



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
**GINO GERMANI**  
Facultad de Ciencias Sociales  
Universidad de Buenos Aires

*Odisea. Revista de Estudios Migratorios*  
Nº 1, 2 de octubre de 2014. ISSN 2408-445X

## **Los periplos del tango argentino: trayectorias migratorias y laborales en la construcción del tango como industria nacional**

Anahí Viladrich\* y Celeste Castiglione\*\*

Fecha de recepción: 21-07-14  
Fecha de aceptación: 11-08-14

**Resumen:** Este trabajo analiza las trayectorias laborales de los artistas de tango argentinos (principalmente bailarines) cuyos periplos representan una dinámica de exportación/reterritorialización: exportación de artistas y apropiación del tango como un producto genuinamente argentino y, principalmente, porteño. En base al marco conceptual de Bourdieu (1979), desarrollamos el término "capital del tango" (definido como la acumulación de capital social, cultural y simbólico en la práctica del género), el cual se reproduce a través de las redes sociales de los artistas. En particular, este estudio etnográfico analiza las carreras migratorias y laborales de los artistas de tango identificados como miembros de tres grupos: los "transnacionales", los "bisagra" y, los "locales", que si bien responden a categorías separadas, persiguen objetivos comunes dentro de la industria global del entretenimiento.

**Palabras clave:** Tango, migración, transnacionalismo, Argentina, capital social.

**Title:** The Argentine tango journeys: migration and labor trajectories in the construction of tango as a national industry.

**Abstract:** This paper analyzes the career paths of Argentine tango artists (mainly dancers) whose journeys represent a dynamic of export/reterritorialization of artists amid the framing of Argentine tango as a genuine product, which particularly represents the city of Buenos Aires. Based on the conceptual framework of Bourdieu (1979), we develop the term "tango capital" (defined here as the accumulation of social, cultural and symbolic capital) that is reproduced through the artists' social networks. In particular, this ethnographic study examines the migratory and job trajectories of tango artists identified as belonging to three different groups: the "transnational", "hinge" and "local" which — although identified as members of distinctive categories — share common goals within the global entertainment industry.

**Keywords:** Tango, migration, transnationalism, Argentina, social capital.

---

\* Master de Filosofía en Ciencias Sociomédicas (Antropología Médica) de la Universidad de Columbia (2000). Profesora de Sociología y Antropología, Queens College y en el Programa de Doctorado en Salud Pública, City University de Nueva York (CUNY). Argentina-Estados Unidos. E-mail: anahi.viladrich@qc.cuny.edu

\*\* Doctora en Ciencias Sociales. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (IIGG-FSOC-UBA). Argentina. E-mail: castiglioneceleste@yahoo.com.ar

## Introducción

Dentro del marco de la globalización asistimos permanentemente a manifestaciones culturales y géneros artísticos de variada índole entre los que se incluyen la salsa, el mambo, y más recientemente el pop coreano o el k-pop. El tango representa una pieza más en la cadena de producción de bienes de entretenimiento en una economía de servicios que se nutre de los recursos de quienes acceden a clases de baile, espectáculos de tango (música y danza) y milongas. Distintos fenómenos sociales, entre los que se encuentran las políticas orientadas a facilitar la globalización de bienes manufacturados y de servicios (Novick, 2012), han contribuido a promover el carácter diaspórico del tango en los últimos veinte años (Dávila, 2012). El auge del sector de servicios (en áreas como hotelería, alimentación y recreación) en las llamadas ciudades globales (ej., Nueva York, Londres y Tokio), ha sido clave en generar espacios de inserción laboral en los mercados del arte y del esparcimiento. Es en las ciudades globales donde la práctica del tango argentino se ha popularizado como un objeto de consumo entre los sectores medios y altos que emplean una fuerza laboral flexible, precaria y móvil (Dávila, 2012; Savigliano, 1995; 2005; Viladrich 2013a). Por ciudades globales nos referimos a las metrópolis con “recursos y competencias necesarias para la gestión de operaciones globales relativas a empresas y mercados, tanto nacionales como internacionales” (Sassen, 1991:22).

En su recreación simbólica como un producto masivo (en tanto que mercancía cultural), el tango ha captado un importante número de adeptos, transmisores y difusores. Si bien la producción del tango incluye muchas variantes -como los estilos finlandés y turco- (Pelinski, 2000) es la popularidad del tango argentino, como un género valorado por encima de otros, lo que ha contribuido en gran medida a la demanda de bailarines y músicos argentinos en el exterior. En este sentido, el fenómeno de la *tangomanía*, definida como el furor por el tango a nivel global que renaciera a fines de la década del ochenta, convirtió a los bailarines argentinos en artífices indiscutidos en la promoción del género (Savigliano, 1995; 2005).

Este trabajo explora las trayectorias laborales de los bailarines e instructores de tango argentino, cuyos periplos sugieren una dinámica de exportación/ reterritorialización (exportación de artistas y apropiación del tango

como un producto genuinamente porteño), siendo esta una de las claves que explican el éxito del tango argentino en el mundo del entretenimiento global. La capacidad y flexibilidad de estos individuos para establecer su primacía en el campo artístico se vincula estrechamente con el acervo de la *argentinidad*, que enfatiza las propiedades del tango como un producto propio. Como lo nota García Fanlo (2012) por *argentinidad* nos referimos a la construcción simbólica de un “modo y forma de ser de los argentinos”, que en el mundo del tango se traduce en la capacidad de generar estilos y prácticas que se construyen como legítimamente argentinos.

En base a una investigación de naturaleza etnográfica, este estudio se centra en las carreras de los artistas de tango argentino que mantienen estancias periódicas en las llamadas ciudades globales, y en quienes focalizan sus actividades preferentemente en el mercado local (Buenos Aires y las principales ciudades de la Argentina). En este estudio, consideramos a los bailarines de tango como la unidad de análisis de esta investigación, a partir de la cual exploramos las dimensiones local y transnacional de sus actividades; estas últimas definida en términos de quienes emprenden aventuras transfronterizas como parte de una dinámica regular y sostenida de su reproducción laboral y empresarial (Glick Schiller et al., 1995; OIM, 2010; Wimmer y Glick Schiller, 2002). En este sentido, entendemos que el mantener vínculos transnacionales no necesariamente supone “salir del país” sino la capacidad de desarrollar prácticas, ideas y relaciones sociales que exceden al Estado-nación.

Conceptualmente este artículo desarrolla la noción de “capital del tango”, que implica el desarrollo de aptitudes y destrezas que combinan el capital cultural con el social y simbólico. Si bien por un lado los bailarines y músicos de tango deben demostrar técnicas artísticas necesarias para legitimarse en el campo artístico; por el otro, dependen de las redes informales para insertarse (laboral y socialmente) en el país y en el extranjero. A los efectos de estudiar el alcance del capital del tango, abordamos las carreras de quienes se ubican en los dos extremos del campo artístico: aquellos considerados como “transmigrantes” (Glick Schiller et al., 1995) en tanto que sus vidas transcurren en dos y más países, y a quienes denominamos “locales”, y que mantienen su sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Por último, identificamos un tercer grupo que se posiciona entre los mencionados, y a quienes definimos como profesionales

“bisagra”. Pese a que los artistas pueden pertenecer a más de uno de estos grupos a lo largo del ciclo vital, sus carreras individuales no implican una suerte de transición obligada (ni ordenada) entre dichas categorías.

En las páginas siguientes presentamos el marco conceptual y los métodos utilizados durante la etapa de recolección y análisis de los datos. En los resultados ofrecemos un análisis pormenorizado de las tres categorías de artistas identificados durante el trabajo de campo en relación a los mercados local/global. En las conclusiones analizamos cómo, a pesar de sus diferencias intrínsecas, los distintos grupos de artistas argentinos retratados en este estudio utilizan el tango como una marca identitaria que apunta a convertirlos en sus emisores legítimos en el campo artístico transnacional.

## **1. Trayectorias laborales y la reproducción del capital del tango**

El modelo neoclásico en las teorías migratorias, con énfasis en la racionalidad macro-económica (ejemplo: los factores que expulsan y atraen a los migrantes a diversos destinos) ha sido complementado, y a menudo cuestionado, por el estudio de las redes informales que contemplan las relaciones de parentesco, amistad y empleo informal como determinantes de las estrategias migratorias (Benencia, 2011; Pedone 2003). En este marco, el eje se centra en las perspectivas “micro” que privilegian las decisiones familiares y de los grupos de pertenencia, en lugar de las meramente individuales, con énfasis en la negociación interpersonal y en la agencia individual. Es aquí donde los vínculos entre pares y de parentesco cumplen una función primordial en el diseño de las trayectorias y destinos migratorios, que exceden cálculos racionales sustentados en estimaciones de costo-beneficio.

A la par del desarrollo de teorías basadas en las redes sociales, la concepción del inmigrante como fijo en un lugar de destino ha sido paulatinamente diferenciada de la figura del migrante transnacional, que desarrolla sus actividades en más de un territorio (Wilson, 1994). En este sentido, la mayoría de los estudios contemporáneos coinciden en afirmar que los migrantes, y sus predecesores, tienden a mantener redes dinámicas (y de distinto tipo e intensidad) en los contextos de origen a la vez que se incorporan paulatinamente en las sociedades de destino (Kim, 2009; Levitt y Jaworsky, 2007). En la Argentina, por ejemplo, la figura del inmigrante transnacional se

remonta a los periplos migratorios de los italianos y españoles, quienes supieron aprovechar los ciclos de las estaciones en el norte y el sur, además de las facilidades del transporte marítimo, para trabajar en la agricultura en dos continentes alternativamente (Freidenberg, 2013).

Si bien el término transnacionalismo es ampliamente utilizado en la literatura sobre las migraciones internacionales, su uso suele aplicarse a procesos muy diversos dando lugar a debates que cuestionan su alcance, preeminencia, y singularidad (Foner, 1997; Portes, Guarnizo y Landolt, 2003; Waldinger y Fitzgerald, 2004). Por transnacionalismo, la literatura especializada en ocasiones se refiere a los esfuerzos y logros de migrantes individuales; en otras, a la transformación de comunidades locales en los países emisores; y hasta a las iniciativas de los gobiernos preocupados por maximizar los recursos provenientes de sus respectivos flujos migratorios.

En este artículo, definimos a los migrantes transnacionales como aquellos que mantienen lazos sólidos (económicos, culturales sociales y afectivos) en una pluralidad de espacios territoriales y simbólicos que exceden al estado-nación (Dahinden, 2010; Pries, 1998). Los artistas en general representan uno de los grupos con mayor mayor movilidad territorial (Markusen, 2013; Petersen, 2013), fenómeno que se ve favorecido por una adscripción laboral flexible que contempla el auto-emprendimiento y el auto-empleo. Como lo observa Markusen (2013) los artistas (de escenario y baile) despliegan mayores posibilidades de diversificación en el mercado laboral que los trabajadores de otras disciplinas, ya que suelen ejercer más de una actividad a la vez y cuentan con una mayor libertad para alternar entre distintas ocupaciones: desde mozos en restaurantes a directores de shows multi-media.

No solamente las estancias largas, sino las cortas, contribuyen a articular trayectorias multi-direccionales que alimentan el capital individual y el de pares (Duester, 2014). En este sentido los artistas de tango integran la categoría de trabajadores culturales que juegan un rol clave al vincular los ámbitos local y global del arte, y que suplen tanto la demanda interna como la externa por cuanto exportan mano de obra artística al exterior (Markusen, 2013).

Los trabajos de Dávila (2012), Savigliano (1995) y Viladrich (2005a; 2013a y 2013b) entre otros, resaltan el rol del transnacionalismo como indisolublemente ligado a la comercialización del tango a nivel global. En esta línea, nos apoyamos en el concepto de industria cultural (Carrasco Arroyo y

Escuder Valles, 2007; Horkheimer y Adorno, 1947), para referirnos a la explotación sistemática y programada de los llamados bienes culturales con fines comerciales. Los productos culturales tienden a estandarizarse dentro del marco de una sociedad de consumo, en base a una suerte de simplificación de procesos intelectuales y sensitivos que invitan a los destinatarios a convertirse en consumidores de mercancías y que remiten a una pertenencia identitaria, aun fuera del contexto de origen (Mera, 2012).

En este artículo, planteamos la producción del tango como industria cultural, en tanto representa un producto específico y autónomo con respecto a otros géneros (ejemplo: salsa, hip hop, etc.) dable de ser comercializado como una forma artística que produce dividendos en la industria global de entretenimientos y del *merchandising* asociado, incluidos la vestimenta, zapatos y souvenirs. En este sentido planteamos que en tanto un colectivo nacional, los argentinos se apropian de un capital étnico que los habilita para transmitir la verdadera "alma de tango" que los artistas de otras nacionalidades, en teoría, no estarían en condiciones de expresar plenamente. Y es precisamente este argumento de autenticidad el que contribuye a posicionar (y solidificar) a los argentinos tanto en el mercado artístico local como el extranjero (Viladrich, 2013b).

Utilizando el marco conceptual de Bourdieu (1979), consideramos que la práctica de tango supone la adquisición de un capital cultural que implica que no es suficiente con poseer un "don natural" para el baile. Los artistas de tango deben invertir tiempo, dedicación (y dinero) en entrenarse a los efectos de aspirar al virtuosismo, como sucede en otros campos profesionales (Bourdieu, 1979). A diferencia de quienes reciben una herencia en propiedades, moneda, o un título de nobleza (Bourdieu, 1984), el capital del tango no es transmitido instantáneamente sino que es incorporado en el cuerpo a través de hábitos, que incluyen formas y estilos de moverse tanto dentro como fuera de la pista, así como destrezas en la relación con los pares (ejemplo: habilidades para crear sociedades y milongas, y de atraer grupos de turistas de Europa a Buenos Aires). Contrario a otras formas artísticas como el ballet, en el cual existen certificaciones rigurosas que legitiman su enseñanza y ejercicio (ejemplo: el Teatro Colón en Buenos Aires), la profesionalización en el tango se obtiene mayormente a partir de su práctica metódica y regular en ambientes diversos (formales e informales). En la concreción de sus metas de movilidad ascendente,

los bailarines de tango deben adquirir y probar su destreza (capital cultural), en tanto que alimentan las redes de recursos simbólicos (capital social) que son legitimados por la aprobación de los expertos y seguidores. Y como en otras formas de capital, el social y el cultural se amalgaman a la hora de producir un rédito económico entre sus productores y difusores (artistas y empresarios).

Gracias al desarrollo de las denominadas cadenas migratorias (OIM, 2010), los artistas que migran se ven obligados a invertir en capital social transnacional a través de redes informales (de tipo instrumental, laboral y emocional) que son claves a la hora de solidificar sus trayectorias laborales. En definitiva, el concepto de capital del tango reúne distintas formas de inversión (destrezas, reconocimiento artístico y contactos sociales) con énfasis en distintos aspectos dependiendo del sector laboral en el que los artistas se inscriban. El capital simbólico del tango es en última instancia refrendado por el acerbo de la *argentinidad* y el reconocimiento de los pares. Nuestro marco conceptual coincide con estudios recientes basados en la migración de distintos colectivos a Europa (Erel 2010; Parutis 2014; Van Meeteren et al., 2009) que resaltan las distintas modalidades por medio de las cuales se retroalimentan el capital cultural y el social en las sociedades de origen y de destino. En estas últimas, la movilización, actualización y validación del capital cultural determina que los inmigrantes (aun quienes cuentan con altas capacidades profesionales) se vean obligados a crear, y hacer valer, su reputación individual y su influencia social tanto en los grupos mayoritarios como en las redes migratorias y las conexiones en origen (Erel, 2010).

## **2. Metodología y diseño de investigación**

El presente trabajo, de encuadre etnográfico, se llevó a cabo en la ciudad de Buenos Aires entre los años 2011 y 2013. El mismo se basó en 35 entrevistas realizadas a bailarines e instructores de tango (que requirieron entre una y dos sesiones cada una), y en trabajo de campo llevado a cabo en los lugares en donde los artistas desarrollaban sus tareas. El estudio además incluyó visitas a los locales comerciales considerados "tangueros" (que entre otros objetos venden souvenirs, ropa, zapatos y música de tango) muchos de los cuales se encuentran ubicados en barrios emblemáticos de la Ciudad de Buenos Aires, como El Abasto y San Telmo.

La mayoría de los entrevistados fueron contactados en las milongas Chiqué, Círculo Apolo, Club Gricel, El Fulgor, El Motivo, La Ideal, La Milonguita, La Nacional, La Viruta, Sunderland, Tangocool, Tango Queer, Villa Malcom, así como en lugares en donde se dictaban clases (estudios de baile), en conformidad con los horarios y condiciones requeridas por ellos. En todos los casos se buscó privacidad en la situación de entrevista a los efectos de asegurar la confidencialidad de la información obtenida. La observación participante, mayormente realizada en milongas y estudios de baile, constituyó una herramienta fundamental para entender los vínculos de los artistas con sus alumnos y clientes, así como las dinámicas de relación entre ellos.

La selección de los entrevistados se realizó a partir de dos métodos principales. Inicialmente identificamos informantes claves (artistas que promocionan ampliamente sus clases, milongas y prácticas) en base a anuncios en revistas, afiches y volantes. En una segunda instancia utilizamos el método conocido como "bola de nieve", a partir del cual les pedimos a los primeros entrevistados que sugirieran nombres de colegas que estuvieran interesados en participar en esta investigación. Esto nos permitió obtener un mapa de los distintos circuitos del tango, que nos condujo a definir la caracterización jerárquica de los artistas (ej., los diferentes roles que desempeñan en el campo artístico local y transnacional).

### **3. Los participantes de este estudio**

El rango de edades de los bailarines e instructores entrevistados osciló entre los 20 y los 60 años, con un promedio de 40 años. En la mayoría de los casos, los participantes comenzaron sus carreras artísticas siendo muy jóvenes, con algunos habiéndose iniciado en el folklore y otras danzas para luego pasar al tango. Intentamos incluir en la muestra un número similar de hombres y mujeres, y como resultado entrevistamos a 16 mujeres y 19 hombres, quienes se distribuyen en las categorías representadas en la tabla y el gráfico adjuntos y cuyos nombres, tal como figuran a lo largo de este trabajo, son ficticios.

Entre los entrevistados identificamos distintas trayectorias laborales que vinculan los ámbitos local e internacional. Dichas categorías no son estáticas, sino que representan distintos estadios por los que suelen atravesar los artistas en sus intentos de inserción laboral en la Argentina y en el extranjero. En este



trabajo, definimos un primer grupo de artistas como transnacional por cuanto son mayormente bailarines que viajan y viven en el exterior la mayor parte del año, aunque mantienen (y resignifican) los vínculos con su sociedad de origen de manera dinámica, a través de redes laborales y afectivas, y de visitas periódicas que realizan a Buenos Aires y otros destinos del país.

Un segundo grupo comprende aquellos quienes mantienen relaciones laborales limitadas en el circuito transnacional (a quienes denominamos "artistas bisagra") y sólo se trasladan a países limítrofes y/o a Europa y los Estados Unidos una o dos veces al año, con el propósito de dictar un curso o participar de un festival o encuentro de tango específico. En este grupo identificamos también a los "retornados" (quienes regresaron a la Argentina luego de vivir mucho tiempo en el exterior) y quienes continúan utilizando sus redes transnacionales (ej., gracias a combinar la práctica artística con la empresarial). Un último grupo está conformado por los artistas locales, en el que se incluyen quienes viajaron esporádicamente al exterior en el pasado (y expresan poco interés en volver a hacerlo), y los que nunca han viajado y mantienen sólidas conexiones con el circuito de tango local a la vez que, indirectamente, alimentan el mercado global (ejemplo: recibiendo a los visitantes radicados en el exterior o participando en espectáculos y dando talleres destinados a satisfacer la demanda turística).

Artistas entrevistados por género y categorías (en números totales y porcentuales)

<b>Categorías</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>%</b>
Trasnacionales	3	7	29%
Bisagra	7	3	29%
Locales	9	6	42%
Totales	19	16	100%



#### 4. Artistas transnacionales: “viviendo juntando millas”

En este estudio definimos como transnacionales a los bailarines argentinos que han logrado establecer un circuito artístico activo en el exterior, el cual les permite mantener una práctica profesional en ciudades globales (como Nueva York, Londres y Tokio) simultánea y alternativamente. Como se mencionara anteriormente, por ciudades globales entendemos a las metrópolis que se han convertido en centros de poder económico mundial con un fuerte énfasis en el sector de servicios, el cual se nutre fuertemente de la mano de obra migrante en varios sectores, incluyendo el mercado del esparcimiento.

Las actividades de los artistas transnacionales se encuentran firmemente vinculadas a múltiples escenarios mundiales, gracias a las relaciones dinámicas que mantienen con redes internacionales de tango que exceden el espacio físico en el que se encuentran (Glick Schiller, 2005; Levitt y Jaworsky, 2007). En este sentido, los entrevistados que participaron de este estudio y clasificamos como transnacionales lo son en tanto que sus vidas laborales, de domicilio y de actividad profesional transcurren mayormente fuera de la Argentina, como estado-nación, aun a pesar de considerar a su país como la sede (social y emocional) desde donde pueden retroalimentar su práctica artística.

Las redes sociales de los artistas transnacionales con Buenos Aires y el interior no sólo no desaparecen sino que a menudo se amplían una vez que se marchan del país. Entre nuestros entrevistados, la identificación de Buenos Aires como un lugar de pertenencia tiene un asidero muy concreto en la reproducción de su capital social transnacional. Es en Buenos Aires donde no sólo se nutren las redes locales, sino especialmente las globales. En palabras de una

entrevistada: “acá llega todo el mundo [del tango] más tarde o más temprano]”. Como lo notan otros especialistas (Duester, 2014; Levitt y Jaworsky, 2007) la flexibilidad territorial es clave a la hora de perfilar los rumbos transnacionales, por cuanto los migrantes en el exterior logran identificar nuevos nichos artísticos y laborales, incluyendo centros de arte emergentes. Lejos de ser una modalidad “de paso”, los viajes cortos les permiten a los artistas enriquecerse con otras experiencias sobre la propia disciplina, y darse a conocer en otros ámbitos (estableciendo contactos para futuras colaboraciones y emprendimientos artísticos).

Varias circunstancias han contribuido a la difusión del tango argentino en el circuito global. Para comenzar, la creciente reputación de Buenos Aires como una ciudad culturalmente rica, accesible, y relativamente barata (para el turismo internacional) fueron factores decisivos a la hora de facilitar la difusión del tango entre los turistas extranjeros, quienes a su vez contribuyeron a promover la demanda de los bailarines y músicos argentinos en sus países de origen. Dicha demanda favoreció los viajes de los artistas argentinos al exterior, muchos quienes terminaron trabajando y viviendo alternativamente en Europa, Asia y los Estados Unidos. Desde el punto de vista legal, la existencia del *visa waiver* (excepción de visa) entre la Argentina y varios países europeos ha permitido que los artistas argentinos viajen a varios destinos sin necesidad de visado. Un fenómeno similar se produjo en los Estados Unidos durante el *visa waiver* que favoreció a los argentinos entre los años 1996 y 2002 (Viladrich, 2013b). Por otro lado, identificamos a varios artistas que poseen “doble ciudadanía” y, como miembros de la Unión Europea, tienen la posibilidad de viajar sin visa a países como España, Italia y Alemania con el propósito de participar en la reproducción global del tango argentino.

Si bien la crisis de 2001 fue un detonante que favoreció la trayectoria migratoria inicial de un número significativo de bailarines y músicos argentinos, muchos de quienes se insertaron en el exterior lo hicieron gracias a la existencia de redes ya existentes que a la vez se ampliaron, y beneficiaron, con el flujo artístico creciente proveniente de la Argentina. Para Melisa, una bailarina que cuenta con una larga carrera en el exterior, el disparador de su periplo transnacional surgió de las oportunidades económicas que encontró en la Argentina previas a la crisis de 2001, cuando el valor de conversión del dólar igualaba al del peso. La popularidad creciente del tango en los Estados Unidos en

dicho período, sumado al *visa waiver*, le permitió entrar y salir con regularidad de dicho país. En su opinión, la combinación entre las dificultades de desarrollo artístico en la Argentina, junto al paulatino éxito del tango argentino en el exterior, propiciaron la migración de muchos de sus compatriotas que se marcharon a “probar suerte” particularmente a los Estados Unidos y específicamente a Nueva York, ciudad en la cual residió durante muchos años y que visita con regularidad en el presente en calidad de profesora invitada.

Artistas como Melisa, decidieron inicialmente irse del país “para probar y decidir qué hacer” gracias a las redes de tango consolidadas en ciudades globales y que en conjunto ofrecían una variedad de alternativas laborales (ejemplo: desde dar clases particulares de baile, hasta organizar tours de tango y festivales). Es importante aclarar que en cuanto miembros de las redes no solamente identificamos a individuos de origen argentino sino a artistas, bailarines amateurs y turistas foráneos a quienes los entrevistados a menudo conocieron en Buenos Aires y en el exterior. En este sentido, la mayoría de los entrevistados transnacionales considera que es imprescindible establecer una clientela leal, la cual con el tiempo se convertirá en clave a los efectos de hacer valer (y mantener) la reputación individual y las conexiones con la industria del entretenimiento global.

Es precisamente entre los artistas transnacionales que identificamos más fuertemente las tensiones vinculadas a la díada competencia-solidaridad, en sus intentos por mantenerse vigentes tanto en el mercado argentino como el global. Paradójicamente, es en dichas tensiones donde se refleja una doble dinámica en la representación de los bailarines y empresarios de tango como “manufactureros del arte”: si bien el origen argentino del tango es irrenunciable como garantía de calidad, la creciente competencia con otros argentinos (que ansían brillar en el campo artístico internacional), los conduce a promocionar su práctica como diferente (y hasta superior) respecto de sus compatriotas.

Las dificultades que los profesionales del tango experimentan en el campo artístico descansan en la necesidad de alimentar un capital social transnacional (que les permita mantenerse activos en el mercado de entretenimientos), mientras que deben satisfacer sus necesidades básicas (ejemplo: encontrar casa, conseguir seguro de salud y solicitar ayuda para hacerse entender en otros idiomas), y mantener vivas las redes con sus colegas en Buenos Aires y en otros territorios. Néstor es un bailarín con una extensa trayectoria artística, quien

compartió con nosotros su experiencia de haber elegido la ciudad de Nueva York como la sede desde donde supo desplegar una vasta red transnacional. Así narra su experiencia de trabajo en diversos shows de tango, mientras viajaba por el mundo en compañía de muchos de sus compatriotas:

La fama es puro cuento, pero hay que aprender [los códigos]. Por ejemplo [en referencia a uno de las compañías de tango de las que formó parte] todo el mundo se mataba por ser el capitán de baile y cuando alguno de esos estuvo ahí, se querían matar [entre ellos]. Hay que poder estar en ese lugar y hacerse cargo, porque además no es un lugar cómodo: te putean los directores y los bailarines y vos estás en el medio. Cuando estás muy arriba y sí, tenés muchas regalías y al revés... Entonces, ¿dónde está la ganancia? En la experiencia, ese es mi capital.

Como se desprende de los comentarios de Néstor, las trayectorias de los artistas transnacionales distan mucho de las historias "rosas" representadas en shows argentinos multitudinarios aclamados por audiencias entusiastas en ciudades como París o Nueva York (Groppa, 2004; Viladrich, 2013a). De hecho, las palabras de Néstor dan cuenta de las dificultades que experimentan los artistas de tango para triunfar en el terreno artístico que, particularmente en el exterior, es descripto como muy competitivo y con limitados recursos de contención y soporte (ejemplo: la falta de redes familiares y de amistades de larga duración).

Varios de los entrevistados transnacionales reconocen haber experimentado situaciones difíciles (y hasta conflictivas) con sus compañeros en el mundo del espectáculo, a lo cual se le suma el haber atravesado por privaciones materiales al inicio y desarrollo de sus carreras profesionales. Los bailarines más experimentados tienden a emplear a los más nuevos quienes a su vez compiten por crear una imagen propia. Con el paso del tiempo, las relaciones entre ellos pueden llegar a deteriorarse (y aún a terminarse bruscamente) particularmente cuando los aprendices comienzan a descollar por cuenta propia. Los entrevistados comentan el haber compartido casas y habitaciones con otros artistas que ni conocían, y el vivir al día y ahorrar al máximo consumiendo lo mínimo a los efectos de poder participar (y viajar) a concursos de renombre, milongas reconocidas y *castings*.

En las palabras de Turquesa, otra entrevistada que vivió en Europa durante muchos años: "comer arroz, caminar para ahorrar el boleto y dormir en el suelo", son estrategias necesarias (pero no suficientes) para poder "vivir del tango", y que se complementan con poder calzarse los mejores zapatos a la hora

de dar clase. Estos sacrificios a menudo son percibidos como una inversión inicial necesaria para crear un estilo y una marca personalizada que, en el mediano y largo plazo, les permitirá a estos artistas afianzarse en el campo del entretenimiento transnacional. En sus intentos aunados por mantener "la esencia argentina del tango", los entrevistados transnacionales intentan afianzarse en el mercado global haciendo notar su espíritu de grupo (ejemplo: "nadie baila el tango como un argentino"), mientras que utilizan hábilmente las redes artísticas en beneficio propio.

En definitiva, los artistas transnacionales construyen su capital de tango a partir de establecer redes solidarias (de trabajo y contención) en el exterior, mientras que se aseguran el volver periódicamente a casa (una o más veces por año) para "aceitar" las redes de colegas, amigos y familiares. Coincidiendo con nuestras observaciones, Cara (2009) nota cómo la producción (y exportación) del tango le ha dado a los argentinos una voz cultural y política, y a la vez agencia económica en el exterior. Este fenómeno se registra en otros géneros musicales, como el flamenco, cuya transnacionalización ha sido acompañada de un proceso de construcción (y apropiación) de herencia cultural aun por aquellos que carecían de conexión previa con el género (Ruiz-Morales, 2011).

## **5. Artistas "bisagra": "yo soy mi propia empresa"**

El crecimiento de la industria cultural del tango en los últimos años ha sido testigo del retorno a la Argentina de artistas que han sabido articular las redes sociales que unen el ámbito doméstico con el extranjero como canales de mutua retroalimentación. Para los retornados, la experiencia reunida les ha permitido convertirse en agentes especializados en organizar milongas y espectáculos así como en trabajar con pares. Estas condiciones sumadas al capital lingüístico (ejemplo: hablar inglés, francés o alemán) han sido claves a la hora de decidir volver a Buenos Aires, la cual es resignificada no ya como una ciudad que expulsa, sino como una "base de operaciones", y sede de contención, desde donde es posible generar (y sostener) nuevos vínculos con el exterior. En general, identificamos dos formas a través de las cuales los artistas bisagras han sabido construir, y mantener, sus redes transnacionales: a) contacto con estudiantes y colegas foráneos a quienes conocieron durante sus viajes y estadías en el exterior; b) vínculos con extranjeros con quienes se conectaron en

Buenos Aires a partir de proveerles servicios en distintas ramas de la industria del esparcimiento.

La mayoría de los artistas bisagras integran una categoría que simbolizamos como PyMEs (Pequeñas y Medianas Empresas). Estos profesionales se han convertido en empresarios del género gracias a la activa promoción de la práctica propia y la de sus colegas, como es el caso de quienes offician como empleadores y *managers* de sus pares. Muchos de estos artistas han logrado superar las barreras que existen entre la práctica meramente artística del tango, que en algunos casos suscribe a la mística del bailarín bohemio y poco interesado por los beneficios materiales y la empresarial. Quienes integran esta categoría se autodefinen como multifacéticos y capaces de desempeñar distintos roles y tareas, convirtiéndose a la vez en productores y administradores de sus propios negocios. En general, la combinación de la práctica del tango con otros servicios (ejemplo: la producción, venta y promoción de shows, tours, y el diseño de ropa o calzado de tango) es la clave que les permite establecer una "marca personalizada". Todos estos constituyen elementos esenciales en la producción, y difusión, del tango como un bien de consumo.

En el grupo de los artistas bisagra también identificamos a quienes intentan armar redes y contactos con el exterior a partir de proponer modalidades novedosas de trabajo, entre las que se incluyen el dar clases de tango en cruceros, armar paquetes turísticos en Buenos Aires (circuitos de tango), y acompañar a bailarines extranjeros en sus paseos y compras por la ciudad. Los entrevistados en este grupo suelen viajar a otros países esporádicamente (incluyendo estados limítrofes, Europa y los Estados Unidos) una o dos veces al año a los efectos de participar en giras, festivales y talleres organizados por colegas que residen en el exterior.

Laura es una artista reconocida en el ámbito local quien residió muchos años en el extranjero antes de emprender el regreso a Buenos Aires. En el momento de la entrevista, Laura se ocupaba mayormente de ofrecer "paquetes de tango" que incluían visitas temáticas a los barrios tangueros (Abasto, San Telmo, Villa Urquiza), así como recorridos por las milongas más populares, y clases individuales y grupales. El testimonio de Laura sugiere un cambio cualitativo en su historia laboral (su transición de artista a empresaria) que comenzó con viajes a distintos lugares del mundo en donde se las arreglaba con

poco: "comía arroz, iba caminando a todas partes", y que finalmente derivó en su retorno a Buenos Aires, su ciudad natal.

Entre quienes vivieron mucho tiempo en otros países, las decisiones de retornar a la Argentina a menudo se vieron motivadas por cambios en el ciclo vital (como el deseo de tener hijos y no querer criarlos en el extranjero), dificultades de radicarse afuera (ejemplo: problemas para obtener la residencia legal e inestabilidad laboral) y el haber sufrido el desarraigo y extrañar el lugar de origen. Laura nos cuenta como en una de sus visitas a la Argentina decidió quedarse en Buenos Aires más tiempo de lo habitual, y en el ínterin fue contactada por un par de sus ex-alumnos extranjeros quienes necesitaban orientación acerca de dónde hospedarse, y buscaban compañía para visitar las mejores milongas en la ciudad. Laura se ofreció a alojarlos en su viejo departamento y casi inmediatamente comenzó a desarrollar programas de "turismo a medida", consistentes en hospedar a turistas extranjeros y orientarlos acerca de la oferta artística y cultural de Buenos Aires. A las pocas semanas de haber regresado, Laura se abocó a organizar eventos programados acordes a los intereses, cronogramas y necesidades de sus clientes. Con el tiempo, Laura remodeló su casa, le puso piso de madera a los fines de convertirla en vivienda-estudio de baile, decoró habitaciones y creó un página web (en inglés y en castellano) que le permitió difundir su práctica y servicios en los mercados local y global.

La trayectoria de Laura ilustra uno de los eslabones centrales en la reproducción del tango como industria cultural, en el cual los artistas se transforman en bisagras simbólicas entre los que viven en Argentina y quienes los visitan desde el exterior. La clave del éxito de emprendedores como Laura radica en poseer los siguientes bienes: capital lingüístico (hablar inglés, además de francés, alemán e italiano), capital simbólico (acerbo de la *argentinidad* y apreciación de alumnos y colegas); y amplio capital social global (a través de contactos instrumentales y afectivos).

Otro aspecto central en la producción local del tango se relaciona con organizar un cronograma anual de actividades que se adecue a los tiempos de arribo y partida de los visitantes extranjeros. Dependiendo de la época del año, los artistas se dedican a crear un "contexto de recepción" (ejemplo: organizan clases, talleres y tours para satisfacer las necesidades de los huéspedes foráneos); y en armar un "circuito de tours" consistentes en shows que los



llevarán al interior y al extranjero. El convertir las milongas propias en “marcas registradas” constituye otra estrategia exitosa, ya que los emprendedores se esfuerzan por proveer un producto atractivo pero diferente a otros. En esta línea, Tea, una instructora de tango, nos cuenta que empezó a bailar tango profesionalmente luego de aprender la técnica de un reconocido “maestro” (Ravel) en Buenos Aires. Con el tiempo Tea armó su propio grupo de estudiantes y seguidores interesados en aprender la técnica de su maestro. En las palabras de Xavier, un bailarín reconocido por su estilo particular de baile: “el tango es a la vez personalizado y popular. Enseñar a moverte [de una manera particular] es un *trademark*: una marca registrada”

Trayectorias como las de Tea y Xavier ilustran una suerte de apuesta a un determinado estilo, y/o a centrarse en un segmento de población determinado (ejemplo: milongas barriales a las que asisten los vecinos o que agrupan un grupo etario específico), y que proveen de una adscripción identitaria particular. Por otro lado, la capacidad de delegar en otros es clave para cosechar el éxito. Una bailarina, Mirta, nos contaba: “Ahora tengo una asistente, Alejandra, porque mi trabajo consiste en sostener cuatro columnas: soy profesora de tango, tengo el hostel, hago los tours y las giras”. El caso de Mirta ilustra la transición laboral de los artistas: de ser contratados a contratar, y de ser empleados a delegar y transformarse en jefes de otros. Llegado el caso, estos emprendedores suelen asumir alguno de los roles intermedios de acuerdo a las necesidades del mercado.

En definitiva, son los inmigrantes bisagra quienes mejor representan la diversidad laboral como función del capital de tango. Si bien estos entrevistados ostentan muchas de las capacidades que caracterizan a los artistas transnacionales (ejemplo: poseen capital lingüístico y cultural), tienen a su favor el oficiar como puentes entre los mercados global y local. El desempeño de distintas tareas y funciones (que se articulan como complementarias), son esenciales a la hora de desplegar una práctica que combina la producción artística con la empresarial.

## **6. El patrimonio de “los que se quedaron”**

En forma paralela al desarrollo del tango en el exterior, en los últimos años se ha generado una fuerte cultura local (y que algunos llaman de “resistencia”), que ha contribuido a promover el tango particularmente en el ámbito porteño. En ese sentido es importante resaltar la existencia de tres tipos de milongas (refiriéndonos como tales a los salones, confiterías y clubes habilitados para el baile del tango), que aunque no poseen un carácter excluyente tienden a preservar su identidad y clientela. Un primer campo del entretenimiento apunta fundamentalmente al tango espectáculo, incluso acrobático, ubicado geográficamente en la zona céntrica y en el sur de la ciudad de Buenos Aires, específicamente en Puerto Madero y frente al Obelisco. Este enclave se nutre fundamentalmente del turismo que consume shows y comidas típicas, y suele ofrecer la primera entrada al género por parte de un público amateur que eventualmente, y con el tiempo, puede llegar a incursionar en otros ámbitos.

El circuito de milongas de tipo mixto abarca un público más específico e incluye a quienes atraen a grupos particulares de extranjeros, los jóvenes, los clientes *queer*, aquellos quienes buscan terapias alternativas (tango terapéutico) y el llamado “tango nuevo”. Estas milongas se ubican en zonas turísticas y emblemáticas representadas por los barrios de San Telmo y Montserrat. Por último, las milongas de tipo barrial suelen estar más descentralizadas y se ubican en viejos clubes de inmigrantes o asociaciones de fomento o deportivas, como es el caso de gimnasios que se transforman en pistas de baile y que atraen un público fiel y homogéneo. Este tercer circuito (que geográficamente es el más periférico) es a la vez el más apreciado por los cultores del género quienes lo consideran como el “más auténtico”. La mayoría de los entrevistados aseguran que la proliferación de milongas barriales dio respuesta a la creciente demanda de espacios de aprendizaje y de práctica tanto por parte de los seguidores locales como extranjeros, quienes se vieron atraídos por descubrir la esencia del verdadero tango.

Como lo plantea la literatura, las milongas (en tanto que enclaves concretos de reproducción de capital social) generan sus propios códigos de inclusión y exclusión, por cuanto formulan reglas de etiqueta destinadas a promocionar determinados estilos artísticos, sociales y comerciales (Carozzi,

2009; Taylor, 2013; Viladrich, 2013a). Si bien los bailarines locales circulan en los tres tipos de milongas señaladas previamente, es la habilidad para crear un espacio propio lo que les garantiza la permanencia en el tiempo la cual es refrendada por el reconocimiento profesional a largo plazo.

Siguiendo a Bourdieu (1979), el capital cultural objetivado se traduce en marcas materiales, como pinturas, monumentos y prendas de vestir. En el caso de los artistas de tango, dicho capital se refleja en la capacidad de lucir una adecuada presencia física (ejemplo: maquillaje intenso, peinados que realcen los rasgos y figura corporal estilizada); y el portar la indumentaria y los zapatos adecuados, junto a pertenecer a (y ser aceptado por) un grupo artístico determinado (Urquía, 2005). En la práctica del tango existe un cierto rito de pasaje (de aprendiz a profesional), el cual es intrínseco a la adquisición del capital del tango, y que supone el haber sido formado por maestros (quienes inventaron sus propias figuras y pasos), y el compartir la pista con quienes han construido su reputación artística a fuerza de bailar (regular y pacientemente) en las milongas porteñas

Lejos de representar un segmento aislado respecto del resto de los artistas de tango, los productores y bailarines locales han logrado insertarse hábilmente en el mercado transnacional gracias a proveer un reservorio de la argentinidad por excelencia. En otras palabras, los artistas que viven en el exterior alimentan los vínculos con sus colegas locales como una condición necesaria, aunque no suficiente, para construir su credibilidad en el campo social del tango (en la Argentina y en el exterior). Para los artistas transnacionales, el mantenimiento de lazos con sus pares argentinos les provee de empoderamiento en el ámbito local. En definitiva, el viajar regularmente a Buenos Aires ("La Meca" del tango), para dar clases y bailar es fundamental para todo aquel que aspire a legitimar su prestigio en la industria mundial del tango. En referencia a este punto, Ceferina nos decía:

A mí del tango lo que me sedujo es que en la milonga tenés un japonés al lado de una alemana en una mesa. Allá [en referencia a los EE.UU. y Europa] tenés los cinco continentes, y es alucinante. Este mundo [Buenos Aires] me abrió la cabeza, es como viajar sin viajar (...) Hay comunidades de tango afuera, en Nueva York, Estambul... Pero igual, la marca del tango está acá [en Buenos Aires]. Y yo me topé con esto, que de golpe me conectó con mi argentinidad.

Para Ceferina, y la mayoría de sus pares, la promoción de la argentinidad en la práctica del tango se traduce en trayectorias laborales diversificadas que

incluyen el “marketizar” (un término que ella utiliza) la práctica del tango argentino, y el promover la reputación de los artistas en el ámbito local, como estrategias necesarias para acceder al circuito transnacional. Claudia, otra entrevistada, enfáticamente afirmaba: “acá [los extranjeros] llegan de todos lados, y lo que cuenta es quien aprendió a bailar [el tango] en el barrio”.

Según nuestros entrevistados, fue a partir de la crisis económica de 2001 que los bailarines que se quedaron en la Argentina comenzaron a proponer alternativas novedosas de inserción laboral. Las mismas incluyen el centrarse en segmentos que no estén todavía saturados por la oferta de productos de tango, y el alternar la práctica del género con otras ocupaciones a los efectos de sostenerse económicamente. Por ejemplo, Mario y Cristina son una pareja de bailarines de mediana edad quienes, entre sus muchas actividades, dan clases en una milonga en el barrio de Montserrat varios días de la semana durante las primeras horas de la tarde. Ellos brindan un ejemplo concreto de diversificación laboral por cuanto ofrecen alternativas de horarios a quienes deciden aprender y bailar tango fuera de los cánones nocturnos. Con respecto de la clientela que los visita, nos cuentan que a sus milongas asisten quienes tienen un familiar internado (“venían, se bailaban unos tangos y volvían al hospital”), o quienes prefieren bailar después de almorzar. Entre sus alumnos también se encuentran muchos extranjeros que optan por practicar el tango “todo el día en forma intensiva”.

Milongas matutinas o de *matinée*, como las de Mario y Cristina, ofrecen alternativas de baile a quienes no se encuentran en condiciones de salir de noche, o que aprovechan sus horas libres durante el día para practicar el tango. En definitiva, sea a través de shows de escenario o de milongas barriales, la producción porteña del tango ofrece una variedad amplia de productos que nutre (y retroalimenta) las necesidades del mercado local y extranjero. Como lo señalamos previamente, el crear un “estilo propio” es clave a la hora de alcanzar el éxito y reducir las tensiones resultantes de la competencia que los artistas experimentan en la industria global del entretenimiento. En sus esfuerzos por afianzar el capital del tango, los artistas locales intentan ubicarse estratégicamente dentro de un campo social específico, en este caso un segmento del mercado (sea este un joven, *queer* o barrial), mientras que deben demostrar excelencia y versatilidad en un área particular (ejemplo: tango salón, tango nuevo, moderno, fusión, ballroom o acrobático).

Por último, los artistas locales son claves en reproducir el capital simbólico del tango (recreando “la argentinidad” en su lugar de origen) a los fines de solidificar su posición en el mercado transnacional. Por ejemplo, el haber bailado el tango con los maestros argentinos que crearon sus propias escuelas, y el conocer las leyendas urbanas que dieran lugar a las mejores letras y melodías tangueras en los barrios porteños, constituyen marcadores culturales irremplazables a la hora de transmitir la esencia del tango.

## **Conclusiones**

Este artículo se centró en el análisis de la producción del tango argentino como industria cultural, en base a las trayectorias laborales de distintos grupos de artistas de tango argentino. Lejos de ser analizado como un *hobby*, el tango en este trabajo es definido como un campo laboral dentro de la industria global del entretenimiento, que si bien ofrece oportunidades únicas también contribuye a que los artistas se conviertan en empleados precarizados en una economía de servicios (Viladrich, 2005b y 2013a).

A partir del concepto de “capital del tango” hemos propuesto algunas reflexiones analíticas para repensar las trayectorias laborales de los artistas, en relación a la producción y circulación del capital (cultural, social y simbólico). Como generador de capital cultural, el capital de tango da cuenta de destrezas técnicas que son legitimadas (y valoradas en el mercado del arte y del esparcimiento) tanto por los artistas profesionales como por sus seguidores. Como capital social, el tango se reproduce a través de redes informales que aseguran la inserción laboral en los mercados local y global. En última instancia, es la capacidad exitosa de promocionar la “marca argentina” (entendida como un estilo propio), la clave que refrenda el capital simbólico en la interpretación del tango. Es a partir de la construcción social y cultural del tango como un género esencialmente porteño, que su práctica pasa a ser exportada y a la vez repatriada como un producto genuinamente argentino.

Entre los artistas entrevistados, el primer grupo es definido como “transnacional” por cuanto mantiene una actividad profesional en varias ciudades globales, que acompaña con sus regresos frecuentes a Buenos Aires. El recorrido de estos bailarines e instructores revela trayectorias circulares, por cuanto trabajan y residen en el exterior la mayor parte del año. Los entrevistados en

este grupo poseen un alto capital lingüístico (hablan más de un idioma) y social (ejemplo: pertenecen a redes internacionales ricas en recursos) que les permite mantenerse activos en el mercado global y abrirse a nuevos destinos. La vulnerabilidad laboral se hace más evidente entre quienes cuentan con menores recursos (en términos de capital cultural, social y financiero), particularmente entre quienes pertenecen a redes con menor soporte emocional y económico. Somos conscientes acerca de los límites de este trabajo en cuanto a la necesidad de examinar las variables de clase social de origen y de pertenencia, así como las diferencias de género. Dichos aspectos, sin duda relevantes, exceden el marco de nuestra investigación y serán abordados en estudios futuros.

Un segundo grupo de artistas (profesionales "bisagra") es representado por quienes se ubican mayormente en el mercado local mientras realizan viajes puntuales al exterior, y mantienen vínculos con redes globales a partir de tratar con alumnos, colegas y empresarios de la industria transnacional del esparcimiento. La inversión en "capital de tango" en este segmento se hace evidente en la diversificación laboral, por cuanto han logrado transformarse en artistas y productores de shows de tango y otros eventos. También identificamos aquí a los "retornados" quienes han hecho acopio de sus conexiones y experiencias en el exterior, como en el caso de quienes reciben a grupos de extranjeros en Buenos Aires. Un tercer grupo de entrevistados lo integran quienes permanecen mayormente en Buenos Aires y por ende representan un vector clave en el encuentro de los mercados local y global, que los legitima respecto de la condición diaspórica de muchos de sus colegas.

Como lo planteamos en este artículo, las trayectorias de los entrevistados no supone una transición obligada entre las categorías estudiadas (ejemplo: de transnacional a local o vice-versa). Si bien algunos de los artistas transnacionales terminaron convertidos en bisagra al volver a la Argentina (y muchos de los artistas transnacionales comenzaron sus carreras como artistas locales), no nos estamos refiriendo a nichos laborales fijos, sino a categorías conceptuales que sugieren estadios posibles a lo largo de la inserción laboral y artística de los entrevistados.

Las redes que vinculan a los bailarines argentinos, definidos en este estudio como un colectivo artístico, ejemplifican claramente la díada competencia-solidaridad. Estas relaciones paradójales (Viladrich, 2013a) hace que los artistas dependan de relaciones informales de ayuda mutua (consolidada

sobre la pertenencia a un colectivo nacional), mientras que compiten en el campo artístico local y global. Si bien los entrevistados intentan diferenciarse de sus pares, se hayan hermanados en la práctica del tango como un bien cultural propio y compartido. En este sentido, los artistas del tango se constituyen en un grupo étnico particular que puja conjuntamente por mantener su liderazgo en la reproducción del tango como industria nacional, tanto en la Argentina como en el extranjero. Al margen de los conflictos interpersonales (por obtener publicidad, mejores empleos e ingresos) los profesionales de tango se identifican como creadores, y representantes, de un bien simbólico concebido como auténtico y que los legitima como embajadores culturales en el exterior.

En definitiva, la capacidad de los artistas argentinos para establecer su primacía en el campo artístico transnacional, se vincula estrechamente con el acervo de la argentinidad como industria cultural. Los marcadores del capital del tango (ejemplo: el haberse criado en un barrio de tango, el haber bailado con los maestros, el conocer las letras de los tangos y las orquestas y las historias que las representan), conforman un patrimonio hereditario el cual, según nuestros entrevistados, sólo un artista argentino podría experimentar plenamente. Como fuente de transmisión de capital simbólico, el tango no solo se constituye en un vehículo inigualable de promoción del arte argentino, sino en una fuente continua y permanente de trabajo (e ingresos) tanto para los artistas transnacionales como para los locales.

## **Bibliografía**

Benencia, Roberto. (2011). Racionalidades, azar y aventura en la construcción de los itinerarios migratorios. En Cynthia Pizarro (Coord.). *Migraciones internacionales contemporáneas. Estudios para el debate*. (pp. 361-378). Buenos Aires: Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad-CICCUS.

Bourdieu, Pierre. (1979). Los tres estados del capital cultural. En *Sociológica*, UAM-Azcapotzalco, 5 (pp. 11-17). Recuperado de <http://sociologiac.net/biblio/Bourdieu-LosTresEstadosdelCapitalCultural.pdf>

Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Cara, Ana C. (2009). Entangled tangos: passionate displays, intimate dialogues. En *Journal of American Folklore*. 122 (pp. 438-465).

Carozzi, María Julia. (2009). Una ignorancia sagrada: aprendiendo a no saber bailar tango en Buenos Aires. En *Religião y Sociedade*. 29 (pp. 126-145).

Carrasco Arroyo, Salvador y Roberto Escuder Valles. (2007). El análisis entre dos realidades en cultura. En *Investigaciones de la Comunicación (Anuario ININCO)*. 18. (pp. 263-275).

Dahinden, Janine. (2010). Cabaret dancers: "settle down in order to stay mobile?" Bridging theoretical orientations within transnational migration studies. En *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 17 (pp. 323-348).

Dávila, Arlene (2012). *Culture works: space, value, and mobility across the neoliberal Americas*. New York City: New York University Press.

Duester, Emma. (2014). Artist mobility and the Baltic cities: Revealing a transnational art world. En *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA-PGN*. 6, (pp. 107-120).

Erel, Umut. (2010). Migrating cultural capital: Bourdieu in migration studies. En *Sociology*, 44 (pp. 642-660).

Freidenberg, Judith. (2013). *La invención del gaucho judío. Villa Clara y la construcción de la identidad argentina*. Buenos Aires: Prometeo.

Foner, Nancy (1997). What's new about transnationalism? New York immigrants today and at the turn of the century. En *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*. 6 (pp. 355-375).

García Fanlo, Luis. (2012). *Tres definiciones de argentinidad*. Recuperado de <http://luisgarciafanlo.blogspot.com.ar/2012/11/tres-definiciones-de-argentinidad.html>

Glick Schiller, Nina; Linda Bosch y Cristina Szanton Blanc. (1995). From immigrant to transmigrant: Theorizing transnational migration. En *Anthropological Quarterly*, 68 (pp. 48-63).

Glick Schiller, Nina. (2005). Transborder citizenship: an outcome of legal pluralism within transnational social fields. En Franz Bender Beckman y Keebit Bender Beckman. (Eds.). *Mobile people, mobile law: expanding legal relations in a contracting world*. (pp. 27-50). London: Ashgate.

Groppa, Carlos. (2004). *The tango in the United States: a history*. London: McFarland & Co.

Horkheimer, Max y Theodor Adorno. (1947). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana.

Kim, Mimi. (2009). The political economy of immigration and the emergence of transnationalism. En *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 19 (pp. 675-689).

Levitt, Peggy y B. Nadya Jaworsky. (2007). Transnational migration studies: past developments and future trends. En *Annual Review of Sociology*, 33 (pp. 129-156).

Markusen Ann. (2013). Artists work everywhere. En *Work and Occupations*, 40 (pp. 481-495).

Mera, Carolina. (2012). La experiencia transnacional de un grupo de jóvenes coreanos de Argentina. En *Voces en el Fénix*, 3 (pp. 122-127).

Novick, Susana. (2012). *Migración y políticas públicas. Nuevos escenarios y desafíos*. Buenos Aires: Catálogos.



- Organización Internacional para las Migraciones, OIM. (2010). *Migración y transnacionalismo*. Recuperado de [http://www.iom.int/jahia/webdav/shared/shared/mainsite/microsites/IDM/works\\_hops/migration\\_and\\_transnationalism\\_030910/background\\_paper\\_es.pdf](http://www.iom.int/jahia/webdav/shared/shared/mainsite/microsites/IDM/works_hops/migration_and_transnationalism_030910/background_paper_es.pdf)
- Parutis, Violetta. (2014). "Economic migrants" or "middling transnationals"? East European migrants' experiences of work in the UK. En *International Migration*, 52 (pp. 36-55).
- Pedone, Claudia. (2003). "Tu siempre jalas a los tuyos". Cadenas y redes migratorias de las familias ecuatorianas hacia España. Tesis doctoral. Departament de Geografia, Facultat de Filosofia i Lletres, Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de <http://geografia.uab.es/genere/images/tesis/tesis%20claudia1.pdf>
- Pelinski, Ramón. (2000). *El tango nómada: ensayos sobre la diáspora del tango*. Buenos Aires: Corregidor.
- Petersen, Anne Ring. (2013). The locations of memory: Migration and transnational cultural memory as challenges for art history. En *Crossings: Journal of Migration & Culture*, 4 (pp. 121-137).
- Portes, Alejandro; Luis Guarnízo y Patricia Landolt. (2003). El estudio del transnacionalismo: peligros latentes y promesas de un campo de investigación emergente. En Alejandro Portes, Luis Guarnízo y Patricia Landolt (Comps.). *La globalización desde abajo: Transnacionalismo inmigrante y desarrollo. La experiencia de Estados Unidos y América Latina*. (pp. 15-44). México: FLACSO & Miguel Ángel Porrúa.
- Pries, Ludger. (1998). "Transmigrants" as a type of labour migrants in pluri-local social spheres. The example of labour migration between Puebla/Mexico and New York City. En *SozialeWelt*, 49 (pp. 135-149).
- Ruiz-Morales, Fernando C. (2011). De cante, baile y toque en la emigración: Sociabilidad en torno al flamenco en Bélgica, 1956-1975. En *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 66 (pp.433-454).
- Sassen, Saskia. (1991). *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- Savigliano, Marta Elena. (1995). *Tango and the political economy of passion*. En San Francisco: Westview Press.
- Savigliano, Marta Elena. (2005). Destino Buenos Aires: Tango-turismo sexual cinematográfico. En *Cadernos Pagu*, 25 (pp.327-356).
- Taylor, Julie. (2013). Death dressed as a dancer: The grotesque, violence, and the Argentine tango. En *TDR: The Drama Review*, 57 (pp. 117-131).
- Urquía, Norman. (2005). The re-branding of Salsa in London's dance clubs: How an ethnicized form of cultural capital was institutionalized. En *Leisure Studies*, 24 (pp. 385-397).
- Van Meeteren, Masja; Godfried Engbersen y Marion Van San. (2009). Striving for a better position: Aspirations and the role of cultural, economic, and social capital for irregular migrants in Belgium. En *International Migration Review*, 43 (pp. 881-907).
- Viladrich, Anahí. (2013a). *More than two to tango: Argentine tango Artists in New York City*. Tucson: University of Arizona Press.

Viladrich, Anahí. (2013b). Los migrantes del tango en la Argentina: explorando el campo artístico desde una perspectiva transnacional. En Gabriela A. Karasik (Comp.). *Migraciones internacionales: Reflexiones y estudios sobre la movilidad territorial contemporánea*. (pp. 383-403). Buenos Aires: Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad, CICCUS.

Viladrich, Anahí. (2005a). Tango immigrants in New York City: The value of social reciprocities. En *Journal of Contemporary Ethnography*, 34 (pp. 533-559).

Viladrich, Anahí. (2005b). Performing the tango's dual life: Immigrant tales from the field. En *Women and Performance, a Journal of Feminist Theory*, 28 (pp.105-110).

Waldinger, Roger y David Fitzgerald. (2004). Transnationalism in question. En *American Journal of Sociology*, 109 (pp. 1177-1195).

Wilson, Tamar Diana. (1994). What determines where transnational labor migrants go? Modifications in migration theories. En *Human Organization*, 53 (pp. 268-78).

Wimmer, Andreas y Nina Glick Schiller. (2002). Methodological nationalism and beyond: Nation-state building, migration and social sciences. En *Global Networks*, 2 (pp. 1470-2266).