

raciones y las tres clasificaciones de los derechos así como la “garantía institucional” que se reconoce a instituciones como la autonomía local o la autonomía universitaria.

Los tres Capítulos siguientes se dedican a las caracterizaciones esenciales del Estado proclamadas por el artículo 1 de la Constitución de 1978: Estado social y democrático de Derecho; con un *Capítulo VIII. El Estado Constitucional como Estado liberal*, el *Capítulo IX. El Estado Constitucional como Estado social*; y el *Capítulo X. El Estado Constitucional como Estado democrático*.

El Capítulo XI se reserva al estudio de la descentralización y las formas de Estado, estableciendo una necesaria y previa delimitación conceptual de la desconcentración, la descentralización administrativa y la desconcentración política, con especificaciones muy necesarias en la actualidad sobre el federalismo y el confederalismo. Tras este Capítulo sobre *La Constitución y las formas de Estado*, que concluye con la imprescindible ubicación del Estado de las Autonomías en la Teoría de la Constitución, el libro finaliza con el Capítulo XII. *La defensa de la Constitución*, cuyos apartados versan tanto de los métodos de defensa ordinaria con los sistemas difuso, concentrado y mixto de control de constitucionalidad, como de los mecanismos de defensa extraordinaria y la reforma de la Constitución. En este ámbito y, precisamente, en el tiempo presente de España, cuando se trata de inculcar valores de ciudadanía en los más diversos niveles educativos, parece oportuno recordar, con el profesor Ignacio de Otto, que el orden constitucional se defiende “con el propio funcionamiento correcto sobre una base social, económica y política adecuada, con el desarrollo de la primacía del derecho, con la creación de una conciencia constitucional, tareas todas ellas más arduas y esforzadas que la defensa de la Constitución, pero más acordes con el orden constitucional de cuya garantía se trata, al orden constitucional se defiende existiendo”. Una “defensa cotidiana” de la Constitución que debe tenerse presente, con toda su normatividad y sus valores, frente a quienes utilizan facultades reconocidas o no en la Constitución para, como afirma el profesor Pedro de Vega, degradar la normatividad constitucional mediante prácticas contrarias al mismo texto constitucional.

Doce capítulos imprescindibles para la enseñanza del Derecho Constitucional como disciplina fundamental, para la formación del jurista como

profesional, para la educación y libertad del ciudadano como cotitular de la soberanía, para el aprendizaje de los conceptos y categorías que la Norma Suprema emplea, y para la madurez del sistema político como contexto donde se desarrolla la actividad de los órganos del Estado y se ejercen los derechos y libertades que la Constitución reconoce. Al cumplimiento de tales funciones sirve con sencillez y alarde de síntesis la obra del profesor García Ruiz, cuyo “texto desprovisto de florituras de cualquier tipo y condición”, pone a disposición de los alumnos una serie de conocimientos elementales e imprescindibles”, para “propiciar una lectura fácil y cómoda”. Una metodología pedagógica infrecuente en los manuales, tratados y otros materiales docentes de Derecho Constitucional, que hace posible, a través de sus páginas decantadas por años de reconocida docencia, el objetivo del buen maestro: hacer fácil lo difícil, permitiendo desmentir el famoso juicio de Montesquieu sobre la enseñanza: “De las tres educaciones que recibimos (la de nuestros padres y madres, la de nuestros maestros y la del mundo) la última suele soterrar a las otras dos”.

Giucci, Guillermo, *La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética*. Buenos Aires, Editorial Universidad Nacional de Quilmes, 2007.

Por Maximiliano Korstanje
(Universidad de Palermo, Argentina)

La siguiente reseña está orientada a discutir el libro *La vida cultural del Automóvil, rutas de la modernidad cinética* escrito por el sociólogo uruguayo Guillermo Giucci y publicado por la prestigiosa editorial de la Universidad Nacional de Quilmes por vez primera en 2007. En este sentido, el autor comienza su apartado introductorio mencionando el ascenso de la movilidad producida por el automóvil como mecanismo de aceleración tecno-productiva dentro del rango que va desde 1900 hasta 1940 aproximadamente. Sin embargo, aun cuando Giucci presenta una serie de datos estadísticos con respecto a las empresas fabricantes de autos para principios de siglo XX y las posteriores hegemonías de las empresas estadounidenses, no puede ubicarse en la lectura referencia alguna en relación a las fuentes de donde se extrajeron esos

datos. Por lo pronto y a pesar de ello, el capítulo introductorio se muestra compacto y coherente en su elaboración teórica con un eje de estudio bien definido: la relación entre el automóvil y la vida social de sus usuarios insertos en un contexto de movilidad constante como lo es la modernidad.

Al momento de justificar su trabajo, el autor entiende que en tanto mercancía de cambio, el automóvil ha traspasado las barreras de lo nacional, jerarquizando y modificando el rito de vida diaria como así también las diferencias entre las clases sociales o las pertenencias imaginadas (p. 20); este nuevo invento no sólo ahorra tiempo sino además trae consigo nuevas nociones como mayor libertad, trabajo, prestigio e independencia de los individuos con respecto a sus entramados sociales. Según cada cultura, el automóvil ha generado diferentes procesos y experiencias ya sea entre vendedores y compradores, la identidad de sus pasajeros o los usos que se les ha dado a lo largo de los años. En palabras del propio Guicci “el automóvil es al mismo tiempo nuestro pasado, presente y futuro. No desapareció, por el contrario, su participación aumentó de modo brutal a lo largo del siglo XX y persiste vigoroso en el inicio del tercer milenio. Un estudio de la vida cultural del automóvil, desde la perspectiva de la modernidad cinética, significa exponer las dispersiones y actualizar ese heterogéneo acervo mundial de época a menudo menos documental que brillantemente imaginativo” (p. 24).

Siguiendo lo expuesto, el capítulo primero está dedicado al origen histórico de la unidad hasta su adopción fordista y consecuente mito-poiesis. En este sentido, explica el profesor Guicci que Henry Ford no inventó el automóvil en sí, sino que lo popularizó usando ciertos mecanismos de producción y transformándolo en un bien masivo. Incluso, fue el primero en utilizar la cadena de montaje en la fabricación de unidades, herramienta generalmente disponible hasta entonces para la fabricación de armas de Fuego y máquinas de costura. Por otro lado, la producción en serie acrecentó la demanda masiva generando una verdadera revolución en las pautas de consumo de la sociedad estadounidense. “El Ford modelo T encarnó esos principios. En la base del sistema de producción estaban la velocidad, la uniformidad, la simplicidad y el intercambio. Había, sin embargo, diferencias

sustanciales entre el fordismo y el taylorismo. En última instancia, Ford no pretendía mejorar la eficiencia de los trabajadores a través del estudio del movimiento y del tiempo, como Taylor, sino poner las máquinas a trabajar” (p. 29).

En efecto, declarado enemigo directo de la historia, Ford se decidió a crear un nuevo culto que rindiera honores al papel de la tecnología como creadora de historia presente¹. El éxito de la fórmula fordista representaba combinados una serie de elementos tendientes a mejorar el nivel de posesión material de los ciudadanos; la producción masiva era igual a una consecuente reducción de precios al consumidor en conjunto con una suba de salarios y una disposición adquisitiva considerable; pronto esta fórmula se transmitiría a nivel mundial llegando a lugares insospechados como la Rusia de los Soviets. Finalmente, en 1922 H. Ford publica su libro *My Life and Work*, manual práctico que luego se convirtiera en bibliografía de consulta obligada para todos aquellos industriales que apostaran a la idea del consumo masificado; en parte, la obra promovía la idea de que el trabajo era parte de la naturaleza humana y que la tecnología no atentaba contra los dogmas de la felicidad y el progreso por medio de los bienes materiales. Más aún, las máquinas eran una mera expresión de la capacidad humana de desarrollo y superación para se pueden disfrutar de la naturaleza. En pocas palabras, es imposible pensar el trabajo ajeno al proceso tecnológico materialista y móvil. Estos valores culturales ya habían sido pensados y promovidos a jóvenes de muy temprana edad por medio de sus centros educacionales en donde Ford combinaba praxis y teoría dentro de sus fabricas.

Sin embargo, Ford no estaba al servicio de la compra constante y lejos de él estaba la idea de poner en el mercado piezas caracterizadas por un alto costo y con fines pecuniarios. El colega uruguayo nos explica que “Ford...nunca apreció la industria automovilística como un instrumento para obtener dinero de la clase privilegiada. También se resitió a concebir los negocios como la colocación de un artículo defectuoso a alto precio, para después persuadir al consumidor de adquirir uno más reciente. Idealmente, el modelo T debía durar para siempre” (p. 43). Sin embargo, Ford no reparó en que luego de 1920 la demanda de autos usados

¹ “La Historia no es más que palabrería vana” le dijo Ford a C. Wheeler en una entrevista. Guicci, G. *La vida cultural...*, op. cit., 30.

–modelo T– se expandió de tal forma que para cubrir las necesidades de transporte en forma básica ya no haría falta la adquisición de unidades nuevas. Pero ¿Cómo es que ha llegado Ford a situarse como una empresa líder a nivel mundial?, ¿Cuál fue la posición de América Latina en este proceso?.

En el segundo capítulo Giucci responde a estas cuestiones remarcando la evidente fascinación que ejercían las fábricas Ford dentro de los Estados Unidos. En particular, estos espacios eran visitados por miles de turistas que observaban atónitos como los empleados ensamblaban en escasos segundos una y otra vez las piezas del automóvil. En palabras del propio autor “un tremenda fascinación producía a los visitantes el dinamismo de la maquinaria y la distribución racional del espacio. La electricidad comandaba la metamorfosis de la materia prima en automóviles, quedando relegadas a un segundo plano las condiciones laborales de aquellos trabajadores sudorosos que parecían robots clavados en el geométrico paisaje industrial” (p. 48).

Fuera de los Estados Unidos, los distribuidores vendían el producto desde Rodesia hasta China aun cuando no en todos los lugares estaban dadas las condiciones sociales, políticas y de infraestructura para la adopción de esta nueva maquina. Fue precisamente, el caso de América Latina donde los convulsionados regimenes institucionales en conjunción con una defectuosa red de caminos no permitieron una temprana proliferación de los negocios de Ford en la región. Sin embargo, en América Latina no existía una planta industrial automovilística que pudiese competir con los productos de Ford, por ello ya para 1926 se habían colocado en el mercado los primeros modelos T adquiridos por parte de una aristocracia que se esmeraba por cualquier novedad extranjera. Pronto los gerentes de planta de todo el mundo –incluyendo los latinoamericanos– viajaron a Detroit para aprender los diferentes procesos involucrados en el armado de las unidades en la línea de montaje. La idea parecía clara a grandes rasgos, se aprende mucho más en esa ciudad que en las charlas dadas por los ejecutivos estadounidenses. Comienza, entonces, lo que Guicci denomina una mitologización de Ford a nivel mundial generando una evidente dependencia tecnológica entre Estados Unidos y el mundo.

Pero al igual que los paradisíacos escenarios turísticos, la fábrica de River Rouge posee dos caras: una externa dedicada y destinada a impresionar a los turistas, curiosos y visitantes que pasan por ella;

y la otra es interna y se refiere a la presión psicológica y de explotación que vivieron los empleados de las fábricas Ford mientras trabajaban en ellas. El profesor Giucci, en este sentido, presenta evidencia contundente de personas que han estado de uno u otro lado del escenario. Para 1960, la misma sociedad comienza a tomar una mirada crítica con respecto al automóvil; comienzan a percibirse ciertos problemas entorno a éste tales como: los accidentes de tránsito y muertes que se derivan de ellos, la contaminación sonora y ambiental, etc.

En este sentido, surgen los autos chocadores (de la mano de Ralph Nader) no sólo como un juego para niños sino también como escenificación de los riesgos que implica el uso de un automóvil. Desde la perspectiva académica diversos autores se han ocupado de analizar, desde entonces, la función social del auto en la vida cotidiana desde McLuhan hasta Braudillard; alienación, opresión, consumo ostentoso, capitalismo, y destrucción son uno de los tantos términos que utilizaban los intelectuales para referirse a la acción de la industria automovilística. También el cine y la literatura parodian al método de montaje propuesto por Ford. Por otro lado, “para escritores como Upton Sinclair o Illya Ehrenburg, directores de cine, artistas y psicólogos la producción en masa de la línea de montaje tenía altos costos humanos... Ford es al mismo tiempo un rey y una víctima del capital. Mientras explota al proletariado, promueve su propia destrucción. Envejece mal, obsesionado por la imagen pastoral, esforzándose por recapturar lo que contribuyó a destruir. Es un dictador que desconfía de todo y de todos” (p. 76).

En el desarrollo del capítulo cuarto, el autor comienza a analizar los diferentes mecanismos sociales que llevaron el automóvil a convertirse en un elemento de consumo a escala mundial. En primer lugar, las diferentes aristocracias comenzaron a recorrer grandes distancias en auto como símbolo de status y prestigio; en este sentido aunque el autor no lo desarrolla parece elocuente la relación entre éstos grupos y lo novedoso, o dicho en otros términos el poder que otorga la novedad en las estructuras sociales. El segundo aspecto, es el papel de los vendedores quienes organizaban ferias y recorrían grandes extensiones de territorio ofreciendo el producto. Finalmente, el tercer factor fue la organización y posterior identificación del automóvil como signo deportivo y de competencia con arreglo a criterios específicos basados en la audacia

y la velocidad. Así en 1895 surge la carrera París-Bordeaux-París aun cuando las condiciones propias de las unidades fueran algo defectuosas. Con el pasar del tiempo, no sólo los caminos sino también la infraestructura puesta al servicio de estas competencias se mejorarían notablemente.

En los capítulos sucesivos, sobre todo el cuarto, el autor sostiene que “la tradición mantiene a la modernidad cinética parte de su papel regulador. Pero su autoridad es cada vez más limitada, pues del signo del movimiento la amenaza de modo directo” (p. 135). En este sentido, el automóvil amenaza seriamente el papel de la tradición y la estática por cuanto que éste promete una nueva forma de libertad que cuestiona la distinción simbólica usada hasta ese entonces por la aristocracia.

Rápidamente, la naturaleza comienza a ser una atracción turística y de la mano del auto comienzan a surgir los auto-camping espacios dedicados a la recreación y el descanso; en donde antes se miraba con desconfianza el primitivismo como forma de oposición al progreso humano y tecnológico, ahora se añoraba los paisajes escenográficos naturales como signo de autenticidad. Más específicamente, “los argumentos contra la utilización de los medios de transporte mecánico varían de la inhumanidad del objeto tecnológico a la pérdida del contacto directo con la naturaleza y los seres humanos. En su ensayo sobre la velocidad, Paul Morand menciona el peligro que según Emil Ludwig amenazaba el espíritu europeo: el nuevo espíritu técnico. Fue necesario que pasara bastante tiempo para que algunos monarcas europeos admitieran la dignidad del automóvil” (p. 138).

En efecto, todo invento tecnológico obedece a mecanismos previos de producción y posterior adquisición. No es extraño que todo adelanto, lleve consigo una tensión inherente entre ciertos grupos sociales enfrentando la posibilidad de ascenso de ciertos actores y la resistencia de otros. Si bien, como admite Giucci —en su penúltimo capítulo, el automóvil ya era una realidad insoslayable dentro y fuera de la vida humana moderna; existía la promesa de ascenso social para ciertos grupos que despertaba una reacción contraria en quienes hasta el momento se habían mantenido en la cúspide de la sociedad. Por otro lado, el automóvil comenzaba a imponerse como deseo compulsivo de consumo aumentando el capital invertido en materia de publicidad y propaganda. Así, los publicistas comienzan a comercializar el éxito como bien simbólico

plausible de ser alcanzado por medio del consumo; adquirir un auto no era sólo una necesidad de trasladarse, sino también una forma ritual de asegurarse el éxito en la vida. Existe en todo este proceso un espíritu de la superación y la competencia. “Pronto llegarían las imágenes clásicas de la publicidad automotriz norteamericana. De la imagen del Oldsmobile derrotando al tren se harían miles de reproducciones. Lo mismo sucedería con una propaganda que muestra un deportivo Jordan superando a una joven a caballo...el anuncio dirigido a estudiantes universitarias y flappers, le valió a su creador, NEP Jordan, miles de cartas admiradoras anónimas. Jordan captó el espíritu romántico de la muchacha domadora de potros que sabe de lo que estoy hablando pues el modelo había sido construido para ella, para la chica del rostro bronceado por el sol, cuando el día es hecho de juego, diversión y carrera” (p. 172).

En pocas palabras, el libro de referencia está orientado en sostener una tesis de trabajo por demás interesante. El automóvil en la sociedad occidental —y más tarde en el mundo todo— ha generado una verdadera revolución técnico-productiva con arreglo a fines legal-razones en el sentido weberiano. La cadena de montaje de Henry Ford (apoyado en doctrinas taylorianas) no sólo significó el principio de una manera de fabricar automóviles, sino que cambió la forma de producción para siempre. La modernidad cinética ha presentado al auto como un objeto privado que invade la publicidad; y aunque a lo largo de los años las opiniones y reacciones en cuanto a éste han sido variadas, representa sin dudas un producto seriado de reproducción mecánica. Como acertadamente, concluye Guillermo Giucci “expresa claramente la función de la moda: distanciar y aproximar. Funciona como un consumo de signos y como una práctica cotidiana de las jerarquías. Por ello persisten en su materialidad las rivalidades simbólicas, los sentimientos de auto confianza o de vergüenza, los vínculos con la sexualidad, las expectativas y las fantasías” (p. 227).

Luego de todos los puntos expuestos en la siguiente reseña, creemos el profesor Giucci ha hecho mérito suficiente para considerar a su obra como uno de los aportes más importantes escritos en español sobre el rol del automóvil en la vida cultural moderna. Asimismo, existen en su trabajo una innumerable combinación de fuentes bibliográficas, históricas, fotográficas y literarias de gran

valía como crónicas de viajeros que visitaron las primeras fábricas o literatos interesados –positiva o negativamente– en los procesos de montaje; por lo demás el autor demuestra una abundante y coherente manejo bibliográfico en el tema que expone en una prosa amena pero no por ello menos reflexiva. No obstante, toda buena obra merece ser revisada y sometida a cierta crítica.

Metodológicamente, sobre la obra en cuestión caben tres diferentes puntualizaciones. Desde una perspectiva *general*, luego de leer la obra da la impresión –aunque el autor no explica cómo ni por qué– que el automóvil como adelanto técnico ha producido y reproducido la modernidad actual imponiendo ciertos cambios en lo cultural como por ejemplo el deseo de vértigo y velocidad. En parte, este parece ser un problema, ya que Giucci confunde el *Pars pro toto*. Principalmente, el automóvil sólo es una de los tantos adelantos producidos por el capitalismo (moderno) o los procesos históricos que lo precedieron y no la causa directa de éste; en todo caso, los medios vinculados a la movilidad se encuentran más ligados a los adelantos puestos en función de la industria bélica que a los fines estéticos de prestigio y poder. ¿Qué relación cierta existe entre la guerra y los adelantos en materia de locomoción?

Desde el caballo hasta el avión, en épocas de paz los medios de locomoción son una interesante prolongación de ciertos elementos utilizados en la guerra. Hubiera sido pertinente algún tipo de relación al respecto en el trabajo de referencia. Existe entre la guerra y la locomoción un elemento común que es la necesidad de exploración y apropiación territorial. La guerra es en cierto modo una forma productiva que moviliza determinados recursos formando nuevos modelos de trabajo.

La segunda observación sigue una dinámica *puntual*, ya que la obra podría mejorarse si el autor hubiese incorporado, para probar sus interesantes hipótesis, fuentes estadísticas cuantitativas de producción y consumo tanto en los Estados Unidos como América Latina vinculadas a los supuestos cambios sociales que ha implicado el automóvil. Siguiendo la hipótesis anteriormente mencionada, las fuentes estadísticas hubieran ayudado a demos-

trar que la proliferación de los avances en materia de locomoción se dan luego de finalizadas las dos guerras mundiales. Particularmente, Giucci está convencido de que las “dos Grandes Guerras” fueron un elemento restrictivo para la producción y posterior comercialización del automóvil. Si bien esto es cierto, lo es en forma parcial. Miguel Kathchikian en su libro, *Historia del Turismo* sustenta por medio de fuentes estadísticas vinculadas a la producción y uso de automóviles, trenes, aviones y buques, que recién luego de la Segunda Guerra Mundial el turismo comienza a ser configurado como una practica masiva de alcance planetario. Específicamente, luego de la reconstrucción europea los nuevos adelantos en materia técnica (avión y automóvil) reducen los tiempos de conexión entre las comunidades receptoras y emisoras, a la vez que reducen los costos de viaje². Además, estos datos pueden ser verificados en otros autores dedicados a investigar los diferentes procesos históricos que dieron origen al turismo moderno³. Por último, creemos que cabe una crítica *específica* al armado y posterior presentación de su objeto de estudio. En otras palabras, aunque Giucci específica en la parte introductoria de su obra el marco cronológico que intenta investigar (1900-1940), en su desarrollo no lo respeta. Incluso utiliza y menciona eventos sucedidos de 1950 en adelante. Desde sus primeras apariciones a principios del siglo XX hasta la modernidad cinética, el autor ensaya una combinación de narraciones y explicaciones convincentes que apuntan cíclicamente sobre lo mismo, pero que no demuestran el real impacto del automóvil a escala estadística (causa–efecto). No sólo que el tema como ha sido planteado lo ameniza sino también ordenaría la exposición de los diferentes procesos históricos que llevaron al automóvil a ser uno de los bienes de consumo por excelencia de la modernidad. En cierta forma, acotar su marco cronológico hubiera dadole al trabajo una mayor capacidad explicativa que descriptiva. Existe mucha información, ocasionalmente no tan bien ordenada. La extensión del objeto en estudio, no permite dirigirse en profundidad en cuanto al ¿por qué surge el automóvil? o que aspectos estructurales inciden directamente en su invención.

² Khatchikian, Miguel, *Historia del Turismo*. Lima, Universidad San Martín de Porres, 2004.

³ Schluter, Regina, *El Turismo en Argentina. Del balneario al campo*. Buenos Aires, CIET editores, 2003. Getino, Octavio, *Turismo: entre el ocio y el negocio*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus, 2001. Wallingre, Noemí, *Historia del Turismo Argentino*. Buenos Aires, Librerías Turísticas, 2007.