



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES,
JURÍDICAS Y ECONÓMICAS
Escuela de Sociología

**“EL ENDEUDAMIENTO COMO ELEMENTO DE INTEGRACIÓN
SOCIAL EN LAS INTERPRETACIONES Y DISCURSOS DE
ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA REGIÓN
METROPOLITANA”**

UNA INTERPRETACIÓN DE JÓVENES ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN
SECUNDARIA SOBRE EL FENÓMENO DEL ENDEUDAMIENTO

SEMINARIO PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA Y AL
TÍTULO DE SOCIÓLOGO

AUTOR:

CRISTIAN CONCHA VALDEBENITO

PROFESOR GUÍA:

JORGE VEAS PALMA

**SANTIAGO-CHILE
2012**

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	6
I. CAPÍTULO: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
1.1. ANTECEDENTES	8
1.2. RELEVANCIA SOCIOLÓGICA DEL FENÓMENO DEL ENDEUDAMIENTO	11
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.4. SUPUESTOS	18
II. CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO	19
2.1. PODER Y SOCIEDAD	20
2.2. NEOLIBERALISMO Y “EL DEJAR HACER”	25
2.3. EL PAPEL DE LA CULTURA Y EL CONSUMO EN EL ENDEUDAMIENTO	32
III CAPÍTULO: MARCO METODOLÓGICO	39
3.1. PARADIGMA Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	39
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	41
3.2.1. <i>UNIDAD DE ANÁLISIS</i>	<i>43</i>
3.2.2. <i>DISEÑO MUESTRAL</i>	<i>44</i>
3.3. SUJETO DE INVESTIGACIÓN	44
3.3.1. <i>CRITERIO DE SELECCIÓN DE SUJETOS INFORMANTES</i> ...	<i>46</i>
3.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	48
3.4.1. <i>FOCUS GROUP PRIMERA FASE</i>	<i>48</i>
3.4.2. <i>SEGUNDA FASE ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA</i>	<i>49</i>
3.5. CRITERIO DE RIGOR CIENTÍFICO	50
3.6. MODELO DE ANÁLISIS	50
3.6.1. <i>REDUCCIÓN Y MANEJO DE DATOS</i>	<i>52</i>
IV CAPÍTULO: RESULTADOS	55
4.1. EL ENDEUDAMIENTO	55
4.1.1. <i>¿QUÉ ES PARA LOS JÓVENES EL ENDEUDAMIENTO?</i>	<i>55</i>
4.1.2. <i>LA ESTRUCTURA SOCIAL Y EL ENDEUDAMIENTO</i>	<i>59</i>

4.1.3. FACTORES SUBJETIVOS QUE LLEVAN AL ENDEUDAMIENTO	70
4.2. JUICIO AL ENDEUDAMIENTO	76
4.2.1. EL ENDEUDAMIENTO ES POSITIVO	76
4.2.2. ENDEUDAMIENTO NEGATIVO	78
4.3. SOBRE EL CONSUMO	81
4.3.1. CONSUMO INSTRUMENTAL.....	81
4.3.2. CONSUMO SIMBÓLICO.....	84
4.3.3. LA COTIDIANIDAD DEL GASTO.....	88
V. CONCLUSIONES.....	92
BIBLIOGRAFÍA	101

INDICE DE ESQUEMAS

ESQUEMA 1: RESUMEN DEL MARCO METODOLÓGICO	43
ESQUEMA 2: TAREAS IMPLICADAS EN EL ANÁLISIS.....	52
ESQUEMA 3: PROCESO GENERAL DE ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS	54
ESQUEMA 4: FACTORES QUE EXPLICAN EL ENDEUDAMIENTO	58
ESQUEMA 5: FACTORES QUE PROVOCAN EL ENDEUDAMIENTO.....	75
ESQUEMA 6: JUICIOS AL ENDEUDAMIENTO	80
ESQUEMA 7: PROCESO DE SENTIDO HACIA EL CONSUMO Y POSTERIOR ENDEUDAMIENTO	83
ESQUEMA 8: MAPA CONCEPTUAL DE RESULTADOS	98

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: LISTADO DE ESTABLECIMIENTOS EDUCACIONALES QUE SE UTILIZARON EN LA INVESTIGACIÓN	45
TABLA 2: CLASIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA REALIZADA POR EL MINISTERIOS DE EDUCACIÓN	46
TABLA 3: TASA DE MATRÍCULA DE ESTUDIANTES DE ENTRE 14 Y 18 AÑOS DE EDAD POR DEPENDENCIA Y NIVEL SOCIOECONÓMICO.....	47

INDICE CR-R

- CARPETA ANÁLISIS ATLAS TI
- FICHAS ESTABLECIMIENTOS EDUCACIONALES
- GRABACIONES (AUDIO Y VIDEO)
- NOTAS DE CAMPO
- PAUTA DE PREGUNTAS
- TRANSCRIPCIONES FOCUS GROUP Y ENTREVISTAS
- CARTA TIPO PARA COLEGIOS
- PLAN DE TRABAJO
- POWERPOINT EXAMEN DE GRADO
- COPIA ELECTRONICA DE TESIS

AGRADECMIENTOS

AGRADEZCO A MI MADRE OLGA VALDEBENITO, MI PADRE GUMERCINDO CONCHA Y A HERMANO CLAUDIO, LOS QUE SIEMPRE ME DIERON SU APOYO Y SUPIERON AGUANTAR MI MAL GENIO DURANTE TODO ESTE TIEMPO.

TAMBIÉN AGRADEZCO A AMIGOS Y A SUS FAMILIAS POR TODO SU APOYO Y CONFIANZA, ABRIÉNDOME LAS PUERTAS DE SUS CASAS PARA PODER TRABAJAR. ESPECIALMENTE A LA FAMILIA SALFATE LOPEZ, POR RECIBIRME Y ACOGERME TAN CARIÑOSAMENTE GRACIAS,

A MI FAMILIARES, POR SU APOYO Y CARIÑO GRACIAS.

POR ÚLTIMO A TODOS Y TODAS AQUELLAS QUE HICIERON POSIBLE EL CRECIMIENTO Y LA FORMACIÓN DE ESTE TRABAJO.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo conocer cuál es la interpretación que tiene los jóvenes sobre el fenómeno del endeudamiento, el cual comparte gran parte de la sociedad chilena y que en el último tiempo se ha acrecentado el tamaño de las deudas y también las personas, aumentando los niveles de consumo y endeudamiento.

Además de conocer cuál es la interpretación de los jóvenes hacia el endeudamiento, existe un objetivo mucho más profundo, el de averiguar si es posible encontrar indicios que apoyen la tesis de que “el fenómeno del endeudamiento puede llegar a ser un dispositivo de integración social”.

Los jóvenes que se utilizaron para la investigación fueron estudiantes que estaban cursando en el año 2011 algún curso de primero a cuarto medio de educación secundaria, pertenecientes a algún colegio de la región Metropolitana que estuviera en la clasificación SIMCE catalogado como un establecimiento de situación socioeconómica media.

Al ser jóvenes que aun no están insertos en el ciclo económico como agentes con obligaciones, deberes y poder optar a tener un crédito y así endeudarse, fue interesante conocer cuáles son los niveles de conocimiento con respecto al endeudamiento, que es lo que saben, como se proyectan, si la situación del endeudamiento será o no necesario en el futuro, si es percibido a modo de fenómeno particular de la condición social o no, entre otras interrogantes.

Al ser una investigación cualitativa se optaron por las técnicas de investigación de focus group y entrevistas en profundidad, por la comprensión de las experiencias y expectativas que tiene los jóvenes sobre el fenómeno del endeudamiento a través de los discursos, lo más amplio posible de un hecho del que no son totalmente participes.

En total se realizaron 2 focus group y 6 entrevistas en profundidad, todas aplicadas a sujetos de distintos establecimientos educacionales, tanto municipales como también particular subvencionados.

Esta investigación tuvo un carácter exploratorio esto al no tener una bibliografía que hablara del tema específicamente. Es así que se busco un acercamiento al tema del endeudamiento desde una perspectiva sociológica y así dejar algunos postulados desde la disciplina.

Después de todo, esta investigación deja más interrogantes de las que en un principio busco dar respuestas, haciendo necesario ahondar en algunos temas de está, como también búsqueda de un conocimiento más profundo del fenómeno en cuestión o igualmente de otra perspectiva teórica.

I. CAPÍTULO: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. ANTECEDENTES

La sociedad necesita de diferentes mecanismos con los que esta se pueda mantener a sí misma, teniendo en cuenta matices y cambios para que su adaptación se genere sin tener que pasar por cambios y transformación en su estructura ni en sus condiciones básicas. Por ejemplo y sin tener que retroceder mucho en el tiempo, este año los estudiantes secundarios y universitarios se han mantenido movilizados alrededor de 7 meses, demandando cambios que buscan solucionar los problemas en el sistema de educación chilena, sin lograr los cambios que se persiguieron durante estas; a pesar de su duración no se ha logrado algún tipo de transformación real de acuerdo a las demandas levantadas por los sujetos. También está presente la crisis del modelo capitalista financiero que este año ha estado afectando a gran parte de Europa y Estados Unidos, produciendo en el sistema financiero constante alzas y bajas, en las diferentes bolsas de comercio del mundo. Por esto los gobiernos han propuesto solucionar la crisis adoptando un gasto fiscal austero; entre este y muchos otros ejemplos dan cuenta para ilustrar el ejercicio de adaptación que tiene la sociedad. Estos mecanismos necesariamente tienen -para que no se produzca una crisis de mayores proporciones y puedan ser motores para cambios estructurales- que realizarse en un juego de roles y acciones que sean coherente entre la parte y el todo, o sea, para el sujeto y para la sociedad en su conjunto.

Es así como cualquier fenómeno que esté dado en una sociedad de consumo, debiese tender a ser parte de un cúmulo de acciones que están orientadas a su producción constante y también de nuevas forma de cohesión, para el proceso de adaptación social en los momentos en que la estabilidad de la sociedad se vea mermada, se produzca alguna forma de cambio o reacomodo en cierta parte de su estructura. De esta manera tomaremos al fenómeno del endeudamiento, que puede ser visto como

natural para las personas, para ver si tiene o no relevancia como formador u otorgador de sentido para los sujetos y/o medio de control para promover el reacomodo y por ende el cambio hacia y desde los sujetos.

Es así como los sujetos se comportan bajo ciertas normas de convivencia preestablecidas, con las cuales realizan asociaciones de sentido, las que son coherentes y son positivas para el sujeto, para adaptarse conforme a lineamientos socialmente establecidos.

Una de las formas que posibilitan este medio de control u otorgador de sentido, es el fenómeno del consumo, no sólo visto desde la forma de consumo de bienes, mediante la transacción que se realiza para la obtención de algo a cambio, sino como una acción mucha más compleja. La complejidad de esta acción que tiene que ver con medios de comunicación, referentes culturales que dan sentido al consumo, al acto del intercambio que tiene una significación para el sujeto, ya que “el objeto de consumo no es el bien que se compra, sino una red mayor de pautas culturales, de relatos y signos en el que los objetos se presentan y adquieren argumento” (Marinas, 2000: 185); ya no es el consumo un acto de “trueque” que tiene al dinero como medio de intermediario, al contrario al consumir se está comprando y se adquieren y se adscriben los sujetos bajo pautas culturales, buscando generar esos mismos patrones culturales.

El endeudamiento es un fenómeno que está en directa relación con el consumo, pero en diferentes matices, por ejemplo el endeudamiento habla de una proyección en el futuro, de las condiciones para poder pagar algo que se pidió en el presente; también tiene relación con tratar de extender el consumo a personas que no pueden adquirir algún bien que antes no tenían. Pero las personas cuando adquieren algún bien material, no sólo es un objeto para dar satisfacción una necesidad, sino como se dijo más arriba, también se busca adquirir estatus, poder, y como también directamente una dependencia con los acreedores y con el presente en sí, que ata a los sujetos a tener que mantener un nivel de ingresos para pagar y mantener el nivel de consumo para costear apariencias, relaciones y el poder que se obtuvo.

Entonces para efectos del presente estudio, tomaremos el fenómeno del endeudamiento, como fenómeno particular, que es común para todos los

sujetos adultos y trataremos de encontrar cuáles pueden ser las connotaciones de producción de sentido para los sujetos y el cómo influyen estas en las relaciones sociales existentes y que uno de sus posibles fines sea en efecto, producir un modo de integración social.

En este estudio no se quiere hablar de los sujetos que ya están insertos dentro del sistema de endeudamiento, debido a que estos ya tienen naturalizadas las conductas y se comportan bajo formas de acción que son funcionales a la sociedad. Es decir, tener tarjetas significa ser parte de una tienda comercial, pagar cuentas, tener obligaciones a fin de mes que se deben cumplir, etc.

Debido a lo anterior, se tomaran jóvenes que aún cuando no están insertos en el círculo del endeudamiento formal, sí tienen experiencias de vida e interpretaciones sobre el tema del endeudamiento; donde cualquier sujeto es capaz de obtener algún tipo de crédito o forma parecida a adquirir dinero o algún bien material en el momento no tendrá que pagar de inmediato, sino que lo dividiera en “cómodas cuotas”.

Conocer las consecuencias, tanto emocionales, como de convivencia dentro del hogar, que se producen al ver como se pagan las cuentas a fin de mes, o como se va deteriorando las relaciones dentro de la familia al ver malos manejos del dinero y de las deudas.

De esta manera la presente investigación propone conocer como **“el endeudamiento es un elemento de integración social, desde la interpretación de los discurso de jóvenes que estén cursando la educación secundaria en la región Metropolitana”**. Se estudiaron las significaciones que se asocian con el fenómeno del endeudamiento, para ver las relaciones de poder que se tensan y aflojan con respecto a la vida diaria de los sujetos.

1.2. RELEVANCIA SOCIOLÓGICA DEL FENÓMENO DEL ENDEUDAMIENTO

Nuestro país pasó en el último tiempo por una bonanza económica, que ha permitido, entre otras cosas, mejorar las posibilidades de acceso a la oferta de mercancías, a las formas de consumo, dando cuentas de mejores capacidades para obtener algún bien material por parte de los sujetos:

el país está creciendo a un ritmo sostenido, porque crecen los salarios, porque se siguen generando nuevos empleos y el sistema financiero de Chile es sólido y confiable. Esto lleva a que las familias quieran aumentar su estándar de vida y sus comodidades; y por lo tanto, el endeudamiento surge prácticamente de forma natural (Mariela Osorio, citado en Morgan Mancilla, Ignacio, 2011).

Interesante es que el endeudamiento se ve como un fenómeno “natural”, propio del crecimiento del país, donde escalar y mejorar tanto las comodidades, como las condiciones de vida, tiene directa relación con la obtención de bienes para las familias. Sólo se toman como relevantes las condiciones externas a nivel macro estructural para explicar el aumento del endeudamiento, dejando de lado las significaciones, anhelos y condiciones internas del núcleo familiar.

El endeudamiento además es un tema transversal a todos los estratos sociales, afectando a estos en mayor o menor medida, transformándose en una condicionante tanto en la vida familiar, individual, sectores privados, como el endeudamiento de empresas y el endeudamiento público, como el endeudamiento del Estado en la llamada “deuda externa”. Este fenómeno que se ha transformando en el transcurso de los años a partir de su masificación ya que es menos restringido el acceso de todos los sectores de la población, acceder a algún crédito. Por ejemplo la situación de los supermercados LIDER, ofrecen su tarjeta PRESTO hasta a dueñas de casas (www.presto.cl), sin que muchas de estos sujetos tengan siquiera un ingreso mínimo con los cuales poder costear la cuota a fin de mes, ya que sólo se

solicita al momento de solicitar la tarjeta, su cédula de identidad en vigencia y una cuenta que acredite domicilio.

Ya en el año 2010, sólo las deudas de consumo anotaron tasas de crecimiento promedio de 14% y las hipotecarias de 12% real en igual período, muy por sobre el crecimiento de la economía que alcanzó un 3,6% promedio. Este crecimiento ha sido sostenido desde el año 2001 hasta el 2008, cuando en Chile golpea la crisis llamada Subprime. La deuda total de consumo e hipoteca de origen bancario y no bancario, totaliza \$58 mil millones, siendo de esta manera una de las fuentes de ingresos más grandes para las instituciones financieras (Cámara Chilena de Comercio, 2009).

Por otra parte y según la VI Encuesta Nacional de la Juventud, observamos datos que son importantes al momento poder tener una mirada con respecto al fenómeno del endeudamiento en los jóvenes, a pesar de que no estén dentro de los mismos rangos de edades, ni en condiciones para endeudarse. Igualmente es interesante ver los datos estadísticos de los jóvenes que están cercanos en edad a los sujetos de estudio. Por ejemplo en la deuda promedio alcanza los \$2.303.325 pesos, de acuerdo al dato de la morosidad, se puede decir que el promedio de la deuda morosa es de un 94,1%, esto a nivel de todos los estratos sociales. En relación a la educación superior, observamos que el nivel de deuda morosa juvenil alcanza su mayor volumen en aquellos créditos destinados a la educación, alcanzando los \$2.1666.391, en promedio esta deuda corresponde a los segmentos ABC1, C2 y C3, mientras que el estrato D es el hipotecario donde más se endeuda y por ende se canaliza. Por último tenemos el estrato E, que donde más se endeudan es en las tarjetas de créditos (INJUV, 2010).

También se puede extraer de la misma Encuesta de la Juventud, que el 46,6% de los jóvenes dice tener una tarjeta de crédito, esto se puede explicar por el mayor riesgo que se toma al otorgar algún crédito a los sujetos que pertenecen a este estrato social, donde las instituciones bancarias -las que tienen la obligación de tener cierto respaldo por parte de sus acreedores de que serán solventes a la hora de pagar- son las que otorgan este modo de facilitar los flujos de dinero y compras. Siendo la distribución de la deuda de forma desigual por estrato social. Por ejemplo el tramo D que tiene un promedio de \$417.535 es el que tiene la deuda más grande, en relación con

el nivel de ingresos versus el nivel de la deuda; y el de menor deuda, es el estrato E con una deuda de \$283.783. Ahora si vemos la deuda que contraen los jóvenes de acuerdo a las tarjetas de crédito, se observa que la deuda más alta es del sector estrato E, con una deuda de \$1.199.267, en segundo lugar los del estrato C2 con \$809.052, seguido por el estrato ABC1 con \$793.799, luego el C3 con \$692.200 y por último el estrato D con una deuda promedio de \$692.200 (INJUV, 2010).

El endeudamiento, es un tema que se toca indirectamente desde la sociología, tanto en Chile como a nivel latinoamericano. Podemos encontrar una amplia bibliografía sobre estudios de consumo y también estudios de mercado que giran en torno al comportamiento y las consecuencias que el consumo tiene a nivel macroeconómico. Pero el endeudamiento como un objeto de estudio y sus posibles consecuencias en la estructura de la sociedad chilena o de otras partes de Latinoamérica, como la significación que le otorgan los jóvenes al endeudamiento no hay una gran variedad de estudios cualitativos. Se encontró desde el sentido del consumo el texto del autor del autor Tomás Moulian, "*El Consumo me Consume*" (1998).

Existen documentos de otros países latinoamericanos como Colombia y Argentina, en los cuales se hace referencia a los factores que llevan a tomar la decisión de pedir un crédito, o sea endeudarse para la adquisición de algún bien material, que puede ser tanto tangible como intangible como "*Análisis del endeudamiento de los hogares colombianos*", (González & León; 2007), estudio que hace alusión a las motivaciones y beneficios que conlleva a los sujetos la compra o el pagar algún bien desde el sistema de créditos o préstamos bancarios y no bancarios; o también chilenos como "*¿Cuánto Influyen las Tarjetas de Crédito y la Deuda Hipotecaria en el Sobre Endeudamiento De Los Hogares En Chile?*" (Chovar & Salgado, 2010), estudio de la Universidad de Concepción, estudio que habla de los efectos de las tarjetas de crédito de casas comerciales y las probabilidades de que los hogares lleguen a la situación del sobre endeudamiento.

También existen trabajos y estudios de diferentes disciplinas de las ciencias sociales o especialidades, sobre todo desde la economía, la econometría, psicología (como la psicología económica y la psicoeconomía) tales como que hablan de las consecuencias y/o motivaciones para que los sujetos

puedan convertirse en agentes económico, como por ejemplo “El papel moderador del tipo de consumo en el proceso de generación de compromiso” (Camarero, San Martín & Rodríguez, 2006), que destaca el rol que tiene la familia, que es fundamental como agente socializador económico en la niñez y adultez.

Existe también la econometría, ciencia que se basa en métodos y modelos matemáticos para realizar estadísticas y explicar tendencias. Por lo general estos estudios adoptan la lógica positivista, donde los sujetos son meros informantes que responden a pautas de preguntas establecidas por los investigadores, sin introducirse dentro de la vida y/o motivaciones que llevaron al sujeto a comportarse de cierta manera; y estudios del comportamiento del mercado bajo ciertos aspectos, como la inflación, alza de la tasa de interés, etc. En consecuencia, la mayoría de los instrumentos que se utilizan, tienen la intención de realizar trabajos que se basan en modelos de macro tendencias, dejando fuera las significaciones, sentimientos y pensamientos de los informantes; por ejemplo hay una amplia bibliografía, que es posible encontrar en el sitio web del Banco Central, de cómo ha sido la evolución de los mercados que entregan créditos en instituciones, tanto bancarias como no bancarias, cómo se comportan los mercados en momentos de crisis, como también cuáles son los segmentos de personas que más se endeudan, en que se están endeudando y la realización de proyecciones de cómo este mercado se puede comportar en un futuro próximo.

Los estudios que abordan las motivaciones de los sujetos son desde la psicología, y dentro de ella, desde la subdisciplina de la psicología económica, en la cual encontramos una mayor cantidad de estudios, manuales y amplia bibliografía con exponentes latinoamericanos como Daniel Gaete (Chile), Mariela Denegri (Chile) Shirley Puello (Colombia), entre otros autores a nivel latinoamericano.

La psicología económica trata del “estudio del comportamiento económico, de las variables que inciden en la toma de decisiones económicas individuales y colectivas y las formas como las personas comprenden el mundo de la economía y sus variables” (Denegri, 2010: 6), por ende introduce como su objeto de estudio al sujeto y el comportamiento de este en el mundo

económico, en contraposición de la econometría. El dinero, tiempo, esfuerzo versus el gasto y la tensión en la que se encuentra el sujeto constantemente, son algunas de las variables que se toman para la realización de las investigaciones, con el objetivo de entregar las herramientas a los sujetos para que tomen las mejores decisiones de forma ordenada e informada, creando cursos y cátedras para la preparación a la vida económica.

Desde la sociología, encontramos artículos donde se dan apreciaciones de cómo en el país los empleados públicos están cambiando su cualificación de estudios, llegando muchos de ellos a tener postgrados y doctorados, pero donde el común denominador es el endeudamiento para suplir las carencias y surgir socialmente, pues por si solos, con el sueldo que tiene y el nivel de vida que llevan no alcanza (Westermeyer, 2011, Diario La Nación). Tomando factores estadísticos y proyección de comportamiento de los sujetos sobre el tema del endeudamiento, se ve como uno de los factores es el acenso social o dar solución a las carencias que se deben resolver en el momento.

En la Universidad Católica Silva Henríquez encontramos una tesis relacionada con el tema de endeudamiento e integración social, realizado desde la disciplina de Trabajo Social. Sin embargo, no ahonda en las motivaciones individuales, si es que existe en realidad una acción racional para tomar la decisión de endeudarse por un período de tiempo, que puede ser a corto, mediano o largo plazo y cuáles son las consecuencias más allá de no poder separarse de sus parejas debido a la dependencia económica, por lo que comparten el pago de la deuda y acarrear mes a mes las cuentas del hogar (Duarte, Gatica y Olivares, 1999). Sin embargo las consecuencias del endeudamiento en las familias pobres y de clase media son más amplias que tener que seguir con una relación de pareja por la sola dependencia económica, la que está sujeta básicamente a las deudas del hogar; más importante que las consecuencias es el porqué del endeudamiento, el cómo funciona la integración bajo un conjunto de hechos y formas para que la sociedad no pierda la estabilidad.

Igual de importante que encontrar las causas del endeudamiento en el exterior de los sujetos, es buscar las significaciones que los sujetos otorgan a tal fenómeno, como un ámbito que es de vital importancia y que en cierta medida define a las personas por el resto de la vida, cómo es el

endeudamiento de los jóvenes en la educación o en la adquisición de la vivienda.

El tema del endeudamiento en sujetos que no están aptos aún para contraer una deuda de forma directamente en el sistema de créditos en Chile, pero que si están en una constante relación con este hecho, tanto con sus familias, con el diario vivir o dentro de sus grupos de pares. Nos referimos a los jóvenes que están próximos a salir del colegio para ingresar al mercado laboral o a la universidad, y que después tendrán la decisión de optar a pagar institutos, universidades, etc., empiezan tener la obligación de ver alguna manera de poder costear los gastos que implican estas decisiones, pues muchos no pueden pagar directamente, se piensa en optan por los distintos créditos que en el mercado financiero se encuentran para pagar la universidad o tienen en muchos casos, entrar al mercado laboral. En realidad es un hecho con el que los jóvenes tendrán que convivir y ver su vida tanto en el consumo como en el endeudamiento, es porque es interesante y necesario estudiar el fenómeno del “endeudamiento”.

Desde el poco tratamiento al fenómeno del endeudamiento desde las ciencias sociales, como la relevancia que este está teniendo como tema para una sociedad que se ve enfrentada de forma transversal a este problema, es que se hace interesante y necesario la significación que los sujetos interpretan el endeudamiento e igual mente interesante es conocer, e interpretar desde la sociología, la significación que los jóvenes estudiantes otorgan al endeudamiento, inclusive antes de contraer algún tipo de contrato que lo incluya como agente económicamente activo, puede tener perspectivas de investigación que sean relevantes y hagan un aporte al cumulo de saberes a la disciplina de la Sociología.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿De qué forma la integración social se manifiesta en el discurso sobre el fenómeno del endeudamiento en jóvenes estudiantes de establecimientos de educación secundaria de la región Metropolitana?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

- **Comprender la integración social mediante la interpretación del discurso sobre el endeudamiento de los jóvenes que están en la educación secundaria en la región Metropolitana.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar como los sujetos aprenden a ver el endeudamiento como un fenómeno cotidiano.
- Descubrir como el endeudamiento puede ser un elemento de integración social.
- Identificar el significado que dan al endeudamiento los estudiantes pertenecientes a establecimientos educacionales de clase media.

1.4. SUPUESTOS

- El fenómeno del endeudamiento es un mecanismo de integración social con elementos parecidos en los estudiantes de establecimientos educacionales de clase media.
- Las interpretaciones que otorgan los jóvenes al endeudamiento pueden tener connotaciones positivas, en el sentido de que vean al endeudamiento como un facilitador de relaciones sociales.
- Las significaciones sobre el endeudamiento denotan que es un elemento condicionante para la vida.
- Los elementos de integración social que se aprecien están dados por constructos culturales parecidos manifiestos en las interpretaciones de los jóvenes.
- El endeudamiento es un componente de la vida, para obtener ciertos bienes socialmente necesarios (como una casa, un auto etc.).

II. CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO

Introducción

En este apartado se presentan aspectos relevantes para abarcar el fenómeno del endeudamiento, se basa en las perspectivas teóricas de la obra de Michael Foucault, desde el *Biopoder* y las implicancias de las relaciones de poder en la sociedad, pasando por el *Biopoder* y el arte de gobernar los cuerpos, para crear y dirigir al sujeto dentro de los esquemas socialmente aceptados. Se tomo principalmente la obra de Michael Foucault porque explica el comportamiento de fenómenos macro estructurales desde la subjetivación, desde el sentido que tiene para los sujetos los fenómenos de la cotidianidad y los lleva nuevamente a la totalidad. La subjetivación y la creación de sentido están constantemente produciéndose desde la cultura hacia los sujetos y desde estos a la sociedad. No es sólo la imposición de patrones de comportamiento hacia los sujetos, también es hacer partícipes a estos de los cambios culturales.

Es por lo anterior que se toma Foucault, en el dejar espacio para las acciones de los sujetos, que estos puedan cambiar las pautas culturales y con ello el sentido de estas.

De esta manera se cruza el tema de la destreza que tiene gobernar a los sujetos, con el poder hacer desde la libertad de los sujetos, juntos al fenómeno del endeudamiento como un hecho de la realidad objetiva y se trata de identificar las implicaciones que tienen estos cruces para los sujetos desde el sentido que adquiere el endeudamiento en el día a día.

2.1. PODER Y SOCIEDAD

La sociedad tiene diferentes quehaceres o representaciones para los sujetos que son tanto implícitas como explícitas de modeladores y formadores de las nuevas generaciones. Así el comportamiento de estas generaciones es coherente con el *status quo* de la sociedad y de esta manera no se transforman en sujetos perturbadores del equilibrio de la sociedad.

Los comportamientos, actitudes y normas que se quieren que se asimilen, por parte de la sociedad, no están en el mundo de las ideas y menos estarían al alcance sensorial e intelectual de una sola persona o de un grupo reducido de ellas. Por el contrario estas formas de control y de hacer de la sociedad, son un cúmulo de experiencias pasadas que fueron formándose dentro de ciertos contextos históricos a lo largo del tiempo que han dado como resultado en actual orden de cosas.

Estas formas de “dejar hacer la vida”, tienen toda una gama de saberes y puntos de vista que hacen que los sujetos tengan procesos de adaptación y aprendizajes que no son impropios ni ajenos a lo que se venía aprendiendo en generaciones pasadas. Estas prácticas de saberes son las que llama Foucault como dispositivos de poder. Estos dispositivos de poder para el francés:

consisten en una serie de prácticas y discursos de saberes y ejercicios dirigidos a crear cuerpos dóciles, pero a su vez libre (...) es ante todo una máquina que produce subjetivación y debido a esto también una máquina de gobierno (Foucault, 2007:61).

Enmarcado en lo anterior podemos decir que los dispositivos de poder tienen que ser parte del mismo ambiente, tiene que ser parte de las mismas formas que se encuentran de antemano ya en la sociedad; una de las principales características, es que el mundo objetivo que se encuentra fuera de los sujetos, que no es parte del diario vivir de los sujetos (por un contexto de edad, como lo es ser niño y pasar a adolescente, o de clase social, como es

ser pobre y no tener acceso a ciertos bienes), toma sentido para estos, siendo asimilado por el estos creando la subjetividad con el cual adhiere y adscribe a lo que en un momento, no estaba dentro del diario vivir de los sujetos.

Esta maquinaria tiene la facultad de dar discursos y saberes a los sujetos “debido a que produce efectos positivos a nivel del Deseo y también a nivel del Saber. El poder lejos de estorbar al saber, lo produce” (Foucault, 1992:109). La reproducción mediante el deseo de los sujetos es un punto importante para entender el comportamiento de los sujetos en la sociedad y de cómo es un dispositivo con que produce una forma de normalización y otorgador formas de vida, de creador de sentidos de vida. De esta manera se estandarizan los deseos individuales y se orientan a los lineamientos y formas que otorgan estos dispositivos.

El llamado dispositivo de poder, al ser parte de una maquinaria que toma al sujeto y al conjunto de la sociedad, se transforma en una maquina de gobierno, que crea, que coloca en marcha, que ejerce, que cambia acciones y a la vez las produce; tiene que ver con el diario vivir y las proyecciones que tiene la vida para la mayoría de los sujetos. Como dice Fassin, “el arte de gobernar es precisamente un proceso de homogenización de la vida” (Fassin en Lemm, 2010: 39). es de esta manera que el arte de gobernar esta precisamente en hacer que los sujetos se manejen dentro de esquemas predeterminados y estandarizados y que a la vez sean estos mismos los que vayan traspasando a sus pares y a las generaciones que vienen los mismos esquemas.

El proceso de homogenización corresponde a una forma de vida que se esquematiza a todo un conjunto de sujetos, otorgando una cierta manera de vida, que se naturalizan y se reproducen de manera “libre”. Esta “libertad”, es donde se encuentra la novedad, lo diferente y el “perfeccionamiento” de los dispositivos de poder. Cuando un sujeto que por libre albedrío escoge una vida impuesta, se somete a la presión e imposición de un poder. El sujeto toma la decisión de comportarse bajo una cierta forma, por una “libre elección”. La acción de elegir, de “escoger libremente entre una amplia variedad de bienes y servicios no significa libertad si estos bienes y servicios sostienen controles sociales” (Marcuse, 2201: 38), ya que en realidad se está

escogiendo sobre una forma de vida que es estática que no da lugar al cambio, ni a la creación, sino es en los márgenes que otorga la sociedad.

A la vez estos dispositivos también actúan en el mundo imaginario o mejor dicho, en los espacios de significación simbólico para los sujetos “a través de una serie de análisis y disposiciones específicas, que hacen que sus elementos actúen unos con respecto otros” (Foucault, 2007:69), en una serie de formas que validan discursos y acciones que orientan y mantienen el *status quo* y los valores y el orden de las cosas en la sociedad, dentro de la gama de aspectos que dan forma a la vida de los sujetos.

Como forma de validación del discurso predominante nos encontramos con el Estado o en su forma gubernamental, al gobierno. El gobierno que tiene que realizar diferentes acciones para mantener el orden y que se generen las condiciones para el funcionamiento de las instituciones que dan soporte a la sociedad, lo que es visto como algo naturalizado de la sociedad. La gubernamentalidad está en directa correspondencia con los dispositivos de poder, es gracias a estos que se transforma en una máquina de gobierno, de gobierno de las personas, de la vida. Es sólo dentro de los esquemas y márgenes que se dan en la sociedad consumista, donde encuentra su punto de comunión las formas de vida que esquematizan a los sujetos y los valores de la sociedad capitalista.

Los sujetos dentro de este imaginario, en el momento de entrar en contacto con la sociedad necesitan aprender y adquirir las facultades para que se comporten de manera adecuada dentro de esta, adquiriendo códigos y conductas que dan cabida al sujeto dentro de una cultura a la vez diluida, en el sentido de reunir en ella a una gama de clases sociales con niveles culturales diferentes, pero compartiendo una manera de vida, una visión de futuro, donde ciertos aspectos culturales se diluyen haciendo difícil ver cuáles son las fronteras entre una clase social y otra, es así que estas se unen, compartiendo anhelos y formas de vida que los conforma “hasta cierto punto” en un todo. Al pasar los procesos de socialización, son los mismos integrantes de esa cultura específica, los que enseñan estos patrones de comportamientos, que hacen coherente y entendibles las formas de acción de los nuevos integrantes o de los que están fuera, hacia la sociedad, los sujetos necesitan agentes socializadores, porque “nacen dentro de una

estructura social, en la cual encuentra a los otros (el mundo externo) significantes que (son) los encargados de la socialización” (Berger & Luckmann, 1999: 164).

Así tenemos el hecho que los sujetos, aprenden desde afuera, desde lo ajeno, he imponen un cierto orden o estado de cosas socialmente aceptados, esto porque se encuentran instalados dentro de una sociedad con estructuras predeterminadas dentro de un contexto histórico, que están fuera de las experiencias sensibles y del control (entiéndase por control no sólo el manejo de varios aspectos, si no en totalidad) de los sujetos. La sociedad en la que se encuentran los sujetos está dada ya por relaciones preestablecidas, maneras y formas de vida en que se tienen códigos normativos de valor, en que los sujetos, en un primer momento están aprendiendo, asimilando y por ultimo reproduciendo y en ciertos momentos también produciendo nuevas formas que son fusionales a la sociedad o como dice Denegri la socialización es como un “proceso a través del cual los individuos aprenden a interactuar con la sociedad y para ello aprehenden los conocimientos, destrezas y estrategias que en esa sociedad son predominantes” (Denegri, 2010: 23). Existen dentro de la gama de formas de socialización los llamados códigos normativos, dichos “códigos normativos”, tienen la tarea de ir pauteando el comportamiento de los sujetos, para la vida en sociedad.

De esta manera los requerimientos de la sociedad son asimilados por los sujetos, y desde ellos mismos tienen un sentido que está enmarcado en ciertas pautas culturales:

para someterse a los apremios sociales necesita encontrarles un sentido (el sujeto o agrupación): no puede parecerles absurdas, ni arbitrarias, sino que deben ser legítimas ante sus ojos (...), así recurre constantemente a referencias culturales para justificar sus conductas ante sí mismo y los demás (Bajoit, 2003: 85).

Estos referentes culturales ya están asimilados por la sociedad, por lo que el paso de los sujetos no integrados a ser sujetos integrados, no tiene mayores complicaciones, ya que los agentes socializadores están siempre funcionando y moldeando a los sujetos, haciendo que las pautas culturales

sean aprendidas y asimiladas. De esta manera los referentes culturales van adquiriendo sentido y las cosas que antes no lo tenían ahora si lo tienen. Estamos hablando de niños o adolescentes, sujetos que están en proceso de internalización de los códigos, las normas y están en una constante adaptación al medio social, aprendiendo códigos, signos y formas de ser ante la sociedad.

El punto que ayuda a entender esta situación es la fórmula ritual, de patrones de comportamiento que son socialmente aceptados “machacadas y remachacadas en la mente del receptor, producen el efecto de encerrarlo en el círculo de las condiciones prescritas por la fórmula” (Marcuse, 2001: 118). Estos relatos tendrían la función de otorgar significación y sentido a los hechos que se producen cada día en la sociedad y que el sujeto internaliza.

EL sujeto trata de alcanzar la aceptación de los demás, a la vez que necesita de una auto aceptación, en que tanto el mundo objetivo (externo) y el mundo subjetivo (interno) adquieren una coherencia y/o ajuste para el sujeto. Ambas dimensiones se traslapan para la creación de un sentido. Este sentido tiene un doble flujo, dado en un primer momento en la afirmación de la sociedad, en un juego constante entre la sociedad y el sujeto; y en segundo lugar el sujeto adquiere un espacio dentro de la sociedad, el cual está definido y establecido. En conjunto, el mundo objetivo con el subjetivo deberá ser un referente para la identidad individual, donde la identidad colectiva está en una constante relación de poder, donde la sociedad se impone a los sujetos.

Es así como las tecnologías de poder, los dispositivos de poder, tienen la facultad que entran de forma directa en los sujetos, para que estos hagan suyos los elementos en la sociedad. Foucault nos dice que la “tecnología de poder, un poder de regulación sólo capaz de producirse a través de la libertad de cada uno y con apoyo en ella” (Foucault, 2007: 71). Es en esta libertad, donde podemos ver su eficiencia, como modelo de integración. No es sólo la importancia que tienen las formas en que se despliega el poder, también son los contenidos y consecuencias que se están viviendo hoy en día en la sociedad por estos dispositivos de poder.

La noción del riesgo, el peligro, el caos y la crisis, son los elementos que están llamados a ser manejados por los dispositivos de poder (Foucault, 2007) en conjunto con las probabilidades y el azar. Es sobre esta matriz que

la cultura, o sea las orientaciones y perspectivas de la sociedad va dosificando mediante un movimiento centrífugo, que hace que las ideas “nazcan” de una cierta parte del imaginario de los sujetos, para que sean reproducidas por estos hacia afuera; es donde la sociedad encuentra su punto de apoyo. Este “afuera” esta en relación con movimientos de poder que vienen dados desde la sociedad, en un juego donde ésta se reproduce y también en la cual son los sujetos los que realizan la tarea de masificar y legitimar las formas de poder que van desde la sociedad, hacia los sujetos. Gracias a esto, las significaciones que el colectivo otorga a los hechos o acciones que llevan a cabo toman sentido en la amplia mayoría de los sujetos que componen la sociedad. Es dentro de las matrices antes nombradas, donde la sociedad encuentra su soporte y estabilidad, es en el juego de lo que puede ser y lo que no se quiere que se sea, donde la sociedad impone a los sujetos el sistema de valores y creencias.

2.2. NEOLIBERALISMO Y “EL DEJAR HACER”

El momento histórico económico que nos encontramos hoy en día atravesando es el periodo del neoliberalismo, con un modelo económico en que los valores de grupo o del colectivo se han perdido o diluido, hasta encontrar pequeños resquicios de acción y conformación de organizaciones e inclusive de la creatividad desde el prisma del capitalismo, enmarcado a las personas en modos de vida que parecen elegibles, desde una decisión racional.

La idea de progreso, desarrollo y maximización de los recursos (donde en un primer momento es de mercancías, y ahora está dentro de esta misma clasificación a las personas) son las máximas de la sociedad. Es en esta sociedad fragmentada desde sus fundamentos ideológicos, donde se tiene que encontrar un sentido y una legitimidad que estén supeditado al sentido

de progreso (Bajoit, 2003). Es aquí donde la cultura es convocada a jugar un papel de agente socializador para los sujetos y a partir de los patrones de comportamiento y de elementos que sean vistos desde un punto significativo común, se transforma en “elemento” que de coherencia y unificación a la sociedad.

Es la cultura la que tiene un papel predominante tanto para la reproducción, como para la producción de los valores morales y éticos de los sujetos, y es en base a esto donde la sociedad de consumo se sustenta.

Mediante la cultura los valores preponderantes del neoliberalismo se masifican e internalizan. Estos valores hacen que los sujetos tengan comportamientos deshumanizados, que ven el consumo como el fin último de la vida y en función de ello las personas trabajan, desarrollan y proyectan. Es el mismo sistema el que genera más y más necesidades en el imaginario de los sujetos y de las sociedades; estas necesidades, anhelos y deseos son las que los sujetos buscan dar abasto, cumplimiento, dejando de lado el afán último de la economía clásica, que era el de responder a necesidades básicas para la sobrevivencia de los sujetos.

La economía tiene como vocación responder a las necesidades y no sucintarlas (...) el desarrollo de actividades, como la publicidad, tienen como objetivos crear nuevas carencias constituye entonces, en cierto sentido, una desnaturalización de la racionalidad fundamental de la economía (Perret & Roustang, 2000: 80).

Se maneja la vida de las personas en relación del riesgo del peligro, del contraer obligaciones sin tener la certeza de poder responder más adelante en objetos o bienes que no son necesarios pues ya no se trata de responder a una necesidad, ahora el juego está en provocarla, promoverla, en cierto sentido de extenderlas, como dice Bauman “la necesidad que pone en movimiento a los miembros de la sociedad de consumo es, la necesidad de mantener viva esa misma tensión, fortaleciéndola, de ser posible a cada paso” (Bauman, 2004: 225); esto a costa de que muchos no puedan acceder a cubrirlos; o si se cubren el costo social es alto como sucede cuando alguna familia tiene que endeudarse para cubrir el crédito de consumo que pidió en

una casa comercial o alguna financiera o, como lo están haciendo hoy en día las cajas de compensación, donde los sujetos tratan de cumplir sus deseos individuales a costa de sus ahorros previsionales.

Sin ver el tema del consumo, que es uno de los grandes temas que hoy en día cruza a la sociedad, podemos remontarnos en el tiempo y ver el tema del fetichismo de la mercancía en la obra de Karl Marx en el Capital. Es ahí donde Marx nos muestra el tema de la significación que otorgan los sujetos a las distintos tipos de mercancías:

el carácter misterioso de la forma mercancía estriba, por tanto, pura y simplemente, en que proyecta ante los hombres el carácter social del trabajo de éstos como si fuese un carácter material de los propios productos de su trabajo, un don natural social de estos objetos y como si, por tanto, la relación social que media entre los productores y el trabajo colectivo de la sociedad fuese una relación social establecida entre los mismos objetos, al margen de sus productores (Marx, 2010: 47).

Es en este punto donde la mercancía adquiere un valor independiente del trabajo que las personas colocan en la realización de esta, se desnaturaliza la mercancía dejando “a los ojos de los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre un objeto material no es más que una relación social concreta establecida entre los mismos hombres” (Marx, 2010). Los objetos adquieren un valor que no les corresponde, un valor abstracto, donde el valor social pierde su real valor cualitativo, el valor que las personas impregnan al trabajo valor social. Es en el trabajo donde está puesta la teoría del valor de Marx, donde los objetos hechos por el hombre adquieren un valor de uso y un valor social, los que son indisolubles. En las relaciones del capitalismo se dicho valor se trasforma y los objetos adquieren un valor propio al medirse en tiempo de realización, quedando fuera la fuerza de trabajo impresa en los objetos hechos por los seres humanos,

o sea en el hecho de que equivale a una determinada cantidad de tiempo de trabajo, perdiendo de vista su determinación cualitativa, a saber, la circunstancia de que el trabajo individual, por medio de la

enajenación (alienación), tiene que representarse necesariamente como un trabajo social abstracto, como un trabajo social (Karl Marx citado en Kohan, 2009: 264).

El consumo tiene características parecidas, ya que la fuerza de trabajo puesta en los objetos por parte de los sujetos no es suficiente para poder costear la vida. La alienación se presenta desde la connotación que envuelve al endeudamiento, donde la acción económica se vuelve autónoma, dotada de cualidades que los mismos sujetos fijan.

Estas formas son precisamente las que constituyen las categorías de la economía burguesa. Son formas mentales aceptadas por la sociedad, y por tanto objetivas, en que se expresan las condiciones de producción de este régimen social de producción históricamente dado que es la producción de mercancías (Marx, 2010: 50).

Eso desde el momento histórico en el cual Marx escribió *El Capital*, pero tal y como describe el mismo autor estas formas mentales son concebidas por una clase burguesa específica, con condiciones de producción específica, ya que

los individuos son tal y como manifiestan su vida. Lo que son coincide, por consiguiente, con su producción, tanto con *lo que* producen como con el modo de *cómo* producen. Lo que los individuos son depende, por tanto, de las condiciones materiales de su producción (Marx, (2012): 2).

Si los sujetos son consumistas de bienes de mercados que en realidad no le son necesarios, si buscan cualidades en objetos que objetivamente no las tiene, es porque responde a una forma que tiene la sociedad de producirse y pensarse a asimismo, de mantener y mejorar las relaciones que la constituyen. Son categorías mutables en el tiempo, que no son estáticas, van cambiando y adaptándose a las necesidades históricas, que en este momento tienen que ver con las del mercado, a las formas que tiene este para poder estar siempre vigente, reenviándose, encantando.

Es así como podemos ver que las mercancías tienen que tener formas aceptadas por la sociedad, si no cumplen esta función pierden su estatus de mercancía y son reemplazadas por otras y dejan de ser funcionales al control y producción de sociedad ya que “el mecanismo que une el individuo a su sociedad ha cambiado, y el control social se ha incrustado en las nuevas necesidades que ha producido” (Marcuse, 2001: 39).

El otorgamiento de valor, más allá del valor de uso que tiene un objeto creado por el hombre, a una cosa que no lo tiene, está dado por los sujetos que están inmersos dentro de la sociedad, desde los patrones culturales. De hecho podemos complementar esta idea con lo que nos dice Foucault, referente a la “población” como concepto dinámico, cambiante y movable, que puede ser reproductor como también productor de cosas que están fuera de las relaciones comunes y corrientes de la sociedad. La población es un conjunto de la sociedad delimitado, relativamente permeable y a la vez autónomo, donde el control que en un momento estaba ejercido por el soberano, según los estudios del filósofo francés, tiene un cambio en la estructura de poder y los mecanismos de poder se mantienen,

el control absoluto del soberano sobre los individuos comienza a ser reemplazados por el gobierno sobre las poblaciones. Ya no se trata de conquistar y de poseer, sino de producir de ejecutar, de organizar a la población con el fin de permitir que esta se despliegue en todas sus propiedades (Rojas en Lemm, 2010: 53).

De acuerdo a los lineamientos de la sociedad neoliberal, Foucault llama gubernamentalidad a la acción de producir y suscitar en los sujetos el deseo en base a los productos culturales, por el que conquista y llega a poseer las voluntades. La gubernamentalidad ya no se preocupa de ver las formas de vida de los sujetos, ahora es dejar que las personas hagan sus vidas de acuerdo a los patrones culturales del sistema en el que nos encontramos. La gubernamentalidad se mueve en los parámetros del peligro y la crisis, “el liberalismo no sólo produce libertades que sean puestas en peligro y requieren mecanismos de seguridad. El liberalismo nutre el peligro, lo somete a un cálculo económico y sopesa sus ventajas y costos” (Lemke en Lemm, 2010: 255). Es en base a este cálculo económico que impera,

produce una transformación en las fuentes de subjetivación de los sujetos, el control sobre el peligro y la suscitación del deseo.

Los sujetos son consumidores en masa, ya no se toma a un sujeto consumidor y se trata de ver las necesidades de este, desde su individualización. Ahora un producto se fabrica en masa, para la masa consumidora y el sujeto consumidor, como parte de la masa elije sobre ellos de acuerdo a sus motivaciones y deseos, en una relación “colectivo individuo/ totalidad del cuerpo social” (Foucault, 2007). Desde la fragmentación social se genera relaciones desde el colectivo hacia el individuo, donde el poder estandariza a los sujetos dentro de pequeñas colectividades, las que comparten deseos y anhelos haciendo los lazos más bien difusos y exiguos a un nivel de identificación con otro colectivo mayor; pues la identificación y la pertenecía se hace a niveles microsociales y además no es sólo con un colectivo menor, muchas veces es más de un colectivo, haciendo aún más difuso el realizar el mismo ejercicio con la totalidad del cuerpo; ya no es controlar, es suscitar el movimiento, muchos movimientos.

La decisión, en los sujetos desde la identificación social con grupos de referencias que no son próximos a la clase social del sujeto, por el contrario, busca la realización de sus deseos y expectativas que forman parte del ideario de clase una clases sociales que no comparten la misma realidad, pero que es la visión de mundo que es la socialmente aceptada, y que se busca dar cumplimiento desde el libre albedrio de los mismo sujetos, de hecho “lejos de dominar y reprimir los deseos, hay que liberarlos y hacer que la gente los viva con libertad; más aún, hay que alentar a que se les dé rienda suelta, a ir más allá de todo limite” (Bauman, 2001: 230).

La dualidad que existe entre sujetos que son diferentes pero mantienen rasgos en común es lo importante, ya que comparten similitudes que lleven a patrones de comportamientos similares en la totalidad, de hecho ya no se trata de esquematizar los patrones de comportamiento, sino más sutil el control, donde se trata de “*dejar ser, dejar hacer*” a los sujetos, y dentro de estos lineamientos, tenemos también, un proceso de subjetivación que es desde la sociedad -con sus patrones culturales preestablecidos- en los que despliegan todas sus facultades. El proceso de subjetivación, adquiere un carácter fundamental, ya que en el ejercicio de *dejar ser*, los sujetos se

vuelven participes activos (dentro de los lineamientos y esquemas de la sociedad) de la construcción de la sociedad, los que realizarían acciones (*dejar hacer*) que concuerden con los principios de la totalidad del cuerpo social.

Esta producción del dejar hacer, de la que hablamos arriba es el proceso de asimilación que realizan los sujetos de los contenidos culturales. De como ellos, los sujetos, son parte esencial de los dispositivos de poder y el cómo está, la sociedad, produce una "reorganización de los hábitos culturales, cada vez más dedicados a los mensajes audiovisuales (...) y que expresan códigos internacionales de elaboración simbólica" (García, 1995: 104). El proceso de globalización tiene una de estas aristas más allá de los hábitos culturales, son transversales a todos los ámbitos de la vida y que ha generado cambios en la constitución de las relaciones sociales en los últimos años, de hecho "la industria actual está montada producir atracciones y tentaciones" (Bauman, 2006: 105), donde son superfluas la mayor parte de las necesidades creadas por los sujetos.

Por último podemos decir que el neoliberalismo en su aspecto del consumo, es una de las principales características que tiene para poder mantenerse y ser el sistema dominante. Esta cualidad lleva a los sujetos a desear el placer que está socialmente establecido, tratar de alcanzar esa delectación que está instaurado en los discursos de la sociedad, a que sean los mismos sujetos los que produzcan estos deseos para los sujetos, y así se reproduzcan en los demás; al tener una connotación positiva que se genera en el ideario colectivo hacia el sujeto y para los sujetos se van validando en todas las esferas de la sociedad o clases sociales,

que el poder se sostenga, que sea aceptado, es sencillamente que no pesa sólo como potencia que dice «no», sino que cala de hecho, produce cosas, induce placer, forma saber, produce discursos; hay que considerarlo como una red productiva que pasa a través de todo el cuerpo social en lugar de como una instancia negativa que tiene por función reprimir (Foucault, 2010).

Un sistema de poder compuesto por sistemas de conocimiento y cultural que están supeditados a las estructuras de la sociedad hoy en día, mantienen una hegemonía en las relaciones, tanto social, política y cultural, siendo el endeudamiento un fenómeno transversal en las capas sociales, lo que ha implantando una forma de vida común para la mayoría de los sujetos posibilitando que se sea expandible la idea del deseo.

2.3. EL PAPEL DE LA CULTURA Y EL CONSUMO EN EL ENDEUDAMIENTO

El sujeto está inserto en una sociedad que mantiene una dualidad entre el colectivo individuo y la totalidad del cuerpo social, donde existen formas, dispositivos de poder, que sirven para aumentar y dar cohesión a la sociedad dentro de los parámetros establecidos en un proyecto de gubernamentalidad.

Ahora bien, la cultura en general y en especial la cultura de consumo en el último tiempo a entablado “nuevos códigos de identificación social” (Denegri, 2010: 89), la autora observa en el último tiempo un cambio tanto en los patrones de consumo, como también de los grupos de referencia que actúan sobre lo sujetos. En esta misma línea la misma autora nos dice:

la influencia del grupo de referencia varía de un producto a otro. Esta diferencia puede explicarse atendiendo al carácter público o privado que pueda tener el consumo y así el producto es de primera necesidad o constituye un bien lujoso y exclusivo (Denegri, 2010: 73).

En este caso se advierte el referente que puede ser el grupo de pares o el entorno más cercano al o los sujetos, que son los que otorgan los aspectos para que estos tengan restringido, limitado o amplio, al consumo. También el

consumo está condicionado a ampliar la cantidad de los bienes que se quieran adquirir por parte de los integrantes del grupo, como también del tipo de bien del que estemos deseando consumir. Lo anterior está en relación con el tipo de sujetos que compongan al grupo de referencia, así tenemos que con la familia, los productos a consumir serán de primera necesidad, como puede ser el alimento o la vestimenta del día; como también bienes que estén condicionados por ciertas contingencias (bodas, colegio, fiestas o festividades como navidad, día del niño, etc.). En cambio el consumo que se promueve con los amigos, con los grupos con los que se identifican los sujetos, tienden a ser de carácter individual y responden en su mayoría a la mantención o la promoción de status o una condición dentro del grupo.

En este sentido se mezclan una serie de hechos relacionados entre sí, que condicionan al sujeto a una esquematización de sus acciones en torno al consumo. Dentro de los hechos que podemos identificar en la decisión de comportarse de cierta manera o de otra, esta la que nace desde una parte desde la misma sociedad y logra legitimarse dentro de los espacios que llamamos “colectivo-individuo”, esto por la dualidad de la que hablamos en el primer apartado.

La educación económica tardía de los jóvenes en relación al contacto directo con las formas de endeudamiento no sería un factor determinante en las conductas con respecto al endeudamiento y al consumo de los sujetos, y asumir las responsabilidades que, *a posteriori*, se adquieren, ya que:

los hábitos de consumo, actitudes hacia el endeudamiento y, en general, la conducta económica no aparece asociada al nivel de formación económica formal (...) esto sugiere que la educación económica adquirida en la adolescencia tardía sería suficiente, por sí misma, para modelar los hábitos y actitudes hacia el consumo, sugiriendo así la imagen de la familia como una importante instancia (Amar, Abello, Llanos & Gómez, 2005).

De esta manera nos encontramos con la idea que de los colegios no deberían ser un impedimento para enfrentar el endeudamiento (según la investigación colombiana “*Estrategias y prácticas socializadoras y de*

alfabetización económica en familias de una ciudad multifinanciera de la región Caribe colombiana” (Amar, Abello, Llanos & Gómez, 2005)), pues con la formación que los jóvenes adquieren en la instancia familiar, son bases suficientes para poder hacer que ellos se desenvuelvan de manera correcta en la vida económica; pero de igual manera puede haber diferencias en cuanto a la significación y atribución que se le confiere al fenómeno del endeudamiento de acuerdo a las experiencias vividas, tanto negativas como positivas dentro del seno del hogar.

Existe la tendencia de ver el consumo relacionado a los cambios que se producen dentro del comportamiento de los sujetos, dados desde el contexto histórico en el que nos encontramos, de esta manera nos encontramos con que “la principal tendencia es a la individualización, la cual ha provocado una evolución desde el consumo de bienes familiares, hacia el consumo de bienes individuales” (Ortega, Rodríguez, Denegri & Gempp, 2005:119); ahora no se consume en perspectiva de dar satisfacción a algún apremio familiar, sino se consume de acuerdo a los deseos individuales de cada uno de los componentes de ella, siendo un factor importante a la hora de tomar la decisión de endeudarse o no en algún bien mayor, en común.

La decisión pasa por los anhelos y deseos personales de los sujetos dando poco margen para poder consumir y llevar un control tanto en las cuentas y al pago de ellas, lo que provocaría altos niveles de endeudamiento dentro de las familias. Lo anterior no dice que no se realicen compras a nivel, familiar, el problema radica, cuando no están las condiciones para dar satisfacción a las necesidades al nivel de hogar, en conjunto con las necesidades individuales.

Este comportamiento tiene tendencia a ser provocado desde los mismos integrantes de la familia, como también amigos que conformen a los grupos de referencia y los medios de comunicación. De hecho Ortega nos dice que “los individuos sólo consumen acorde con sus percepciones de la norma para su grupo de referencia” (Ortega et al., 2005:121), estos darían la pauta a los sujetos que están insertos en alguno de estos círculos para realizar o tender a comprar ciertos bienes de consumo y si la decisión de endeudarse es bueno o no.

Los medios de comunicación tienen un gran papel en esta sociedad con constantes mensajes que promueven el status y el prestigio (Denegri, 2010) asociados a la adquisición de bienes materiales, socialmente aceptados o validados por el marketing y el cálculo económico.

La cultura del consumo es un aspecto importante en la teoría de la doctora Denegri, la que atribuye como la generadora de códigos individualistas y de integración social a la cultura de consumo la cual:

establece (*la cultura del consumo*) nuevos códigos de identificación social que harían que los sujetos vayan cambiando sus gustos en la medida que el mercado va sacando nuevos productos, y después agrega que ante una sociedad individualizada y despersonalizada, los símbolos se convierten en elementos de comunicación e integración personal de gran importancia (Denegri, 2010:89).

Por ello, esta capacidad simbólica de los productos es un elemento fundamental que se asocia a la compra por impulsos. Ya que pareciera que el objeto traspasa todas las barreras del análisis racional y se contacta directamente con las necesidades simbólicas más profundas: aceptación, status, identidad y pertenencia (Denegri, 2010), la compra por impulso está asociada por la capacidad que tiene el mercado para ir creando y poniendo a disposición de los sujetos nuevos y mejorados productos, lo que daría como resultado, un constante “llegar y llevar” por parte de los sujetos.

Además de los grupos de referencia y la cultura, tenemos el factor de la confianza, que es “la buena voluntad para fiarse de la otra parte en un intercambio y para creer en su integridad y su buena fe (...) *esta actúa* como motor de la relación en la medida la intención de cooperar y eleva las expectativas de proyección en el tiempo (Camarero, San Martín & Rodríguez, 2006: 115). La percepción de la cooperación, tendería a provocar que los sujetos se endeuden más, no sólo los adultos, sino también los jóvenes que están entrando en los circuitos del endeudamiento, ya que el futuro se percibe con mayor seguridad.

El consumo es de principal importancia en el momento de entender el comportamiento de los sujetos en torno al fenómeno del endeudarse. De

hecho es un ámbito que ha sido estudiado y visto por diferentes autores. Entre estos trabajos encontramos como uno de los clásicos en la Sociología a Georg Simmel, autor alemán de principios del siglo XX, que aborda por primera vez el tema, no como una red donde una persona compra algo y sólo se queda en el acto del intercambio meramente, por el contrario su trabajo es una investigación del fenómeno del consumo, relacionado con el entramado de relaciones simbólicas que conlleva tal acción, la que él denomina como llama "*estilos de vida*" (Marinas, 2000: 198). Desde el mismo trabajo nos encontramos que Simmel mostró una sociología de los objetos en combate, en tensión y seducción respecto a los sujetos, de acuerdo a los beneficios que estos dejaban a los sujetos y del constructo que se hace en relación a los mismos objetos.

En nuestro presente encontramos al autor chileno Tomás Moulian, con su libro "*El consumo me consume*", trabajo que aborda el consumo desde la perspectiva de atribuciones que el sujeto otorga al acto de consumir; como una gratificación para el sujeto al dar cumplimiento a los deseos y a la obtención de bienes por parte de los sujeto desde los valores de la sociedad capitalista. De hecho este mismo autor nos dice que "las sociedades capitalistas necesitan de consumidores ávidos, ellas buscan instalar el consumo como necesidad interior (...) como sentido de vida." (Moulian 1999: 18). Podemos ver que el autor nos propone la idea de qué es el capitalismo, como momento histórico, el neoliberalismo, es él que da sentido para que las personas tengan siempre una motivación para poder consumir constantemente, donde el sentido de las personas en la vida este supeditado al acto mismo del consumo.

Uno de los temas que cruza este entramado de factores que puede generar el endeudamiento en los sujetos y en la sociedad en sí, es el tema del deseo. El deseo tiene distintas formas de manifestación y formas. El deseo que motiva al consumo es la adquisición, cruzado por la búsqueda de placer y confort que está dado por tres factores instrumental (utilidad), simbólico (cultural) y estética (belleza), (Moulian, 1999); el goce y el placer que se buscarían aplacar mediante la concreción del deseo se compromete el futuro, ya que el deseo es inmediato y tiene la mayor parte de las veces su concreción en el presente, mientras que las consecuencias vividas después.

Lo anterior se debido al hedonismo en que nos encontraríamos hoy en día. De hecho la doctora Denegri es otra autora que nos habla de la importancia que tiene el deseo en los valores de la sociedad que han terminado hoy en día en “la búsqueda del hedonismo y la satisfacción inmediata” (Denegri, 2010:93).

Además Denegri ve otros tópicos para la relación entre el consumo y al deseo, los cuales pasamos a ver ahora:

- El consumidor es un ser hecho de deseos, un sujeto que siempre está buscando algo para sentirse bien, satisfacer alguna necesidad o algún anhelo, que le traiga sensaciones positivas.
- Las conductas económicas son el resultado del deseo y de la creencia. Estas creencias estarían depositadas un cúmulo de hechos y saberes que se han generado en una sociedad en particular.
- El Deseo tiene intensidad, lo que está dada por la fuerza de las creencias que se tiene con los mitos relacionados a la época. Además de tener una base sustentada en una cultura, tiene un lugar determinado en la historia y dependiendo de la época, el deseo de obtener y el anhelo de conseguir ciertos objetos o bienes tendrán una mayor o menos intensidad para el sujeto de acuerdo a los constructos culturales particulares de la sociedad.

El deseo cumple diferentes funciones una de ellas es el “desarrollo de una sensación subjetiva de insuficiencia artificialmente creada” (Jeremy Seabrook citado en Bauman, 2006), la sensación de deseo es propia de los sujetos y se manifiesta en él, con una expresión de carencia, de “insuficiencia”, que no le es propia del sujeto. La manifestación del deseo sí nace desde la subjetividad de los sujetos, pero de donde nace la carencia que se manifiesta como deseo, es ajeno al sujeto en un primer momento ya que es promovido desde fuera del mismo, desde la sociedad, ya que son necesidades que están esquematizadas desde los valores, creencias y formas de vida que se dan como aceptadas dentro del conjunto social (no se está hablando de las necesidades básicas que se tienen que cubrir para sobrevivir).

De esta manera podemos ver que los deseos de las personas son productos sociales que están en relación con el contexto histórico y con las motivaciones del sujeto en conjunto con las formas de cultura del momento; donde los medios de comunicación en general cumplen un importante rol en la concepción que da el impulso al consumo y en la generación del deseo ya que “la propaganda seduce, glorifica los productos, ensalza oportunidades” (Moulian, 1999: 21). Los sujetos al estar insertos dentro de la sociedad toman productos o mercancías, que le dan distintas satisfacciones y tratan de llevarlos a la concreción.

El objeto del deseo que lleva a consumir constantemente es una creación social, es la respuesta al contexto histórico y a los valores que se promulgan dentro de la sociedad neoliberal, la que está en constante producción de objetos para consumir y más importante es que el deseo, su objeto es el mismo deseo “la condena a no poder saciarse, sin importar que tan alta sea la montaña de objeto (físicos o psíquicos) que se apilan para marcar su derrotero pasado” (Bauman, 2004: 226).

III CAPÍTULO: MARCO METODOLÓGICO

3.1. PARADIGMA Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El paradigma que se utilizó en la presente investigación es el Interpretativo. La elección de este paradigma, nace en la necesidad de realizar una investigación de manera holística y abierta, dejando la posibilidad a los sujetos de estudio hablar del tema del endeudamiento de la manera que más le acomode, sin encasillar sus respuestas; también busca otorgar al investigador la posibilidad de realizar interpretaciones, de lo que dicen y lo que no dicen, de sus experiencias respecto a las consecuencias y vivencias que tienen los sujetos de investigación con respecto al fenómeno del endeudamiento.

La finalidad de este estudio fue conocer de los sujetos, de sus interacciones, sus relaciones y su vida diaria, sobre el tema de investigación y así poder aprender de la subjetividad en el tema del endeudamiento como medio de integración social de los sujetos que aún no se incorporan en la dinámica misma del sistema de créditos y de deudas. Ya que los sujetos de investigación no tienen la forma de endeudarse de manera directa y por ende, no conocen efectivamente la responsabilidad de hacerse cargo de las prestaciones que pidan; como lo que sucede con las llamadas tarjetas anexas, las que son un medio para que el titular (muchas veces el padre o la madre) se ve obligado a hacerse responsable de una deuda que adquirió indirectamente.

Siguiendo los lineamientos de la hermenéutica tenemos que recordar que la búsqueda está en la interpretación y comprensión del escenario social concreto y no realizar generalizaciones sobre el fenómeno en cuestión (Rodríguez, Gil & García, 1996), es por ello que se adopta la fenomenología, como método de investigación. Al ser una investigación que se enfocó en los

discursos de los sujetos de investigación, lo que se busco fue la comprensión y el sentido que otorgan los sujetos al endeudamiento, no siendo una de las tareas el buscar macro tendencias. No obstante, una de las tareas del presente estudio es dejar bases metodológicas y teóricas para posteriores estudios o investigaciones que traten de temas relacionados.

El objetivo de la investigación fue conocer la significación que se otorga al fenómeno del endeudamiento por parte de los jóvenes estudiantes, y se observo la manifestación de un dispositivo de integración social, para esto se diseñan estos pasos a seguir, es decir la metodología.

Al seguir los lineamientos del enfoque utilizado, se opto por técnicas que ayudaron a alcanzar una comprensión desde jóvenes con respecto al tema de la investigación, para lo cual se utilizaron las siguientes técnicas de recolección de datos: etapa 1 Focus Group y etapa 2 entrevistas individuales semi-estructuradas.

Por último, la metodología cualitativa, con enfoque interpretativo, versa en que es una forma de estudio que busca mediante el ejercicio de la interpretación de la experiencia vida; es la explicación dada por la conciencia, donde toda conciencia es conciencia de algo; es un intento sistemático de develar las estructuras significativas internas del mundo de la vida y que procura explicar los significados en los que estamos inmersos en nuestra cotidianidad (Rodríguez, Gil y García, 1996). Un método por el cual accedemos a las experiencias y a la significación del mundo de vida de los sujetos, mediante la interpretación que el investigador realizó en el proceso y está abierto a la mayor cantidad de posibilidades de recepción de respuestas y enriquecer el posterior análisis.

ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El alcance de la investigación, estuvo influenciado por la revisión bibliográfica, al no encontrar un alto grado de conocimiento desde la sociología, se opto por que la investigación tuviese un alcance de carácter

exploratorio, y así analizar los discursos y formas que tienen los jóvenes estudiantes para expresarse sobre el tema del endeudamiento, sin estar insertos en el mercado del endeudamiento, como se expresan de él y la importancia que este tiene en sus vidas.

Al sólo tener referencias desde la psicología económica y al no existir datos del tema desde los jóvenes estudiantes, es que catalogamos este estudio como exploratorio descriptivo.

Además se describe cuáles son las relaciones, motivaciones y significación que este tipo de jóvenes otorga al tema del endeudamiento sin estar en directa relación de este. Es así, que la investigación pretendió hacer una introducción al tema de la significación del endeudamiento por parte de los jóvenes que no están endeudados, tomando en consideración el nivel socio económico de los informantes mediante el tipo la estratificación del colegio donde estudian y de esta manera dejar bases para poder realizar una crítica al actual modelo económico, que privilegia la adquisición de bienes servicios que pueden no ser necesarios. El endeudamiento coloca a jóvenes y familias dentro de un espiral de deudas y más deudas, que cuando se ingresa, no hay una fecha fija para dar solución a estos problemas. La imagen del consumo y el endeudamiento son considerados como factores normales y hasta cotidianos en la vida, produciendo una normalización del fenómeno en cuestión.

Esta investigación tuvo como perspectiva el sentar algunas bases y lineamientos para posibles trabajos que ahonden en los temas y problemáticas que afloraron de esta misma tesis. La motivación mayor fue alcanzar una a crear una forma (de entre muchas) para poder entender el fenómeno del endeudamiento.

La investigación es una invitación a la reflexión sobre las significaciones del fenómeno del endeudamiento y si este fenómeno está o no naturalizando en la cotidianidad (donde el acceso a la cotidianidad está dada desde los mismos discursos) de los sujetos o si es visto como un elemento necesario y además que sirva para integrar a los sujetos dentro las dinámicas de la sociedad.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En la búsqueda de la comprensión que los jóvenes de educación secundaria tienen del fenómeno del endeudamiento, como parte de su realidad social, de sus proyecciones en futuro y de cómo es su acercamiento en la actualidad; de acuerdo a lo anterior, se optó por el siguiente diseño de investigación.

La recolección de datos se realizó en dos momentos o fases de investigación, los cuales estuvieron directamente relacionados, donde la segunda fase nació necesariamente de los hallazgos de la primera parte.

La primera fase de la investigación constó de dos Focus Group, bajo la premisa de la necesidad de entablar un diálogo con el mayor número de participantes, y así tener una visión lo más global y amplia de lo que es el fenómeno del endeudamiento para los jóvenes de educación secundaria. Fue en ese momento, que se comenzó con el ejercicio de levantamiento de categorías para la posterior realización de un cuestionario para la segunda etapa.

En esta etapa los focus group constaron con la participación de 8 estudiantes cada uno, los que se realizaron en las mismas estancias del establecimiento correspondiente.

Por la cantidad de informantes que se utilizaron y el contexto, se obtuvo una gran cantidad de información y se alcanzó un cierto nivel de saturación de las categorías que se encontraron.

La segunda fase responde a una profundización del estudio, en torno a los puntos más relevantes encontrados en la primera fase. De esta manera, se realizaron 6 entrevistas individuales Semi-Estructuradas, en las cuales se profundizó el conocimiento de las categorías antes encontradas y se efectuó un trabajo de comprobación y corroboración de éstas, sin excluir conocimientos nuevos que se puedan encontrar en esta etapa.

Esta segunda parte de la investigación permitió la validación de la información; permite corroborar, aprobar, dejar o desmentir algunos de las ideas que aparecieron en la primera fase de la investigación. Esta etapa fue muy importante, ya que permitió realizar una triangulación de las dos

técnicas de investigación utilizadas y asegurar la saturación de las categorías encontradas. El análisis de discurso estructural, fue la técnica de análisis de discurso que se empleo para la extracción, reagrupamiento y posterior estructuración de la presentación de los datos en la “búsqueda del sistema de relaciones que da la identidad al texto como un conjunto de posiciones” (Conde, 2010: 27) y de esta manera encontrando y dando coherencia a las unidades significativas encontradas.

3.2.1. UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis está compuesta por los significados dados desde los diferentes discursos de los jóvenes que estén cursando 1 ° a 4 ° medio de la educación secundaria sobre el fenómeno del endeudamiento.

A continuación se presenta en el esquema (Esquema 1), las técnicas que se utilizaron en la investigación:

ESQUEMA 1: RESUMEN DEL MARCO METODOLÓGICO



3.2.2. DISEÑO MUESTRAL

La muestra de sujetos que se utilizaron en la presente investigación fue intencionada. Teniendo su base en el estudio de casos, por lo tanto, los sujetos de investigación solo tuvieron que cumplir los estándares que el investigador uso para designar a los sujetos de investigación. Estos criterios son:

- Estudiantes de educación secundaria.
- Los establecimientos clasificados por el SIMCE, de estrato socioeconómico MEDIO.
- Los establecimientos tienen que ubicarse en la región metropolitana.

3.3. SUJETO DE INVESTIGACIÓN

El sujeto de estudio son jóvenes que estén cursando la enseñanza secundaria de primero medio a cuarto medio que pertenecen a colegios, liceos o establecimientos educativos catalogados según la clasificación SIMCE, como establecimientos de clase media. A la vez esta categoría esta dividida en tres sub categoría: media alta, media y media baja.

Puesto que nuestro sujeto de investigación son estudiantes de educación secundaria, y por lo tanto jóvenes, es importante clarificar lo que se entiende por tal. Según el Instituto Nacional de la Juventud, es joven es todo hombre o mujer mayor de 15 años y menor de 29 años (INJUV, 2010). Es así que además de ser estudiantes, los informantes también están dentro del segmento de jóvenes según la INJUV. Perteneciendo a un grupo específico, mantienen ciertos patrones de comportamiento y anhelos que son comunes para los sujetos de investigación.

Lo anterior, nace de la necesidad de alcanzar un conocimiento que gire en torno de los significados que se puedan encontrar en los discursos de los sujetos de estudio, a pesar que éstos no tengan la experiencia directa de estar insertos activamente dentro de la vida económica, sin embargo se asume que estas tienen que convivir de manera directa con el endeudamiento.

Dado lo anterior, los establecimientos a los que pertenecen los estudiantes que participaron en la investigación fueron 8 en total. 2 para la primera fase de la investigación y 6 para la segunda (Tabla 1).

TABLA 1: LISTADO DE ESTABLECIMIENTOS EDUCACIONALES QUE SE UTILIZARON EN LA INVESTIGACIÓN

FASE	Nombre establecimiento	Comuna	Clasificación Socioeconómico
1° Fase	Colegio Confederación Suiza	La Reina	MEDIA BAJA
	Colegio La Concepción	La Florida	MEDIA
2° Fase	Colegio San Pedro Valle Grande	Lampa	MEDIA
	Liceo Ignacio Carrera Pinto	Independencia	MEDIA
	Internado Nacional Barros Arana	Santiago	MEDIA
	Liceo Industrial Rafael Donoso	Recoleta	MEDIA
	Liceo José Victorino Lastarria	Santiago	MEDIA
	Instituto Nacional José Miguel Carrera	Santiago	MEDIA ALTA

Fuente SIMCE (s. f)
Cuadro elaboración propia.

Lo que se necesitó, es que los jóvenes que participaron de esta investigación tuvieran o conocieran el tema y tengan más o menos, algunas nociones con

respecto a lo que significa el endeudamiento en su vida, en sus proyecciones en el futuro y a nivel social.

3.3.1. CRITERIO DE SELECCIÓN DE SUJETOS INFORMANTES

La investigación apunta a los jóvenes que están dentro del sistema secundario de educación, por lo tanto se realiza una diferenciación tomando la estratificación socioeconómica que se utiliza en la prueba SIMCE, esta estratificación se mide mediante un cuestionario auto aplicado que se les pide a los apoderados realizar. Esta categorización está dada por BAJO, MEDIA BAJO, MEDIA, MEDIA ALTA Y ALTA. Como lo muestra la siguiente tabla están ordenados de forma ascendentes (Tabla 2).

TABLA 2: CLASIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA REALIZADA POR EL MINISTERIOS DE EDUCACIÓN

VARIABLES DE CLASIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA				
Clasificación	Educación de la Madre	Educación del Padre	Ingreso	Índice de Vulnerabilidad
Bajo	Menos de 8 años	Menos de 8 años	Hasta \$138.000	Más de 57.7%
Medio Bajo	Entre 8 y 9 años	Entre 8 y 9 años	Entre \$138.001 y \$215.000	Entre 35.01% y 57.5%
Medio	Entre 10 y 12 años	Entre 10 y 12 años	Entre \$215.001 y \$375.000	Entre 17.51% y 35%
Medio Alto	Entre 13 y 14 años	Entre 13 y 15 años	Entre \$375.001 y \$1.100.000	Entre 0.01% y 17.5%
Alto	Más de 14 años	Más de 15 años	Más de 1.100.000	0%

Fuente Mineduc 2009
Cuadro elaboración propia

Por otro lado, la Educación chilena tiende a segregar a los estudiantes en función de su nivel socio económico de origen, lo que se va incrementando desde muy temprano en la vida escolar a través de varios mecanismos, siendo los más directos la selección de escuelas por las familias, Técnico Profesional, Científico Humanista y el financiamiento compartido, que agrupa a los estudiantes según su capacidad de pago (Valenzuela, 2008). El efecto de esta selección es un primer nivel de segmentación por dependencia y por modalidad educativa (MINEDUC, 2009) por lo que estamos, según datos de la MIDEUC y estudios que se realizaron a partir de ellos, en una línea de segregación, tanto de colegios por dependencia como también de nivel socioeconómico de los jóvenes que entran al sistema educativo y no tienen los medios para costear un colegio mejor. De lo anterior podemos ver la siguiente tabla:

TABLA 3: TASA DE MATRÍCULA DE ESTUDIANTES DE ENTRE 14 Y 18 AÑOS DE EDAD POR DEPENDENCIA Y NIVEL SOCIOECONÓMICO

Quintiles	Establecimientos Municipales	Establecimientos Particular Subvencionados	Establecimientos Particular Pagados
1	35,1%	21,3%	4,2%
2	29,1%	23,5%	3,1%
3	18,1%	21,1%	4,8%
4	12,2%	21,0%	12,5%
5	5,5%	13,0%	75,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: MINEDUC 2009
Cuadro elaboración propia

Es importante mencionar que durante el proceso de investigación se presentaron algunos impedimentos para la aplicación de las técnicas de recolección de datos, debido a las grandes movilizaciones estudiantiles, que mantuvieron a muchos colegios paralizados por 7 meses, lo cual obstaculizó el acceso a los estudiantes y a sus respectivos establecimientos.

Lo anterior se traduce en demoras para poder encontrar a los estudiantes en un sólo lugar, compromisos con establecimientos para poder reunirse con los estudiantes y no poder realizarlo, etc. Finalmente se logró encontrar los colegios necesarios para realizar los focus group, el Colegio La Concepción y el Colegio Confederación Suiza; las entrevistas semi estructuras tuvieron menos complicaciones para ser realizados, ya que no se necesitó estar en el colegio físicamente, además que las últimas entrevistas se realizaron fuera del periodo de clases.

3.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.4.1. FOCUS GROUP PRIMERA FASE

En el Focus Group se empleó una muestra intencional no probabilística, de los estudiantes de los colegios seleccionados. Para ello, se seleccionaron dos representantes de distintos cursos voluntarios. Su selección particularmente está sujeta a los criterios que se expusieron en apartados anteriores.

Los Focus Group se realizaron en dos secciones, la primera se realizó en el Colegio La Concepción ubicado en la Comuna de La Florida, siendo un establecimiento catalogado como de clase media. Se contó con la participación de 8 estudiantes voluntarios de primero a cuarto medio.

El segundo Focus Group, se llevo a cabo en el Colegio Confederación Suiza ubicado en la comuna de la Reina, este es un establecimiento de estratificación media bajo según SIMCE. Se conto con la participación de 8 estudiantes voluntarios de primero a tercero medio, los estudiantes de cuarto medio estaban con problemas de horarios por finalización del semestre, producto de las movilizaciones del año, así que se excusaron por no poder asistir. Alrededor de la mitad de la sesión uno de los jóvenes se levanto y abandono la reunión.

Se tenía planificado realizar 3 sesiones, incluyendo a un establecimiento que corresponde a un colegio del sector económico alto, pero no resultaron las gestiones y no se logro realizar la sesión.

El Focus Group se realizó a modo de introducción al tema del endeudamiento con el objeto de indagar información sociológica que ahondara en el fenómeno del endeudamiento. La pauta tiene como objetivo encontrar significados relevantes, al fenómeno del endeudamiento. La forma de categorizar la información es de vital importancia para el proyecto, ya que a partir de esta se realizar la pauta para las entrevistas Semi-Estructuradas.

3.4.2. SEGUNDA FASE ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA

En la entrevista Semi-Estructura utilizo una muestra intencional. Los colegios que se utilizaron no son los mismos donde se realizaron los Focus Group, no obstante tienen las mismas características que los anteriores, ser colegios de clasificación de clase media y que los informantes sean voluntarios.

En la realización de las entrevistas Semi-Estructuradas se escogieron a 6 informantes voluntarios, los cuales proceden de colegios de estratificación Madia Baja, Media y se obtuvo la participación de estudiantes de Media Alta.

Después de la realización de los focus group, se procedió a formar las principales categorías y en base a ellas se realizó la pauta para las entrevistas.

3.5. CRITERIO DE RIGOR CIENTÍFICO

La investigación, al ser un estudio cualitativo el recorrido que se ha seguido y explicitado todo lo que se hizo y lo que se dejó de hacer, de esta manera cualquier cientista social que desee ver y examinar cuales han sido los caminos que se siguieron para realizar esta investigación, revisando los anexos y leyendo el diseño de investigación, pueda ver la coherencia de este y si es necesario aplicar el mismo estudio con grupos diferentes.

Además se realiza una triangulación de técnicas de investigación, las que se escogieron después de una revisión de textos metodológicos y discusiones con distintos académicos y compañeros seminaristas. Se optó por una triangulación de las técnicas de Focus Group y de entrevistas semi estructuradas. Con estas técnicas se buscó una mayor comprensión del investigador hacia los discursos gama mayor de estudiantes y una variedad mayor de sujetos e investigación y así contrastar diferentes realidades, dentro de lo que es la clase media.

Además de lo anterior se realizó un ejercicio constante por contrastar el marco teórico, con los hallazgos que se produjeron durante el proceso de recogida de datos y discusiones con estudiantes y profesores, respecto a los avances la investigación. Este ejercicio ayudó a mitigar el sesgo que se presentó en el investigador a la hora de analizar los resultados del estudio.

3.6. MODELO DE ANÁLISIS

El investigador al momento de recopilar los discursos, se realizó el ejercicio de una interpretación de los datos, con el método de comparativo constante, “el investigador no toma directamente las realidades que ante él se le

presentan, sino que se da un proceso de percepción de las mismas, identificando los elementos que la componen y, frecuentemente, enunciando preposiciones narrativas que tratan de describirlas” (Rodríguez, García & Gil, 1996: 198).

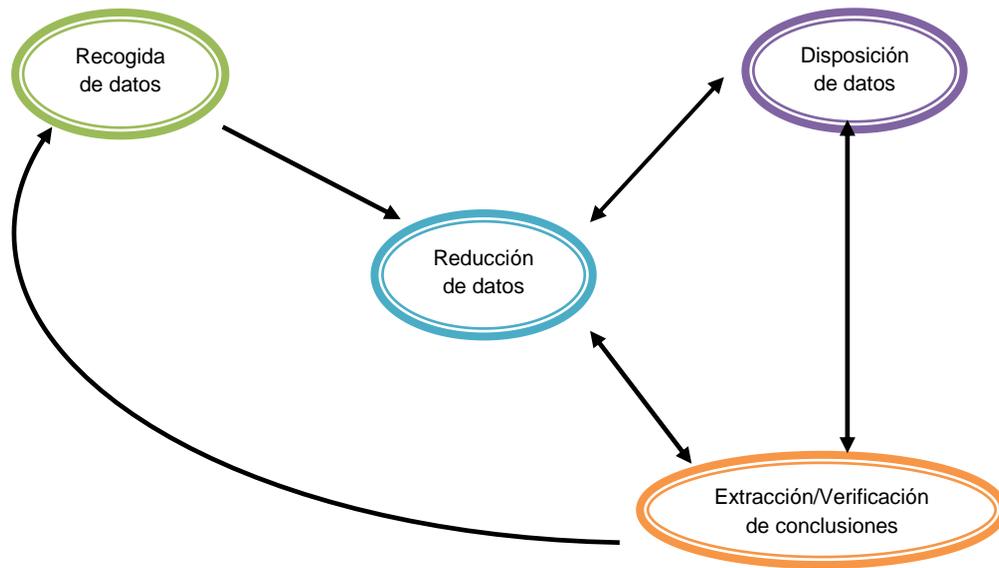
En el análisis se quiso obtener la mayor comprensión posible de los enunciados y significaciones que se obtengan de parte de los participantes en la investigación y por la naturaleza de los datos, es por ello que las dos técnicas deben estar en una constante concordancia y a la vez, se tiene que estar volviendo constantemente a su lectura y escucha.

Lo anterior se realizó en la investigación, al realizar la extracción de categorías primarias, las que salieron al leer las transcripciones y realizar el ejercicio de comparación constante, tanto con los demás discursos que se encontraron, como también con el marco teórico.

El análisis no está separado de las técnicas de recolección, se desarrollo de manera simultánea; de hecho es por eso la secuencia antes descrita, cumple con el objetivo que se pueda llegar a la obtención de información cada vez más precisa o acotada al tema de las significaciones de los informantes de acuerdo al endeudamiento. Este objetivo se trato de alcanzar al estar leyendo y comparando constantemente las categorías de la primera fase de la investigación, junto con las segunda; no sólo se comparo, también se reevaluaron las categorías existentes, viendo su pertinencia y su atingencia, claro esta, sin dejar de lado las categorías que aparecieron y que no estaban contempladas en el maro teórico, ni en los supuestos.

En última instancia el análisis queda compuesto de tres partes integrales (Esquema 2), que son reducción de datos, disposición y transformación de los datos y por ultimo obtención y verificación de conclusiones.

ESQUEMA 2: TAREAS IMPLICADAS EN EL ANÁLISIS



Tareas implicadas en el análisis de datos (Miles y Huberman, 1994: 12) extracto de Rodríguez, García & Gil, 1996: 205.

3.6.1. REDUCCIÓN Y MANEJO DE DATOS

Reducción de los Datos

Es la simplificación de la información, con el fin de hacerla abarcable y manejable por parte del investigador. En esta parte el análisis se realiza en dos etapas, separación de unidades de identificación y clasificación de estas unidades.

1.- La separación en unidades corresponde a la separación o descomposiciones del texto en sus partes, por medio de diferentes criterios,

de los que se obtuvo información. En este caso el criterio de referencia dicen relación a criterios temáticos. Los criterios temáticos, considera las unidades de significación de acuerdo al tema del endeudamiento. Es todo lo que pasa durante la aplicación de las técnicas de investigación.

2.- La identificación y clasificación de unidades, consiste en examinar las unidades de datos para identificar en ellas determinados componentes que nos permitan clasificarlas en distintas categorías de contenido. Esta tarea se realiza categorizando, codificando y luego reagrupando las categorías.

- La categorización corresponde a la forma de ver y destacar cuál de las unidades de significado son más pertinente para el análisis posterior, o sea la identificación de los elementos que sean relevantes para la investigación. En este caso las unidades de significado que permitan recuperar el sentido del endeudamiento para los estudiantes.
- La codificación es la separación o segmentación de las unidades de significación, de acuerdo a los significados que se van obteniendo durante el desarrollo de la investigación. Se elaboran códigos, que formaran parte de alguna categoría a utilizar en el análisis.
- La agrupación es realizar una serie de ejercicio de síntesis y ordenar los códigos encontrados y generados en la etapa anterior del análisis.

Manejo De Datos

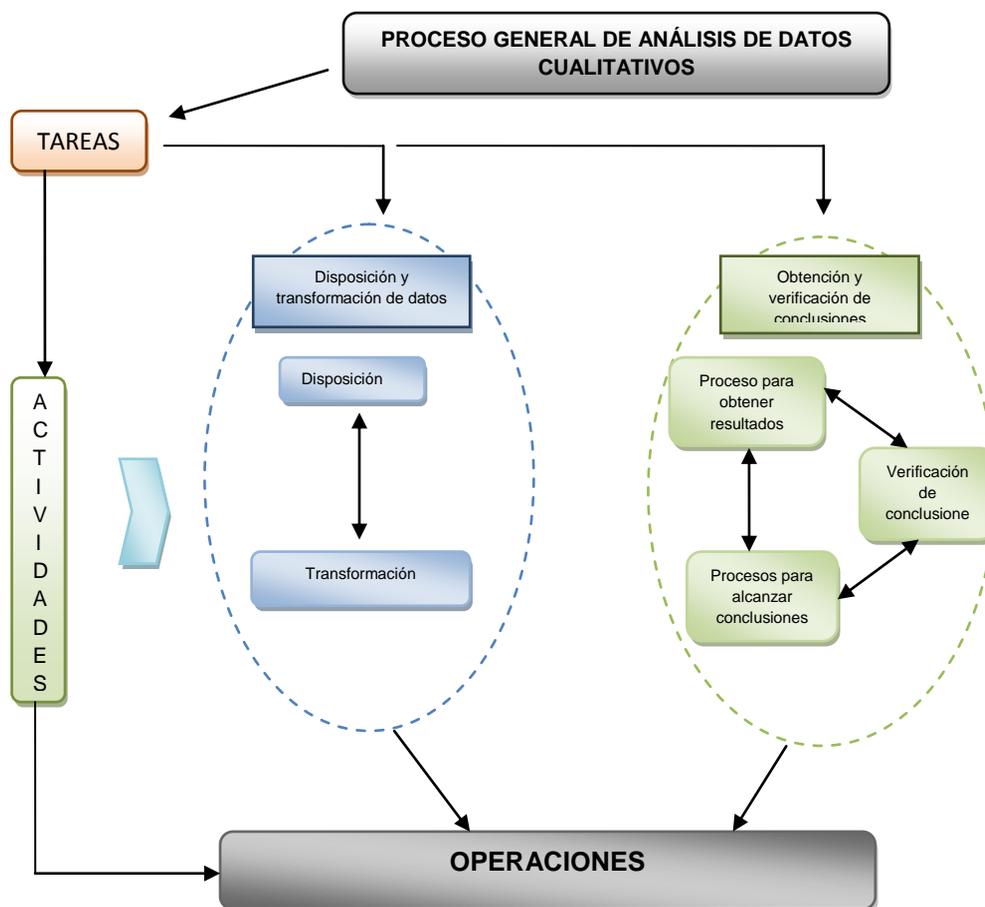
El manejo de datos constó de dos operaciones, la disposición y transformación de los datos y la obtención y verificación de las conclusiones a las que se llego.

Para facilitar la tarea mecánica de extracción de unidades de significación, categorización y ordenamiento de la información que se extrajo de las transcripciones, tanto de los Focus Group como de las entrevistas, se utilizó el programa estadístico ATLAS.ti 6.0.

Para la obtención y verificación de conclusiones se realizó la interpretación de los hallazgos desde la lectura teórica, levantando interrogantes y contrastando la información que se obtuvieron después de la ejecución de las técnicas de investigación y llevo a la elaboración del análisis en conjunto de la perspectiva teórica utilizada en la presente investigación.

A continuación se presenta la siguiente figura, que es un resumen esquemático de los procesos y tareas que se llevaron a cabo durante el análisis de la información (esquema 3).

ESQUEMA 3: PROCESO GENERAL DE ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS



Tareas implicadas en el análisis de datos
(Esquema original Rodríguez, García & Gil, 1996: 206) Modificaciones al cuadro son del autor.

IV CAPÍTULO: RESULTADOS

4.1. EL ENDEUDAMIENTO

*“una situación que no es cómoda para ninguno, o sea estar endeudado, a nadie le gusta estar endeudado. Lamentablemente acá en Chile, hay mucha gente que está endeudado”
Hombre, Colegio La Concepción.*

4.1.1. ¿QUÉ ES PARA LOS JÓVENES EL ENDEUDAMIENTO?

En la búsqueda del sentido que adquiere para los sujetos de investigación el endeudamiento, se encontró con que este fenómeno tiene diferentes connotaciones las cuales al no ser unívoca, tiene matices y aspectos a tomar en cuenta; dado lo anterior se intentó analizar el carácter de cada una de estas posibles respuestas, en el ejercicio de que a pesar de no tener una “vida activa” económicamente hablando desde el endeudamiento, si tienen una noción sobre el fenómeno y una postura frente al porque se realiza la decisión de endeudarse.

De igual manera el fenómeno del endeudamiento tiene una significación simbólica para los jóvenes dada su propia realidad, es la necesidad de no tener algún bien u objeto que es socialmente querible, donde nace el espacio para el endeudamiento; es así como los jóvenes ves como una respuestas para explicar el porqué las personas se endeudan a la *“necesidad, creo. Porque hay gente que, como no gana mucha plata o no tiene mucha y necesita para pagar hartas cosas, por eso yo creo, lo más urgente”* (Mujer, Liceo Ignacio Carrera Pinto).

Es desde condiciones de los mismos sujetos y la “urgencia” de dar cumplimiento a ciertas necesidades, donde aparece el endeudamiento como una posibilidad plausible y además tiene una condición de que es preciso el llegar a tener ese bien material, *“el endeudamiento es cuando una persona pide un crédito y queda debiendo dinero, algo material, que es necesario”* (Mujer, Colegio La Concepción).

La necesidad que es individual, tiene una creación cultural, por lo tanto es parte de la subjetividad de los sujetos y se extrapola en la creación del sentimiento de necesidad y de la que los sujetos pueden ir aprendiendo en condiciones sociales y culturales externas a estos y asocian su concreción en la obtención de este “algo material”, que para ellos llega a ser necesario, transformándose una justificación para el endeudamiento.

Otro factores que influye en como los sujetos observan el endeudamiento es el de la “carencia”, la cual tiene su origen en condiciones específicas de la vida, por lo tanto es objetiva y esta fuera del control y deseos de los sujetos.

El no tener los medios con los cuales poder costear un bien que no se tiene el cual es imperioso tener, produciendo una dependencia, de la cual, no se puede no estar bajo el control del emisor o prestamista. Por lo tanto, la carencia y el dar cumplimiento de esta hace que la opción del endeudamiento adquiera sentido, desde la obligación para estos:

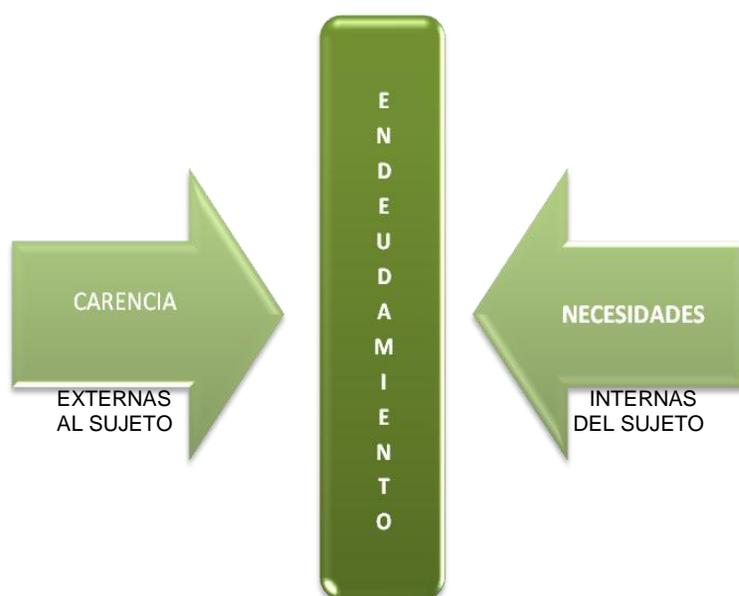
“requieres algo y no tienes el dinero suficiente para obtenerlo en el momento pides, eh... pides algo que se llama un crédito y que tú lo puedes pagar a largo plazo y eso se llama un endeudamiento, puesto que tienes que paga el total de una deuda a, a largo plazo. Eso es un endeudamiento” (Hombre, Liceo Industrial Rafael Donoso Carrasco).

*“cuando se te hace muy difícil sostener un cierto dinero y pagarlo y luego te ves enfrentado a ciertas situaciones que no puedes estar a la... a la altura de lo que te pide el banco o el... emisor que te dio la plata”
(Hombre, Colegio la Concepción).*

Uno de los sentidos que tiene el endeudamiento que genera desde “la carencia” es desde la libertad de “pedir o no pedir”. Es la situación donde al encontrarse en un momento de pedir cierto crédito y no poder ser capaz de cumplir con las obligaciones que los sujetos adquirieron, y al final se endeudan, no produciendo algún tipo de contradicción con el hecho de que es necesario pedir un crédito en la vida (que es la acción de endeudarse). Sienten que el pedir créditos, prestamos, son hechos naturales, ven que son hechos de la vida diaria, y más importante es de libre elección.

Al final el endeudarse se transforma en una decisión obligada por las condiciones o creada, de los sujetos, que está dada desde la necesidad. Esta situación adquiere el sentido de necesidad, desde lo instrumental, que es para los sujetos el querer algo o dar cumplimiento a las obligaciones que se suscribieron, haciendo que el problema se normalice desde la carencia (que puede suplirse y no aparecer más) o desde la necesidad (que se está generando y renueva como constructo cultural) permanente.

ESQUEMA 4: FACTORES QUE EXPLICAN EL ENDEUDAMIENTO



De hecho la necesidad en los discursos de los sujetos no tiene una especificidad, no es concreta, sólo se remite a ambigüedades de los que posiblemente puede ser; al contrario el sentido que tiene para los sujetos la carencia tiene una orientación con hechos concretos de la vida diaria y que es de vital importancia dar solución a estos, en tiempos específicos.

La asociación de la dependencia y de la libertad, la decisión de los sujetos desde su individualización que llevan a reproducir comportamientos, la mezcla entre lo objetivo y lo subjetivo, hacen del endeudamiento un elemento que otorga y favorece las condiciones para suplir tanto la carencia como la necesidad dentro de los lineamientos y posteriores efectos que conlleva el fenómeno estudiado.

4.1.2. LA ESTRUCTURA SOCIAL Y EL ENDEUDAMIENTO

Endeudamiento y Clase Social

El endeudamiento para una parte de los sujetos es un fenómeno que tiene su génesis en la sociedad, ya que desde sus fundamentos, orientaciones, normas y comportamientos son reproducidos y adquieren sentido para los sujetos, obligando en muchos casos, a tomar la “decisión” de endeudarse, para poder cumplir las expectativas y “obligaciones” que aprenden e internalizan, a lo largo de la vida, nacen y son por las condiciones que se adquieren al ser parte de una clase social u otra. *“Cuando teni menos ingresos estás obligado a endeudarte...porque...no, no te da la plata para subsistir el mes completo, entonces ahí ya estan las tarjetas de crédito y todo eso y eso te puede ayudar en el mes pho” (Mujer, Colegio La Concepción)*

Ahora esta situación está asociado en parte a las familias pobres, como se aprecia en el siguiente extracto, *“se supone que el endeudamiento casi siempre recae en las familias más pobres y es un problema que a veces se presentar harto acá en Chile” (Hombre, Instituto Nacional Barros Arana)*. Como problema cotidiano, el endeudamiento es un hecho no deseable pero esperable, por las condiciones económicas de los sujetos, en específico al ser “pobre”; y relacionado con el ser pobre están siendo consideradas las condiciones propias del país.

Al no ser posible cumplir o dar abasto a las expectativas que se generan a nivel cultural, como por ejemplo, el estar comparándose con referentes de una clase distinta de la otra y el desear obtener los bienes materiales que ellos tienen, produce condiciones favorables para el endeudamiento, es lo que podemos apreciar en el siguiente extracto, *“que la gente con mayor plata tiene y veis que con eso la gente vive cómoda, de tener auto la gente... entonces la gente ¿Qué piensa? Que con eso la gente va a mejorar su calidad de vida” (Hombre, Instituto Nacional Barros Arana)*. Comodidad y bienes materiales son las asociaciones que explicitan los sujetos al pensar en la “gente de plata” y también está asociado a una “mejorar la calidad de

vida” lo que da cuenta de un sentido, de un estado subjetivo que esta internalizado por los sujeto de ver al mundo, promoviendo la necesidad de obtener y querer ser esta “gente con plata” a partir de los que se puede apreciar de ellos.

También se encontró que los referentes culturales como la educación y la salud, son anhelos o deseos que se deben suplir, desde el sentido, que se consideran como servicios o aspectos de la vida importantes para los jóvenes y que el dar o no respuesta ello esta mediados por las condiciones sociales de los sujetos, pues no están los recursos necesarios para poder pagarlos.

“yo creo que a nadie le gustaría endeudarse, pero como somos de clase media, no tenemos los recursos necesarios para pagar la educación o la salud, que es como lo más importante y lo que uno le importa más. Porque lo material uno se puede esperar un poquito” (Hombre, Colegio La Concepción).

Si el sujeto no tiene las condiciones para no endeudarse, si no pertenece a una cierta clase social, no hay opción para no realizar el acto, para no tomar la decisión de endeudarse, pues tiene que cumplir con las expectativas que la sociedad espera de él:

“Yo creo que de eso parte todo, o sea, uno sabe que saliendo de cuarto medio uno se va a endeudar sí o sí a no ser que seas un excelente alumno y te ganes las cosas por becas o por tu situaciones económica es alta y te ponen, te ponen en una universidad privada. Pero la mayora que es la clase media acá en Chile, sí se va a ver opacada por esto, entonces por ese punto lo veo, que el endeudamiento es algo general de la clase media” (Hombre, Colegio La Concepción).

“a la gente no le dejan surgir, porque por ejemplo también hay sistemas de trabajo, por ejemplo un bombero, un taxista, a lo mejor uno no sabe lo que hay detrás de él, a lo mejor uno no sabe que tiene

una familia y esas cosas y suben 400 pesos el pasaje, y es verdad son 20 pesos los que suben no más, pero eso no má' y a lo mejor tiene familia detrás y no tiene otra forma de subir" (Hombre, Colegio Confederación Suiza).

La situación de clase social, está presente, no sólo para hablar de que son distintas las condiciones que tiene una y otra, también para dejar explícito, que el "ser pobre" es sobrevivir, bajo los lineamientos de comportamientos que son atribuibles a la clase más acomodada, a los que tiene más, ya que se considera que el ricos *"siempre quiere ser más rica, es más ambicioso y el pobre más que ser ambicioso, es porque no tiene ¡el no vive, sobre vive! Que no es lo mismo"* (Hombre, Colegio Confederación Suiza).

Como el Sujeto Viven los Imprevistos y el Endeudamiento.

También encontramos como factor externo que conlleva a la producción del fenómeno del endeudamiento, a las condiciones que produce una eventualidad, por ejemplo un accidente, un problema, o suben de precio que es necesario para el día a día, etc., según los mismos sujetos el endeudamiento es *"necesario para momentos, como de apuro, en la salud. Yo creo que eso porque si una persona se está muriendo y no tiene los recursos para pagar"* (Hombre, Colegio La Concepción), lo que lleva a los sujetos a sentir que se toma la opción de forma obligada; esto sucede porque el sistema proporciona las herramientas para ocuparlas, en este caso el endeudamiento, y los sujetos aprenden y saben que es posible utilizarlas en ciertas contingencias, en un momento de carencia, *"porque si em... por ejemplo ma'... hay mi madre va muriendo en el hospital y hay que pasarla a una clínica, hay que saber, hay que pedir un crédito si no hay plata"* (Mujer, Colegio La Concepción).

"también está el endeudamiento cuando...los padres tienen el dinero suficiente para pagar lo justo y suficiente... lo justo y alguno de sus hijos o el mismo tiene un accidente y ya automovilístico o como sea tiene que pagar, una cue, una... el médico, ya sea clínica u hospital y también lo del accidente" (Hombre, Confederación Suiza).

El endeudarse se convierte una opción plausible para los sujetos, en la medida que lo requiera el momento: Es la carencia y los costos que conlleva el solucionar el problema, es los que relaciona la contingencia de la vida con el endeudamiento.

Los factores externos funcionan como un cierto control de las acciones de los sujetos, pues al no tener otra forma de suplir las contingencias que aparecen en el tiempo, los sujetos tienen que entrar a los círculos del endeudamiento, dejando pequeños espacios para no endeudarse. El ya dar respuestas a los distintos problemas que se presentan, como que las opciones de endeudarse están dadas bajo ciertas circunstancias ajenas a los sujetos, y que todo confluya a una aceptación a endeudarse, dan cuenta de un aprendizaje de acciones que bajo ciertas circunstancias, se tendrá la opción de resolverlas de una manera u otra, bajo el alero del crédito que conlleva el endeudamiento.

Del Estado y el Endeudamiento

Como parte de los factores externos que producen el endeudamiento en los sujetos, tenemos al Estado y el rol que se le atribuye; ya que es una institución que genera condiciones que son necesarias, para que sea más exequible para los sujetos el endeudarse, como también como agente regulador y a la vez hace más amplia la gama en ofertas para que los sujetos puedan endeudarse con garantías del Estado y así tener más herramientas para pagar.

“si el estado te, te garantiza ciertas facilidades de poder pagar tus estudios y luego te dé esas facilidades para poder trabajar en aquello, y por aquello poder pagar lo que tú debes eso, y tener las herramientas para poder pagar lo que debes” (Hombre, Colegio La Concepción).

“cuando a un cabro le prestai plata es porque el cabro no tiene. El Estado es el que se las presta o hay bancos que prestan plata. Cuando le prestai plata a un cabro es... es porque el cabro no tiene pa’ pagar. No tiene pa’ pagar sus estudios, y si el cabro no tiene significa que el cabro también es pobre pho” (Hombre, Instinto Nacional Barros Arana).

De hecho el Estado es percibido como un agente parecido a un banco, con el que se contrae obligaciones y deberes. La diferencia es que el Estado da ciertas garantías para poder pagar las deudas contraídas, ya que es percibido como una entidad que da espacio para poder generar las condiciones para pagar.

Es la educación donde se asocio al Estado con mayor fuerza en las respuestas de los jóvenes, en específico, con los créditos y los accesos que se da para entrar a la educación superior, tema que más adelante se abordara con mayor detenimiento.

“una señora que viva ahí en las Condes, tenía como 15 taxis, 10 colectivos, la casa ¡la tremenda casa! con la tremenda piscina y tenía... estaba postulando para el subsidio y le daban 15 millones de pesos, y a una señora de campo que tenía ni siquiera una casa, ni siquiera se podría llamar media agua, el baño tenía que caminar no sé cuantos kilómetros, que caminar para poder llegar al baño, y tenía el este de 11 y tantos puntos y no le alcanzaba ni para una cuarta parte de una casa chica. Entonces el estado te da vuelta la espalda cuando lo necesitai, no, no le interesa” (Hombre, Colegio La Concepción).

También se observa el hecho de que el Estado además de tener responsabilidad al dar las facilidades, también la tiene en el cómo enfoca su rol social, y al ser apreciada de forma deficiente, al no poder enfocar de manera optima la distribución del puntaje que se da a las personas en riesgo social; generando el sentido de responsabilidad y de desinterés del Estado por parte de los sujetos de investigación, como se aprecia en el siguiente párrafo:

“es que igual, igual a ellos les conviene ayudarle más a la gente que sabe que le van a pagar, nunca la van pagarla ¡cachai! entonces yo creo que va más por eso, que onda, ellos ven los que tiene plata y le ayudan y si no tienen cagaron” (Mujer, Colegio La Concepción).

También es posible apreciar que el endeudamiento está asociado a la condición de gente pobre ya que es la que necesita, tanto de la buena labor del Estado al otorgar sus beneficios y facilidades de pago.

Mercado y Endeudamiento

El mercado, las empresas, los empresarios también son percibidos como factores y agentes, que conllevan a que los sujetos sean más proclives a que se endeuden.

Los sujetos hacen una diferenciación de lo que llaman sociedad y lo que son las empresas. La primera, la sociedad son todas las personas, que no tienen los medios de producción, ni grandes cantidades de dinero, y las empresas son las que si tienen el dinero, el control de las grandes empresa y pueden imponer sus reglas y condiciones a la sociedad, y así los sujetos se endeuden. De hecho ven al fenómeno del endeudamiento como un hecho en ciertos casos impuestos desde fuera del sujeto

“yo creo que hay dos lados y dos contraparte ¡ya! Uno, somos nosotros la sociedad, y otro son las grandes empresas, los grandes mercados, los que manejan todo esto. Ellos son los que se encargan de que nosotros estemos endeudados para regularizar el mercado” (Hombre, Colegio La Concepción).

La generación de expectativas que se producen en los sujetos, en conjunto con las condiciones objetivas del sujeto y el deseo de dar satisfacción a estos, provoca que los jóvenes tengan conocimiento de cómo las personas se han endeudado, gracias a las facilidades que da el mercado y terminan

pagando mucho más dinero de lo que en un principio sacaron, gracias a los intereses de los prestamistas que tiene que pagar la gente y con esto aumentan los beneficios que obtienen las grandes empresas, para los jóvenes de la presente investigación son las multi-tiendas.

“cuando tu comprai a crédito, hay una tasa de interés, entonces lo que hace lo... lo... lo... todas estas tiendas, las grandes multi-tiendas con la tarjeta es cobrarle a la gente interés que no tiene nada, no hay una razón porque cobrarlo. Pero la tarjeta de crédito te deja, te da la opción de alargarlo en cuota y por eso la gente lo acepta, porque la gente no tiene. Por ejemplo cuando se compra... un... un computador, un computador que vale 500 Lukas, la gente.... hay gente que no tiene quinientas Lukas pa’ pagarlas de una; entonces, ¿qué hace con la tarjeta de crédito? la paga en cuotas y así la puede ir pagando de a poco, pero en realidad las cuotas tienen una tasa de interés y es harta... es harta plata, es... es de repente una tasa del 40% de repente del interés y las grandes multi-tiendas aprovechan de eso y les entra harta plata con esto de las tarjetas” (Hombre, Instituto Nacional Barros Arana).

De esta manera el mercado es un factor que necesita de personas que tengan que estar endeudadas para poder obtener más utilidades y también para que pueda regularse, *“lamentablemente es necesario porque el mercado necesita gente que es morosa ¿se dice...? y gente que... que te pida lo que tú debes y también se necesita que deba” (Hombre, Colegio La Concepción)*. El hecho de que los sujetos deban a una entidad y que esto tenga como finalidad la regularización del mercado a pesar de que esto tenga una connotación negativa para el sujeto.

La internalización de la idea del mercado y su regularización mediante el endeudamiento, es una estrategia, un conocimiento que está presente dentro de los saberes de los sujetos entrevistados y del cual es posible decir que el mercado tiene percibido como un agente que promueve el endeudamiento.

También está el hecho de las distintas facilidades que dan las empresas para que los sujetos puedan endeudarse. Una de estas facilidades son las tarjetas

de créditos y de cómo estas son percibidas por los jóvenes, por ejemplo, *“las tarjetas son vicios, porque te incitan a gastar y en el fondo lo único que haces es, ese pagar mes a mes a las grandes empresas. Que te incitan con ofertas, con regalos, etc.”* (Hombre Liceo Industrial Rafael Donoso).

Además de las tarjetas y sus facilidades para obtenerlas están los enganches o beneficios que se pueden obtener al utilizarlas, estas son las ofertas, regalos, y beneficios, son percibidas como particularidades que conllevan a facilitar la decisión de tener y utilizar las tarjeta de crédito, junto con la tarjeta se junta, por ejemplo, puntos, que son anexos que endiosan a las tarjetas:

“También hay esos puntos Nectar que se llaman, que tú voy comprando así, y te dan uno punto, y esos te sirven para viajar y todo eso. Pero si tu sabi bien, que por ejemplo por una polera te dan 5 puntos ya y tu deci: hay mira si comprai una tele te dan 1000 punto. Pero si tu voy comprado poleras que podi pagar de a... de a poquitito vas sumando” (Mujer, Colegio La Concepción).

De esta forma tenemos que el mercado tiene un cúmulo de aspectos que hacen de la opción del consumo y el endeudamiento una opción bastante positiva para los jóvenes, haciendo más deseable la adquisición de bienes, pues hay un beneficio complementario asociado a la acción de dar satisfacción a las necesidades de los sujetos.

La tecnología y su constante avance que tiene, los que hacen de la oferta de insumos tecnológicos uno de los puntos de mayor consumo por parte de los jóvenes, es un factor que no se puede controlar por parte de los sujetos. De esta manera los avances tecnológicos provocan sensaciones positivas de placer en los jóvenes y hacen que los sujetos se endeuden o quieran endeudarse. Es desde lo nuevo, desde la novedad y la renovación, de lo que se tenía anteriormente y ahora no le satisface de la misma forma, donde el consumo encuentra un poderoso nicho dentro de los jóvenes; se está generando una constante necesidad por parte de los sujetos para que estén consumiendo.

“con el avance de la tecnología, ellos van a tener más ganas de tener eso. Entonces yo creo que sí, probablemente se endeuden. Porque, si

ahora están con un ¡buen! Celular, cuando tengan el poder del crédito yo creo que con mayor razón lo van a tener” (Mujer, Liceo Industrial Rafael Donoso, al ser preguntado en qué creen que sus compañeros se endeudaran en el futuro).

Los sujetos sienten como el mercado se convierte en un actor activo, que esta personificado desde las empresas, los grandes empresarios y las formas que tiene para que las personas consuman y se endeuden constantemente, y que además requiere –y por lo tanto produce también– gente morosa para su sustento. Es en este punto donde los valores y necesidades del neoliberalismo aparecen y hacen que los sujetos se comporten como ávidos consumidores de nuevas necesidades, de nuevos y mejores productos, *“el mercado va a sacar cosas mejores, más cara y que van a llamar la atención de la gente” (Mujer, Colegio La Concepción)*, que llaman poderosa y mayormente la atención. El ejercicio de suscitar el deseo de la adquisición de bienes mediante distintas formas, configuran el modo en que los jóvenes ven al mercado, su funcionamiento y su objetivo. Es la relación entre consumo, endeudamiento y regularización del mercado, y el dar cumplimiento a los anhelos de los sujetos, la forma de funcionar del mercado.

Medios de Comunicación y Endeudamiento.

Los medios de comunicación son un factor recurrente dentro de las respuestas que dan los jóvenes para explicarse el por qué la gente toma la decisión de endeudarse. Tanto porque es considerado como una forma de mantener informado a los sujetos de las últimas novedades que el mercado ha generado, como también son generadores de sentido y también del deseo, con sus avisos, formas de presentar al público la información, y los tiempos en que se da dicha información y en los medios de comunicación que se utilizan para ello. Además son la forma en que se presentan oportunidades y ofertas que son atractivos a los sujetos.

“la tele muestra la ropa, la ropa más bonita, por decirlo; y dicen, no se pho... ¡paga dos y te llevai uno de regalo!, en la radio no se pho, ¡llévate dos pantalones por tanto, tanto y de regalo te llevai una chaqueta!, por decirlo” (Mujer, Ignacio Carrera Pinto).

“los comerciales siempre dicen hay cero interés, cero nada, pero al final es mentira porque no lo tiene que pagar igual. Entonces la gente aunque la sab... sepa que no es así, en el momento en que se ve, todo lo que de muestra lo cree” (Mujer, Colegio La Concepción).

Con esta forma de presentar la información, los sujetos van condicionando estados subjetivos positivos hacia el acto del consumo en relación con la influencia desde los medios de comunicación y en conjunto con los beneficios lo que conllevaría al posterior endeudamiento.

De esa manera el hecho de endeudarse y el riesgo que conlleva pedir algún préstamo o comprar un bien en el futuro, se relativiza, o se obvia en comparación con los beneficios que conlleva el acto mismo de la compra, la explicación que tienen los jóvenes al respecto está orientada a que *“la publicidad es muy llamativa. Claro hacen que la gente tenga tarjetas de crédito, que compre con las tarjetas, pero al final la gente no se está dando cuenta que se están, endeudando y al final se están endeudando” (Mujer, Colegio Confederación Suiza)*. De esta manera la gente, según los jóvenes, no se está dando cuenta de las consecuencias de sus actos al tener más tarjetas al consumir y comprar; claro está, teniendo en consideración que son obligaciones proyectadas, como un posible en el futuro.

Los medios de comunicación, con los comerciales, buscan generar sensaciones positivas hacia algún producto, para realizar esto, los jóvenes sienten que los medios de comunicación buscan personas que sean reconocidas por los demás, provocando la necesidad en mayor intensidad de comprar un producto en específico incitando su adquisición.

“comprar pho, te incita a comprar. Porque, tú dices jah, esto como lo dice tal persona, ah, debe de ser bueno así es que yo también lo

compro! pero por ese lado, quizás no es que a mí me sea necesario, es que la otra persona lo compró simplemente". (Hombre, Liceo Industrial, Rafael Donoso).

Los jóvenes afirman que el objetivo de los medios de comunicación es buscar y promover una identificación y reproducción de un estado en los sujetos de sentir que conlleva desear uno u otro objeto. La creación de sentido orientado a un objeto se hace a través de la proyección de lo que ve uno, de las sensaciones y del como este es capaz de llegar a ser asimilado con patrones culturales que sean socialmente aceptados y difundidos, tanto por los medios de comunicación, como también por el mismo sujeto, creando un estado de subjetivación positivo hacia los que se puede consumir

Como dice el siguiente párrafo, lo que quieren –por los medios de comunicación- es convencerte. Hacer que los sujetos quieran y tomen la decisión por si solos, mediante la influencia de los mensajes que incitan a la compra:

"En el fondo, lo que buscan ellos es convencerte de que... de que... lo que ellos venden es bueno y si tu lo tienes vas a ser mejor ¡cachai! Eh... te... es una cuestión psicológica que a ti te hacen comprar, para que tu creas ser mejor, pero no... hay gente que no ve los limites y simplemente se endeuda" (Hombre, Liceo Rafael Prado).

Se comprende que los medios de comunicación trabajan con todo lo que puede facilitar al sujeto la decisión de consumir y endeudarse, pues ese es su objetivo final. De lo anterior tenemos por ejemplo el tema de las fechas que tienen una connotación de festejo o conmemoración, pero que al final terminan siendo una ocasión "comercial" como navidad y *halloween*. En estas fechas padres y jóvenes buscan dar satisfacción a estos momentos, de forma económica, generando y promoviendo el consumo de productos específicos y acorde a las fechas.

"...la tele te pone güeon, eee... se te mete en la cabeza esa idea pho y ¿Qué le deci al niño? Que el viejito pascuero le trae regalos, pero

en realidad tú soy el que le pone la plata. Y todos estos son de halloween, halloween también es un este comercial” (Hombre, Instituto Nacional Barros Arana).

4.1.3. FACTORES SUBJETIVOS QUE LLEVAN AL ENDEUDAMIENTO

Proceso de Socialización: Grupo de Referencia.

Los grupos de referencia son importantes agentes en el proceso de socialización para cumplir y conocer las funciones que tiene cada sujeto, al igual que ayuda al proceso de aprendizaje que requiere para convivir en sociedad.

Para el fenómeno el endeudamiento no es diferente, es ahí donde los padres y compañeros son, en muchos casos los modelos a seguir, por ejemplo *“se endeudan mis papás por nosotros, para hacer la diferencia y después ahí mismo piden, a veces piden un crédito para pagar las tarjetas de crédito” (Mujer, Colegio la Concepción)*, De esta manera los padres muestran comportamientos que conllevan al endeudamiento. Que un importante integrante del grupo de referencia realiza el ejercicio de endeudarse, es un importante motor para que los jóvenes y cualquier sujeto este aprendiendo a convivir con el fenómeno en cuestión.

Además de los anterior tenemos que los padres, con sus conductas pueden provocar que sus hijos, en algún momento no tenga limites.

“cuando los padres son muy... que miman mucho a sus hijos y los hijos le piden y los padres le dan porque no ponen un límite entre los padres y los hijos, sobre todo cuando son más chico” (Mujer, Colegio Confederación Suiza).

Los sujetos de investigación otorgan un papel importante a la conducta posterior de los niños, el hecho de cómo tratan y miman. Lo anterior conlleva como consecuencia directa a una falta de límites, que es traspasada desde los padres a los hijos, *“hay niños que a lo mejor niños que ya son grandes y les piden a los papás y los papás todavía no saben poner los límites”* (Mujer, Colegio La Concepción). Son los padres, la primera fuente de que tienen los hijos para poder crear sentido y si no hay límites o si se están constantemente pidiendo esto y aquello, los jóvenes pueden naturalizar el consumo constante, pues esos comportamientos son vistos como algo normal.

También está el rol que cumplen los amigos y compañeros son un reflejo y modelos de ejemplo para los jóvenes, pues al tener ciertos comportamientos respecto a la obtención de objetos que conllevan el endeudamiento y sus posteriores consecuencias.

“un amigo que, ellos vivían en Puente Alto y se vieron con plata, no tanta plata, pero si se vieron con mucha más plata que la que tenían y se compraron una casa súper grande, súper cuica entre comillas, queriendo demostrar ser de otra clase social, queriendo demostrar que ellos si podían ser clase alta teniendo esta casa grande. Que paso, no la pudieron pagar y se la remataron ¡cachai! entonces ahora, se las van a tener que devolver por que no pudieron pagar su casa”. (Hombre, Colegio La Concepción).

Los jóvenes se mueven en diferentes ambientes, donde el consumo y el endeudamiento son hechos con los que se convive día a día, en el cual conocidos y familiares están de una u otra manera insertos dentro de los parámetros que son repetibles, ansiados y con orientaciones positivas para la generación de la necesidad y el deseo, por ejemplo *“mis compañeros están... igual cachan pa' donde va la esta... que la publicidad y el güebeo, pero es igual se les mete en la cabeza de querer ¡oh, salió tal juego!, ¡salió la play 3... ah! Y comprémosla”* (Hombre Instituto Nacional Barros Arana). De esta manera el deseo y la necesidad están dentro de la cotidianidad de los jóvenes, se generan y se reproducen dentro de los círculos de estos, convirtiéndose en rutinarios.

Al tener la experiencia y vivir -en algunos casos de forma directa, en otros de forma indirecta- las consecuencias que conllevan las acciones de sus conocidos, los jóvenes son capaces de tener una posición con respecto al endeudamiento, que crítico o no, ayudaría a ver con mayor responsabilidad las consecuencias de endeudarse (las que se mitigan, al ver o sentir que se tienen mayores capacidades para poder pagar posteriormente, se forma un sentido de seguridad con respecto al futuro, por ejemplo con la educación, tema que se verá más adelante).

Capitalismo y el Sentido para el Sujeto

El comportamiento de los sujetos está dado desde sus experiencias pasadas, anhelos, expectativas, faltas, carencias, y saberes de la sociedad extrapolándolas y configurando el sentido que le otorgan a las cosas y acciones desde la cultura. Es así que el sentido que le otorgan los sujetos al endeudamiento está mediado por los valores de la sociedad en la que se encuentran, la neoliberal, y es como ven el comportamiento de los sujetos que la componen, *“obsesionados, gente obsesionada que quiere lo mejor, que quieren muchos más de lo que piensan”* (Mujer, Colegio Escuela Básica San Pedro Valle Grande). La obsesión y el querer “mucho más”, son acciones que están presentes en los discursos de jóvenes, dando cuenta de un hecho que es común para ellos.

El endeudarse está relacionado con ciertos comportamientos que se van inculcando en los sujetos a lo largo de su vida, estos comportamientos son los que están asociados a la obsesión y al “querer siempre más”, y además al crecimiento de los sujetos; a medida que estos van creciendo y madurando, las actitudes y comportamientos que un día se tenía con cierto hecho va cambiando también, lo que también pasa con los bienes materiales que se desean, como se demuestra en la siguiente párrafo:

“eso es que a medida que uno va creciendo quiere, no se fía, una casa y la casa uno la encuentra muy pequeña y al quiere agrandarla, y obviamente tiene que pedir un préstamo al banco o algo así; y a

medida de eso se va endeudando y no sabe cómo pagarlo” (Hombre, Colegio Confederación Suiza).

Es una de tónica que los sujetos están conscientes de los cambios que se producirán en el futuro, pero al mismo tiempo siente y saben que estos cambios tendrán un costo para ellos, y que si no tienen las condiciones para poder costearlos, tendrán que endeudarse.

El sentido que atribuyen los sujetos se ve reflejado en los valores que estos tengan, de cómo estos se expresen del mundo, de la forma en que funciona para ellos y de las consecuencias que conlleva para los demás. Estos valores pueden manifestarse de manera de aceptación por parte de los demás, de competencia, de ser valorado en y desde la sociedad materialista. Esto pasa por que hoy en día se *“está acostumbrado a vivir en una sociedad consumista y materialista y si tú no tienes algo que tenga valor, no eres entre comillas jaceptado en una sociedad!”* (Hombre, Colegio La Concepción). En algunos casos el costo que tiene el “querer tener no”, esta condicionado por la carencia, al contrario esta tiene que ver con un visión que se tiene de la sociedad y de lo que esta, se cree, espera de los sujetos.

Tanto de cosas materiales, donde el lujo y la opulencia están constantemente en los discursos de los sujetos, ya sea por inclusión consciente o inconsciente, es un hecho que tiene relación con las experiencias de vida, las que son internalizadas por los sujetos y puestas de manifiesto en las distintas respuestas de estos hacia el tema.

La situación anteriormente descrita no deja de ser paradójica, ya que se está tratando con sujetos de colegios de clase media y saben que no tienen las condiciones para poder endeudarse y tener esa cantidad de objetos o lujos, sin embargo y gracias a las condiciones que da el mercado (anteriormente descritas), es posible que los jóvenes se proyecten y en algunos casos puedan y deseen estos bienes

“la mayoría de las casas tiene tele, tienen un televisor y ahora más con esto de los plamas y LCD y la gente tiende, aunque no tenga la plata, tiende a gastar lo que no tiene en, de repente, más que por comodidad, por lujo” (Hombre, Colegio Confederación Suiza).

“Se tiende a que la gente tiene 100 y quiere gastar 110 y si gana 200 quiere gastar 250, siempre el este, aunque le suman tengai más plata es algo de la mente más que nada, que... querai tenerlo mejor siempre, y un así te llegai a endeudar más, aunque gani más” (Hombre, Confederación Suiza).

Siempre está presente el hecho de que las personas quieran aparentar o ser mejores que el resto y para los sujetos de investigación se ve reflejado, según sus experiencias y conocimientos, en la cantidad de bienes, en lo que gaste y el cómo lo gaste.

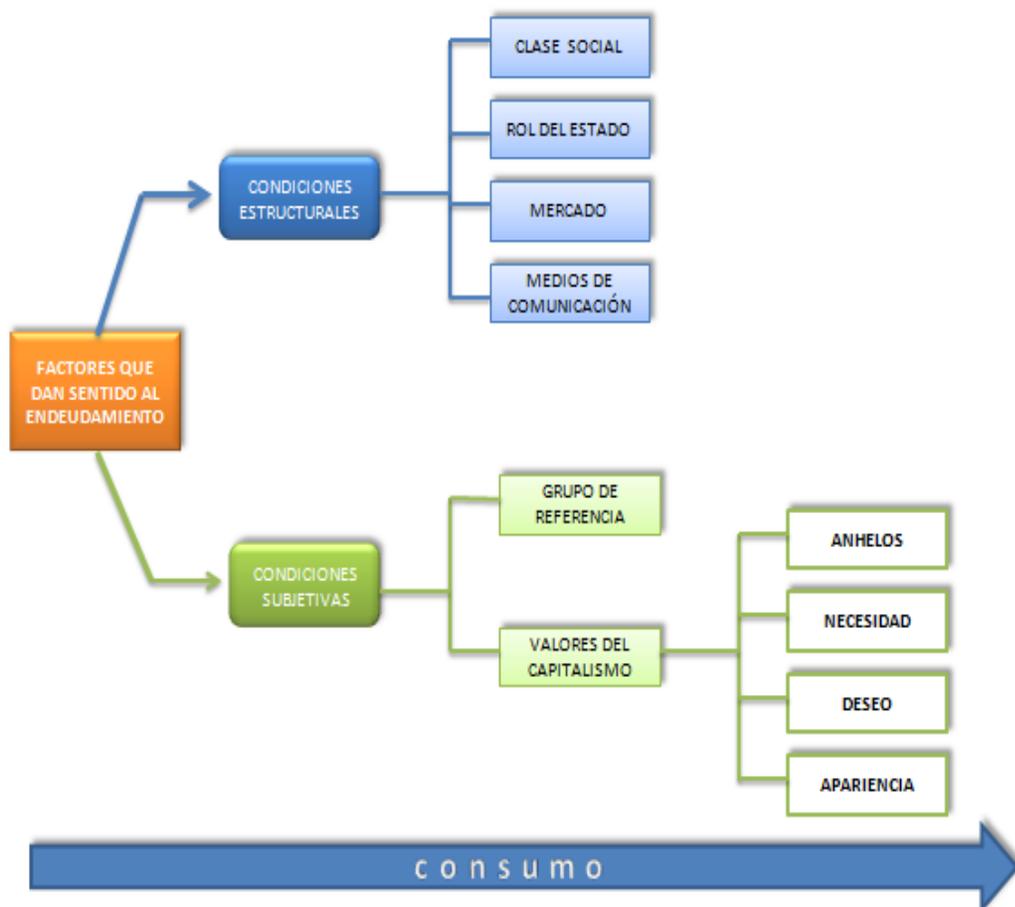
“Entonces la persona que si realmente estudio bien, que se saco la mugre trabajando que se saco la mugre en eso, no va a quedar porque el otro que tiene la cara más bonita le van a dar el puesto, porque no siempre lo que uno sabe, sabe, a veces también va con la apariencia que tiene” (Mujer, Colegio La Concepción).

Los jóvenes sienten que es más valorada la apariencia de los sujetos, el cómo estos se vean, que está cuenta más a la hora de tratar de conseguir un trabajo, y que la experiencia y el esfuerzo de los sujetos quedan relegados a un segundo plano. Al final el sentido del como nos ven los demás termina siendo un poderoso generador de sentido para querer y poder tratar de obtener los mismos logros que la persona que no estudio y que si consiguió ese puesto por el hecho de verse mejor que el que estudio.

En los discursos de los jóvenes se aprecia el individualismo en el que los sujetos están constantemente sumidos desde la sociedad, *“sumido en una sociedad individualista, eh, el que pueda se va a tratar de pisotear al otro pa’, pa’ poder ganar más” (Hombre, Liceo José Victorino Lastarria).* La consecuencia de vivir en un sistema ideológico neoliberal, con el que tiene que lidiar constantemente está en la valorización que tienen los sujetos de sus propias vidas y de cómo son también valorados desde la sociedad. Con los lineamientos morales y éticos, dados desde el neoliberalismo y las experiencias y valores propios.

Estos valores adquieren sentido para los sujetos en la medida que se comparta con más personas que promuevan estos comportamientos y además sean los que están socialmente aceptados y reproducidos. De igual forma existe espacio para la reflexión por parte de los sujetos, los que están en un constante aprendizaje y hasta crítica del sistema, no obstante están insertos dentro de la sociedad, y por ende y dadas sus condiciones económicas, se tiene que regir dentro de los lineamientos de esta.

ESQUEMA 5: FACTORES QUE PROVOCAN EL ENDEUDAMIENTO



4.2. JUICIO AL ENDEUDAMIENTO

4.2.1. EL ENDEUDAMIENTO ES POSITIVO

Para los sujetos el endeudamiento tiene o adquiere sentido positivo al ser un facilitador para la obtención de ciertos bienes o servicios, son caminos más simples. De todas formas todo se reduce a si se tiene las condiciones necesarias para poder costear la deuda que se contrajo, esto *“porque hay gente que tiene los recursos y pide un crédito en vez de seguir trabajando y esforzándose por ganar más plata y optan por el camino simple”* (Mujer, Colegio La Concepción). De hecho es dentro de las condiciones que el endeudarse y las cosas que se pueden obtener gracias a esto, que el endeudarse es considerado como un camino más simple, más fácil en la vida.

El tema de la inmediatez, el cumplir los anhelos de forma inmediata, es un factor que explica la decisión de endeudarse en los jóvenes, esto porque *“es más fácil endeudarse porque es como más inmediato tener las cosas, entonces eso también va en apurarse, como que lo queri todo al tiro”* (Mujer, Colegio Confederación Suiza). El hecho de que los sujetos sientan que el dar respuesta a los anhelos y deseos de forma inmediata es una tónica del consumo y el endeudamiento, el *“al tiro”* o el *“apurarse”* son formas que para los sujetos no le son ajenas como comportamiento.

También está cruzado el tema del fin (utilitario) del endeudamiento, ya que si es realmente algo que se necesita y no hay opción de pagar de alguna forma que nos sea el endeudarse, ya que son cosas o momentos para lo que no se pueden preparar, entonces es viable el endeudamiento; por la complejidad para poder dar abasto, por ejemplo en un accidente y falta para completar el monto total, que es lo que sucede en varios de las unidades de significación que se identificaron, por ejemplo, *“en que cada momento uno va a necesitar plata que también uno no tiene. O sea, salud, educación o vivienda igual se va a necesitar”* (Mujer Colegio La Concepción), mezclada con la contingencia

y los devenires, el fenómeno del endeudamiento es una posibilidad siempre latente.

Si el endeudamiento al que se opta, mejora las condiciones cualitativas de los mismos sujetos, entonces es visto de forma positiva, pues trae consigo un beneficio. Por ejemplo en los siguientes párrafos, los sujetos hablan de que serán persona endeudada pero con una carrera universitaria. De esta manera los sujetos esperan mejorar sus condiciones para poder pagar la deuda después:

“vamos a ser una persona endeudada con estudio, una persona endeudada y que tenga algo en que sostenerse, y poder tal vez poder superar esa situación, distinto es la gente que no tiene nada y se endeuda, esa es la peor gente. Para nosotros si vamos a ser personas endeudadas, que sea con base, con estudio, que para mí es lo principal” (Hombre, Colegio La Concepción).

“por ejemplo lo que tiene que ver casas, lo que tiene que ver con auto, que tiene que ver con cosas así, prefiero primero tener mi carrera, terminar mi carrera, obtener un buen trabajo estable, y así recién empezar a pensar en arreglarme” (Mujer, Colegio La Concepción).

“yo creo que me voy a endeudar pero, en el sentido de los estudios, porque es lo más primordial que uno tiene cuando sale ya de cuarto medio, en tener una carrera, después pensar en tener una familia, en tener su casa propia y en tener un auto propio” (Hombre, Colegio La Concepción).

Al final si el estudio mejora las condiciones de los sujetos, se piensa en adquirir nuevas y mayores deudas, en casa, auto, educación, etc.; el sentido positivo hacia el endeudamiento se basa tanto en mejorar las condiciones personales y dar cumplimiento a los anhelos individuales, estando fundamentado en el placer, como también en el confort (al tratar de dar cumplimiento a un anhelo en la inmediatez), y en constructos culturales, ya que se ve que está instaurado el hecho de tener una carrera universitaria

mejora las condiciones de los sujetos, al parecer sustancialmente, generando el sentido positivo el endeudamiento en la educación y su relación con el futuro.

4.2.2. ENDEUDAMIENTO NEGATIVO

En contrapartida a lo que en este punto se ha analizado sobre el sentido positivo que es atribuido por los sujetos, también es posible identificar ciertos tópicos con sentido negativo por parte de los jóvenes hacia el endeudamiento. Este sentido tiene su génesis en las consecuencias que puede traer para los sujetos el hecho de tener una deuda y no tener los medios para poder responder por esta, siendo considerado el hecho del endeudamiento como un problema “para toda la vida” y a la vez un limitante para poder realizar alguna cosa que se deseé durante el tiempo que se está endeudado.

“no tenía como pagar ese crédito, después no tenía como seguir estudiando y no tenía... no podía sacar tu profesión... no podía sacar tu profesión y tenía esa deuda y la deuda te tira a DICOM pho, no tenía como, no podía conseguir trabajo en DICOM y ahí no tenía como pagar la deuda y ahí el problema. Es un problema que te tira, te deja mal toda tu vida pho” (Hombre, Instituto Nacional Barros Arana).

El problema está en las consecuencias que se generan después de estar endeudado, la cadena de hechos y consecuencias que trae consigo no cumplir con lo pactado, esta situación es ejemplificada por los sujetos de investigación al hecho de estar en DICOM, que es una opción viable si se deja de pagar y el hecho de que se convierte en una limitante poder encontrar trabajo, haciendo aun más difícil el poder pagar la deuda.

Lo anterior da cuenta de un conocimiento por parte de los jóvenes, de ciertas prácticas que realizan los empleadores con las personas que están buscando

trabajo. Esta es la de pedir la situación comercial, haciendo una limitante el estar en el boletín de DICOM; DICOM es una institución pública, que está pensada para tener un registro de las personas morosas, pero hay una contradicción en el hecho de que para pagar se necesita trabajar y esta institución es una barrera para poder encontrar trabajo.

De hecho la situación de un endeudamiento que se alarga por el tiempo está asociado a un sentimiento de angustia e incómoda, de la que es muy difícil poder hacer frente y poder salir de ella.

“endeudamiento, puta... varios años de angustia así, porque uno está siempre pensando en lo que... que nunca está libre ¿cachai? nunca está libre de pago... estoy en constante... constante presión, que tení que ¡sí o sí! tener cierto dinero”. (Hombre, Instituto Nacional).

El sentimiento de angustia, está condicionado por la sensación de que el endeudamiento va a ser un acompañante del que no se pueden las personas librar, que va tener que ser la solución para poder tener cierto dinero, para mantener cierto nivel de vida.

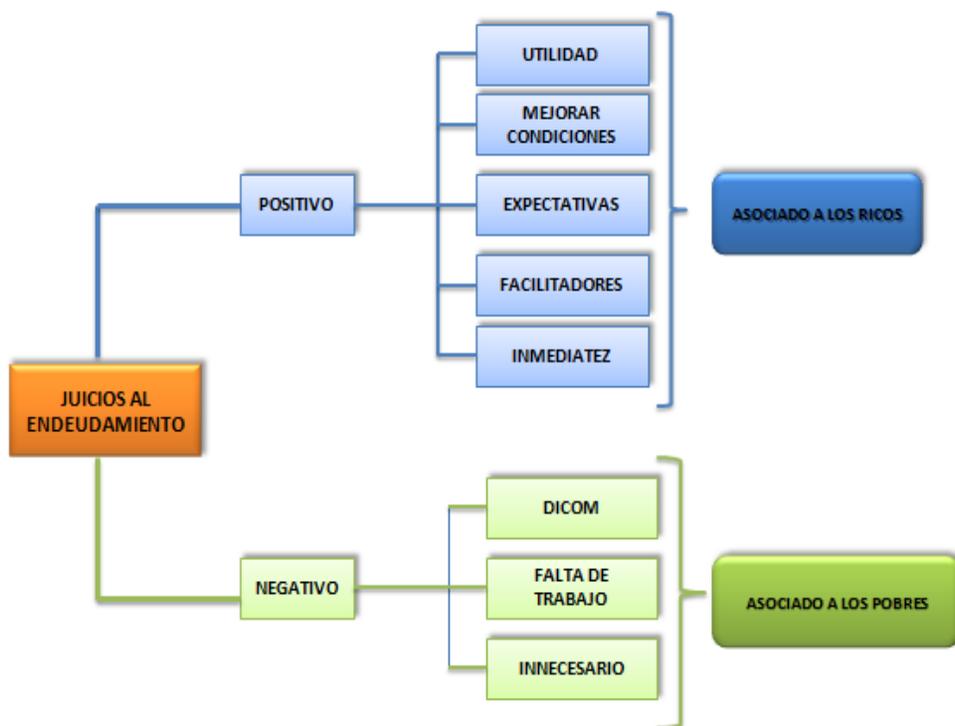
El endeudamiento está asociado a la gente pobres para unos o clase media para otros. Esto porque tiene menos condiciones para poder salir de la situación económica en la que se encuentra.

A la vez tenemos el hecho de querer lucirse, el estar buscando sensaciones positivas y a la vez generarlas en los demás a partir de la obtención de bienes mediante el endeudamiento, nubla la vista en las cosas que son realmente necesarias y es cuando el endeudamiento adquiere una connotación negativa y puede ser hasta perjudicial.

“el lucirse a toda costa, no importa lo que me pase, me endeudo o no me endeudo, no importa yo lo quiero tener. Pero eso por un lado es malo, puesto que puede sacrificar que son realmente necesarias por eso” (Mujer, Liceo Industrial Rafael Donoso).

El sentido negativo se da a nivel de sensaciones y consecuencias que se pueden generar en el futuro, como por ejemplo: el darse cuenta de que se necesita un bien y se tiene otro, el no poder dar cuenta de las obligaciones por circunstancias que se pueden generar después, el tener que pagar durante mucho tiempo o en la población pobre o de clase media del país. Como también en servicios básicos para la población, como lo son salud, educación o vivienda; son las razones que tienen los jóvenes para ver el endeudamiento con un sentido negativo.

ESQUEMA 6: JUICIOS AL ENDEUDAMIENTO



Es en base a estos juicios, donde se fundamenta el control social, es desde el sentido que es atribuido desde los sujetos, es que hace al endeudamiento un dispositivo que afianza y aumenta la necesidad y el querer, que necesita (por la condición social de los sujetos) del endeudamiento. El querer ser parte de una clase y mejorar condiciones, en contraposición de lo que se puede llamar el consumo y endeudamiento desde la carencia y de forma torpe (al ser el consumo en bienes innecesario), afianza el mecanismo del consumo y atrae a los sujetos a nuevos consumos, más placenteros, beneficiosos e inmediatos.

4.3. SOBRE EL CONSUMO

4.3.1. CONSUMO INSTRUMENTAL

El consumo para los jóvenes tiene sentido, desde la idea de que es un factor que mejora la calidad y condiciones de vida de las personas. El consumir, el acto de adquisición, tiene una connotación positiva para los sujetos, desde una función práctica ya que esta mediado por las sensaciones que se produce y de utilidad que se confieren a los sujetos, *“la gente necesita para, para... o sea no para sobrevivir, sino pa’ sobrellevar la vida ¡cachai! Para que la vida, no se pho le sea más placentera o pa’ ayudarla un poco más”* (Hombre Instituto Nacional). Esto ocurre porque el consumo es considerado un acto que sirve para “sobrevivir” en la vida, que está un constante apremio con los devenires de los sujetos. Esta idea de sobrevivir, está relacionada con el placer que se busca en la vida y del día a día de los sujetos.

La relación del consumo con la utilidad se da en el nivel de llevar productos, en base a las sensaciones que puedan provocar en el sujeto. El buscar y obtener lo que se desea, tanto para los jóvenes, como los anhelos de los padres, como se aprecia en la siguiente cita:

“también esta cuando los papás no tuvieron lo que sus hijos le quieren dar, cuando eran niños no tuvieron las cosas, que no tuvieron... y quieren dárselo, que quieren darle lo que ellos no tuvieron, mejor educación, mejor vestimenta, juguetes, casa” (Mujer, Colegio Confederación Suiza).

La búsqueda de dar satisfacción a anhelos que para los jóvenes son dados desde los grupos de referencia, desde los compañeros, de los padres, es percibido por estos como un traspaso de los deseos de los adultos hacia los hijos, es la proyección de los que no se tuvo por parte de los de los padres, lo que se convierte en una factor que explica –para los jóvenes- en parte, el fenómeno del consumo hoy en día.

El consumo tiene es un hecho con el que se está siempre en contacto y los jóvenes dan cuenta de este hecho, como se ve en el siguiente párrafo:

“yo tengo que consumir cuando voy al colegio, pa’ mis viejos tienen que consumir para que yo venga al colegio y por lo menos yo fumo tengo que tener una Lukas para comprarme cigarros, si quiero tomar tengo que gastar plata, entonces todos somos consumistas” (Hombre, Colegio La Concepción).

Por ejemplo el hecho de pedir un objeto, de acuerdo con la idea de obtener un beneficio es significativa desde los jóvenes, hacia los padres, *“yo les pido a mis papás que me compren una play 3, porque uno quiere mejorar su calidad de vida o sus comodidades” (Hombre, Instituto Nacional Barros Arana)*, en realidad el deseo por tener este juego, no significa el suplir una carencia, por el contrario, está en relación a una imagen se proyecta desde el individuo, hacia los grupos de referencia a los que se adscriba. El ver el Play como un objeto que mejora la calidad de vida, tiene su utilidad práctica para este joven.

ESQUEMA 7: PROCESO DE SENTIDO HACIA EL CONSUMO Y POSTERIOR ENDEUDAMIENTO



Esta el hecho de poder dar cumplimiento a los anhelos de forma inmediata, ya que están las facilidades para poder consumir y endeudarte son las que el mercado ofrece a los sujetos. Esto está relacionado con la confianza en el futuro y lo práctico que es poder tener la posibilidad de parcelar el monto de lo consumido, en cuotas.

“cuando uno llega a cierta edad de poder sacar una tarjeta, uno dice: “lo compro ahora, total lo pago en diez cuotas más”, entonces ese poder de decir, de pasar de no tener dinero... de no tener dinero suficiente, a decir lo pago después, eso ya es un poder adquisitivo. Porque, si o si lo tienes, aunque lo pagai en veinte cuotas, en treinta años, pero lo tienes” (Hombre, Liceo Industrial Rafael Donoso).

Las tarjetas de crédito o las tarjetas en sí, tienen un rol práctico fundamental para el consumo, ya que son vistas como facilitadores y promotores del consumo, al hacer posible parcelar los montos (cómodas cuotas) y sobre todo la utilización en los diferentes locales y rubros del mercado. Las posibilidades para poder utilizarlas son grandes tentadoras para poder comprar en el momento, sobre todo, si no se tiene el dinero en el momento para poder comprar.

“las tarjetas, por ejemplo puedo decir ¡ya quiero un computador para mi hijo por que se portó bien y lo voy a premiar!, entonces voy a utilizar la tarjeta con unas cómodas cuotas, ¡má bacán! y total después puedo gastar el dinero que no tengo” (Hombre, Colegio La Concepción).

“hay mucha gente que no tiene plata y tiene tarjeta que son los... que pueden, no se pho ir a cargar combustibles, a comprar cosas que necesitan de tarjetas. O sea las tarjetas tienen algo bueno, que a veces la gente no tiene plata y recurre a las tarjetas” (Mujer, Colegio Escuela Basica San Pedro Valle Grande).

Es así que la actitud hacia el consumo este mediado por las ganancias objetivas como subjetivas, que se puedan obtener del mismo acto del consumo, como de las facilidades realizarlo (tarjetas de crédito) y a las vez de poder pedir y parcelar el monto; las creencias de los sujetos, al entender que al realizar el ejercicio de consumo, se está consumiendo un bien que es placentero esta siempre mediado por la utilidad del objeto, como también de la utilidad del acto de compra mismo. En esta perspectiva la mayor parte del consumo está dado por las experiencias pasadas, que con el tiempo y las experiencias que se acumulan, pasan a ser ritualizas y aceptadas por los sujetos.

4.3.2. CONSUMO SIMBÓLICO

Se identifico la relación del consumo desde el sentido simbólico cultural, que le atribuyen los sujetos. Este sentido está relacionado con los conocimientos que los sujetos han aprendido y asimilados dentro de los procesos de socialización, Las ideas que son socialmente aceptadas y que son productos de un cúmulo de saberes de una sociedad en específico, orientan y conforman el sentido simbólico cultural desde la sociedad a los sujetos.

De lo anterior es posible entender como la idea de consumo está relacionada con la asimilación de las condiciones de la clase más acomodada, de sus saberes y sus formas de entender el consumo. Las que posteriormente son reproducidas por el sujeto, se produce el deseo de querer estar a la misma altura que ellos, ya que estos tienen bienes que son de “calidad” y que mejoran la vida *“... el que no tiene algo material, puede ser que no sea nadie” Hombre Colegio La Concepción*. Tener bienes, que pueden ser físicos (ropa, autos, etc.) o intangibles (educación) es una idea que está instaurada dentro de los discursos de los sujetos, sin importar en costo, la cantidad o el tiempo que lleve realizar lo que se quiere. Es en este marco donde también se puede entender el hecho de querer consumir y endeudarse hoy en día en la educación, lo que está relacionado con la idea de ser alguien, de tener mejores condiciones.

“Los créditos si ayudan a la gente, a los que necesitan, por ejemplo en los estudios necesitan créditos, un sueldo base para poder pagar y seguir estudiando. Para los trabajadores” (Mujer, Escuela Básica San Pedro Valle Grande).

“pucha, si al cabro le fue bien en la PSU, si el cabro tiene capacidades pa’ estudiar. Tení que hacer un esfuerzo por meterlo adentro pho, no teniendo la plata y hay ahí que arriesgar. Hay que tomar un crédito” (Hombre, Instituto Nacional Barros Arana)

Los sujetos ven y asocian el consumo al tener muchos bienes, esos pueden ser mediante el crédito, bienes materiales o en dinero, que le sirvan o no, lo importante son las sensaciones y el sentido que estos colocan en el acto mismo del consumo. Es de esta forma que el consumo y el dinero se unen dentro de la idea del sentido positivo de la felicidad. La felicidad conectada con el consumo se convierten en poderosos motivadores para los sujetos.

“para ser feliz hay que tener plata, entonces creen que la plata compra la felicidad y que es necesaria. Entonces hay personas que dicen, que tengo mucha ropa, tengo muchas carteras, tengo muchas zapatos,

tengo laptop de último modelo o no se pho, tengo todo lo que quiero y por eso soy feliz” (Mujer, Colegio La Concepción).

Sumado a lo anterior esta el papel que juegan los movilizadores y creadores de sentido, como los medios de comunicación, lo que contribuyen a que una cierta idea de felicidad y la forma en la que se consigue este siempre frente a la pantalla de la televisión.

la televisión, la publicidad... que tiene el poder de... del lado de la televisión de meterte cosas en la cabeza pho. Y hay gente que... también hay que decirlo... hay gente que es tonta pho, que no ve, no piensa dos veces. Dice: “¡ah, al tiro!”. Y se le mete esta idea, este impulso en la mente de una” (Hombre Instituto Nacional Barros Arana)

La idea de felicidad-dinero, es un poderoso motivador para el consumo; dentro de los parámetros de la vida, igualmente se piensa en el dinero como un elemento que sirve a los sujetos, como factor con el cual se puede explicar el por qué del consumo y de cómo los sujetos pueden transformar sus conductas de consumo y convertirse en además en consumidores impulsivos, *“tú sabes que cuando uno tiene plata, le agarra el gusto al dinero. Entonces empieza a gastar y gastar y cuando va teniendo más, más empieza a consumir” (Mujer, Colegio La Concepción).*

Dentro de los lineamientos culturales para los sujetos, surge la idea del consumo por fechas. Este consumo, que es cultural, está relacionado con las expectativas que los mismos grupos de referencia y medios de comunicación implantan dentro de los deseos de los sujetos para que estos sientan la necesidad de consumir. Encontramos casos donde se gasta mucho más de lo que se puede, dadas las condiciones de los sujetos, pero por ser una fecha “importante”, se hace el esfuerzo.

“mi prima y tiene dos hijo, y pucha ganan el mínimo y son 4, pero cuando llega navidad es como ¡hay, tenemos que comprarle un buen regalo a los niños! y pucha se gasten 40 Lukas en un uno y 70 Lukas en otro” (Mujer, Colegio Confederación Suiza).

“las cosas que salgan ellos los quieren obtener y si después, si sale otra casa más de nuevo las quieren obtener y yo creo que a largo plazo eso te pasa te cuenta, porque es tanto lo que tú quieres comprar, comprar y comprar, que no te das cuenta que tienes la pila de cosas atrás, pero sin embargo, como tienes algo último modelos, no le ves él, el cómo te dijera, es como innecesaria esa compra” (Hombre, Liceo Industrial Rafael Donoso).

El consumo produce pertenencia y aceptación por parte de los que componen el grupo de referencia, son motivadores para los sujetos, tanto desde lo vivido como también visto. El que no consume, el que no tiene algún bien apreciado por los demás, no es una persona valorada o esta relegada a un segundo plano, tanto por los demás como también por el propio sujeto.

“porque una persona quiere ser mejor o porque ve a otra persona que es mejor que él y el quiere estar a su misma altura, y piensa que por tener lo mejor material va a estar a su misma altura” (Mujer, Colegio Confederación Suiza).

Por lo tanto, es imperioso para cada sujeto entrar y participar dentro del ejercicio de consumir y estar en consonancia con lo que lleva el grupo de referencia, lo consume, lo valora, lo que muestra.

“uno valora a las personas por lo que tiene, no por lo que son, mientras uno más tenga, a uno mejor lo ve, hay gente que son interesadas y el que ande vestido bien y tiene puras cosas de marca o la tremenda casa o cosas de última generación, quizás el es mi amigo y el otro que no tiene nada, no lo pesca mucha” (Mujer Colegio La Concepción).

“Si tenía algo, no estoy en el mismo nivel que el de al lao que no lo tiene ¿cachai? Por ejemplo, si yo tengo un mp4 y el de al lao' no. Llego con mi mp4 al colegio, todos me van a andar siguiendo; me van a andar preguntando ¿cómo es?, donde lo compre, ¡Uy! qué bonito y

la cuestión. Pero, en cambio el de al lao' que no "lo tiene, no lo van a pescar en esos momentos. Pero después va a pasar el tiempo y se va a comprar uno mejor y van a estar todos con el de al lado" (Hombre, Instituto Nacional).

De esta manera se fortalece la cultura del consumo, bajo necesidades que creadas o necesarias, son simbólicas e internalizadas por los sujetos en forma de deseo o anhelo. Los patrones culturales son aprendidos y utilizados para relacionarse en la sociedad; que no reportan más ganancia que la satisfacción de cumplir en fecha y códigos que son aceptados y promovidos por los grupos de referencia, donde se busca cumplir con las expectativas que los demás también tienen con respecto a cómo funciona el sistema de relaciones.

4.3.3. LA COTIDIANIDAD DEL GASTO

Según los sujetos de investigación es un hecho instaurado en la sociedad, que dentro del cotidiano y además deseable, el estar consumiendo constantemente. En cada momento se buscan y se crean nuevas formas para que las personas sientan al consumo natural. Lo anterior convierte en una difícil tarea poder manejar económicamente hablando las cuentas y las deudas, fuera de los parámetros de los parámetros de los créditos y el dinero, ya que todo en la sociedad es considerado consumo, *"yo encuentro que es algo cotidiano, que se vive cada día, realmente es como algo que uno no se puede zafar". Hombre, Colegio La Concepción*). Claro esta se tiene que diferenciar entre los distintos tipos de consumo, sin embargo a lo que se hace alusión por parte de los jóvenes, es, a una situación que está en consonancia con el análisis estructural que se realiza, o sea al consumo de bienes materiales.

Las formas y las condicionantes que tiene la sociedad y el mercado, para que los sujetos estén pensando constantemente en la acción de consumir, todo está condicionado y trabaja en función de vender, de comprar.

“Todo está condicionado por que para que consumai, o sea todo esta impuesto ya, no es muy difícil, no de hecho yo creo que es imposible librarse, mientras vivía en esta sociedad. Ocupando ya la vestimenta que tenemos ya estamos gastando una parte importante de lo que, de los que gastamos y de lo que podemos conseguir de dinero ¡cachai! entonces la... la gente casi por que no tienen otra opción, más que, que ser consumista. Ninguna opción” (Hombre, Liceo José Victorino Lastarrias).

Esta instaurado dentro de los códigos de la sociedad el estar gastando constantemente, que la significación que se le otorga al ahorro y juntar dinero para después tratar de comprar algún bien que sea necesario se torna complicado y hasta no deseable para los sujetos, pues se quiere gastar inmediatamente lo que se obtiene o se junto, *“porque no saben ordenarse, la gente compra y compra y después se excede entonces cuando ya llegan las cuentas ahí recién se da cuenta y toma conciencia de lo que hizo, pero al momento de comprar no para” (Mujer, Confederación Suiza)*. Se suma el hecho de la condición social (como se dijo al principio) y el poder adquisitivo, como respuestas para que los jóvenes entiendan el porqué es difícil el ahorro, o el juntar dinero.

“simplemente no se tiene para ahorra, porque quizás son muchos gastos en el mes, quizás no se tiene para ahorrar. Entonces, claro, el lado más accesible son las tarjetas, si lo ves desde ese punto: es la tarjeta. Si total es un gasto más que voy a tener una deuda más, lo pago en tanto meses entonces no... el punto de ahorrar deja de ser significativo cuando tienes una tarjeta, porque pa' que vas a ahorrar si lo compras con tarjeta” (Hombre, Liceo Industrial Rafael Donoso)

Lo anterior se traduce en que el ahorro es una tarea complicada en el momento. Tanto el control de los gastos, como el no endeudamiento se

hacen presentes, dejando espacio para ahorros más importantes, dejando la sensación de que el consumir es un acto que es inevitable dentro de la sociedad e igualmente importante, es un acto que se torna dentro del presente constante, mientras más rápido se pueda dar cumplimiento a estos deseos o anhelos, mejor es el sentimiento que tienen los sujetos.

Son cada vez más las formas a disposición de los consumidores para que estos gasten lo antes posible y así dejar con algún tipo de crédito o deuda a los sujetos. Algunos de estos factores son, la tarjeta, créditos, medios de comunicación, fechas, etc. Lo interesante es que todos estos tópicos hacen que los sujetos se sientan bien consumiendo, gastando hoy y se endeuden para pagar mañana, mitigando o minimizando el posible riesgo que conlleve para ellos, la perspectiva que en el futuro se tengan o no las posibilidades para poder pagar las deudas.

“las casas comerciales, por ejemplo te dan facilidades de pago, de... y si alguien ve algo lindo que te gusta, no te va a importar, no se dice así como: ¡ya no importa a fin de mes veo donde saco la plata!” (Mujer, Colegio Confederación Suiza).

Por otra parte también a la publicidad se atribuye responsabilidad en el hecho de que son formadores de sentido y factor que produce la subjetivación de los sujetos y la tendencia al consumo. Genera el deseo, normalizando las conductas y las actitudes de los sujetos.

“cuando tiene un poco de ahorro por ejemplo, piensan en gastarlo de una pho, no tienen ese ¡ah! pero si esta plata la guardo me puede servir pa’ ma’ rato, me puede servir pa’ unos años más. No tienen esa idea en la cabeza, porque tampoco nadie se las inculca pho. La televisión a ti te inculca de eso de gastar y gastar y gastar” (Hombre, Instituto Nacional Barros Arana).

El consumo es un acto cotidiano, desde el momento en que los sujetos se encuentran en la sociedad, se encuentran con distintos factores que influyen y hacen que se normalice la acción del consumo, desde la construcción de

sentido, de conocimientos de normas, que están en consonancias con los valores del vivir el día a día.

A pesar de lo anterior, posible encontrar opiniones que están en desacuerdo con la forma la vida descrita arriba y dan algunas formulas para poder realizar el ejercicio del ahorro y no gastar todo el sueldo antes de llegar a fin de mes.

“ya por el hecho de tener plata en los bolsillos, se siente así con ganas de gastarla y a fin de mes te das cuenta que no teni ni uno y que no lo gastaste en nada provechoso, cuando te dai cuenta, la única manera de ahorra, es no teniendo la plata tú, ya sea en un banco en una polla, o en cualquier cosa”. Hombre, Colegio Confederación Suiza.

V. CONCLUSIONES

Finalmente la respuesta a nuestra pregunta inicial ¿de qué forma la integración social se manifiesta en el discurso sobre el fenómeno del endeudamiento en los jóvenes de educación secundaria de la región metropolitana? fue respondida en la presente investigación desde una perspectiva integral, mediante la estructuración de los discurso.

Los objetivos preliminares y supuestos tuvieron algún tipo de respuesta, conocimos como los estudiantes aprenden a ver el endeudamiento, desde los grupos de referencia, la cultura del consumo y el significado que le atribuyen los jóvenes al endeudamiento. A pesar de ser fenómenos que están íntimamente relacionados, el endeudamiento requiere necesariamente del consumo, pero el consumo no requiere del endeudamiento.

Si bien el endeudamiento se pudo investigar a pesar de que los jóvenes no están en una relación directa con el fenómeno. Ellos saben de lo que se les está preguntando, tienen nociones de los que es el endeudamiento, de las consecuencias que puede traer el no tener un control de las deudas, nociones del porque las personas toman la decisión de tomar un crédito, además de proyectarse en el futuro en una relación –de la cual no quieren ser dependientes- utilitaria con el endeudamiento.

Desde los discursos y citas tanto implícitamente como explicita se encontró que si no hay consumo, no puede haber endeudamiento. Si no está la sensación y el deseo de consumir en los sujetos, no es posible que se pueda generar la decisión el impulso a endeudarse. Para los jóvenes no sólo existe el endeudamiento por la carencia o condiciones objetivas, sino también porque se quiere, porque se genera la necesidad y se valoriza de forma positiva los bienes que se pueden obtener mediante el hecho de endeudarse, más allá de la incertidumbre que pueda traer en el futuro.

Lo anterior está dado porque el endeudamiento nace de las distintas atribuciones y significaciones que los sujetos tienen, aportan y crean, para la generación de sentido para ellos y sus grupos de referencia, lo que

extrapolan en la necesidad de obtener bienes que son socialmente aceptados. Este sentido que se atribuye al endeudamiento, es producto del cúmulo de experiencias que a los sujetos le son significativas y estas pueden ser tanto positivas, como negativas, pero que tiene en común, ser productos sociales y culturales.

Los significados son productores y unificadores de sentido que sirven para hacer que el comportamiento tienda la necesidad de consumo y posterior endeudamiento y que estos sean percibidos como cotidianos y necesarios en algunos casos. Son los mismos sujetos los que también aportan, tanto con sus experiencias, como con sus opiniones para que el endeudamiento sea visto desde lo cotidiano y positivo, ya que tiene sentido normalizado para ellos haciendo de este, un elemento de integración y control social hacia ellos y los demás sujetos.

Desde sus relaciones sociales y culturales el endeudamiento adquiere un rol dentro de la estructura social para mantener niveles de consumo en diversas esferas dentro de la clase media. Esta relación se aprecia en los jóvenes, en que ya se tienen claro “en qué” (el Instrumento) y “el porqué” (el fin que se persigue) de ese endeudamiento.

Desde los lineamientos del párrafo anterior, observamos que el endeudamiento y el consumo (como factores indisolubles) actúan como elementos de integración, tanto al mundo económico, como al mundo social. El primer término, es porque tienen conocimientos y saben las posibilidades que tienen una vez, fuera del colegio, saben en que pueden endeudarse, para que se van endeudar, el cómo lo van a pagar y las consecuencias que conlleva el no poder hacer frente a estas obligaciones; en segundo término, para el social, porque ayuda a mantener códigos y normas que están en una cierta tendencia de consumo y premios que están instaurados y moldean las identidades de los sujetos para la sociedad.

Se determino que el endeudamiento tiene su respuesta y justificación para los sujetos dentro de la “necesidad” y la “carencia”. Necesidad de demostrar tener más que el otro, de bienes materiales, de estatus, de tener mantener ciertas formas de generar la pertenencia, de sentido; en cambio la carencia, tiene relación a las perspectivas dentro de las posibilidades, de no haber otra opción para los sujetos que tomar un crédito, donde el endeudamiento está

condicionado a las condiciones materiales de los sujetos, a los devenires del tiempo.

Al mismo tiempo el fenómeno del endeudamiento está también presente desde el sentido o la forma de incertidumbre y limitante para el futuro, pues tiene repercusiones directas (para los jóvenes), que pueden perjudicar, por ejemplo la opción de encontrar un trabajo.

Los medios de comunicación son para los jóvenes generadores que cumplen el rol que complementan y reafirman el sentido positivo hacia el consumo y el endeudamiento. Como presentadores de lo nuevo, de las ofertas, de las cosas “bonitas”, van formando parte del sentido para los sujetos y crean prototipos de objetos que sirven para diferencias a ciertos grupos de otros, o sea generan tópicos de pertenencia y aceptación para los sujetos.

Este “querer ciertas cosas” en palabras de los jóvenes, son para ellos en muchos casos no necesarias, que no se condice con el hecho de llegar a endeudarse, que debería ser por carencias y necesidades de los sujetos, sin embargo, para ellos la televisión y la respuesta de sus mismo compañeros se advierte un influencia de esta, con frases como “pero la tele te las mostro” que genera la expectativa y el deseo de querer tener eso; dejando de lado otros bienes que pueden ser igual o incluso más necesarios.

El endeudamiento es visto como un fenómeno que mayoritariamente le compete a los más pobre y a la clase media, pero con sutiles diferencias que explicaran más adelante. Lo que buscarían las personas con el endeudamiento, es poder mejorar las condiciones de vida y tener bienes que tienen una connotación placentera y beneficiosa. De hecho los jóvenes no ven su realidad como deseable, siempre están pensando en un mejor futuro y ese mejor fututo esta puesto en cambiar las condiciones que tienen, en la búsqueda de un grupo de referencia, fuera del próximo, de mejorar su estatus y el tener cosas materiales.

Dentro de lo anterior, está el hecho de que los sujetos hacen una diferenciación entre el endeudarse como los “pobre” y el endeudarse “para mejorar las condiciones”. De hecho el primer tipo de endeudamiento tiene una connotación negativa, esto porque el endeudarse no es agradable para los sujetos, dada las consecuencias posteriores que puede acarrear esta

situación, la cual se manifestó al nombrar los efectos de tratar de buscar trabajo y estar en el boletín comercial, por no pagar la deuda; e inversamente el segundo tipo de razones para endeudarse se le otorga una significación positiva, deseable e incluso necesaria, ya que sin el endeudamiento no es posible, por ejemplo, seguir alguna carrera después del colegio. Está relacionado con la generación de mejoras de condiciones cualitativas (conocimiento) de los sujetos.

De esta manera es que el perseguir una mejora en las condiciones académicas en instituciones superiores uno de los puntos más recurrente, a la hora de decir en que se endeudarían en el futuro El efecto positivo del endeudamiento esta dado por la utilidad, el mejorar las condiciones personales de los mismo jóvenes, por las expectativas que genera el poder mejorar las condiciones de vida, por ser facilitadores (ya que hay muchas formas y cosas para consumir) de consumos posteriores, pero en mejores trabajos y formas para poder pagar.

La connotación negativa es menguada al ser sopesado a cierto cálculo del futuro, ya que los costos podían ser compensados por los beneficios que se pueden obtener a largo plazo, se ven al final como un mal necesario. Esto dado desde las necesidades culturales y la integración social, además de la pertenencia a los grupos de referencia, son uno de los principales promotores del consumo.

Desde la perspectiva de “clases sociales”, se hace alusión a una división de la sociedad entre los que desean que las personas se endeuden y los que se tienen que endeudar. La división de la sociedad tiene relación que se encontró es la que los jóvenes hacen entre los generadores de las facilidades para poder endeudarse, por parte de los “empresarios”. Este “mejoramiento” es visto dentro de dos perspectivas, la primera es positiva, ya que al tener mayores posibilidades de adquirir bienes, también aumentan las formas para mejorar las condiciones de vida; y segundo el mercado, las empresas necesitan de gente morosa, para poder mantener las condiciones de este, son necesidades de las empresas que las suplen con el endeudamiento de las personas. Al final todas las facilidades y posibilidades que está dando el mercado sirven para estandarizar los elementos de integración desde el

mercado, pues gracias a esto es que los productos culturales encuentran su concreción, en la generación de sentido.

Los valores del neoliberalismo también se aprecian, tanto en el consumo por apariencia, como también en el querer siempre más y más, y así gastar y gastar, incluso lo que no tiene lo que conllevaría a posterior al endeudamiento. Estos valores son un poderoso generador de dan sentido y orientan el actuar de los sujetos, para querer y tratar de obtener las mismas cosas y logros que las demás personas. Esto produce una homogenización de ciertos patrones culturales que sirven como motor común hacia los sujetos para que se comporten de acuerdo a las formas que se tienen como aceptado y deseado desde la sociedad neoliberal; no deja de ser paradójico que jóvenes que aun no tiene la capacidad endeudarse y que están por entrar en aquel mundo, ya tengan decidido en que se van a tener que endeudar.

Lo anterior se debe a que se los jóvenes generalizan ciertas perspectivas de vida, cierta formas de consumo que llevan de forma inevitable al endeudamiento, o sea si se piensa que el endeudamiento es la vía por el cuales mejoraran las condiciones en el futuro, y por ende las condiciones económicas.

El fenómeno del endeudamiento también está relacionado con el rol del Estado en dos formas. Primero está dada por las facilidades que da al entregar las posibilidades para poder endeudarse, ya que se le atribuye un rol regulador del mercado; y segundo, se le indica como “responsable” de las condiciones de los sujetos más pobre, ya que como gestor de la ayuda social, no realiza su tarea de enfocar los recursos para ir en ayuda de los más necesitados, generando condiciones para que los sujetos tomen la decisión de endeudarse; la segunda forma no se contemplo dentro del marco teórico, por lo que es considerado un hallazgo inesperado y posible objeto de investigación para un posterior estudio.

El consumo está dado por las experiencias pasadas, por la influencia y construcción de sentido de los grupos de referencia (los padres) y la sociedad, que para los sujetos pasa a ser una formula ritual que lleva a generar condiciones para el endeudarse. Dentro de estas formas que se transforman es rituales tenemos por ejemplo la conmemoración de alguna

fecha, en especial, donde se ve tanto a los padres y a los medios de comunicación como promotores del consumo, tanto en los discursos que se muestran, como también del tratamiento que tiene los padres con respecto a como presentan estas fechas. De esta manera se genera la expectativa de parte de los niños y jóvenes, de que en esa fecha se va a recibir algún tipo de bien material, normalizando este tipo de actos, convirtiéndose en un conocimiento cultural.

Después de realizada esta investigación podemos decir que el endeudamiento actúa como un dispositivo de poder, al normalizar y esquematizar el comportamiento de los sujetos dentro de anhelos y deseos que son socialmente aceptables desde la sociedad y así dar cumplimiento desde el consumo constante, y al ser bienes de mayor monto, desde el endeudamiento. Donde las opiniones, que puedan ser de tendencia negativa con respecto al endeudamiento o al consumo pierde significación (por los beneficios que se pueden obtener) o se está obligado a tomar la decisión y manejarse dentro de los parámetros de estos, como por ejemplo al querer seguir alguna carrera universitaria, sabiendo que no tienen los medios para poder costársela de inmediato o están los devenires del tiempo, lo que pueden colocar a los sujetos dentro de una situación donde no quedan opción más que endeudarse.

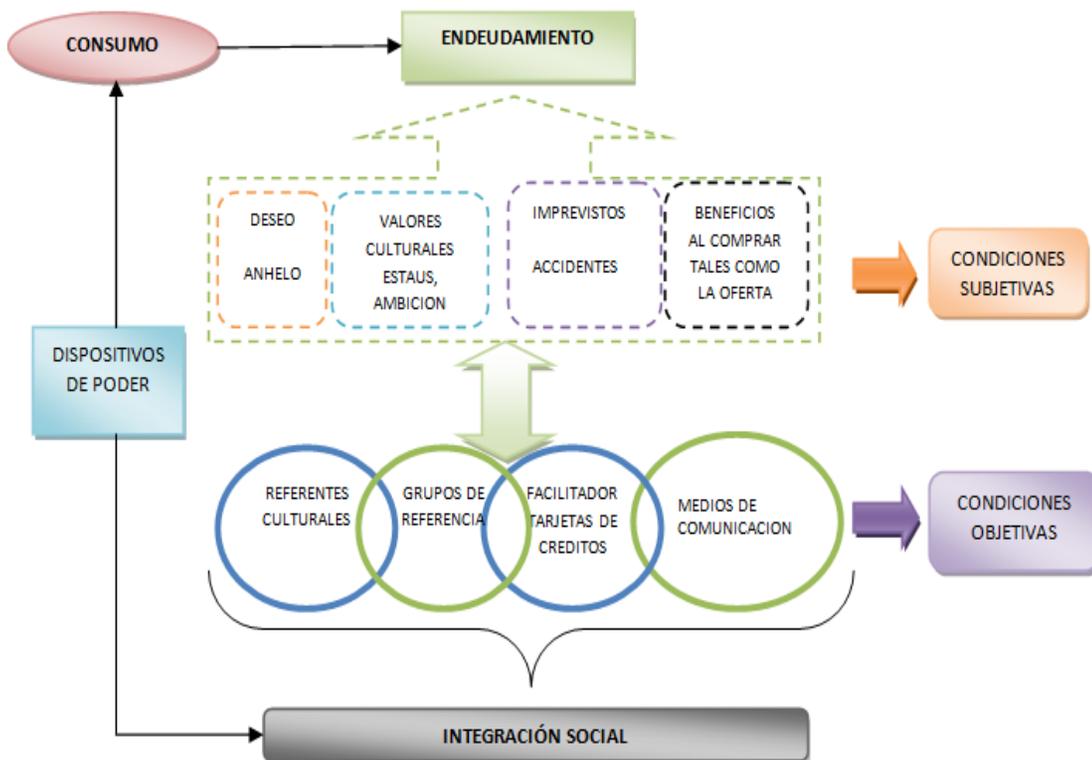
La libertad de actuar y dejar ser, es la que el sistema neoliberal, el mercado o las grandes empresas, son las que manejan y ponen parámetros, donde los sujetos elijen. Esto se ve reflejada tanto en la elección de los anhelos y deseos de los sujetos, y a la vez desde la libertad de escoger el que de endeudarse, el modo, el monto del crédito y el tiempo del crédito, bajo las condiciones propias de los sujetos; desde la libertad de la elección las personas se introducen en un mundo que no le es propio (por los rangos de edad) y tampoco extraño, pero que bajo las condiciones estructurales y subjetivas de mismos los sujetos se convierten en propias, bajo los deseos, necesidades y anhelos que se quieren concretar, el consumo y el endeudamiento aparecen como la alternativa que puede hacer realidad los deseos de los sujetos.

Hallazgos no esperados

Para los jóvenes no apareció el consumo por estética (belleza), que era uno de los puntos que se esperaba encontrar y que estaba adentro del marco teórico. Sin embargo el consumo si tienen la connotación a nivel instrumental (la utilidad que genera al sujeto) y simbólico (cultural, el sentido que tiene desde la sociedad y es internalizado por los sujetos).

Además se encontró que una de las significaciones que tiene el Estado, tiene que ver con su rol social y su responsabilidad atribuida por los sujetos (explicado más arriba) como redistribuidor de ayuda social la que conlleva al endeudamiento de los sujetos.

ESQUEMA 8: MAPA CONCEPTUAL DE RESULTADOS



Alcances y limitaciones

Hoy en día el neoliberalismo es el sistema social político y cultural predominante. El mundo se rige y gira en torno a diferentes crisis económicas, problemas de consumo y alto endeudamiento de las personas, como también de los países.

Es dentro de este marco donde el estudiar al fenómeno del endeudamiento se materializa y se hace necesario tener visiones desde las distintas capas sociales, como también desde los distintos sujetos, es por ellos que una visión desde los jóvenes, como sujetos de estudio, es un interesante punto de partida para comprender como se vive y vivirán con el endeudamiento, pues son ellos los que tendrán que convivir con estos problemas en día de mañana.

El estudiar el endeudamiento, desde las ciencias sociales ah sido un trabajo gratificante, lleno de aciertos y errores. Desde la poca información que se tenía con respecto al tema desde la perspectiva teórica sociológica, hasta los problemas para tener y poder realizar el trabajo de campo con los sujetos de investigación y posterior análisis.

Las limitaciones del presente trabajo están puestas en la perspectiva del tiempo, desde la contingencia que se estaba viviendo en los establecimientos educacionales, ya que estaban en pleno auge las movilizaciones estudiantiles. Esto afecto los tiempos para la toma de la muestra y también los discursos de los jóvenes y creo, en las perspectivas a futuro con respecto al endeudamiento (al estar el tema de la educación predominante).

Además está el hecho que sólo se trabajo con estudiantes provenientes de colegios de clase media, esto puede ser un problema, pues deja fuera a un importante segmento de jóvenes para la investigación, los cuales pudo ser de ayuda para poder contrastar la información de un segmento a otro; pero como primer trabajo de acercamiento al fenómeno el endeudamiento desde los jóvenes, puede que sea un buen comienzo, sentando algunas bases teóricas y prácticas para posteriores trabajos.

Futuras interrogantes...

Esta investigación nace para investigar el fenómeno del endeudamiento y poder sentar algunas bases desde la sociología. Después de realizada la investigación se abren muchas interrogantes sobre el mismo tema o relacionadas con el, que pueden ser respondidas en investigaciones posteriores. Algunas de las interrogantes son ¿tendrá el fenómeno del endeudamiento el mismo significado para estudiantes de clases sociales distintas, llámese clase baja, clase media y clase alta? ¿Dentro de unos años más, los jóvenes que participaron de esta investigación lograran cumplir sus expectativas? si es así ¿Cómo será su relación con el endeudamiento, ahora que tienen mayores condiciones para aquello? y si no es así ¿Cómo será su relación con el endeudamiento? ¿Si el Estado (el gobierno) administrara bien las ayudas sociales que entrega, se acabaría el endeudamiento? o ¿los jóvenes reniegan de forma categórica de la clase social a la que pertenecen por obligación, sin reconocerse con sus pares?

Dejamos abierta la posibilidad de ahondar en el tema, tomando perspectivas teóricas utilizadas en este trabajo o de trabajos distintos a las utilizadas en esta investigación, pero sin dejar de lado el incentivo que llevo a la concreción esta, que es encontrar herramientas para poder explicar las condiciones de los sujetos en la sociedad neoliberal donde al parecer se ponen primero los anhelos personales y se olvida de dónde venimos y quienes somos.

BIBLIOGRAFÍA

- Amar, José Juan; Abello, Raimundo; Llanos, Marina & Gómez, Beeghy. (2005) *Estrategias y prácticas socializadoras y de alfabetización económica en familias de una ciudad multifinanciera de la región Caribe colombiana* Psicología desde el Caribe No.16. Recuperado el 21 de abril del 2011, de sitio web <http://hdl.handle.net/10584/842>
- Berger, Peter & Luckmann, Thomas. (1999) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina: AMORRORTU.
- Bajoit, Guy. (2003) *Todo cambia: análisis sociológico del cambio social y cultural en las sociedades contemporáneas*. Santiago, Chile: LOM.
- Bauman, Zygmunt (2006) *La globalización: consecuencias humanas*. DF, México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Zygmunt (2004) *La sociedad sitiada*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Cámara Chilena de Comercio. (2009) *Endeudamiento de hogares se reduce por primera vez en 18 años*. Recuperado el 30 de julio de 2010, desde <http://www.tecnomercado.cl/actualidad/endeudamiento-de-hogares-se-reduce-por-primera-vez-en-18-anos/>
- Camarero, María Carmen; San Martín, Sonia & Rodríguez, Javier (2006). El papel moderador del tipo de consumidor en el proceso de generación de compromiso. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*. Recuperado el 21 de Abril de 2011, de sitio web <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/807/80702805.pdf>
- Chovar, Alejandra & Salgado, Hugo (2010). *¿Cuánto Influyen las Tarjetas de Crédito y la Deuda Hipotecaria en el Sobre Endeudamiento De Los Hogares En Chile?* Recuperado el 20 de julio de 2011 desde <http://152.74.80.83/economia/DT/DT122010.pdf>

- Conde, Fernando (2010) *Análisis Sociológico del sistema de Discursos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Denegri, Marianela. (2010) *Introducción a la psicología económica*, Edición electrónica gratuita. Recuperado el 12 de abril de 2010 de Sitio Web www.eumed.net/libros/2010b/681/
- Duarte, Cecili TASA DE MATRÍCULA DE ESTUDIANTES DE ENTRE 14 Y 18 AÑOS DE EDAD POR DEPENDENCIA Y NIVEL SOCIOECONÓMICO a; Gatica Karina & Olivares, Karina. (1999) *El endeudamiento como mecanismo de integración social y sus consecuencias en familias pobres urbanas*. Para optar al título de trabajador Social. Universidad Católica Blas Cañas, Santiago, Chile.
- Foucault, Michel. (1992) *Microfísica del poder*. Madrid, España: La Piqueta.
- Foucault, Michel. (2007) *Seguridad, territorio, población: curso en el collège de france, 1977-1978*. Buenos Aires, Argentina Fondo de Cultura Económica.
- García, Canclini, Néstor. (1995) *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Sudamericana.
- Gonzales, Mario & León, John (2007) *Análisis del endeudamiento de los hogares colombianos*. *Scientific Electronic Library Online*, Recuperado el 4 de mayo de 2011, de sitio web http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-35842007000200005&script=sci_arttext
- INJUV (2010) recuperado el 20 de marzo de 2011, desde <http://intranet.injuv.gob.cl/cedoc/encuestasnacionalesdejuventud/SextaEncuestaNacionaldeJuventud.pdf>
- Kohan, Néstor. (2009) *Nuestro Marx*. Recuperado el 16 de marzo de 2011, de sitio Web <http://www.rebellion.org/docs/98548.pdf>
- Lemm, Vanessa. (2010) *Michel Foucault: neoliberalismo y biopolítica*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.

- Marcuse, Herbert. (2001) *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona, España: Ediciones ARIEL.
- Marinas, José. (2000) Simmel y el consumo. *Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Numero 89. Recuperado el 26 de julio de 2011, desde sitio web http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/997/Resumenes/99717889007_Resumen_1.pdf
- Marx, Karl. (2010) *El Capital: Tomo I*. Recuperado el 30 de noviembre de 2010, de Sistema de formación socialista Simón Rodríguez del PSUV, el Partido Socialista Unido, Venezuela. Recuperado el 10 de abril de 2011, desde sitio Web <http://www.formacion.psuv.org.ve/wp-content/uploads/2010/10/51El-Capital-Karl-Marx.pdf>
- Marx, Karl. (2012) *Ideología Alemana*. Recuperado el 15 de julio 2012 desde <http://pensaryhacer.files.wordpress.com/2008/06/la-ideologia-alemana1.pdf>
- Michel Paul Foucault. (s.f) Recuperado el 26 de agosto de 2010, de <http://www.luventicus.org/articulos/02A027/foucault.html>
- MINEDUC. (2009) *DIAGNÓSTICO DE LA EDUCACIÓN MEDIA APARTADO*. Recuperado el 27 de julio de 2011, de sitio web http://w3app.mineduc.cl/mineduc/ded/documentos/Lineamientos_Educacion_Media_-_Diagnostico.pdf
- Morgan, Ignacio. (2011, 04 de julio) *El costo del alto endeudamiento de los chilenos*. La Tercera. Recuperado el 25 de agosto de 2011, de <http://latercera.com/postgrados/noticia/noticias/2011/07/1810-376825-9-el-costodel-alto-endeudamiento-de-los-chilenos.shtml>
- Moulián, Tomás. (1998) *EL consumo me consume*. Santiago, Chile: LOM.
- Ortega, Virgilio; Rodríguez, Juan Carlos; Denegri, Marianela; Gempp, René. (2005). Segmentación psicoeconómica: obtención y validación de perfiles para consumidores adultos jóvenes de nivel

socioeconómico medio y alto en Colombia. *Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 21 de abril de 2011 de sitio web <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/654/65415208.pdf>

- Perret, Bernard; Roustang, Guy (2000) *La economía contra la sociedad: crisis de la integración social y cultural*. DF, México: Fondo de Cultura Económica.
- PRESTO (s.f). Recuperado el 26 de mayo de 2012, desde <http://www.presto.cl/publico/web/guest/preguntasfrecuentes>
- Rodríguez, Gregorio; Gil, Javier & García, Eduardo. (1996) *Metodología de la investigación*. Bogotá, Colombia: Ediciones Aljibe.
- Steven J. Taylor, Robert Bogdan. (1987) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*. Barcelona. Serie: Paidós Básica.
- SIMCE (s.f). Recuperado el 16 de julio de 2012 desde <http://buscador.simce.cl/index.php/simce/ficha/9362>
- SIMCE (s.f). Recuperado el 16 de julio de 2012 desde <http://buscador.simce.cl/index.php/simce/ficha/8612>
- SIMCE (s.f). Recuperado el 16 de julio de 2012 desde <http://buscador.simce.cl/index.php/simce/ficha/8499>
- SIMCE (s.f). Recuperado el 16 de julio de 2012 desde <http://buscador.simce.cl/index.php/simce/ficha/9008>
- SIMCE (s.f). Recuperado el 16 de julio de 2012 desde <http://buscador.simce.cl/index.php/simce/ficha/8485>
- SIMCE (s.f). Recuperado el 16 de julio de 2012 desde <http://buscador.simce.cl/index.php/simce/ficha/8928>
- SIMCE (s.f). Recuperado el 16 de julio de 2012 desde <http://buscador.simce.cl/index.php/simce/ficha/26045>

- SIMCE (s.f). Recuperado el 16 de julio de 2012 desde <http://buscador.simce.cl/index.php/simce/ficha/10396>
- Valenzuela, Juan Pablo (2006) *Evolución de la Segregación Socioeconómica de los Estudiantes Chilenos y su Relación con el Financiamiento Compartido*. Recuperado el 26 de septiembre de 2011, de http://www.opech.cl/bibliografico/Doc_Financiamiento/evolucion_segregacion_chilena.pdf
- Westermeyer, Nicolas. (2011, 4 de mayo) *El endeudamiento es parte del ADN de la Clase Media*. La Nación. Recuperado el 20 de julio de 2011, de <http://www.lanacion.cl/el-endeudamiento-es-parte-del-adn-de-la-clase-media/noticias/2011-05-03/200346.html>