

© International Baccalaureate Organization 2022

All rights reserved. No part of this product may be reproduced in any form or by any electronic or mechanical means, including information storage and retrieval systems, without the prior written permission from the IB. Additionally, the license tied with this product prohibits use of any selected files or extracts from this product. Use by third parties, including but not limited to publishers, private teachers, tutoring or study services, preparatory schools, vendors operating curriculum mapping services or teacher resource digital platforms and app developers, whether fee-covered or not, is prohibited and is a criminal offense.

More information on how to request written permission in the form of a license can be obtained from <https://ibo.org/become-an-ib-school/ib-publishing/licensing/applying-for-a-license/>.

© Organisation du Baccalauréat International 2022

Tous droits réservés. Aucune partie de ce produit ne peut être reproduite sous quelque forme ni par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, y compris des systèmes de stockage et de récupération d'informations, sans l'autorisation écrite préalable de l'IB. De plus, la licence associée à ce produit interdit toute utilisation de tout fichier ou extrait sélectionné dans ce produit. L'utilisation par des tiers, y compris, sans toutefois s'y limiter, des éditeurs, des professeurs particuliers, des services de tutorat ou d'aide aux études, des établissements de préparation à l'enseignement supérieur, des fournisseurs de services de planification des programmes d'études, des gestionnaires de plateformes pédagogiques en ligne, et des développeurs d'applications, moyennant paiement ou non, est interdite et constitue une infraction pénale.

Pour plus d'informations sur la procédure à suivre pour obtenir une autorisation écrite sous la forme d'une licence, rendez-vous à l'adresse <https://ibo.org/become-an-ib-school/ib-publishing/licensing/applying-for-a-license/>.

© Organización del Bachillerato Internacional, 2022

Todos los derechos reservados. No se podrá reproducir ninguna parte de este producto de ninguna forma ni por ningún medio electrónico o mecánico, incluidos los sistemas de almacenamiento y recuperación de información, sin la previa autorización por escrito del IB. Además, la licencia vinculada a este producto prohíbe el uso de todo archivo o fragmento seleccionado de este producto. El uso por parte de terceros —lo que incluye, a título enunciativo, editoriales, profesores particulares, servicios de apoyo académico o ayuda para el estudio, colegios preparatorios, desarrolladores de aplicaciones y entidades que presten servicios de planificación curricular u ofrezcan recursos para docentes mediante plataformas digitales—, ya sea incluido en tasas o no, está prohibido y constituye un delito.

En este enlace encontrará más información sobre cómo solicitar una autorización por escrito en forma de licencia: <https://ibo.org/become-an-ib-school/ib-publishing/licensing/applying-for-a-license/>.

**Antropología Social y Cultural**  
**Nivel Medio**  
**Prueba 1**

Miércoles 26 de octubre de 2022 (tarde)

1 hora

---

**Instrucciones para los alumnos**

- No abra esta prueba hasta que se lo autoricen.
- Lea el pasaje y conteste las preguntas 1 y 2. Conteste la pregunta 3 o 4.
- La puntuación máxima para esta prueba de examen es **[20 puntos]**.

Lea el pasaje.

Pasaje adaptado de Murray, M. A., 2020. White, Male and Bartending in Detroit: Masculinity Work in a Hipster Scene (Blanco, varón y trabajando de barman en Detroit: El trabajo de la masculinidad en un entorno hipster). *Journal of Contemporary Ethnography*, 49(4). [traducido del original en inglés]

Los hípsters modernos son jóvenes, blancos y de clase media; su edad típica es de 20 a 35 años. Contribuyen a la gentrificación de los barrios étnicos de clase trabajadora al frecuentar cafés caros y bares de moda. Este estudio ofrece una comprensión de cómo se construye el género dentro de la subcultura hípster.

5 Los hombres con los que pasé un tiempo en Detroit (Estados Unidos) han desarrollado una forma de vida hípster envolvente y exclusiva. Han elegido la subcultura hípster porque les resuelve un dilema de la masculinidad que es cada vez más común: ser incapaces de adquirir una profesión que les permita niveles de consumo de clase media.

10 Las subculturas ofrecen a sus miembros formas alternativas de existencia que van en contra de las formas de ser dominantes. La participación en subculturas está abierta, en teoría, a todos aquellos que puedan actuar según los patrones de comportamiento y consumo necesarios. No obstante, los académicos sostienen que el capital subcultural siempre está vinculado con la clase social, la raza y el género, lo cual significa que no está al alcance de todos.

15 Los hombres a los que entrevisté no cumplían con varias normas de la masculinidad hegemónica. Se espera que los hombres blancos de clase media encuentren una carrera profesional que cumpla con niveles de consumo cada vez más altos. No obstante, como barman o camarero, los hípsters no se valen del puesto laboral como su indicador principal de identidad. En segundo lugar, estos hombres no eran maridos, ni padres, ni estaban en relaciones amorosas a largo plazo con mujeres. En tercer lugar, no expresaban homofobia, y algunos celebraban su homosexualidad. En  
20 ciertos momentos en la historia de los Estados Unidos, la actuación de la homofobia ha sido un aspecto central de la masculinidad, porque se suponía que demostraba la heterosexualidad.

Realicé un proyecto de un año en Detroit y Nueva York, utilizando entrevistas en profundidad y observación participante. También utilicé análisis textual de los medios de comunicación hípster impresos y digitales, para orientarme dentro del ámbito hípster. No obstante, el aspecto central  
25 de este proyecto consiste en el trabajo de campo efectuado con jóvenes blancos en Detroit. Esta investigación fue facilitada en gran medida por mi amistad con Albert. Fuimos compañeros de colegio en un suburbio de Detroit, y él tuvo un papel esencial como informante y habilitador de acceso.

30 Los entrevistados hablaron del futuro en términos vagos, o evitaron el tema. Cuando le pregunté a Albert qué se veía haciendo dentro de 10 años, me dijo: “Bueno, es que nunca pienso en eso”. Pero añadió: “Sé que es muy difícil, pero quiero vender obras de arte y tener una tienda de discos. Pero probablemente estaré trabajando de barman en algún bar en Detroit. Y eso no es lo que quiero. No quiero ser un cliché”.

35 El arte es una característica de la subcultura hípster, y las profesiones creativas resultan atractivas porque estos hombres no tendrían que dividir sus energías entre el trabajo y el arte. Los puestos de trabajo creativos prometen la satisfacción mediante el trabajo, lo cual es atractivo en una sociedad que presiona a los hombres a invertir mucho en su carrera profesional.

Las relaciones más fuertes para los entrevistados eran entre pares de hombres. Albert y Jimmy llevaban una década viviendo juntos. Sus novias, trabajos y domicilios habían cambiado  
40 frecuentemente, pero su relación permanecía estable. Nunca se refirieron al otro como su pareja (ninguno de ellos se identificó como homosexual) pero han viajado, vivido y montado grupos de música juntos. En la ausencia de trabajos estables y novias en convivientes, Albert y Jimmy se ofrecían el uno al otro una red de seguridad.

Estos hombres se abrazan, se prestan ropa, cocinan juntos, e incluso duermen en la misma  
45 cama después de pasar una noche larga bebiendo. En vez de ocultar sus afectos, parecen alardearse de lo cómodos que se sienten juntos, como prueba de que se sienten cómodos con la homosexualidad. Nathan explicó: “No soy gay, pero puedo identificarme con un estilo de vida que cuestiona las fronteras, una apertura a otras sexualidades, ¿sí? ¡Pero me gustan las chicas!”  
50 La respuesta de Nathan lo posiciona claramente como heterosexual, pero también lo presenta como alguien que se siente cómodo con otras sexualidades. Esta actitud es sorprendentemente positiva, ya que los estudios anteriores han demostrado cómo los hombres que están excluidos de la masculinidad hegemónica han reaccionado con sexismo, homofobia e incluso violencia.

El mundo hípster es un recurso de identidad útil que les permite a los participantes cuestionar las  
55 normas de clase media asociadas con la masculinidad hegemónica. Si bien este estudio se centra en la masculinidad, la clase social está entretejida en todos sus aspectos. El mundo hípster les resulta atractivo a estos hombres porque se criaron en familias de clase media y tienen un alto nivel de educación, pero aun así no tienen una carrera profesional. Muchos de los hombres con los que hablé tienen una estrategia de salida que no está al alcance de las comunidades negras o hispanicas en Detroit, afectadas por la pobreza intergeneracional y las dificultades económicas.  
60 Este privilegio no examinado es una diferencia mucho más profunda que las preferencias de gustos que los entrevistados suelen citar para explicar su exclusividad subcultural.

Conteste la pregunta 1 y la pregunta 2.

1. Defina el término **género** y describa cómo se lo entiende y aplica en el contexto del pasaje. [4]
2. Analice los datos etnográficos presentados en el pasaje utilizando el concepto de **sociedad**. [6]

Conteste la pregunta 3 o la pregunta 4.

3. Compare y contraste la manera en que el concepto clave de **identidad** o **cultura** es evidente en este pasaje con la manera en que es evidente en **un** ejemplo etnográfico que haya estudiado. [10]

O

4. Compare y contraste los enfoques de investigación adoptados por el antropólogo en este pasaje con los enfoques de investigación utilizados por **un** antropólogo que haya estudiado. Haga referencia a conceptos y material etnográfico en su respuesta. [10]

**Advertencia:**

Los contenidos usados en las evaluaciones del IB provienen de fuentes externas auténticas. Las opiniones expresadas en ellos pertenecen a sus autores y/o editores, y no reflejan necesariamente las del IB.

**Referencias:**

Murray, M. A. (2020). White, Male, and Bartending in Detroit: Masculinity Work in a Hipster Scene. *Journal of Contemporary Ethnography*, 49(4), 456–480. <https://doi.org/10.1177/0891241620907126>. Publicado con autorización de SAGE Publications.

**Los demás textos, gráficos e ilustraciones: © Organización del Bachillerato Internacional, 2022**