MODERNIDAD, CONSUMO Y SOCIABILIDAD.

Andrés Gomez S.
Ronald Cancino S.

RESUMEN:

El artículo, a partir de la identificación de los ejes de la reflexión en torno a la modernización del país, se centra en el análisis de los referentes que construye el Estado para relacionarse con la sociedad civil y como fruto del re-situamiento del mercado, se incrusta en el ordenamiento una práctica cultural particular: consumo. Se analizan así, los efectos y contenidos socioculturales del consumo en contextos de estructuración/desestructuración.

INTRODUCCION.

El país parece experimentar nuevas condiciones y procesos de transformación. Las percepciones globales y un diagnóstico económico optimista, generan expectativas y requerimientos societales inmediatos: el pensar en la necesidad de "ponerse a tono" en las nuevas condiciones. En a lo menos dos niveles, estado y sociedad civil, parecen experimentarse cotidianamente percepciones de desestructuración, desorden del orden social.

Lo anterior parece explicarse por el desplazamiento epistemológico experimentado en la reflexión acerca de las relaciones Estado/Mercado/Sociedad Civil. El mercado erigido en el referente último de la acción social, provoca a los otros ordenes sociales a reposicionarse y transformarse. La pregunta que de ello surge tiene por tanto, una doble dirección: cuáles son los contenidos y cuales los efectos para la sociedad chilena de dicha transformación. Dicho de otro modo ¿hasta qué punto el esfuerzo modernizador se funda en, o transforma los contenidos de la sociabilidad?. Ello supone el análisis de al menos dos dimensiones: los referentes y metodologías que el Estado genera para relacionarse con la sociedad civil y, los modos como la sociedad civil construye a su vez referentes, ordenes y estrategias para relacionarse con el Estado y el mercado.

La hipótesis central que guía el artículo, consiste básicamente en que se está constituyendo un nuevo sujeto imaginario que articula y dinamiza el funcionamiento de la sociedad: el consumidor.

1. LAS TRANSFORMACIONES DEL ORDEN.

En la tematización de las transformaciones, parece haber ciertos consensos: una visión de cambio a nivel nacional y mundial del orden económico(**1**). Estaríamos en presencia de una época de transición, desde un patrón Acumulación/regulación asociado a la actividad capitalista y la labor del Estado, hacia un nuevo orden social y productivo. Este proceso se potencia en nuestro país a partir de las crisis económicas de los ochenta y a la creciente incorporación de reformas económicas, las que comenzarán a producir un desplazamiento en las relaciones Estado, sociedad civil. Para algunos autores(**2**), así como a nuestro entender se comienza a fundar un nuevo orden económico cuyos rasgos fundamentales son:

1. *Abandono de la política Keynesiana:*

Privatización de algunas empresas del Estado y desregulación del sector privado.

Participación del Estado en la economía ya no para controlarla, sino para mantener los equilibrios macroeconómicos.

Servicios sociales importantes son traspasados al mercado y la política de estado se orienta a grupos focalizados.

2. *Transformación Incipiente en la tecnología de la Producción.*

Tecnología de base microelectrónica y cibernética que requiere especialización diferencial.

Diferenciación en la mano de obra polarizada en trabajadores manuales no especializados y trabajadores altamente especializados.

Re-definición de la educación orientada a la capacitación diferencial (Modelos Alemán -educación dual y Norteamericano -educación basada en Competencias)

3.*Transformaciones en las características de la mano de obra*

Reducción del núcleo asalariado estable, con emergencia de un grupo importante de empleo transitorio, con cambios en modalidad de contrato y flexibilidad de las funciones y horarios.

Aumento de subcontratación y salario individualizado.

Este nuevo panorama hace comprender la necesidad sentida desde el Estado por cambiar su rol y funcionamiento. Su antiguo accionar donde se vinculaba la gestión económica y la política de integración de sectores sociales emergentes, parece haber quedado atrás como prioridad, fruto de una transformación de los fundamentos del funcionamiento de la sociedad. Surge una autonomización de la gestión económica, área en donde más se desarrolla el Estado (nivel macroeconómico), pero junto con esto surge la autonomía y sistematización de la Política(**3**), producto de lo cual el anterior rol de la clase política entendido como el puente de mediación de demandas sociales ante el Estado, sufre importantes variaciones(**4**).

Se produce un vacío en las políticas públicas, el proceso produce un par complementario Estructuración/Desestructuración(5) de lo económico/social, para la percepción del Estado ante la sociedad civil. Ello se traduce en el plano político en una discrepancia en torno a los principios que deben regir la modernización(6) , en esencia se entiende a partir de la última administración a un Estado más eficaz en sus principios de equidad, estabilidad, coherencia y sustentabilidad de sus políticas(7). Todos aspectos que tienden a la realización de cambios de tal manera de que el Estado se constituya en un instrumento necesario, valioso y beneficioso, específicamente a la forma en cómo elevar sus niveles de eficacia y eficiencia. Atendiendo a lo anterior se entiende que la modernización del Estado se direccionaría hacia una mayor racionalización de sus propios mecanismos y funciones.

Así, en las bases del pensamiento sobre la modernización, desde el Estado, están relacionadas con la noción y percepción de que se ha producido en la sociedad un cambio social y cultural, basado en las experiencias de incompatibilidad e incomunicación que están viviendo los servicios públicos. El referente con la sociedad estaría cambiando: surge desde el Estado el re-preguntarse por el vínculo social. Es decir, el problema de cómo enfrentar y propiciar nuevas formas de articulación de actores sociales y demandas, nuevas y efectivas formas de participación y la posibilidad/necesidad de incorporar a la sociedad civil en ciertos procesos decisionales. Ello pasa entonces, por la capacidad de identificar las nuevas características del ciudadano, que se caracterizarían por el paso de la condición de súbdito a la de ciudadano, donde este juega un rol más crítico, activo y demandante, produciendo o más bien, convocando, a producir una relación más simétrica con los agentes de Estado. Reconoce así, agrupaciones y no individuos, asociaciones y no sujetos. El Estado interlocuta y convoca a la sociedad a constituirse colectivamente en diferentes clases de agrupaciones: juntas de vecinos, grupos juveniles, asociaciones de adultos mayores, comunidades indígenas, asociaciones productivas, microempresas, etc.

Ello, parece mostrar un fenómeno particular en el esfuerzo modernizador del país: construye un referente asociacionista con el objetivo de proyectar estas al funcionamiento del mercado, un mercado doble: aquel creado por el propio Estado, como el mercadeo de proyectos sociales (en los cuales, el tampoco ejecuta, sino que interlocuta con organismos y asociaciones intermedias: consultoras, ONG's, cooperativas - en escaso y decreciente número, fundaciones y corporaciones, etc.) y aquel mercado autoreferente, para el cual el Estado pretende instituir capacidades y cualidades mercantiles.

La pregunta entonces surge sobre la condición epistemológica desde la cual el referente se constituye.

¿Será realmente eficaz y eficiente el constituir referentes estatales a partir de la noción de sociedad civil y de la demanda de un ciudadano "X"?,

¿La utilización de conceptos y metodologías semantizadas, por la esfera económica y privada, por parte del Estado no potenciará la relación con consumidores más que con ciudadanos?

Ambas preguntas requieren de un fundamento más profundo ¿cuáles son los niveles en los cuales la racionalización funda la sociabilidad de los actores sociales y cómo

opera el Estado en sus políticas de ordenamiento social, sobre la base de un diagnóstico social y cultural ausente?.

2.SOCIEDAD CIVIL:SOCIABILIDAD EN UN CONTEXTO DE TRANSFORMACION.

Las preguntas recién mencionadas implican una modernización del Estado orientada a ser capaz de adaptarse a los cambios que experimenta la sociedad. Ello es tanto una transformación interna, como una transformación de los mecanismos y estilos que el Estado posee para relacionarse de manera eficiente y efectiva con los distintos tipos de actores sociales. Ahora, la no existencia de un diagnóstico social y cultural que logre identificar, no la distribución de una serie de variables, sino la lógica social con la cual operan estos segmentos o colectivos sociales, se constituye en el supuesto más vacío de contenido en toda esta armazón teórica de la modernización, lo cual es sin duda, fruto de una configuración histórica del Estado en la cual nunca fue esta pregunta -no fue una preocupación permanente de esta organización-. Se corre el riesgo de caer así, en los aspectos negativos de la Modernidad Ilustrada, ideal a alcanzar sin fundamento social y cultural previo a este reordenamiento de tipo político.

En lo cotidiano, a partir de la condición de movimiento e incertidumbre de la modernidad el hombre experimenta lo incierto. Con una sensación de destierro se interroga por su propia identidad, por su propia realidad, mientras la modernidad, sobreactivada, multiplica las manipulaciones e imágenes(**8**). Puede plantearse que en el experimentar cotidiano de la vida, los sujetos generan un doble mecanismo: la demanda es generada por la expectativas que el Estado y el Mercado generan (los sujetos se articulan a lo que el Estado ofrezca y demandan lo que el mercado ofrece) pero al no ver cumplidas las condiciones, las supuestas reglas del juego, demandan el cumplimiento de las prescripciones de la modernidad.(**9**)

El proceso concebido desde N. Luhmann como *"el paso de una diferenciación social estratificada a una funcional, produjo un distanciamiento más fuerte entre sistema personal y sistema social). La razón de ello es la siguiente: en el caso de una diferenciación funcional la persona individualizada ya no puede seguir siendo radicada permanentemente en un subsistema de la sociedad -y solo en uno-, sino que tiene que ser concebida y considerada como un ser inestable socialmente es decir, sin un lugar fijo y único en el que radicarse"*(**10**) En este sentido el individuo estaría impelido a esforzarse mucho más en la búsqueda de una diferenciación con el ambiente (búsqueda de identidad), surge un hombre indeciso (según Balandier) que se sumerge en corrientes contrarias, debido a su indiferenciación, o se adentra en el despliegue de organizaciones cuyo vínculo está reflexivizado y organizativamente producido por otros, percepción referida a su actuación como ciudadano, o se adentra en el seno de las masas donde se deprecia y despersonaliza, donde el consumo genera una diferenciación a través del producto y una homogeneización mediante el intercambio. La pregunta surge sobre el cómo los sujetos experimentan esta doble o triple "filiación" funcional. Lo que reconocemos es al menos dos espacios donde se incorpora la participación del sujeto: organizaciones y mercado. En ambas, parece constituirse hoy como consumidor: de proyectos y de objetos.

Ahora, existe una cualidad peculiar del mercado: a este no le interesan los contenidos culturales o sociales que sus productores o consumidores posean. Sólo le interesa la puesta en circulación de productos y el consumo de estos. Ello, pareciera abrir grandes posibilidades de diferenciación para los actores sociales. El punto es si el Estado genera las posibilidades para ese espacio o bisagra posible y en que niveles y dimensiones. Esta apertura aparente del sistema, sigue siendo un horizonte utópico no aprovechado, en la medida que el Estado, en el referente asociacionista que construye, privilegia la constitución de asociaciones productivas, o fomenta la organización formal productiva sin preocuparse de los contenidos y sustratos socioculturales de esta. El Estado así, actúa homologando al mercado(**11**).

El ciudadano consumidor parece ser el sujeto en construcción en este nuevo orden, consumidor de políticas sociales (consumidor asociado) o consumidor de objetos, bienes y servicios en el mercado (consumidor individualizado).

3. EL CIUDADANO-CONSUMIDOR.

Los sujetos, ciudadanos, parecen -parecemos- estar arrojados, proyectados al consumo. Si los objetos, los bienes y los servicios son significantes de procesos mayores a la operatoria simple y técnica de estos, y si en un contexto transicional deben redefinirse contenidos y formas del proceder y la práctica social, el consumo se convierte en el espacio privilegiado para la participación social. Es participación en todo sentido, política, social y económica. El punto central parece ser el siguiente: *"El intercambio económico crea valor. El valor está contenido en las mercancías que se intercambian. Centrándose en las cosas que se intercambian, y no simplemente en las formas y las funciones del intercambio, es posible argüir que lo que crea la conexión entre intercambio y valor es la política, entendida en sentido amplio"*(**12**). Entendiendo este sentido amplio como ordenamientos de tipo social. Efectivamente la política es el consumo de proyectos -política pura-, de objetos, política de participación, generada por el mercado.

Emerge la posibilidad de analizar el fenómeno considerando la emergencia de un Ciudadano-consumidor, lo que significa *"que el consumidor es percibido como un ciudadano capaz de participar en la vida pública en cuanto consumidor"*(**13**). De esta forma desde la perspectiva del ciudadano-consumidor, el consumo se asume no sólo como un mero intercambio *"implican una concepción del mercado no como lugar de intercambio de mercancías sino como parte de interacciones socioculturales más complejas"*(**14**). Siendo el tema de la identidad social y cultural, el tema más preponderante en este sentido, cabe señalar que este aspecto nos remite a las responsabilidades del sí mismo y por lo tanto al ciudadano en cuanto a derechos y deberes civiles.

Esta nueva concepción obliga a concebir las dos características de este nuevo referente, donde "los derechos de la ciudadanía son entendidos como principios reguladores de las prácticas sociales, que definen las reglas de reciprocidad esperada en la vida social a través de la determinación, mutuamente acordadas (y negociadas), de las obligaciones y responsabilidades, de las garantías y prerrogativas de cada uno".(**15**). Estas características

lo convierten en un sujeto motor de desarrollo en el sentido de ser el destinatario final de bienes y servicios que su propio sistema económico ofrece, constituyéndose la retroalimentación comunicacional un hecho fundamental en la dinámica económica y social.

4. EL CONSUMIDOR-CIUDADANO.

Sin embargo, es necesario adentrarse en el camino donde el consumidor se constituye como sujeto activo, en el sentido de ser responsable de sus deberes y defender sus derechos como ciudadano-consumidor. En este sentido pareciera que la imbricación de los espacios de ciudadanía y consumo requiere para un concepto de modernidad clásico un conjunto de procesos de socialización económico-social, que para el caso de nuestro país no están claros. El proceso de diferenciación funcional requiere de un permanente testeo de la contingencia, pues la situación contraria provoca innumerables desajustes y ´ruidos´. Es precisamente lo que podría estar ocurriendo. A decir de Baudrillard, *"Los individuos esperan porque "saben" que pueden esperar; no esperan demasiado porque "saben" que esta sociedad opone de hecho barreras infranqueables a una ascensión libre; esperan sin embargo, más de lo que deben porque viven también de la ideología difusa de movilidad y crecimiento"*(**16**)

El ciudadano-consumidor y también el consumidor-ciudadano, como tal basa su accionar en la resolución de dos problemas, el de la selección y el de la motivación. Utiliza una semántica que se mueve ampliamente entre dos polos, lo general y lo particular, lo que le permite enlazar directamente con la realidad a través de terminologías(**17**) socializadoras que enmarcan las cualidades de las frases, es decir la relación vinculante con el mercado se realiza a través del circuito dinero, pero se significa en lo cotidiano. A partir de sus vivencias y evaluaciones configura un horizonte valorado, significativo, y es precisamente en esta actualización donde emergen los estímulos de socialización de la familia, los amigos y los Medios de Comunicación de Masas.

El proceso de consumo exige respuestas a nivel cotidiano y de acuerdo al grado de desarrollo del individuo. Estas respuestas involucran un conjunto de consecuencias cargadas de significado en el plano de lo social, económico, político, ambiental e identitario cultural. La modernidad pareciera tender a una universalización del consumo, pero también a una integración mediante la oferta de espacios identitarios nuevos.

Un ejemplo claro lo constituyen los jóvenes. Objetivo privilegiado de esta nueva socialización, puesto que por las necesidades sicobiológicas y sicosociales que, experimentan, la construcción de la identidad es enmarcada en una necesidad de disponibilidad de objetos de consumo (de subsistencia y de prestigio). Aún más, la propuesta de la modernidad apunta a construir un sujeto que se constituya como tal a través del consumo: el joven es, en este sentido, un proceso de construcción del ciudadano como consumidor. Ello ocurre por la necesidad de participación social y elección desde la cual se genera la identidad. El mercado, en este sentido, propone a los jóvenes participar y actualizar sus necesidades de elección en el consumo: la participación de la modernidad es posible realizarla a través de la concurrencia a amplios espacios donde la disponibilidad de una gran cantidad de objetos de consumo obliga a la elección. La particularidad del consumo juvenil (generación de una necesidad en la conciencia de los sujetos) es la introducción de

una nueva racionalidad de uso del tiempo libre en espacios de consumo : " la lógica de uso del tiempo libre, e incluso del tiempo en general, gira en torno a la sociabilidad, en donde el grupo de pares se constituye en un eje orientador y gravitante" (Seissus, D.: 1993, p.1). La sociabilidad así se actualiza en espacios de consumo.

5. CONCLUSIONES

La transformación de la sociedad, basada en los procesos económicos de intercambio y su relación con procesos socializadores, nos lleva a preguntarnos, por un lado, sobre el diagnóstico socio-cultural ausente -supuesto básico- y, por otro, respecto a las nuevas dinámicas que genera este proceso.

Primero. La base de un nuevo ordenamiento social y productivo, requiere necesarimente de la construcción, para el Estado y su accionar sobre la sociedad civil, un nuevo referente. Este, es construido con un criterio basicamente asociacionista(**18**), con la particularidad de que este es hoy productivo y productivista. La pregunta antropológica en este sentido es clara ¿es pertinente, en el nuevo orden, vincularse solo con el componente organizacional de la cultura?. Un indicador de la carencia de sentido de esta "vinculación", son las tensiones experimentadas tanto en la vida cotidiana de los sujetos, como en el operar interno del Estado y en la interacción entre ambos ordenes al momento de la intervención social.

Segundo. Socialmente, esta tensión no resuelta es provocada y asumida directamente por el mercado. Frente a la necesidad del nuevo referente, éste propone un nuevo vínnculo social: el dinero, y la emergencia de un sujeto: el consumidor.

La sugerencia de Baudrillard indica un recorrido posible: *"La producción, el trabajo, el valor, todo aquello por lo cual emerge un mundo objetivo y por donde el hombre se reconoce objetivamente, todo eso es lo imaginario en el que el hombre persigue un desciframiento incesante de sí mismo a través de sus obras, finalizando por su sombra (su propio fin), reflejado por ese espejo operacional, esa especie de ideal del yo productivista, no sólo en la forma materializada de la obsesión económica del rendimiento, determinada por el sistema de valor de cambio, sino mucho más profundamente en la sobredeterminación por el código, por el espejo de la economía política, en esa identidad que el hombre reviste ante sus propios ojos cuando ya no puede pensarse sino como algo que hay que producir, transformar, hacer surgir como valor"*(**19**)

En este recorrido ¿hasta que punto en este nuevo orden propugnado en la sociedad chilena, el hombre no puede pensarse más allá de lo que hay que producir? ; ¿Cómo se experimenta esto en aquellos espacios donde este modo de vincularse es una escucha lejana?. ¿Dónde el límite y la frontera?

Referencias

1 "Los actores sociales en el nuevo orden laboral", G. Campero, A. Flisfisch, E. Tironi y V. Tockman, Edit DOLMEN, 1993.

2 "Política Laboral en el Chile Democrático", R. Cortázar, Editorial DOLMEN, 1993.

3 Sobre el particular ver: Cousiño,C. y Valenzuela, E.:"Monetarización y Politización en América Látina". Cuadernos del Instituto de Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, 1994.

4 Una de estas variaciones es sin duda el surgimiento de una clase política, apoyada no sólo en una elité de poder, sino también en una serie de agentes técnicos que tienden a circunscribir el sistema político dentro de un conjunto de comunicaciones propias de el. Los mecanismos más usados son las mediaciones técnicas y comunicacionales.

5 Tironi, Eugenio: "La Marginalidad en los ochenta: Situación y actitudes de los "Pobladores" de Santiago de de Chile. En: Actores sociales: más allá de la transición, págs. 9-33. 1988.

6 Conclusiones extraídas en el marco del Proyecto de Investigación FONDECYT "Modernización del Estado y Relaciones Laborales" Investigador responsable Alfonso Arrau C. Depto. de Sociología de la Universidad de Chile.

7 Las dificultades estructurales de ello se manifiesta en los multiples conflictos de la contingencia, tanto en el ámbito judicial, político, como en los conflictos generados por los megaproyectos de inversión.

8 Balandier, George: "Modernidad y Poder". Edit. Jucar, Barcelona, 1982.

9 Las demandas y reclamos aparecidos en los M.C.M. acerca de la deficiente calidad de las casas, muestran que la irrupción del ciudadano como demandante de standares de calidad mínimo, posiciona a este en el reclamo de sus derechos tanto como ciudadano/beneficiario como consumidor.

10 Luhmann, N. "El amor como Pasión", pag 16, 1982 Gedisa, Barcelona.

11 Un ejemplo claro lo constituyen las políticas para la pequeña agricultura: la antigua, y criticada oposición campesinos viables/no viables, es sustituida hoy por la diferenciación campesinos con/sin negocios, para los cuales se generan diversos tipos de programas y metodologías (SAP, SAL, SAE, PRODESAL). En todos los niveles, el único referente cultural es el "nivel organizacional" en el que estos se encuentran. Sobre el particular ver: "Elementos para el diseño de programas de transferencia tecnológica en Areas de Desarrollo Indígena". Cancino, Ronald. Ponencia presentada al seminario Areas de Desarrollo Indígena como espacios de re-articulación de la demanda territorial. Instituto de Estudios indígenas, UFRO, Agosto 1997; "Servicios Tecnológicos para la modernización y transformación de la agricultura familiar campesina". Indap, Documento de Trabajo, Febrero de 1977.

12 Appadurai, Arjun. "Las mercancias y la política del valor", pág. 17. En: La vida social de las cosas, perspectiva cultural de las mercancias. Appadurai, A. (De), grijalbo, 1991.

13 Osorio, Jorge "Ciudadanía y Consumo" En: "Educación del Consumidor, Democracia y Ciudadanía" pag 30 Cuadernos Consumers International: Organización Internacional de Consumidores. oficina regional para América Latina y el Caribe. 1997, Santiago de Chile.

14 García Canclini, N. "Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización", pág 53 Grijalbo, 1995, México.

15 Osorio, Jorge "Ciudadanía y Consumo" En: "Educación del Consumidor, Democracia y Ciudadanía", pág 31 Cuadernos Consumers International: Organización Internacional de Consumidores. oficina regional para América Latina y el Caribe. 1997, Santiago de Chile.

16 Baudrillard, Jean: Crítica de la Economía política del signo. pág. 16-17. Ed. siglo xxi, México 1995.

17 Luhmann, N. "El amor como Pasión" 1982 Gedisa, Barcelona.

18 Probablemente esto sea herencia del anterior esfuerzo modernizador -décadas del 60 y 70-, donde el fortalecimiento de la organización social era la clave para emprender el desarrollo.

19 Baudrillard, Jean. El espejo de la producción. pág.12 Gedisa. 1978.