponía de un carrito de golf para moverme en la urbanización y por el campo de golf pero no de transporte privado para salir al pueblo a hacer las compras u otras gestiones necesarias en el día a día. Nosotras ya jugábamos a golf para ese entonces y cuando se percató de que yo solía alquilar coche una vez a la semana para realizar las compras, ella comenzó a avisarme cada vez que hacía sus compras para yo evitarle pagar un coche de alquiler. Ya no solo jugábamos a golf, sino que también compartíamos tiempo en tareas personales y nuestra relación de amistad se iba fortaleciendo y fortaleciendo.

*Virginia era una de las veteranas en el grupo de mujeres jugadores de golf y es popular en el círculo por su habilidad para organizar cualquier tipo de evento, por ese motivo, ella organizaba las salidas además de otros encuentros sociales en la urbanización y se ganó hacía tiempo atrás, el respecto de sus compañeras. Gracias al aprecio que la tenían, a sus fiestas acudían las jugadoras más populares del club, las que habían ganado torneos y estaban consideradas como las mejores jugadoras amateurs del Campo de Golf Mantarraya. No era fácil entrar en el campo con ellas puesto que era un grupito bastante cerrado pero gracias a *Virginia y sus fiestas, se me dio la oportunidad de conocer a las dos

protagonistas principales del grupo de golf de mujeres, *Christine y *Belen. *Christine, campeona del torneo anual de mujeres en el Club Mantarraya en varios años seguidos hasta el 2016, estaba en su fiesta. *Virginia nos presentó y me dijo: "Hola Itziar, me dice *Virginia que tienes un "driver" realmente bueno y que te tienes habilidades para el golf". Mi respuesta fue en la misma sintonía: "Hola *Christine, un gusto conocer a la casi indestronable campeona de golf en nuestro club, muchas compañeras me han hablado de tu juego y te puedo confirmar que han mostrado gran admiración ante tu habilidad en este deporte". Tras una larga conversación, ella me invitó a jugar el siguiente domingo con su círculo cercano. *Belen, campeona del torneo de golf del 2017 también estaba en esta fiesta, pero no tuve la oportunidad de hablar con ella, tan solo nos presentaron y nos saludamos formalmente.

*Karina, la pianista de la urbanización y vecina en mi segunda casa en el hoyo 7, decidió animarse a aprender a jugar a golf y tras recibir unas clases, comenzamos a salir juntas a jugar dos veces por semana. Compartíamos temas de política internacional y de corrupción de gobiernos. La relación entre ambas se estrechó tanto que me empezaron a invitar a comer a su casa muy frecuentemente e incluso me invitaron a la fiesta de celebración del cumpleaños de su marido, *Michel. En esta fiesta tuve la oportunidad de relacionarme con personas con las que me cruzaba en la urbanización pero nunca entablamos conversación. *Karina me invitó a cenar en su casa el día de navidad del año 2017 pero yo ya había aceptado otra invitación y le prometí asistir en Navidades del 2018, que así fue. *Belen y *Karina son de Polonia y esporádicamente organizan comidas juntas, con sus maridos. *Karina me invitó a comer con ellos un domingo y ahí tuve la oportunidad de conocer más a fondo a *Belen. Pero la oportunidad de jugar con ella surgió a través de una salida que organizó *Virginia en la que me incluyó en el grupo y me puso como su compañera de carrito.

*Donna, compañera también de juego desde mis principios y con la que compartía temas de crecimiento personal, organizó una fiesta de despedida para su vecina Monique porque se volvía a su país de origen y me invitó al acontecimiento. *Donna es propietaria de una vivienda en la urbanización desde hace más de diez años y es su residencia habitual, así que conoce a una gran parte del vecindario. En esta fiesta también tuve la oportunidad de conocer y entablar conversaciones con nuevas caras.

*Eva Maria, propietaria de la segunda casa más popular por su arquitectura en la urbanización, solía organizar encuentros en su piscina casi todos los meses y en una ocasión vino a mi casa a invitarme. Habíamos coincidido en fiestas de amistades comunes. El día anterior a este encuentro, fue casualmente el que empecé a jugar a golf con el presidente del campo y nada más llegar a casa de *Eva Maria, un par de invitados que

estaban a la entrada del área de la piscina, me saludaron muy abiertamente y me vacilaron con el comentario de que yo ya pronto no iba asistir a sus fiestas porque me estaba codeando con el círculo del presidente. Después de esta primera invitación, fueron llegando más y más hasta el punto en que se me juntaban varias invitaciones a fiestas el mismo día así como para jugar a golf, algunas de las cuales tenía que rechazar porque se pisaban unas con otras.

La entrevista dirigida fue una herramienta imprescindible para entender más a fondo cómo se articulan las relaciones entre los jugadores. Al comienzo tuve la sensación de que cada entrevistado presentaba una expectativa tan diferente del anterior que me parecía muy difícil entender la afinidad entre los informantes, hasta que tomé conciencia de que mi mirada estaba enfocada en dar con los argumentos para confirmar que la hipótesis planteada en esta investigación era correcta en lugar de observar con una visión más amplia, sin pretensiones y con ojos de extrañeza lo que estaba aconteciendo delante de mí. Y lamentablemente, me encontré con la situación de que los perfiles de clase alta con los que jugué y solicité una entrevista, nunca se negaron pero me dieron largas y no tuve el tiempo de buscar la manera de superar esta barrera. El presidente también se me escurría una y otra vez pero el penúltimo día antes de marcharme de Panamá, tuve la suerte de localizarle en su casa, saliendo a buscar a su sobrina y me ofrecí a acompañarlo en el coche mientras hacíamos la entrevista. Al ver que no me rendía, aceptó y no solo la entrevista fue estupendamente, sino que él disfrutó mucho de contarme su experiencia en el golf y aun habiendo acabado las preguntas y quitado la grabadora, él continuo hablando sobre el golf y dándome consejos.

Una de las suposiciones clásicas que envuelven esta práctica y que los empleados en el club me confirmaron una y otra vez, es que los participantes poseen un poder adquisitivo alto o muy alto, con lo cual, me pareció importante conocer más en profundidad sobre este aspecto pero me resultaba bastante invasivo hacer preguntas sobre sus propiedades e inversiones, de manera que decidí aplicar una de las técnicas de Bourdieu, el cuestionario anónimo para solicitar información sobre su patrimonio y sus actividades de ocio. En una primera instancia, dejé los cuestionarios en el *proshop*, tienda en la cual se reserva la hora de salida y donde también se pueden comprar artículos relacionados con el deporte, y solicité a los empleados que informaran a los jugadores sobre este documento para llevar a cabo una investigación antropológica. El resultado fue que no se rellenó ni un solo cuestionario y que el personal de la tienda no invitaba a los jugadores a rellenarla. No habiendo obtenido resultados, decidí enviar el formulario personalmente por email a todos aquellos con los que había jugado personalmente a golf, quienes en su mayoría respondieron de forma positiva. Esta parte de la obtención de datos no fue realmente tan anónimo como yo hubiera deseado pero por otro lado, aunque en el documento no

constase los datos personales del sujeto, yo reconocía el remitente del email, y pude contrastar que la información que daban, era cierta con respecto a lo que yo sabía o intuía sobre su posición socio-económica. De igual modo que con las entrevistas, ningún jugador de clase alta con los que pude jugar en mi trabajo de campo, rellenó el cuestionario.

Gracias a los cuestionarios que recogen información sobre los tipos de capital y los posibles modos de conversión, realicé un replanteamiento de las categorías de análisis que permiten una análisis de la información obtenida con más profundidad. La nueva clasificación de categorías de análisis se compone de 4 prácticas de identificación distintivas, siendo éstas, la posición social, relaciones entre posiciones sociales, expectativas de conversión de capital, y de producción de capital social.

Mientras reunificaba toda la información recogida con las distintas herramientas metodológicas, vi la necesidad de ordenar los datos obtenidos en las entrevista y de volver a reconfigurar las categorías de análisis. No toda la información recolectada en las entrevistas me era necesario en la etapa del análisis de manera que diseñé un cuadro que respondía a las preguntas y prácticas especificadas en las categorías de análisis. Del mismo modo, percibí una desalineación entre la hipótesis de estudio y las categorías, por lo tanto, procedí a la reordenación de las mismas en relación a las prácticas a observar con el objeto de facilitar la obtención de conclusiones en la fase del análisis en relación al objeto de estudio de esta investigación. Como consecuencia de esta decisión, transformé en tres las cuatro categorías anteriormente estructuradas: la identificación de la posición social de los agentes sociales, para ello observo los indicadores de capitales económico y cultural, y las prácticas de comunicación interactiva; la identificación de expectativas de los sujetos obteniendo información sobre la razón por la que deciden realizar este deporte y los temas de conversación en momentos de socialización; y las identificación de las formas de producción social que los jugadores utilizan en sus prácticas de interacción.

ANALISIS

A nivel personal, al comienzo de mi investigación me sorprendió el cambio que significó mi integración en el deporte de golf en mis relaciones sociales con los vecinos. Yo ya conocía a mis compañeros de juego desde hacía dos años, y ya había coincidido en fiestas privadas pero una vez comencé a jugar con cierta asiduidad y mostré mi pasión por el golf, esas mismas relaciones se intensificaron, se volvieron mas cercanas, y se produjo de forma natural un crecimiento de mi red de contactos muy significativa en muy poco tiempo. La red de contactos que creé en dos años se duplicó en tan solo 3 meses.

Por otro lado me doy cuenta de que posiblemente mi experiencia es similar a la experiencia de cualquier otro principiante en el sector del golf con fines diferentes. En otras palabras, del mismo modo que yo deseaba ser admitida en el grupo de jugadores, otro principiante puede desear igualmente ser admitido por el colectivo. De igual modo que yo tenía mi propio motivo para jugar a golf, realizar la investigación, otros jugadores también tendrían el suyo propio. E igualmente ocurre con respecto al deseo de ampliar la red de contactos, de llegar a las personas más influyentes, en mi caso el presidente del club para cumplir con mis objetivos de obtener más información. De hecho, yo misma cumplía los criterios de selección para realizar las entrevistas. Esta toma de conciencia con respecto a mi involucración en la investigación, me ayudó a leer e interpretar mis notas desde un prisma distinto.

El mismo día que comuniqué mi deseo de jugar a golf, un vecino que ya me conocía desde hace un año me ofreció voluntariamente una membresía de valor de 1500\$, sin coste alguno y tan pronto como hice el curso de golf, *Virginia vino a mi casa a invitarme a jugar con el grupo de mujeres, y así ella, como otras jugadoras, me regalaron prendas y objetos necesarios para jugar. Nada más iniciarme me hicieron regalos que para mí resultaron en una reducción de costes económicos en mi nueva actividad. El proceso fue tan sutil que no me di cuenta del hecho de que estaba siendo protagonista de una práctica de producción de capital social. Mi nueva red estaba facilitando mi ingreso en el círculo del golf, gracias a las relaciones de compañerismo y de cooperación, mis compañeros estaban compartiendo sus recursos conmigo. Yo estaba obteniendo beneficios por pertenecer a esta comunidad de jugadores.

A pesar de mi impresión de que no tenía suficiente información cuando acabé la fase del trabajo de campo y revisé toda la información antes de empezar a organizarla, cuando me sumergí en la labor de analizar, noté que mi impresión no era acertada, que tenía muchísima información para el propósito de la investigación y que los cuestionarios no fueron necesarios. Por otro lado, durante el proceso tenía la constante preocupación de si los informantes que seleccioné para la entrevista, verdaderamente eran representación del colectivo. Los cuestionarios fueron una herramienta muy útil para eliminar mis sospechas. Aunque existen excepciones, los resultados que arrojan la observación participante y las entrevistas presentan muchas similitudes con los cuestionarios.

Dado que hay mucha información recopilada, divido el apartado del análisis en función de las categorías: identificación de posesión de capitales, identificación de expectativas, e identificación de formas de producir capital social.

1.-Identificación de posesión de capitales

Capital económico

El cuestionario: Los datos del cuestionario corresponden 3 directores, 3 profesionales liberales y 4 pequeños empresarios.

Los tres directores disponen de dos residencias, realizan inversiones en otras propiedades e invierten en el mercado de valores. Dos de ellos disfrutaban de vehículos de lujo y sólo uno tiene negocio propio; Los tres profesionales tienen una residencia en propiedad, uno tiene una segunda propiedad, uno invierte en otras propiedades, uno tiene un negocio propio y dos invierten en bolsa; Tres de los cuatro pequeños empresarios disponen únicamente de una residencia, uno de ellos tiene dos viviendas. Tres de ellos invierten en otras propiedades, los cuatro invierten en bolsa, uno tiene un vehículo de lujo, y dos de ellos disponen de otros vehículos de lujo.

Estas cifras indican que el capital económico de los directores es superior al de los pequeños empresarios y el de éstos es superior al de los profesionales.

La observación participante: Los datos corresponden a 8 directores, 4 profesionales liberales y 6 pequeños empresarios.

En las fiestas a las que fui invitada pude observar que aquellas parejas extranjeras cuyos maridos fueron directores de grandes multinacionales, en total cinco directores, poseían casas más grandes, coches más lujosos, aunque no fueran de gama alta, y disponían de una segunda vivienda en otros países libre de deudas, los otros tres directores eran panameños, tenían una segunda vivienda también libre de deudas, y solo uno de los ocho directores invertía en otras propiedades, invertía en bolsa, tenía un vehículo de gama alta y otros de lujo ; Dos de los cuatro profesionales poseían una sola vivienda en la urbanización que en los dos casos coincidió que la pagaron con sus ahorros de por vida. El Sr. Abogado y el Sr. Odontólogo, panameños los dos y profesionales liberales, disfrutaban de un mayor volumen de propiedades ubicadas en el centro de la capital y en otros campos de golf así como coche de gama muy alta; Tres de los cinco pequeños empresarios eran panameños y disponían de dos casas, pero contenían préstamos hipotecarios que aún estaban pagando; los otros tres pequeños empresarios eran extranjeros y disponen de una sola vivienda en su país de origen.

Los datos de la encuesta coinciden con las notas producidas en la observación participante con respecto a la disposición de capital económico excepto en el caso del Sr. Abogado y del Sr. Odontólogo quienes siendo profesionales, el patrimonio es superior al de los directivos.

De todos modos, es importante comentar que ambos están muy involucrados en cuestiones políticas.

Por lo tanto, los datos registrados en esta investigación indican que los directores presentan un capital económico superior a los propietarios de pequeños negocios y éstos a su vez, superior a los profesionales, siempre y cuando éstos últimos no estén involucrados en la política quienes tienen tendencia a disponer de un mayor capital económico.

Capital cultural

El cuestionario: Los datos corresponden a 3 directores, 3 profesionales liberales y 4 pequeños empresarios.

Dos de los tres directores presentan estudios superiores especializados, uno de ellos tiene estudios universitarios y uno formación profesional; Los tres profesionales liberales disponen de estudios universitarios; de los tres propietarios de pequeños negocios, solo dos tienen estudios universitarios, uno de ellos tiene una formación profesional y el otro, inferior al profesional. Mientras que dos de los tres directores y profesionales han recibido estudios en el extranjero o de idiomas, los pequeños empresarios no han salido del país para estudiar ni han aprendido otro lenguaje. Con respecto a otros indicadores de capital cultural, el perfil del director mantiene un porcentaje más alto en las actividades culturales familiares y en la disposición de artículos culturales en el hogar que el profesional. Los pequeños empresarios no asisten a actividades culturales en familia, pero tienen el porcentaje más alto en la realización de actividades deportivas en familia.

Por lo tanto, según estos datos, los directores presentan un capital cultural adquirido superior que los profesionales porque su grado de formación universitaria es superior, y los profesionales disponen de un capital cultural adquirido superior a los pequeños empresarios. Y solo uno de los directores presenta capital cultural heredado de su familia.

La observación participante: Los datos del cuadro corresponden a 8 directores, 4 profesionales liberales y 6 pequeños empresarios.

Con respecto a mis compañeros de juego, siete de los ocho directores presentan estudios de grado superior, y uno de formación profesional. Dos estudiaron otro lenguaje e otro país y uno cursó estudios en el extranjero; Tres de los cuatro profesionales liberales disponen de estudios superiores especializados, uno de grado superior, y tres cursaron estudios en otros países extranjeros; Uno de los pequeños empresarios cuenta con estudios académicos especializados, dos con universitarios superiores y dos con universitarios de grado

medio, y uno dispone de estudios de formación profesional. Ninguno de ellos ha estudiado en otro país extranjero ni otro idioma.

Los datos que provienen de los cuestionarios y de la observación participante no coinciden en esta ocasión, mientras en el cuestionario los directores presentan un mayor capital social, en la observación participante, los profesionales liberales disponen de un mayor capital social. En ambos casos, los pequeños empresarios disponen en capital cultural menor.

Identificación de la posición social: clases sociales y dimensiones

Clasificación de Clase social

El perfil más alto en el grupo de residentes extranjeros era director de multinacionales o profesionales con estudios de grados superior, su disposición de capital económico corresponde a dos viviendas en propiedad, no disponen de vehículo de lujo, pero si de buena calidad, no tienen negocio propio pero si realizan inversiones en otras propiedades, o en bolsa. Su red de contactos se limitaba a los vecinos de la urbanización. En el perfil en el grupo del presidente, todos ellos panameños, algunos estaban retirados otros aún no, ejercieron o ejercían posiciones de director, presidente o profesionales con estudios de grado superior especializado, algunos de ellos disponían negocio propio, varias viviendas en propiedad, más de dos, y disponen de una red de contactos muy amplia a nivel nacional e internacional.

El volumen de capital económico del grupo del presidente es superior al dispuesto por el grupo de extranjeros residentes. El volumen del capital cultural del grupo del presidente es igual o superior al del grupo de extranjeros residentes. El volumen del capital social del grupo del presidente es superior al grupo de extranjeros residentes. Por ende, consideramos el grupo del presidente la clase más alta dentro de la estructura social construida en el campo de golf mientras que el grupo de extranjeros residentes pasa a ser considerada por debajo de la alta pero a su vez por encima de la media porque el deporte golf exige un nivel medio-alto para poder permitirse pagar los costes de la afiliación. Por lo tanto, de aquí en adelante, el grupo del presidente es clasificada como clase alta en esta investigación y en el entorno del club Mantarraya y el grupo de residentes extranjeros como clase media-alta.

Determinación de Dimensión dominante-dominado

Del mismo modo, dentro de la estructura social en el campo de golf, siendo el grupo del presidente el de volumen de capitales más alto, pasa a ser considerada la dimensión dominante y el grupo de extranjeros retirados, al disponer de un volumen de capital por debajo, pasa a considerarse la dimensión dominada.

Tanto en el grupo de extranjeros retirados residentes en la urbanización como en el de los panameños retirados, dan valor a la habilidad de juego dentro de su misma posición social de manera que en los encuentros se puede observar que estas personas son admiradas y se les otorga un protagonismo especial, a saber, la jugadora pequeña empresaria de Canadá no dispone de propiedad en la urbanización, ella alquila villa todos los años, el volumen de su capital económico es menor que el de sus compañeras y el capital cultural es parecido pero está muy bien considerada porque ha sido campeona de la liga de mujeres por varios años y siempre tiene un trato más exquisito por el resto del colectivo. Lo mismo ocurre en el grupo de extranjeros residentes de hombres, el ingeniero retirado de Canadá, no existe una gran diferencia en cuanto a volúmenes de capital económico o cultural con el resto del grupo pero ha sido campeón de la liga anual de hombre en el club en varias ocasiones y por ello está muy bien considerado, en las cenas de grupo, siempre se le otorga el asiento principal en la mesa. En el caso del presidente ocurre exactamente igual. El Sr. Presidente es el mejor jugador en su círculo de amateurs y en segundo lugar está el Sr. Abogado, ellos dos normalmente comparten carrito y se ceden los honores de salida en cada hoyo al margen de quién haya realizado la menor puntuación en el hoyo anterior. En las cenas de grupo, el presidente toma el asiento principal de la mesa y el Sr. Abogado se sienta justo en frente, el resto de los asistentes alrededor de la mesa en las sillas restantes.

Por lo tanto, el capital específico reconocido en el club de golf Mantarraya y legitimado por sus jugadores de golf es la disposición y distribución de capitales del grupo del presidente, y la calidad del juego en el campo.

Prácticas de comunicación

La observación participante

Durante el trabajo de campo he observado que las personas se comportan de diferente modo en la cancha que en los espacios sociales privados. Durante el juego los agentes se comunican en un tono cercano pero distante a la vez, los cuerpos de algún modo se mantienen separados, mirando siempre al frente, y girando la cabeza al lateral cuando se

está conversando, cada uno se mantiene en su espacio. Esta actitud es posible a que se debe a que el golf es un deporte que requiere de concentración y de forma natural se busca estar acompañado de personas con las que uno se siente cómodo aún mostrándose en un estado más introvertido. Sin embargo, cuando éstas mismas personas están presentes en fiestas privadas, con sus amigos, se muestran mucho más espontáneos y abiertos a la interacción, sus comportamientos y códigos de comunicación son más extrovertidos, buscan una conexión con la otra parte, miran de frente en la conversación, no solo con los ojos sino con todo su cuerpo de una forma mucho mas relajada.

Las fiestas se convirtieron en espacios sociales en donde se hacía visible los diferentes estilos de vida entre los dos grupos estudiados, no solo por las diferentes distribuciones de capitales sino también por sus prácticas de comunicación e interacción, es decir, el *habitus*, que es causante del origen de todos los procesos de amistad, colaboración, compañerismo, etc., por ende, es origen de la producción del capital social. Cada grupo muestra sus formas propias de interacción y del mismo modo, sus formas de producción de capital social.

El volumen de invitaciones a acontecimientos del grupo de extranjeros era bastante mayor que del grupo de panameños y del mismo modo ocurría con el volumen de asistentes. Cuando asistía a un evento organizado por los jugadores extranjeros residentes en el campo, el acceso a personas con las que aún no había tenido contacto directo era fácil, era muy normal conocer y relacionarme con varias personas durante la tarde-noche, en cambio, cuando asistía a uno de los jugadores pertenecientes al círculo del presidente, no siempre había nuevas caras y el modo de relacionarse requería de ciertos formalismos que en el grupo de extranjeros no existía.

Otra de las peculiaridades que pude observar en las fiestas es que mientras que en los grupos de extranjeros se formaban pequeños círculos que se iban combinando de forma espontánea y daba pie a que pudieras relacionarte con casi todos los asistentes, en las quedadas de los del grupo de panameños era habitual tener algún asistente vip que se llevaba el protagonismo de la conversación y a quién todos escuchaban su oratoria. Por ejemplo, hubo un caso en el que habían invitado a la persona de mayor responsabilidad del departamento de policía de Panamá. Esta persona trabajó varios años en narcotráfico y nos mantuvo expectantes durante toda la velada contando sus experiencias en el pasado. Cuando no había invitados especiales, la conversación era compartida, cercana con bastante tono de humor pero siempre, aún siendo muy atentos, con cierta distancia hacia los últimos llegados al grupo.

En ambos grupos ocurría que para entablar una relación mas cercana era importante coincidir en mas de una ocasión. Un primer encuentro daba juego para conocer y entrar en

formalidades pero para profundizar en la relación, se requería de más interacciones en otras fiestas en las que se coincidía, excepto que alguien haya hecho una labor expresa de acercar a dos personas por las razones que sea, por ejemplo, cuando la organizadora de las salidas del grupo de mujeres, nos acercó a la campeona de la liga de mujeres hasta el 2016 y a mi porque consideró que ella podía ser una gran informante en mi trabajo de campo y porque me ayudaría a mejorar mi juego. En definitiva, la ampliación de la red de contactos, o lo que es lo mismo del capital social, en el grupo de extranjeros era más rápida y más accesible que el en otro grupo porque había un mayor volumen de asistentes y porque las prácticas de comunicación son más cercanas.

2.-Identificación de Expectativas

Expectativas

El cuestionario: Los datos corresponden a 3 directores, 4 profesionales liberales y 4 pequeños empresarios

Todos los perfiles coinciden en que la práctica del golf es una actividad de ocio, un modo de realizar ejercicio físico, y un modo de disfrutar de la naturaleza que les permite interactuar con personas de su misma clase social. Un director y uno pequeño empresario opina que es un buen modo para mantener la red de contactos. Dos de los tres directores y dos de los cuatro profesionales estiman que es un medio para crear nuevas relaciones. Dos de los cuatro pequeños empresarios indican que la práctica del golf es un medio para acceder a nuevas alianzas y oportunidades de negocios.

Las entrevistas: los datos corresponden a 6 directores, 4 profesionales liberales y 2 pequeños empresarios.

Las cuatro mujeres jugadoras profesionales entrevistadas coinciden en que el golf tiene implícita la esencia de ser un deporte social, que es una forma muy efectiva para ampliar la red de contactos, y que el encuentro con la naturaleza es uno de sus mejores aportes. Adicionalmente, tres de ellas tienen otra expectativa, un juego contra sí misma que le invita a la autosuperación, un aporte a la salud, y un modo de compartir con su pareja y con sus amistades. La pequeña empresaria destaca poder hacer deporte, gestionar el estrés de su vida diaria y si cae algún negocio inesperado en la conversación, pues bienvenido sea.

La expectativa de los hombres jugadores entrevistados que han sido directivos está mucho más orientado hacia un contexto profesional. Un directivo retirado de Canadá ha participado en torneos organizados por su compañía para intercambiar opiniones entre compañeros de trabajo pertenecientes a diferentes departamentos. Comenta que el golf se utilizaba como herramienta para intercambiar información e incluso realización de entrevistas; Un ingeniero retirado también de Canadá, comparte que cuando estaba activo profesionalmente, ha visto utilizar el golf como una estrategia para recibir un reconocimiento en su nicho de mercado, y opina que si hay un interés de desarrollar un proyecto con alguien en concreto, el juego es un medio para conocer la personalidad de la otra parte antes de firmar un acuerdo; Otro director retirado de Canadá opina que el golf y los negocios no solo están relacionados sino que están interrelacionados y explica que es un espacio idóneo para conocer a personas expertas en diferentes temas y cuando requieras los servicios de dichas especialidades, ya tienes un nombre y una cara con quien contactar; Padre directivo e hijo ingeniero, de Canadá, no ven el golf como un negocio, ni como una herramienta, sino como un contexto. Un contexto que permite un acercamiento a los colegas que la oficina no permite, un espacio donde se fortalecen las relaciones de compañerismo al margen de su responsabilidad en la empresa; Un joven abogado de Panamá, entiende el golf como un medio para ampliar la red de amistades profesionales y cultivar las relaciones, así como un método de desarrollo del autocontrol mental y concentración, y también, para la gestión del estrés.

La expectativa de los pequeños empresarios entrevistados han mostrado incluso una orientación más intensa hacia lo profesional o incluso lo comercial. Una de las pequeñas empresarias dice que aunque su razón principal es hacer deporte, no deja escapar ninguna oportunidad de hacer negocio si se presenta la oportunidad. Dos de los pequeños empresarios entrevistados afirman que la práctica del golf es una combinación entre diversión y un contexto para conducir un negocio. Ellos han organizado y participado en torneos de golf para promocionar nuevos productos, agradecer la fidelidad a sus clientes, lanzar novedades, para conocer sobre otros proyectos en los que tienen interés, para socializar con clientes de otras empresas con las que se coopera, para conocer el cliente más a fondo antes de venderle un producto o proyecto, etc.

El profesor de golf explica que existen muchos motivos por los que las personas juegan a golf, no solo los negocios. Desde su posición de profesor, él ha visto que algunas personas vienen a relajarse, a hablar con alguien sobre sus preocupaciones o vienen para liberar el estrés acumulado; explica que algunas compañías organizan

ligas empresariales con el fin de que sus ejecutivos puedan encontrar un ambiente neutral, relajado, donde puedan dialogar.

Temas de conversación

El cuestionario: Los datos corresponden a 2 directores, 2 profesionales liberales y 4 pequeños empresarios

Los directores se muestran más abiertos a comentar una mayor variedad de temas, dos de tres directores hablan de política, economía, finanzas y asuntos sociales, uno de los tres directores están dispuestos a debatir de algún tema de trabajo. Los profesionales no gustan hablar de finanzas, economía o política, prefieren temas sociales, debatir temas profesionales con compañeros y de socialización. Los pequeños empresarios también se muestran muy abiertos a todo tipo de conversaciones, financieros, económicos, sociales, bromas e incluso debatir asuntos de trabajo.

La observación participante: Los datos del cuadro corresponden a 8 directores, 4 profesionales liberales y 6 pequeños empresarios.

Los directivos con los que he salido a jugar, normalmente mantienen conversaciones sociales, comentan el juego del día anterior, las noticias que han escuchado en la televisión, sobre política internacional, economía... nunca les he escuchado hablar de asuntos de trabajo, contratos o negocios. Las mujeres del "ladies group" que han sido empleadas como profesionales han mostrado una mayor inclinación a mantener durante el juego conversaciones de tipo social, excepto una de ellas que su tema más frecuente es la política en cualquiera de los entornos en que se encuentre. Uno de los hombres profesionales con quien salí a jugar en varias ocasiones comentamos asuntos de bienes raíces. Los pequeños empresarios muestran más interés sobre temas que puedan generar beneficios, tipo inversiones en bolsa, información sobre las monedas virtuales, compra-venta de bienes raíces. Han mostrado una inclinación hacia temas profesionales.

Todas las técnicas utilizadas para recolectar datos han mostrado el mismo resultado. Las mujeres profesionales viven el golf desde la parte social, la creación de relaciones, amistad, compartir, conversaciones sociales, salud, deporte, etc. Los directivos, además de entender el golf como un entretenimiento y acción social, presentan una orientación más profesional

pero desde la perspectiva de las relaciones profesionales, fidelización de clientes, entrevistas de trabajo, networking con colegas de otros departamentos, etc. Y el pequeño empresario es el único perfil que ha seleccionado la casilla de nuevas oportunidades de negocio o de socio en el cuadro que recoge información sobre el motivo por el cual juegan a golf y se ratifica en las entrevistas a dos pequeños empresarios que consideran y hace uso del deporte del golf como una herramienta de producción de capital social con la intención de generar colaborar en nuevos proyectos, venta de productos, selección de socios para sus empresas, etc. Los pequeños empresarios sí entienden el golf como una herramienta para lograr un desplazamiento en su volumen y distribución de sus especies de capital.

3.-Identificación de las formas de producción de capital social

Indicadores de producción de capital social

El cuestionario: Los datos corresponden a 3 directores, 4 profesionales liberales y 4 pequeños empresarios

Los directores asisten a una gran variedad de actividades sociales. Dos de tres directores son miembros del Club de Golf de Panamá y asisten a fiestas y eventos privadas. Todos los directores están inscritos en otros clubs de golf, y les gusta asistir a otras actividades sociales y deportivas. Solo uno de los tres directores asiste a eventos y fiestas públicos. Los profesionales presentan prácticamente las mismas preferencias. Y los pequeños empresarios destacan porque les gusta acudir a todo tipo de actividades, públicas, privadas, deportivas, sociales.

Los empresarios muestran un mayor interés en participar en actividades de producción de capital social que el los directores y los profesionales. Éstos últimos para que son más selectivos a la hora de asistir a un evento, prefieren los acontecimientos privados.

La observación participante

Las fiestas privadas en casas de los propietarios se convirtieron en espacios de socialización habituales en la que además de compartir la pasión por el golf, se creaban más afinidades, se fortalecían las relaciones con las personas con las que ya mantenía una interacción continua, y me ayudó a ampliar mi red de contactos en muy poco tiempo de una manera asombrosa, pero a diferentes ritmos dependiendo del grupo. La red de contactos que surgían del grupo de los extranjeros retirados crecía mucho más deprisa que la red del círculo del presidente.

Las entrevistas

El Sr. Presidente en su oratoria repite constantemente la palabra “relaciones”. Para el presidente, el golf es un espacio que le abre puertas a relacionarse con todo tipo de personas de bien, y más en su caso, porque el hecho de ser el presidente de la Asociación de Golf de Panamá, le ha posicionado en la mesa de eventos nacionales del golf con grandes personalidades del país, tales como el presidente del gobierno, diputados, alcaldes, presidente de grandes multinacionales tipo BMW, etc., y aclara que en ese tipo de acontecimientos, no hay distinciones de edades, todos se relacionan con todos.

El presidente aclara que el golf es un deporte agradable, simpático que conecta a mucha gente, y tanto el pro como el presidente se refieren el hoyo 19 como un lugar muy importante en el proceso para fortalecer las relaciones, porque se genera un ambiente entre amigos, donde se comparten experiencias, momentos intensos del juego, donde se toman unos “traguitos”, unas “cervecitas”, un “roncito”, de pronto se llama a las señoras y la rumba continua en otro lugar... en palabras del pro, “es donde inicia todo y nunca termina ahí”, y en palabras del presidente, “donde se va creando una gran familia”. El hoyo 19 se conoce como el lugar donde se encuentran después de la partida de golf, no es un espacio concreto, puede ser cualquiera que los jugadores elijan pero si debe ser el lugar donde se relajan, comparten experiencias del juego, en algunos casos deciden y ir a casa de uno del grupo, como ocurría cada vez que jugaba con el presidente, después siempre íbamos a su casa y allí, venían otros jugadores y se organizaba un ambiente muy simpático como él mismo mencionan en la entrevista.

Los jugadores de golf están produciendo capital social constantemente con la diferencia de que los pequeños empresarios asisten a todo tipo de acontecimientos, públicos o privados mientras que los directores y profesionales tienden a ser mas selectivos y eligen encuentros más privados, pero existen una espacios en los que todos producen capital social: Los juegos en el campo de golf, las fiestas privadas por la noche en casa de los propietarios, las reuniones en el famoso hoyo 19, en otros clubs de golf, y en otras actividades deportivas.

Prácticas de interacción

El cuestionario: Los datos corresponden a 3 directores, 2 profesionales liberales y 4 pequeños empresarios

Dos de los tres directores juegan con grandes empresarios, con pequeños empresarios y con ingenieros. Todos ellos gustan jugar con profesionales y otros directores. Los profesionales se sienten más cómodos jugando con otros profesionales, con pequeños empresarios y con ingenieros, pero solo uno de ellos selecciona a los directores como compañero de golf. Los cuatro pequeños empresarios en cambio parece que prefieren jugar con otros pequeños empresarios, puesto que todos ellos juegan con otros pequeños empresarios y excepto uno que también gusta jugar con profesionales y con directores.

Los directores prefieren jugar con otros directores y con profesionales, pero también disfrutan de jugar con los grandes y pequeños empresarios; Los profesionales eligen jugar con otros profesionales; y los pequeños empresarios prefieren jugar con otros pequeños empresarios. Lo que es realmente curioso, es que nadie ha seleccionado jugar con políticos y que solo los directores juegan con los grandes empresarios.

Las entrevistas

Un director retirado de Canadá comparte que lo posibles acuerdos, tratos, empleos o lo que fuere, ocurren después de jugar, no durante el juego. Comenta que durante los 18 hoyos se genera una relación relajada en la que se pueden incluso bromear, y que después de 4 horas de conversación, puede en un futuro ser candidato en un empleo nuevo por la recomendación de un gerente con el que jugó a golf, que el campo es un medio para conocer mejor a las personas, porque se puede ver cómo reacciona ante el juego, cuáles son sus pensamientos, sus opiniones, su capacidad de aportar nuevas ideas; se puede recibir consejos de gerentes y personalidades con gran experiencia profesional; a veces, incluso se puede llevar a cabo una entrevista de trabajo mientras se juega. En la misma línea de pensamiento, el joven abogado panameño comparte que a través de las conexiones que ha hecho mientras juega a golf, le han solicitado su curriculum vitae para una nueva vacante, le han recomendado para una entrevista de trabajo, en otra ocasión le ayudaron para cerrar un contrato e incluso para conseguir un negocio, y aclara que también le ha ayudado a evolucionar en el mundo de los seguros. Para él, el golf ha sido una herramienta para cultivar relaciones profesionales que en muchos casos han acabado siendo una amistad importante en el futuro.

Dos pequeños empresarios de Canadá son ejemplo de una relación directa entre golf y los negocios. Aunque el golf lo consideran en gran medida una actividad de entretenimiento, uno de ellos especifica que el verdadero objetivo del golf no es

meter la bola en el agujero, sino crear una red de contactos, de relaciones y cómo no, de negocios. Estos empresarios utilizan el deporte como una estrategia de promoción y negociación en sus actividades profesionales, organizan torneos para entablar negociaciones, debatir entre socios, compartir clientes entre empresas, compartir proyectos, conocer las necesidades del cliente o socio, etc. Los empresarios explican que en los torneos que se organizan a nivel corporativo, invitan a gerentes de varias empresas que pertenecen a un mismo sector y les animan a traer a sus clientes para generar un networking entre empresarios y consumidores finales que permita construir nuevas relaciones, y ampliar el volumen de potenciales clientes. Su socio también patrocina anualmente un torneo de golf y otro de pesca con la intención de invitar a sus clientes en agradecimiento a los negocios que hacen con su compañía, al mismo tiempo está fortaleciendo la relación con ellos, les informa de las novedades de la temporada y de manera indirecta, está fidelizando a sus clientes para futuras ventas. Comenta que a veces se le ha dado el caso de que él estaba interesado en jugar con una persona en concreto porque está interesado en su proyecto. Cuando esto ocurre pone en marcha el aspecto social del golf de manera que puede hacer las preguntas que estime necesarias sobre el caso y las futuras ofertas, etc. Me detalla el proceso: él desea entrar en negociaciones con alguien en concreto, de manera que en primer lugar hace un trabajo de investigación sobre la persona con la que desea colaborar, durante el trayecto del juego, le deja hablar sobre sí mismo porque según el empresario, a todo el mundo le gusta hablar de sí mismo, de sus logros, de su familia, de sus deportes favoritos, y de ese modo, logra entablar empatía entre ambos. De forma recíproca él habla de sus proyectos, y poco a poco va dirigiendo la conversación hacia el tema que a él le interesa y le informa de la manera en que ese prospecto podría participar en su proyecto, porque antes del torneo, el empresario ya sabe cuales son sus objetivos y qué es lo que le quiere ofrecer o solicitar. Compara este proceso con el de una entrevista desde la perspectiva de que es un intercambio de información en áreas concretas y del mismo modo en que no solicitas una entrevista de trabajo a cualquiera, sino que eliges candidatos en función de su curriculum y de cómo puede aportar a su empresa, opina que se debe elegir a los compañeros de juego con los que se desea entrar en negociaciones.

Cuando el asistente del superintendente en el Club Mantarraya trabajaba en el *proshop*, tenía muy buena relación con varios de los clientes. Uno de ellos era gerente del Banco General. El Sr. Gerente estuvo insistiéndole para que se comprara una casa y se ofreció para ayudarle con la aprobación del préstamo hipotecario. El ayudante, tres años más tarde, vio una casa que le gustó por valor de \$98.000 y se lo comunicó al jugador. Éste le dio instrucciones para que pasara por el

Banco General de Penonomé, que solicitara y rellenara la documentación para obtener un préstamo hipotecario y que le informara al agente correspondiente de que debía de llamarle por teléfono a él, al gerente. Así lo hizo y en un plazo dos días tras presentar el papeleo, le llamaron por teléfono para notificarle que se le había concedido el préstamo al 100%.

El Sr. Presidente cuenta que el golf le ha dado “muchas, muchas amistades y muchos contactos”, y comenta que tuvo la oportunidad de asistir a convenciones mundiales en donde se relaciona y se contacta porque se habla el mismo idioma. Él opina que no es necesario tener conocimientos de economía, ni finanzas ni de nada, tan solo consiste en compartir el golf con “ellos” (se refiere a personas influyentes), donde se genera un tipo de relación que luego te abre puertas. Me explica una vez acabada la entrevista que cuando él era vendedor, hace muchos años, le era muy difícil lograr cita con los altos dirigentes de la empresa, en cambio, cuando empezó a jugar a golf, podía concertar reuniones con ellos directamente en lugar de ser recibido como un simple vendedor en la recepción de la empresa.

CONCLUSION

1.-Identificación de la posición social

Los datos registrados en esta investigación indican que los directores presentan un capital económico superior a los propietarios de pequeños negocios y éstos a su vez, superior a los profesionales. En cambio, los directores presentan un capital cultural adquirido superior que los profesionales porque su grado de formación universitaria es superior, y los profesionales disponen de un capital cultural adquirido superior a los pequeños empresarios.

En el campo de golf Mantarraya se ha podido discernir claramente dos tipos de grupos con patrones muy similares entre los componentes del mismo y distintos con respecto al otro grupo. Y cada grupo pertenecía a una clase social distinta. Los extranjeros retirados y los pequeños empresarios, por su volumen y la distribución de sus capitales pertenecen a una clase media-alta, con prácticas muy similares entre ellos, mientras que el grupo de panameños disponen de un mayor volumen de capital económico, patrimonial y cultural además de estar relacionados en la alta sociedad de Panamá y en asuntos políticos. El grupo de panameños pertenecen a una clase social superior al grupo de extranjeros retirados.

Los sujetos de clase media-baja han trabajado como empleados de grandes multinacionales, han ahorrado y lo han invertido en bienes raíces, disfrutan de una

residencia habitual en un país tropical y otra u otras en otros países. Este perfil practica el golf de forma social, y sin aspiraciones orientadas al negocio, mientras que los pequeños empresarios, que también pertenecen a esta misma posición social y con la diferencia que aún están activos laboralmente, sí han mostrado su interés en el uso de dicho deporte como estrategia profesional para lograr conversiones de capitales. Los agentes de clase media-alta que no eran pequeños empresarios, sino que eran directores de grandes multinacionales, cuando han contado cómo se iniciaron en el mundo del golf, coinciden en que la empresa con la que trabajaban les había invitado, motivado o regalado una membresía en el campo de golf. En estos campos se han relacionado con otros directivos, en algunos casos de forma natural y espontánea y en otras en ligas y torneos que sus empresas han organizado con propósito profesional específico y tenían que asistir. Sin embargo, los pequeños empresarios decidieron iniciarse en el mundo del golf por propia iniciativa. Se podría decir que el pequeño empresario, aún teniendo el mismo estilo de vida y similar volumen y distribución de capitales, en sus prácticas profesionales, presentan ser más proactivos en sus actividades comerciales que los empleados de grandes multinacionales.

Los sujetos que pertenecen a la clase alta, además de desempeñar la función de altos directivos, en su mayoría tienen sus pequeñas empresas. El presidente nos ha contado que cuando él era aún un vendedor, conscientemente cerraba la posibilidad de reunirse con los altos directivos mientras jugaba a golf para asegurarse no ser un vendedor más que retienen en la recepción de la empresa. El Sr. Abogado, que además de ser cofundador en Morgan&Morgan se dedica a la compra venta de raíces inmuebles aún estando retirado, es decir, también empresario, me proponía ir a jugar a golf cada vez que yo tenía información para compartir con él sobre la venta de casas en la urbanización. Ambos definen el golf como un espacio donde se generan relaciones. Tanto el abogado como el presidente abiertamente nunca han reconocido el golf como una estrategia pero sí que lo utilizan o lo han utilizado como tal. ¿Porqué entonces no lo dicen abiertamente? Quizás porque las interacciones con carácter profesional no nacen de una estrategia planificada sino de una relación de gran afinidad en la que comparten sus necesidades o preocupaciones por el mero hecho de sentirse que están hablando con personas que, como dice el presidente, hablan el mismo idioma.

Cada grupo presenta sus formas propias de interacción y del mismo modo, sus formas de producción de capital social. La ampliación de la red de contactos, o lo que es lo mismo del capital social, en el grupo de extranjeros era más rápida y más accesible que el en otro grupo porque había un mayor volumen de asistentes y porque las prácticas de comunicación son más cercanas. Es decir, los grupos presentan diferentes *habitus* lo cual

tiene sentido porque la disposición del volumen global de capitales es distinta y sus modos de interacción también.

El volumen de capital económico, cultural y social del grupo del presidente es superior al dispuesto por el grupo de extranjeros residentes, por ello, consideramos el grupo del presidente la clase más alta dentro de la estructura social construida en el campo de golf mientras que el grupo de extranjeros residentes pasa a ser considerada por debajo de la alta pero a su vez por encima de la media porque el deporte golf exige un nivel medio-alto para poder permitirse pagar los costes de la afiliación. Por lo tanto, el grupo del presidente es clasificada como clase alta en esta investigación y en el entorno del club Mantarraya y el grupo de residentes extranjeros como clase media-alta.

El capital específico reconocido en el club de golf Mantarraya y legitimado por sus jugadores de golf es la disposición y distribución de capitales del grupo del presidente, y la calidad del juego en el campo.

2.-Identificación de expectativas

Las cuatro mujeres jugadoras profesionales entrevistadas coinciden en que el golf tiene implícita la esencia de ser un deporte social y que es una forma muy efectiva para ampliar la red de contactos pero también lo entienden como un juego contra sí misma que le invita a la autosuperación, un aporte a la salud, y un modo de compartir con su pareja y con sus amistades.

Los directivos y profesionales en cambio presentan un *habitus* basado en la generación de relaciones duraderas sin expectativa profesional, no lo plantean como una estrategia con la expectativa de reconversión de capitales en función del capital social del que disponen pero sí son conscientes de que crear una red de contactos basados en la confianza, en la afinidad y la amistad, como dice el presidente, crear una familia con personas de bien, abre puertas en el futuro de forma natural y espontánea, sin esfuerzos, y prueba de ello es el caso del asistente del superintendente, que sin jugar a golf, por el mero hecho de generar una relación de respeto y cercanía, ser servicial y atento con un jugador gerente del Banco General de Penonomé, le aprobaron un préstamo de \$98.000 en tan solo dos días, por recomendación del propio gerente. E incluso mi propia experiencia en la que un vecino me regala una membresía por valor de \$1500 por iniciativa propia, sin yo pedírselo, en función de la amistad que ya compartíamos gracias a las fiestas a las que había asistido en la urbanización desde hacía ya más de un año.

Y la expectativa que los pequeños empresarios entrevistados han mostrado está mucho más orientada hacia lo empresarial y lo comercial. Dos de los pequeños empresarios entrevistados afirman que la práctica del golf es una combinación entre diversión y un contexto para conducir un negocio. Uno de ellos especifica que el verdadero objetivo del golf es crear una red de contactos, de relaciones y cómo no, de negocios.

3.-Identificación de formas de producir capital social

El golf es un espacio que le abre puertas a relacionarse con todo tipo de personas de bien, conecta a mucha gente, y el hoyo 19 es un lugar muy importante en el proceso de fortalecer dichas relaciones, porque se genera un ambiente entre amigos, donde se comparten experiencias, momentos intensos del juego, bromas, etc.

Los jugadores de golf están produciendo capital social constantemente con la diferencia de que los pequeños empresarios asisten a todo tipo de acontecimientos, públicos o privados mientras que los directores y profesionales tienden a ser mas selectivos y eligen encuentros más privados, pero existen una espacios en los que todos producen capital social: Los juegos en el campo de golf, las fiestas privadas por la noche en casa de los propietarios, las reuniones en el famoso hoyo 19, en otros clubs de golf, y en otras actividades deportivas.

Los directores prefieren jugar con otros directores y con profesionales, pero también disfrutan de jugar con los grandes y pequeños empresarios; Los profesionales eligen jugar con otros profesionales; y los pequeños empresarios prefieren jugar con otros pequeños empresarios. Lo que es realmente curioso, es que nadie ha seleccionado jugar con políticos y que solo los directores juegan con los grandes empresarios.

Y Los empresarios son quienes realmente utilizan el deporte del golf como una estrategia de promoción y negociación en sus actividades profesionales, organizan torneos para entablar negociaciones, debatir entre socios, compartir clientes entre empresas, compartir proyectos, conocer las necesidades del cliente o socio, etc.

4.-Golf y Negocios, ¿mito o realidad?

La primera pregunta que formulé al comienzo de esta investigación fue si la afirmación de que el golf es una herramienta para cerrar negocios es un mito o una realidad. Los casos reales que hemos presentado en este estudio confirman que sí puede ser una gran herramienta pero no significa que en todos los casos se utilice como tal, al menos, de forma consciente.

Resumiendo los puntos claves:

1.-El deporte del golf sí es un instrumento para lograr desplazamientos verticales o transversales dentro de la estructura global de capitales, con el añadido de que en algunas ocasiones los protagonistas buscan la conversión de forma consciente y en otras ocurren de forma inconsciente e involuntaria. Como hemos explicado en los párrafos anteriores, el tipo de relaciones afines y cercanas que se originan, da pie a que este tipo de interacciones y transformaciones de capital se lleven a cabo de forma espontánea.

2.- A diferencia de lo propuesto en la hipótesis, es un espacio social donde no presentan la tendencia a interactuar individuos que pertenecen a diferentes clases sociales. En nuestra investigación existía dos grupos pertenecientes a clases sociales distintas y no mostraron tendencia a mezclarse entre ellos a la hora del juego ni en las fiestas privadas, ahora bien, eso no significa que no se puedan dar ocasionalmente y prueba de ello es mi propia experiencia. Mi posición social es media baja en comparación con el grupo de extranjeros retirados y a pesar de ello, he jugado y participado en las fiestas con personas que pertenecen a los dos grupos

3.- Los agentes sí construyen su realidad social en función de su habitus, los miembros de cada grupo presentaban muchas similitudes en cuanto a prácticas, gustos, pensamientos, prioridades, y estilos de vida.

4.-Los agentes sí se posicionan en la estructura social construida en el campo de golf en relación al volumen y a la especie de sus capitales, los cuestionarios han mostrado la evidencia que los perfiles prefieren jugar con personas de su mismo perfil o inferior y solo dos directores mostraron apertura a jugar con todos.

5.- Sí es un espacio en el cual se puede presenciar las prácticas y estrategias de reconversión de sus tipos de capital para mejorar sus estilos de vida a través de la producción de capital social, sin embargo quisiera añadir que no siempre se muestra de forma directa, como es el caso de los pequeños empresarios, sino que en muchas ocasiones se manifiesta de forma no tan evidente, como son el caso de las compañías que patrocinan torneos para promocionar sus productos, o que organizan ligas entre directivos y clientes pertenecientes a diferentes empresas del mismo sector para producir networking orientado a la venta, etc.

Y tras la investigación me queda la duda de que ocurrirá con el caso de los pequeños empresarios que pertenecen a la clase social media-alta y cómo se encontraran posicionados en la estructura social cuando estén retirados. ¿Sus estrategias de conversión

de capitales en el mundo del golf les apoyará tanto como para ascender de posición social? El presidente me ha dejado ver que en sus inicios en el golf era un simple vendedor, ¿cuánto en su ascenso hacia una posición social mayor se ha visto afectada por sus relaciones en el golf? Convengo interesante continuar esta investigación en la dirección de estudiar concretamente el perfil del empresario en este sector, del volumen y distribución de capitales y la posición social con las que contaba al comienzo de su inserción en el deporte, de sus conversiones y de sus expectativas durante el proceso y de las forma en que se han articulado y se articulan las relaciones, las prácticas y estrategias de reproducción del capital social en el golf.

BIBLIOGRAFIA

- Bourdieu, P. (1980). Le capital social, notes provisoires. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 31 (enero).
- Bourdieu, P. (2013 [1989]). La nobleza de estado: educación de elite y espíritu de cuerpo. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Bourdieu, P. (1998). La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Madrid: Editores Grupo Santillana.
- Bourdieu, P. (2001a [1987]). ¿Cómo se hace una clase social? Sobre la existencia teórica y práctica de los grupos. En Poder, derecho y clases sociales (pp.101-129). Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, P. (2001b [1987]). La razón del derecho: entre el habitus y el campo. En Poder, derecho y clases sociales (pp.9-60). Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology, 94 (suplemento), 95-120.
- Coleman, J. S. (1990). Foundations of Social Theory. Massachusetts: Harvard University Press, Cambridge.
- Devillard, M.J., Franzé, A., y Pazos, A. (2012). Apuntes metodológicos sobre la conversación en el trabajo etnográfico. Política y Sociedad, 49(2), 353-369.
- Guber, R. (2001). La entrevista etnográfica o el arte de la "no directividad. En La Etnografía. Método, Campo y Reflexividad (pp.75-100). Buenos Aires: Ed.Norma.
- Hanifan, L.J., (1916). The rural school community center. Annals of the American Academy of Political and Social Science, 67,130-138
- Lin, N. (2001). Social Capital: A Theory of Social Structure and Action. En Structural Analysis in the Social Sciences. Nueva York: Cambridge University Press.
- Homans. G.C. (1961). Social Behavior: Its Elementary Forms. Nueva York: Harcourt, Brace and World.
- Macías, H.A. (2013). Vínculos de la investigación interpretativa con la producción académica colombiana: avances y oportunidades. Cuadernos de Contabilidad Universidad Javeriana, 14 (35), 699-727
- Pinto, L. (2002). Pierre Bourdieu y La Teoría del mundo social. Mexico: Siglo XXI Editores
- Putman, R.D., (1993). The prosperous community: Social Capital and public life. The American Porspect, 13.