

Mediaciones entre endeudamiento y consumo: construcción de consumidores financieros y domesticación del crédito en Chile*

Alejandro Marambio-Tapia

Recibido: 14 de julio de 2022 · Aceptado: 14 de diciembre de 2022 · Modificado: 20 de enero de 2023
<https://doi.org/10.7440/res85.2023.03>

Resumen | La forma particular cobrada por el capitalismo chileno ha requerido la producción de consumidores financieros que deambulan por la sociedad de consumo con ingresos bajos, pero con gran acceso al crédito. En consecuencia, estar endeudado es una expectativa habitual en Chile. A través de 46 entrevistas en profundidad con consumidores financieros endeudados, se abordan las prácticas, materialidades, y evaluaciones morales y sociales en torno al crédito y la deuda que pueden resignificarse y domesticarse en un contexto de profunda normalización del endeudamiento. A la luz de estos datos es posible identificar tres procesos relacionados: (1) las operaciones morales que permiten el desacople del crédito y la deuda; (2) la resignificación de precios, valores y materialidades mediante distintas prácticas de crédito que usan los consumidores financieros para sobrevivir en una sociedad de consumo precaria; y (3) la evaluación y categorización subjetiva de los niveles de endeudamiento al subvertir las cuantificaciones y categorizaciones convencionales sobre la deuda. Tales argumentos y sus respectivas evidencias ayudan a explicar cómo estos consumidores financieros pueden desmoralizar el endeudamiento y resignificar el crédito; y explorar cómo aquello podría abrir espacios de contraagencia, colectividad y politización de los sujetos endeudados. Este artículo contribuye a la discusión sobre el significado de la deuda, a comprender la financiarización de la vida cotidiana, y a entender la instalación y participación en la sociedad de consumo desde la perspectiva de sujetos subordinados en el sur global.

Palabras clave | consumidor financiero; consumo; crédito; deuda; financiarización

Mediations between Indebtedness and Consumption: The Construction of Financial Consumers and the Domestication of Credit in Chile

Abstract | Chile's specific form of capitalism has given rise to a class of financial consumers who navigate a consumer society with low incomes but easy access to credit. As a result, being in debt has become a common expectation in Chilean society. In this study, we conducted 46 in-depth interviews with indebted financial consumers to examine the practices, materialities, and moral and social evaluations surrounding credit and debt. We explored how these concepts are reinterpreted and domesticated in a context where indebtedness is deeply entrenched. Through our analysis, we identified three interrelated processes: (1) moral operations that allow for the separation of credit from debt; (2) the redefinition of prices, values, and materialities through various credit practices used by financial consumers to survive in a precarious consumer society; and (3) the subjective evaluation and categorization of debt levels, which subverts conventional

* El artículo hace parte del proyecto Fondecyt 11200893 y del Centro de Estudios del Conflicto y la Cohesión Social (COES), Chile (ANID/Fondap/15130009).

quantifications and categorizations of debt. Our findings demonstrate how financial consumers can unmoralize indebtedness and redefine credit, providing opportunities for counter-agency, collectivization, and politicization of indebted subjects. This article contributes to the discussion on the meaning of debt, provides insight into the financialization of everyday life, and offers a perspective on installation and participation in a consumer society from the viewpoint of subordinated subjects in the Global South.

Keywords | consumption; credit; debt; financial consumer; financialization

Mediações entre endividamento e consumo: construção e consumidores financeiros e domesticação do crédito no Chile

Resumo | A forma particular adquirida pelo capitalismo chileno vem exigindo a produção de consumidores financeiros, que deambulam pela sociedade de consumo com renda baixa, mas com grande acesso ao crédito. Em consequência, estar endividado é uma expectativa comum no Chile. Com base em 46 entrevistas em profundidade com consumidores financeiros endividados, são abordadas as práticas, as materialidades e avaliações morais e sociais sobre o crédito e a dívida, que podem se resignificar e se domesticar num contexto de profunda normalização do endividamento. À luz desses dados, é possível identificar três processos relacionados: (1) as operações morais que permitem o desajuste do crédito e da dívida; (2) a resignificação de preços, valores e materialidades por meio das diferentes práticas de crédito que os consumidores financeiros usam para sobreviver numa sociedade de consumo precária; (3) e a avaliação e categorização subjetivas dos níveis de endividamento ao subverter as quantificações e categorizações convencionais sobre a dívida. Esses argumentos e suas respectivas evidências ajudam a explicar como esses consumidores financeiros podem desmoralizar o endividamento e resignificar o crédito; e explorar como isso poderia abrir espaços de contra-agência, coletivização e politização dos sujeitos endividados. Este artigo contribui para discutir sobre o significado da dívida, para compreender a financeirização da vida cotidiana e entender a instalação e participação na sociedade de consumo sob a perspectiva de sujeitos subordinados no sul global.

Palavras-chave | consumidor financeiro; consumo; crédito; dívida; financeirização

Introducción

La expansión del consumo experimentada en Chile desde mediados de la década de los noventa implicó un aumento importante en la posesión de bienes durables y nuevos dispositivos tecnológicos, además de cambios en la estructura del gasto en los hogares. No obstante, si bien el crecimiento económico explicó en parte estas transformaciones, fue el crédito lo que resultó crucial, pues modificó la vida de las personas y los hogares. Después del golpe de Estado de 1973, el Estado de compromiso dio paso a un proceso de ajuste estructural que conllevó la mercantilización y privatización de la salud, la educación, el agua, la vivienda y los servicios públicos. La desregulación de los mercados resultó en una expansión del sector financiero y en la financiarización de la salud, la educación y las pensiones, lo que impulsó tener un mayor acceso al crédito y a dispositivos financieros. Junto con este proceso —que duró hasta mediados de los ochenta—, el aumento y la sofisticación de los estándares de consumo en las décadas de los ochenta y noventa llevó al surgimiento de una cultura de consumo, en parte debido a un incremento desigual en los ingresos, pero principalmente por la expansión del crédito hacia las clases más bajas.

Hace treinta años, en Chile un mueble era una inversión de por vida; hoy en día se puede reemplazar en cualquier momento. El crédito ha hecho que algunas formas de consumo sean triviales —como la compra de electrodomésticos, automóviles y dispositivos tecnológicos—, en la medida en que el acceso a ciertos bienes y servicios se volvió más fácil. En este

escenario, las tiendas por departamentos y supermercados —gran *retail*— han sido protagonistas de esta “democratización” del crédito (Marambio-Tapia 2020), y han contribuido a que consumidores financieros incorporen el crédito en sus prácticas diarias de compra y en proyectos de consumo y reproducción material de la vida: vivienda, automóviles, educación, mejoras para el hogar, vacaciones, cirugías dentales, teléfonos móviles, alimentación, vestuario, entre otros.

El acceso al crédito de consumo y a las tarjetas de crédito en hogares de bajos ingresos es ampliamente fomentado por este gran *retail*, un elemento que ha sido “exportado” a otros países de América Latina (Montero y Tarziján 2010). El modelo de expandir las tarjetas de crédito emitidas por las tiendas de departamento fue una innovación chilena en el contexto latinoamericano. En la década de los ochenta y sobre todo en la de los noventa, las tiendas chilenas comenzaron a expedir tarjetas de crédito y, en algunos casos, estos mismos grupos económicos abrieron tiendas en otros países de América Latina e iniciaron este negocio, como fue el caso de Falabella y Ripley en Perú o Jumbo en Argentina.

Esta relación entre el *retail* y el impacto en la vida económica familiar con ingresos bajos ha recibido escasa atención por parte de la economía y las ciencias sociales, pues va más allá del crédito y tiene repercusiones en la forma de comprar, valorar y elaborar presupuestos para la reproducción material de la vida. El crédito ha contribuido a difundir retóricas por parte de familias de bajos ingresos, al permitirles evaluar simbólicamente su posición social a través de su capacidad para mejorar sus niveles mediante el uso del crédito de manera regular y masiva; asimismo, disfraza la pobreza a partir del equipamiento del hogar y de su inclusión financiera (Villaseca y Padópulos 2011; Marambio-Tapia 2022).

En este orden de ideas, este artículo analiza los significados que se atribuyen a la deuda y al crédito en una muestra de hogares de ingresos bajos y medio-bajos en dos ciudades chilenas, Santiago y Copiapó, divididos en dos categorías ocupacionales: empleados de rutina no manual y emprendedores precarios (de bajos ingresos y baja calificación). El punto de partida es trabajar la noción de legitimidad de la deuda (Sabaté 2019) para luego considerar cómo el crédito puede ser “bueno” y/o “malo”. Se examinan las prácticas crediticias en Chile, observando las economías de los hogares y cómo se elaboran sus significados sociales y morales para producir la normalización del crédito y la resignificación de la deuda. Se subraya el desplazamiento de la moralidad del crédito y la deuda como una forma de entender la normalización material y la resignificación del endeudamiento en la sociedad chilena, a través de la construcción y consolidación del sujeto consumidor financiero. Una distinción crucial que se puede observar —y que no tiene sentido desde el punto de vista semántico y técnico derivado de los modelos económicos estándar— es que *crédito* y *deuda* son categorías diferentes para las personas. Esta ilusión tiene implicaciones prácticas para los consumidores financieros, tales como efectos en sus evaluaciones de precios y valores, la obtención de nuevos créditos y la elaboración de presupuestos domésticos. Se discute esta resignificación de la deuda en la forma en que las personas la entienden y se relacionan cotidianamente con ella, en un contexto donde la deuda ha sido desmoralizada y el crédito moralizado, de modo que se establece una distinción entre estas dos categorías.

Este proceso de resignificación ha sido vital para la combinación de características no comerciales y de mercado que se encuentran en el desarrollo de prácticas crediticias y estrategias económicas. La ilusión de que “el crédito no es deuda” tiene mucho sentido en el contexto de los mecanismos financieros empleados por las personas de la muestra. Los diversos modos de entender el crédito y la deuda también hacen reflexionar sobre cómo las personas comprenden las categorías sociales y los conceptos económicos de manera diferente a las organizaciones financieras, las agencias estatales y la academia. Los hogares producen una narrativa distinta sobre las motivaciones y justificaciones del consumidor financiero, el endeudamiento y cómo lidiar con todo esto.

El artículo se basa en datos cualitativos sobre prácticas de gestión del crédito de 46 hogares y en las trayectorias de la deuda de estos consumidores financieros, para enfatizar la distinción entre una deuda normal y moralmente aceptable, y un sobreendeudamiento ilegítimo. De esta manera, se entiende (1) el endeudamiento como una categoría subjetiva arraigada en la experiencia cotidiana antes que como un cálculo algorítmico fijo, y (2) que el crédito no necesariamente es sinónimo de deuda. Al abordar tanto la normalización como la moralización del crédito, se argumenta sobre la existencia de una resignificación continua del crédito y la deuda, en la que el primero se carga moral y ambivalentemente, mientras que la segunda se desmoraliza. Esto es un elemento relevante para entender cómo el capitalismo neoliberal se vive en los hogares en Chile y el papel de los consumidores financieros, los cuales deben lidiar con diversos sistemas sociotécnicos vinculados al crédito, las asimetrías del mercado del crédito y las expectativas propias de una sociedad de consumo precarizada (Marambio-Tapia 2020).

La estructura del artículo es la siguiente: a continuación se presenta un estado del arte para ubicar este estudio en la discusión sobre el significado sociológico del crédito y la deuda, y su entrelazamiento con la construcción del consumidor financiero. Luego se expone la metodología sobre cómo se recopilaron y analizaron los datos. Posteriormente, se despliegan tres ideas fundamentales: (1) operaciones morales que permiten el desacople del crédito y la deuda; (2) la resignificación de precios, valores y materialidades a través de las distintas prácticas de crédito que usan los consumidores financieros para sobrevivir en la sociedad de consumo precaria; y (3) la evaluación y categorización subjetiva de los niveles de endeudamiento, que subvierten las cuantificaciones y categorizaciones convencionales sobre la deuda. Estos argumentos y sus respectivas evidencias ayudan a explicar las formas en que estos consumidores financieros logran desmoralizar el endeudamiento y resignificar el crédito, y abrir espacios a una eventual politización, es decir, a una reflexividad política que pudiera desplazar la deuda como un problema privado hacia uno público, a partir de esta eventual deslegitimización del crédito.

Marco conceptual

En esta sección se presenta un conjunto de textos que permiten construir un marco de análisis en torno a los conceptos de consumidor financiero y domesticación de las finanzas, desde una dimensión material y otra relacional. Al entender el crédito y la deuda como elementos articuladores del consumo, mas no como una expresión de la soberanía del consumidor, es sensato asumir que las personas no enfrentan sus momentos de consumo ni como soberanos ni como incautos (Warde 2005). Este enfoque pretende ir más allá de las teorías del consumidor sometido a los designios del mercado y presentar ciertos matices de aquellas nociones de consumo identitario que ubican el consumo principalmente dentro de un mundo caleidoscópico de valores reorganizados, de continuo movimiento y de estímulos incesantes (Bauman 2001, 144-148). Se trata de contribuir a las implicaciones particulares que la financiarización tiene en las sociedades de consumo precarias del sur global. Para este caso particular de creciente dependencia de la deuda para financiar la vida cotidiana y los proyectos de vida, la financiarización ha configurado una narrativa diferente a aquella de la clase media del norte global que recurre a la deuda al sentir amenazados su estatus y sus condiciones materiales adquiridas décadas atrás. Se trata más bien de sociedades de deuda (Soederberg 2014) que tienden a desregular los mercados del crédito y cuya relevancia se orienta a llegar a aquellos que suelen estar excluidos del crédito para poder brindar accesos, con un gran poder disciplinador.

En este contexto, la propuesta de la construcción de un sujeto consumidor financiero se desprende del *ciudadano-consumidor* de Cohen (2004), cuya principal característica es que debe abastecerse y lidiar con la reproducción social de la vida, y se inserta en los mercados financieros bajo la premisa de ser un buen consumidor, responsable y protagonista

del crecimiento de la economía local a través de su demanda creciente de bienes y servicios. Adicionalmente, tiene a cargo aprender a usar los instrumentos financieros, principalmente el crédito para el consumo, tomar decisiones sensatas para su reproducción material y ampliar sus oportunidades de adquisición. En definitiva, se compromete a no ser un consumidor fallido, que logra participar de la sociedad de consumo precaria comprando y endeudándose, pero sin ser excluido del mercado del crédito por bancarrotas o morosidades.

En el escenario de la financiarización de la vida cotidiana, surge la noción de *domesticación de las finanzas*, estrechamente relacionada con esta propuesta de consumidor financiero. El uso regular de artefactos financieros, además de la naturalización de discursos promercado —emprendimiento y libre comercio—, han constituido una especie de “revolución cultural” en países como Chile, donde décadas de neoliberalismo han transformado las subjetividades circulantes y la valoración de elementos tales como la meritocracia, la movilidad social, la conflictividad política y el materialismo. De alguna manera, lo que se propone aquí es aportar a dicha subjetivación. Sin embargo, es relevante indicar cómo los usuarios —individuos y hogares— readaptan y reapropian las condiciones de operación de los dispositivos financieros a sus marcos materiales y de significancia. Pellandini-Simányi, Hammer y Vargha (2015) llaman a este sentido inverso de colonización del mundo de la vida la *domesticación de las finanzas*, es decir, una forma en que la sociedad resiste y permea las lógicas del mercado con marcos de acción materiales, racionalidades y justificaciones morales. En concreto, si bien los artefactos financieros nunca se desprenden de su esencia de cálculo y racionalidad instrumental económica, no es menos cierto que dichas lógicas logran convivir y son adaptadas a través del diario operar por quienes las usan.

Por su parte, Langley (2008a y 2008b) y Marron (2007) prestan atención a las *tecnologías de financiarización* y su papel en el surgimiento de *subjetividades inversionistas y sujetos autodisciplinarios* financieramente. Ambos se desarrollan como consecuencia de la financiarización de los hogares, que produce sujetos responsables, calculadores y reflexivos en sus asuntos económicos cotidianos (Marron 2014). Sin embargo, si la autodisciplina es la traducción neoliberal de la frugalidad, esto podría llegar a ser contradictorio con el buen consumidor necesario para la expansión de los mercados, que siempre desea y “necesita” más.

Desde un punto de partida moral con elementos relacionales, Čada y Ptáčková (2017) explican cómo las familias de la República Checa insertan sus prácticas y decisiones financieras en los marcos morales, que a su vez les han servido para producir narrativas coherentes que incluyen hitos y afectos familiares. Estas trayectorias individuales y familiares, sostenidas en una economía moral y que pueden adjuntar narrativas de movilidad social, son fundamentales para comprender las racionalidades económicas de los hogares, por ejemplo, cómo entran y salen de la deuda, ya sea por motivaciones aspiracionales o para cautelar la reproducción material de la vida (Marambio-Tapia 2017 y 2022). Para el caso chileno, Ossandón (2017) estudia el uso de las tarjetas de crédito de tiendas de departamento que pasan de una mano a otra entre nutridas redes de parentesco y amistad. Este uso particular permanece opaco para los emisores de las tarjetas y no es considerado a la hora de evaluar financieramente a sus clientes antes de expedirlas. Evidentemente, lo que se presta no es dinero ni la tarjeta en sí misma, sino el cupo de crédito, bajo las reglas del juego de los titulares de la tarjeta.

Por otro lado, existe un grupo de investigaciones empíricas sobre las finanzas del hogar en las que es posible trazar las implicaciones de la expansión del crédito en la vida diaria, particularmente en el norte global, y su impacto en las subjetividades y las relaciones sociales. Entre estos estudios algunos se refieren a la financiarización de la vida económica (Pellandini-Simányi, Hammer y Vargha 2015; Carruthers 2005; Rona-Tas y Guseva 2018) y otros al espíritu del neoliberalismo (Lazaratto 2012). De manera concluyente y bastante

descriptiva, Ossandón *et al.* (2022) consolidan un corpus sobre la subordinación de los hogares a lo financiero bajo el paraguas de la *oikonomización financiera*, la cual reúne una serie de prácticas que han sido detalladas desde perspectivas multidisciplinares, incluyendo el sur global con sus particularidades. Por ejemplo, Han (2011 y 2012) advierte sobre el endeudamiento casi perpetuo al que se someten las familias populares, mientras Villarreal (2014) investiga los diferentes regímenes de valor que circulan en el México rural luego de procesos de inclusión financiera. González-López (2015), por su parte, examina los “hogares reales” de la clase media chilena y argumenta que la financiarización del consumo ha producido diferentes sujetos financieros. Por otro lado, Wilkis (2014 y 2018) reporta las relaciones de crédito, consumo y dinero en Argentina luego del colapso de 2001, subyacentes a una nueva valoración moral de la calidad crediticia posterior a la crisis; desde una perspectiva similar, Pérez-Roa (2019b) aborda el caso de los estudiantes en Santiago de Chile. También en el Cono Sur, Gago (2014) investiga la vida económica de las clases bajas, donde el crédito se insertó con vehemencia. También se destaca el trabajo de la deuda como una estrategia de supervivencia para las familias (Pérez-Roa 2019a), casos en los que el crédito es una oportunidad y un riesgo (Stillerman 2012).

A grandes rasgos, estas perspectivas sobre la subjetivación en torno a la deuda y la construcción de consumidores financieros permiten instalar y dialogar con una visión cultural de la economía, en la que se pretende ubicar esta investigación y, en particular, respecto de las evaluaciones morales que de su uso emergen. Por lo tanto, para seguir las implicaciones relacionales de las finanzas (Zelizer 2021; Bandelj 2012), el estudio se concentra en el conocimiento, las estrategias y las prácticas cotidianas del crédito en las economías de estos consumidores financieros, sus marcos de significación y sus relaciones sociales. Zelizer (2021) establece los significados sociales del dinero que existen fuera del mercado, concepto que trabajo para extenderlo al uso del crédito, considerando que este es tan ubicuo como el dinero, en el caso de la sociedad chilena. Estos significados sociales se desarrollan a través del proceso de *earmarking*, que es una forma empírica a través de la cual las personas reaccionan al supuesto poder “corrosivo” del dinero (Fourcade y Healey 2007). Precisamente, al discutir el proceso de *earmarking*, Zelizer se enfoca en la naturaleza moral y relacional de las economías domésticas, es decir, en cómo las personas usan el dinero para construir y reforzar las relaciones y valoraciones sociales.

Marco metodológico

Este artículo se basa en dos fuentes de datos. La primera la constituyen 46 entrevistas semiestructuradas en profundidad a jefes/as de hogar acerca de sus prácticas crediticias, en dos ciudades chilenas (Santiago y Copiapó, en el norte del país); la segunda deriva de la observación y participación en capacitaciones, talleres y otras actividades de educación financiera, en las que intervino una submuestra de emprendedores precarios (de bajos ingresos y baja calificación) (14 personas, en Santiago). Los integrantes de esta submuestra fueron seleccionados a partir de un marco muestral proporcionado por la agencia gubernamental Fondo de Solidaridad e Inversión Social (Fosis), la cual les otorgaba financiamiento para sus emprendimientos junto con actividades de educación financiera. Otra submuestra (32 personas, en Santiago y Copiapó) fue conformada en su mayoría a través de un reclutamiento por contactos personales y luego mediante una estrategia de bola de nieve; y en algunos casos por medio de avisos publicados en redes sociales que conducían a un formulario que permitía filtrar y perfilar a los potenciales participantes. Esta submuestra la constituyeron hogares de ingresos medios-bajos y bajos (desde los deciles 2 al 5, mientras la media de ingresos se ubica en el 7), cuyo jefe/a de hogar pertenece a la categoría ocupacional de trabajadores de rutina no manual, principalmente empleados del *gran retail* y trabajadores de centros de llamadas. Para ambas muestras, se contó con el consentimiento informado de los participantes. Debido a un enfoque más reciente en las nuevas clases medias latinoamericanas, el interés político y académico en las clases

pobres y bajas ha disminuido (Filgueira 2007). La atención de este estudio a las clases de bajos ingresos tiene como objetivo ayudar a corregir esta brecha.

En cada hogar, la persona entrevistada es la que supervisa las decisiones financieras, económicas y de consumo en la casa, pero no necesariamente es la principal fuente de ingresos del hogar. Se consideró el hogar como unidad de análisis, en lugar de individuos aislados, puesto que el énfasis estaba en el presupuesto y el consumo familiares, y en el entrelazamiento de las prácticas económicas con las dinámicas relacionales del hogar. No obstante, 21 de los 46 entrevistados eran familias monoparentales o unipersonales, por lo que era posible diferenciar al planificador presupuestario del principal generador de ingresos.

En las entrevistas, se indagó cómo, cuándo, dónde y por qué las familias usaban el crédito en sus prácticas domésticas diarias. También se preguntó cuál era el papel del crédito en las finanzas internas y acerca de las evaluaciones morales de lo que significa estar endeudado. Además, se exploró cómo las prácticas crediticias se relacionaban con sus aspiraciones, prácticas de consumo, proyectos de movilidad social y con la experiencia de pobreza/vulnerabilidad. Los datos producidos con este método se refieren a trayectorias, acciones, interpretaciones, reflexiones y actividades cotidianas de cómo, cuándo, dónde y por qué las familias usaban el crédito, y cuál era el lugar del crédito en las finanzas internas. Se realizaron extensos resúmenes (400-500 palabras) de cada entrevista, donde se describieron las circunstancias sociodemográficas del entrevistado, sus prácticas materiales y los temas socioeconómicos más relevantes que surgieron en la discusión; es decir, las *trayectorias de deuda* de los entrevistados. Gracias a estos resúmenes o viñetas, se pudo comparar y organizar casos y producir breves historias económicas, incluyendo asuntos financieros, laborales y familiares para, finalmente, construir *micronarrativas* de la deuda. Esto fue crucial para analizar las trayectorias de deuda de los entrevistados y considerar cómo los desastres de la deuda produjeron efectos presentes y generarán consecuencias futuras. A través de un análisis del discurso y la construcción de categorías, usando teoría fundamentada, se describió cómo la gente emplea el crédito en sus prácticas domésticas diarias, con el propósito de develar el significado que el crédito y la deuda tienen para ellos; en otras palabras, con el objetivo de desentrañar la narrativa detrás de los números macro de endeudamiento.

Pagar las deudas para seguir endeudado. La economía moral de los consumidores financieros

En esta sección, se abordan los diferentes entendimientos de los consumidores financieros sobre el crédito y la deuda. En particular, las prácticas materiales y los significados de quienes usan el crédito con regularidad y han experimentado al menos un “desastre de deuda” a lo largo de sus trayectorias crediticias. Al abordar tanto la normalización como la moralización del crédito, podemos argumentar a favor de la resignificación continua del crédito y la deuda, en la que el primero adquiere una carga moral ambivalente y el segundo se desmoraliza. Esto ocurre fundamentalmente a través de tres procesos: (1) operaciones morales que permiten el desacople del crédito y la deuda; (2) la resignificación de precios, valores y materialidades a través de las distintas prácticas de crédito que usan los consumidores financieros para sobrevivir en la sociedad de consumo precaria; y (3) la evaluación y categorización subjetiva de los niveles de endeudamiento que subvierten las cuantificaciones y categorizaciones convencionales sobre la deuda.

Desacoplando el crédito y la deuda

La resignificación de la deuda radica en un proceso de desmoralización de la deuda y moralización del crédito, y se relaciona con el establecimiento de expectativas y prioridades

por parte de las familias. El crédito es “bueno” porque involucra posibilidades y temporalmente se desprende del lado negativo, que es la deuda. En ese sentido, la comprensión de la deuda ya es diferente de la del crédito, aunque se sabe que el crédito trae consigo una deuda. Por ejemplo, los préstamos para estudiantes se suelen considerar como una herramienta para el proyecto de movilidad social, por lo que este tipo de crédito abre posibilidades. Sin embargo, la pesada carga de la deuda y la imposibilidad de cumplir con los reembolsos pueden romper la característica prospectiva del crédito (Pérez-Roa 2014), especialmente cuando esas promesas de movilidad social no se cumplen.

No obstante, ¿qué sucede cuando el crédito y la deuda están integrados en estrategias y rutinas prácticas cotidianas en lugar de en préstamos a largo plazo? La temporalidad se vuelve irrelevante cuando los hogares manejan préstamos y líneas de crédito múltiples, masivos y regulares. En estos casos hay plazos diversos, móviles e imprecisos. Los hogares asignan dinero a los pagos mensuales de los créditos como si se tratara de una factura de servicios públicos, y eventualmente cada pago no está necesariamente vinculado a un proyecto. En el caso de los bienes tecnológicos, como los computadores portátiles, teléfonos móviles o televisores inteligentes, cuando el consumidor financiero termina de pagar su compra a crédito en 24 o 36 meses, estos bienes ya están desactualizados o estropeados, y el consumidor requiere iniciar un nuevo ciclo de compra a crédito.

En el contexto de normalización del crédito, los hogares han aprendido a resignificar estratégicamente sus morosidades y altibajos crediticios. Sus narrativas en tanto consumidores financieros avezados configuran el marco cultural que permite a los individuos evaluar su racionalidad (Bandelj, Spillman y Wherry 2015), pero, a pesar del trauma que supone para las familias una morosidad punible por deudas, estos hechos se internalizan como hitos inevitables. Luego de un desastre de endeudamiento, la normalización del crédito se consolida, ya que los consumidores financieros se percatan de que necesitan crédito y aprenden a insertarlo en sus prácticas presupuestarias y de compras. Por lo tanto, un desastre de deuda no significa dejar de usar el crédito, sino usarlo bien y mejor. Esta decisión se basa en parte en cálculos y en la racionalidad financiera, pero, a la larga, los consumidores financieros elaboran una descripción moralizadora de sus altibajos crediticios. Este marco moral les ayuda a organizar sus conocimientos, motivaciones y capital para seguir gestionando el crédito. “Dar a mis hijos lo que necesitan” o “ayudar a mi familia de una vez por todas” son razones reales para estar endeudado que difícilmente podrían tener lugar en la literatura económica. Sin embargo, estos episodios de consumidores financieros fallidos entregan luego una especie de sentido común financiero:

Sí, el crédito puede llegar a ser hasta bueno, pero uno tiene que aprender a lidiar con él. Yo tuve que aprender a costalazos [caídas]. (H28, 41 años, trabajador de supermercado)

No es que me guste usar las tarjetas, pero siempre termino por hacerlo. Está más que claro. Una vez logré separarme de ellas por unos meses, pero no pude... es por los gastos que uno tiene, y, a la larga, uno tiene que saber usarlas, porque es mejor tenerlas ahí disponibles. (M5, 39 años, vendedora de tienda por departamento)

Estas ideas permiten conocer las reglas y normas del crédito y su significado al emplear conocimientos financieros convencionales, conocimientos prácticos y actuar de acuerdo con las reglas morales que indican cómo usar el crédito para objetivos legítimos y plausibles. La racionalidad económica no se basa en decisiones informadas ni en conocer los términos y condiciones finales de los contratos de crédito, como sugiere la educación financiera; más bien, implica ser capaz de administrar la economía de un hogar combinando diferentes dispositivos financieros y fuentes de recursos monetarios, sin perder la condición de *sujetos de crédito*, que es la de ser consumidores financieros activos.

En el pasado, la mujer organizaba las finanzas domésticas teniendo en cuenta solo el salario del sostén de familia. Más tarde, llegaron nuevos productos y artículos, y la gente empezó a soñar y a querer cosas. Esto significaba que las mujeres tenían que encontrar un trabajo y/o las personas usaban el crédito para aprovechar los recursos sin pensar en las consecuencias, como los padres que pasan menos tiempo con sus hijos y todos los endeudados. (M4, 52 años, emprendedora precaria)

La distinción entre deuda y crédito es crucial para demostrar que el uso del crédito no se considera de manera automática como moralmente incorrecto ni es sinónimo de “vivir más allá de mis posibilidades”. La resignificación de la deuda radica en desmoralizar la deuda y moralizar el crédito, y se relaciona con el establecimiento previo de expectativas y prioridades por parte de las familias. Esta distinción choca con el conocimiento financiero convencional en el que la deuda y el crédito son fungibles. Es a partir de sus estrategias económicas integradas que las familias obtienen la inspiración para evaluar la naturaleza del crédito y la deuda. Estas estrategias son integradas por componentes sociales, morales, relacionales y de cálculo, por lo que es necesario un enfoque cultural para comprender plenamente la racionalidad socioeconómica de los hogares.

Existen también créditos “invisibles”. Los préstamos contraídos con las cajas de compensación —organizaciones privadas que entregan beneficios a los trabajadores—, que se pagan automáticamente desde las nóminas de sueldo mensuales, quedan fuera de las percepciones que las personas tienen de sus deudas. Un crédito invisible es aquel “que no se siente”. Este es otro ejemplo de cómo el crédito no es percibido como deuda y los individuos que tienen este tipo de préstamo no lo ven como endeudamiento. Se ha producido el desacople de la deuda del crédito, puesto que el contraer este crédito no es procesado como endeudamiento. El endeudamiento ha perdido su carga moral, en la medida en que deber dinero a prestamistas institucionales es una práctica normalizada de la vida económica contemporánea.

Por otra parte, es conflictivo ser un usuario fallido de crédito, lo que implica perder acceso a más crédito, con todas sus consecuencias sociales y económicas. Por ejemplo, tener problemas de deuda no es un tema moral, sino instrumental, porque cuando las personas son sancionadas por no pagar, no sienten una carga moral, pero sí se dan cuenta de que perderán el acceso al crédito, lo que afectará sus perspectivas económicas y sociales. Pero el crédito, al contrario, sí tiene una connotación moral y está lejos de ser neutral, ya que desde la perspectiva de los hogares puede ser considerado bueno, malo o ambos, y su uso implica ciertos riesgos, pero permite a las personas alcanzar metas, por lo que es un “mal necesario”. Existen conexiones subjetivas del consumo con las evaluaciones objetivas del uso de los créditos que desde lo económico pueden ser considerados como un pasivo, pero que, desde lo social, serían entendidos como un activo que permite invertir, posicionarse socialmente y enfrentar distintas incertidumbres (Pérez-Roa 2021).

Reconstruyendo precios, valores y prácticas a través del crédito normalizado

El crédito abarca diferentes dispositivos que los consumidores financieros usan para sus distintas actividades en la sociedad de consumo. Como advierte Bauman (2001), uno de los principales dispositivos de este tipo de sociedades es la experiencia de compra, ya que nos hace partícipes de la actualización del deseo, lo que en sociedades precarias es asequible solo bajo la disponibilidad de crédito (Edwards 1999; Ritzer 2001). El crédito también está presente en varios mecanismos sociales, como en la elaboración de una jerarquía normativa con respecto a los distintos niveles de legitimidad que tienen los diversos bienes, servicios o experiencias que pueden financiarse por este medio. Estas evaluaciones en torno a lo que es legítimo hacer con el crédito son coherentes y se

comparten como un valor-signo (Baudrillard 2002), pero también es posible usarlas como marcadores de posición social.

El crédito está vinculado a los procesos de valoración, ya que determina cómo se perciben los precios de los artículos, cómo se planifican los presupuestos, y cómo y dónde se realizan las compras. Los precios se difuminan por el crédito en la medida en que los consumidores financieros pasan de considerar los precios reales de los bienes a cómo se ajustan las cuotas de compra a plazos en sus presupuestos mensuales. Al respecto, una mujer entrevistada menciona:

En realidad, los clientes no ven si un par de zapatillas cuesta 30.000 o 60.000, lo que hacen es ver si lo pueden comprar en 6 o 12 cuotas de 4.000 o 7.000 pesos chilenos mensuales y que tengan cupo en la tarjeta para poder hacerlo. (M16, 56 años, vendedora de grandes tiendas)

Esa es la operación básica que realizan los consumidores financieros cuando utilizan crédito, antes de comprobar si las tasas de interés se están disparando o si el precio del crédito es mucho más alto que el precio al contado. Además de eso, el valor simbólico de las cosas también cambia, y generalmente disminuye, puesto que la masificación ganada gracias al crédito les quita peso en el universo simbólico de distinciones y exclusividad; la mayoría de los consumidores financieros estima que, como pueden acceder fácilmente al crédito, dicha prontitud se extiende al acceso a los bienes materiales financiados por este medio, como un televisor de pantalla plana, un congelador o incluso un auto, de forma más rápida que las generaciones anteriores. Para sus padres o abuelos, el acceso a estos bienes simbolizaba “años de esfuerzo y trabajo”, lo que se ha transformado simplemente en “compre ahora, pague después”. Luego de la expansión del crédito, los consumidores financieros se percatan de que es más sencillo acceder a bienes que solían ser marcadores sociales. Incluso la posesión de tarjetas de crédito perdió cierto prestigio social; en su gran mayoría se volvieron “plebeyas” (Wilkis 2014). Los entrevistados de mayor edad recuerdan que en los ochenta, antes de la expansión del crédito vía gran *retail*, portar más de una tarjeta de crédito podría ser marcador social de distinción. Ahora, las tarjetas de crédito (en particular las del gran *retail*) son un elemento esencial de la reproducción material de la vida.

Efectivamente, las tarjetas del *retail* han tenido un impacto en la forma en que las personas de bajos y medios-bajos ingresos elaboran sus rutinas de compra. El declive de las pequeñas tiendas de abarrotes, al menos en Santiago, está en línea con el auge de la práctica de las familias de utilizar el crédito en las grandes tiendas para la compra diaria de artículos como alimentos, bebidas, útiles escolares y ropa barata. Las transformaciones en estas prácticas se relacionan con cambios en la forma en que las familias hacen sus compras y cómo los comerciantes venden sus productos, pues ha aumentado el número de tiendas que aceptan tarjetas. Pero la rutinización y normalización de estas prácticas también cambia su significado. Como declararon los entrevistados, las familias prefieren deber dinero a las grandes tiendas en lugar de a sus vecinos. Deber el costo de un refrigerador más los intereses a una tienda grande se percibe como estar menos endeudado que deber el costo de un par de calcetines a la tienda de la esquina. Las grandes tiendas venden a crédito con un alto interés, mientras que los pequeños comercios suelen vender al fiado, sin interés, incluso otorgando cuotas —en el caso de los vendedores de ropa o muebles—, a partir de relaciones sociales de confianza. Sin embargo, para los consumidores financieros este tipo de crédito “sin interés” tiene otro tipo de costo. La diferencia está en lo moral. Las deudas con las grandes tiendas no implican la carga subjetiva de deberle dinero a otra persona (y no a una empresa) y que esta pudiera hacerlo público. Esto no implica que las deudas con las grandes tiendas sean más privadas, sino que precisamente porque las tarjetas de crédito de tiendas están normalizadas y la condición de deudor es compartida colectivamente —“quién no les debe a estas tiendas”— es que son menos condenables moralmente. Finalmente, esta evaluación, junto con las facilidades sociotécnicas, han sido

señaladas como elementos que inciden en la compra en grandes tiendas y supermercados a través de las tarjetas. Se trata de una disgregación del instrumento del crédito con la generación de la deuda.

No importa que a uno le lleguen y le lleguen todos los meses las cartas esas de las tiendas, para que uno pague lo que debe, total, estamos todos [metidos] en esa. En cambio, deberle plata al almacén de la esquina, es porque no te alcanzó para comprar algo muy barato y, además, todos se van a enterar. Ya no se usa, es como de antes. (H2, 45 años, vendedor de tienda por departamentos)

La sensación a nivel micro de que la deuda está “en todas partes” es respaldada con los datos a nivel macro. Según la Encuesta Financiera de Hogares de 2017, el 73% de las familias están endeudadas. ¿Cuál es la implicación de esto? Seguramente se puede decir que el crédito ha inundado a la sociedad chilena, pero ¿sería diferente si esa cifra fuera del 90% o del 55%? Según la investigación, esto es irrelevante, porque el crédito ha ganado un lugar estable en las economías cotidianas, de modo que casi todas las personas han sido deudores durante algún periodo de su vida —se entra y se sale—; por tanto, dicha condición no es tan importante como las evaluaciones morales que de ella se desprenden y que son más bien duraderas. Es la normalización de la deuda.

En este contexto de normalización, hay prácticas que denotan una adaptación y apropiación de las reglas del juego del mercado crediticio. Por ejemplo, algunos consumidores financieros utilizan sus tarjetas de crédito para aprovechar los descuentos en los precios que solo se permiten al usar la tarjeta de crédito como medio de pago o para obtener recompensas en programas de fidelización asociados a la tarjeta. Otros consumidores financieros afirman que, en la medida de lo posible, evitan el pago de intereses adicionales al liquidar sus saldos antes de ser facturados. Esta forma de usar el crédito implica vivir “con un mes de anticipación”, en la medida en que reciben su salario, lo usan para saldar la deuda de forma casi inmediata, y, por tanto, deben recurrir nuevamente a la misma tarjeta de crédito ya pagada para continuar con sus proyectos y con la reproducción material de forma cotidiana.

Utilizar un crédito no significa necesariamente estar endeudado para las personas entrevistadas, aunque se sabe que todo crédito genera instantáneamente una forma de deuda. Este es un mecanismo de las personas para domesticar la deuda sin que vean su comportamiento como irracional, a pesar de que tiene consecuencias directas en su vida. Sus racionalidades parecen encaminadas a aprovechar al máximo el entorno crediticio y asumir la responsabilidad individual tanto en el riesgo como en las oportunidades. Respaldan esta responsabilidad sin abrazar explícitamente ninguna subjetividad neoliberal, aunque su visión de la deuda está desprovista de conexiones con los factores estructurales del endeudamiento; es, más bien, un asunto meramente financiero.

También he aprendido a lidiar con las turbulencias. En uno de mis incumplimientos [no pago de deuda], transferí mis bienes a una tercera persona y luego acordé con el tribunal reembolsar solo una parte de lo que debía, después de realizar un pago inicial. (M13, 55 años, desempleada, agente del centro de llamadas y vendedora)

Endeudamiento subjetivo

Hay diversas formas de construcción subjetiva del nivel de endeudamiento que distan de aquellas fórmulas utilizadas por las instituciones financieras para realizar la evaluación social del sujeto de crédito. Por ejemplo, hacer los pagos a tiempo y liquidar el saldo de la tarjeta mensualmente para luego quedar sin dinero y volver a usar la tarjeta se considera social y moralmente diferente a “vivir más allá de sus posibilidades”. Por el contrario, las

personas que generalmente liquidan sus saldos antes de que se pueda cobrar cualquier interés y evitan comprar artículos a plazos piensan que es una cuestión de inteligencia para no permitir que los emisores de tarjetas ejerzan poder sobre ellos. No obstante, cuando alguien utiliza casi todos sus ingresos para pagar sus deudas, los bancos lo consideran un sobreendeudamiento y una base para rechazar rápidamente las solicitudes de crédito. En general, aquellos que tienen la percepción de no luchar con sus deudas de manera discursiva y eufemística las convierten en “meros compromisos”. Esta distinción entre deuda y crédito es fundamental para comprender cómo, para la mayoría de las personas, el uso del crédito no resulta automáticamente una carga.

La distinción entre endeudamiento y sobreendeudamiento también tiene límites ficticios, o al menos los postulados por las firmas financieras no coinciden con los de la gente común. Casi todos los entrevistados establecieron explícitamente un grado de endeudamiento socialmente aceptado que suprimió el rasgo problemático de las deudas: “si todos estamos endeudados, nadie lo está”; por lo tanto, “nadie puede avergonzarse por hacer malabarismos constantemente con la deuda”.

Las empresas financieras y las agencias gubernamentales establecen el nivel cuantitativo de sobreendeudamiento cuando las familias o las personas gastan más del 25% (o el 50% si tienen una hipoteca) de sus ingresos mensuales en pagar deudas. Sin embargo, para los jefes de familia, cualitativamente el sobreendeudamiento significa más bien “perder el control de las finanzas”, “sentirse explotado”, “trabajar solo para cumplir con los pagos” o tener una cantidad exagerada de tarjetas de crédito para “artículos innecesarios”.

Una variedad de vocabularios cotidianos circula en torno a estar endeudado hasta el límite de la línea de crédito o hasta el tope de nuestra capacidad de pago. “Estar encalillado” significa pagar un número creciente de deudas, mientras que “estar tranquilo” significa pagar solo unas pocas. El poder de endeudamiento, es decir, la capacidad de tener acceso al crédito y su límite, reemplaza al poder adquisitivo; y la idea de “endeudamiento responsable”, que proviene de las agencias de protección al consumidor, ha impregnado el discurso de la familia como parte de su proceso de normalización del crédito, pero sin una medida específica, como lo indican dichas instituciones. Este endeudamiento subjetivo choca con las convenciones de la industria bancaria, como la evaluación crediticia con base en puntajes (*credit scoring*) cuya estandarización es replicada por organismos públicos de educación financiera. Desde el lado bancario y del gran *retail*, es difícil evaluar la información consolidada sobre las deudas de los hogares, puesto que no comparten sus datos.

Acabamos de hacer una mejora en la casa, para hacerla más grande, así que estamos pagando la hipoteca, tres préstamos, dos pequeños préstamos con tarjeta, teníamos créditos en todos lados sin que ellos [bancos, tiendas] se enteraran, pero preferimos pagar y vivir tranquilos, todo arreglado. Sin llamadas, sin cobros. (H2, 38 años, empleado de transporte)

En el pasado, tuve que lidiar con tarjetas de crédito. Después de mi matrimonio, estuve “encalillado”. Los recursos fácilmente disponibles de las tarjetas de la tienda eran problemáticos para mí, por lo que apenas podía distinguir cuál era mi presupuesto real... muebles, ropa y electrodomésticos, principalmente todo en tarjetas. (H7, 50 años, trabajador de supermercado)

Todos los consumidores financieros percibieron el aumento masivo del acceso al crédito que se había producido en los últimos quince o veinte años. Sus narrativas de la expansión crediticia se construyen a partir de las experiencias de quienes ya eran jefes de hogar, de quienes trabajaban o aún trabajan en empleos vinculados al crédito, y de quienes, en la adolescencia, prestaron cierta atención a la forma en que sus padres tomaban decisiones sobre el presupuesto familiar. En esas narrativas, hubo un momento en que la regla era

aceptar lo que se podía comprar con un ingreso. Ahora, si bien la vida material “es mejor que antes”, también conlleva más riesgos y sanciones, debido al endeudamiento.

Discusión y conclusiones

El argumento de este artículo es que los dispositivos económicos tan ampliamente difundidos como el crédito se enmarcan en —pero también ayudan a enmarcar— relaciones sociales y evaluaciones morales. Ciertamente, algunas prácticas económicas están arraigadas a un análisis de costo-beneficio. No obstante, en algunos casos, las personas adoptan un enfoque menos calculador y más moral. Por ejemplo, cuando llega el momento de complacer a los niños el día de su cumpleaños o cuando surge un problema de salud de urgencia. En esos casos, las obligaciones morales están por encima del análisis de costo-beneficio. Se adopta esta perspectiva para desentrañar las justificaciones morales y sociales que la gente emplea como parte de la normalización de las prácticas crediticias. Estas no se desacoplan de las condiciones materiales de existencia y del cambio social, en cuyo contexto los sujetos y familias desarrollan estrategias y proyectos de vida, y el crédito ayuda a las personas a superar situaciones difíciles, y a agenciar una “vida decente” y un futuro mejor para aquellos con quienes se sienten moralmente obligados. Sin negar el tremendo poder de las limitaciones estructurales que las familias de bajos ingresos llegan a enfrentar en sus experiencias diarias, la agencia de estos consumidores financieros está en juego en estas circunstancias. Esto es consistente con la ambivalencia moral del crédito. En su mayoría, son conscientes de que el mismo camino que puede llevarlos a una “vida decente” también puede destruirlos económicamente, tal como algunos de ellos han experimentado debido a “desastres” de endeudamiento. Esta comprensión moral-cultural de los fundamentos de las prácticas crediticias es una forma útil de ver cómo ha cambiado la normatividad económica en los hogares de ingresos bajos y medios-bajos al transformarse en consumidores financieros.

Con la democratización del crédito en Chile, las finanzas se domestican y estas nuevas formas de pensarlas se insertan en relaciones y maneras de hacer en la vida cotidiana. Las racionalidades de las economías domésticas y de las finanzas se entrelazan diariamente en la gestión del crédito. Por lo tanto, las finanzas cotidianas tienen un papel performativo en la fabricación de consumidores financieros. Ya no se trata únicamente de consumir y de tener la disposición para hacerlo sin pausa, sino también de procurarse y administrar correctamente los medios financieros, en contextos donde la liquidez de los hogares más bien es baja. Los consumidores financieros reaccionan domesticando e ideando formas de uso de los dispositivos financieros, es decir, cada dispositivo financiero está anclado a sus valores, actitudes y hábitos predominantes, mientras que, al mismo tiempo, el usuario los moldea.

La comprensión particular en torno a dispositivos supuestamente objetivos y estandarizados como el crédito y la deuda posiblemente sea contradictoria. Las personas pueden movilizarse por categorías sociales y económicas de una manera muy diferente a las organizaciones financieras, agencias estatales y la academia. La diferencia semántica entre crédito y endeudamiento —en los términos mencionados a lo largo de este artículo, según los cuales no todo crédito genera una deuda que se perciba como tal— tiene una consecuencia: estar endeudado tiene mayores implicancias económicas que morales. Los consumidores financieros se preocupan por no poder pagar, pero no por consideraciones morales, sino porque, como consecuencia de no pagar, se restrinja su acceso a más crédito; esto ocasiona que no logren proveer a sus familias, con los impactos negativos que eso acarrearía. Vivir endeudado no es esencialmente conflictivo, si se toman las medidas para vivir el ciclo pagar-endeudarse-pagar de manera constante. Por ello, el incumplimiento es un problema que recae en lo económico y no en lo moral. Como los consumidores financieros hacen una distinción entre deuda y crédito, no le dan un peso moral al incumplimiento,

sino que el conflicto subyace en que, si son sancionados, no pueden volver a pedir dinero —o crédito— prestado. Por lo tanto, debido a que el crédito suele impulsar a las personas a obtener más crédito, cuando se considera desde la perspectiva de las estrategias financieras del hogar, el riesgo ocurre cuando las personas pierden el acceso a más crédito, no la incautación de artículos, que algunas familias han experimentado después del incumplimiento, lo que se supera con un conocimiento adecuado, como explicó una de las entrevistadas.

El crédito y la deuda, en el contexto del aumento del endeudamiento global y la financiarización, han propiciado la *creación del hombre endeudado* (Lazaratto 2012) y otras subjetividades del neoliberalismo de base. La idea subyacente es que las economías de deuda contemporáneas empujan a las personas a ser expertas en finanzas. Desde la perspectiva del mercado, esta era de crédito masivo ha sido etiquetada como la democracia de los consumidores. Sostengo que, para estos consumidores financieros precarios y de ingresos más bien bajos, cualquier idea de la soberanía del consumidor parece lejana.

La noción de financiarización también discute el poder de deteriorar el tejido de la sociedad, así como se estudió la capacidad corrosiva del dinero, como una mera fuerza desintegradora de la relación moral, cultural e incluso estética de la economía de los hogares. Esto sería contradictorio con la continua decodificación cultural y recodificación de los sujetos que utilizan sus valores familiares, sociales y morales para relacionarse con las microfinanzas, que no son tan monolíticas. En el caso del endeudamiento, el crédito y la deuda pueden decodificarse y recodificarse justo dentro de los límites de lo que la estructura del neoliberalismo ofrece: aspiraciones, acceso desigual al bienestar, consumo democratizado. De esta forma, la gente intenta “domesticar” los instrumentos financieros resignificando y movilizandolos categorías sociales de una manera innovadora, aunque el límite de la recodificación proviene de la estratificación social del crédito. Más aún, algunos usuarios de crédito creen que codifican instrumentos financieros cuando estos probablemente los están recodificando a ellos.

Se ha explorado empíricamente un particular sentido de explotación que experimentan consumidores financieros que trabajan en la economía del gran *retail*. En los albores del capitalismo, los que estaban en situación de cobrar intereses a los demás también extraían plusvalía de los deudores, al igual que los capitalistas de los proletarios. Esta plusvalía se toma indirectamente del valor de los trabajadores. Por lo tanto, en una sociedad masivamente endeudada como Chile, la mayoría de los trabajadores son explotados tanto por empleadores como por prestamistas institucionales. Lo que es particular del caso chileno es que para un grupo considerable de trabajadores su empleador también es su acreedor, como las grandes tiendas y los supermercados, ya que son la principal fuente de crédito de estos grupos de menores ingresos. Con el tiempo, es habitual que estos trabajadores reciban incentivos por vender artículos a crédito y alienten directamente a los clientes de la tienda a solicitar préstamos o tarjetas de crédito. Se convierten así en agentes de la financiarización. Necesitan trabajar bajo las reglas del capitalismo financiero para lograr los objetivos de ventas y también para sostener a sus familias. La sensación de explotación se experimenta en la vida cotidiana como “trabajar solo para hacer frente al pago de la deuda”. Por otro lado, cuando los consumidores financieros adquieren algo bajo el supuesto de que solo necesitan hacer pagos que calcen en su presupuesto mensual, sin importar el costo total del crédito, la explotación se oscurece, pero no obstante permanece.

Para quienes se encuentran en el extremo más agudo de la democratización del crédito en Chile, el crédito es visto como un “mal necesario”. Esta frase resume tanto la ambivalencia moral del crédito en las prácticas cotidianas como el peligroso problema que representa para la planificación presupuestaria. El crédito hace parte de la dinámica familiar, da forma a las decisiones, colabora en la elaboración de roles y vínculos, y afecta las relaciones. Los hogares desarrollan diferentes prácticas materiales con crédito, durante diferentes etapas de la vida, y aprenden lecciones de los “desastres” de la deuda que son

moralizadas y racionalizadas. Sin embargo, las carreras de las personas relacionadas con la deuda muestran similitudes en la forma en que respaldan sus motivaciones para recurrir al crédito moralmente, en términos de obligaciones familiares de proporcionar condiciones de vida adecuadas.

Al abordar esta normalización de la deuda, se entendió que el crédito y las finanzas internas no necesariamente involucran a “sujetos inversores” o “consumistas egoístas”. Más bien, el crédito debe ubicarse en las prácticas de consumo doméstico ordinario y en los discursos de movilidad social que son consideradas esenciales por quienes las emprenden. Ciertamente, tales prácticas crediticias quedan fuera del alcance de cualquier tipo de fenómeno consumista. Los consumidores financieros usan el crédito para objetivos disímiles: amplificar mensualmente sus ingresos, pagar servicios de salud o educación, imaginar proyectos de ampliación del hogar o a modo de un dispositivo de conveniencia. Podemos entender la normalización del crédito como una capa más en la tolerancia de la gente al capitalismo neoliberal, que presenta proyectos individualizados de movilidad social y subsistencia, respaldados moralmente por una ética del esfuerzo individual y la retórica de la posición de clase media. En Chile la financiarización del consumo y la enorme expansión del crédito ocurrieron en un momento de crecimiento económico, y se convirtieron en un rasgo esencial de la modernización neoliberal en medio del establecimiento de una cultura de consumo. El consumidor financiero se ha construido en los encuentros ordinarios entre racionalidades y subjetividades domésticas, aspiraciones materiales e instrumentos financieros.

Una distinción crucial que fue observada es que crédito y deuda son en la práctica cosas muy diferentes para las personas. La deuda ha sido desmoralizada y el crédito, moralizado, de modo que en términos prácticos crédito no es lo mismo que deuda. Esta ilusión tiene mucho sentido en el contexto de las estrategias financieras empleadas por los consumidores financieros. Los hogares producen una narrativa diferente sobre el endeudamiento, cómo lidiar con eso y las diferentes motivaciones y justificaciones del consumidor financiero. La pérdida de moralidad de la deuda y la preocupación económica de los consumidores financieros puede abrir el punto de análisis para la politización de la deuda, a partir de la colectivización de formas de subvertir sistemáticamente los sistemas sociotécnicos de la deuda y sobre la neutralidad valorativa de no pagarla. Se proyecta el análisis de cómo los consumidores se politizan a partir de una crítica más estructural y ética sobre la necesidad del crédito, y los distintos estilos de vida y aspiraciones de consumo que se relacionan con dichos créditos.

Delineando futuros caminos para la argumentación aquí presentada, podríamos intentar trasladar estas dinámicas de la economía moral de la deuda a su politización: ¿es posible explorar la idea de que el proceso de desmoralización de la deuda anteriormente expuesto sea considerado un camino a la deslegitimación? Hay experiencias de colectivización de la situación de endeudados a través de foros virtuales y, si bien algunos “consumidores furiosos” se concentraron en torno a la idea de “abuso” para participar en las movilizaciones de la revuelta social en Chile de 2019 (Marambio-Tapia, Fonseca-Mairena y Argüello Contreras 2021), los llamados al no pago se enfocan en otro tipo de deudores, en particular, aquellos que contraen créditos para la educación superior. Sin duda, este es un camino a explorar, desde la perspectiva de la politización de los discursos de consumidores. En ese contexto, González-López (2021b) destaca el caso de los estudiantes chilenos agobiados por el peso de la deuda y sujetos de la marketización y financiarización de la educación superior, quienes, sin embargo, pueden asumir la oportunidad de politizar la deuda a la luz de una política social que los “empuja” a ello. Allí se juntan los ingredientes que podrían permitir un despertar colectivo y/o político de los deudores, lo que extrañaba tanto a Marx como a Graeber (2011), ya sea desde los efectos de la creación del mercado de la educación superior (González-López 2021b) —educación costosa, bajos retornos en el mercado laboral, endeudamiento crónico— o bien desde la incipiente desmoralización del

endeudamiento y, en este caso, de la morosidad: quienes dejan de pagar tienen la primera opción de colectivizarse y politizarse.

Por otro lado, la evidencia señala que, al menos para el caso de los deudores habitacionales (Guzmán 2015), la emergencia de una evaluación negativa generalizada de la deuda o de su deslegitimación es un proceso difícil puesto que ellos pueden desempeñar un papel activo en reafirmar la legitimidad de la deuda, aun cuando tengan evidencia que los llevaría a reflexionar en sentido contrario, y aunque otros sujetos endeudados por compra de vivienda sí realicen procesos de deslegitimación exitosa, al menos en Europa (Sabaté 2018 y 2019). De manera más global y apuntando a diversos segmentos de sujetos endeudados, González-López (2021a) explica el surgimiento de movimientos antideuda desde la perspectiva del *double movement* polanyiano, esta vez como una reacción organizada desde las bases hacia la financiarización y cuya estrategia de “repudio” a la deuda consiste en una deslegitimación de esta vía operaciones morales que pavimentan el camino a una politización más efectiva. Es un camino distinto al de aquellos que actúan como “consumidores furiosos” que no deslegitiman —sino al contrario— la deuda, y que más bien demandan cambios y transparencia en los términos y referencias de los instrumentos financieros, una “mejor marketización” o una mayor “educación financiera” que les permitan cumplir mejor su rol de consumidores financieros (Marambio-Tapia 2021): pagar bien para un mejor endeudamiento.

Referencias

1. Banco Central de Chile. 2017. *Encuesta Financiera de Hogares 2017*. Santiago de Chile: Banco Central de Chile.
2. Bandelj, Nina. 2012. “Relational Work and Economic Sociology”. *Politics & Society* 40 (2): 175-201. <https://doi.org/10.1177/0032329212441597>
3. Bandelj, Nina, Lyn Spillman y Frederick F. Wherry. 2015. “Economic Culture in the Public Sphere: Introduction”. *Archives Européennes de Sociologie* 56 (1): 1-10. <https://doi.org/10.1017/S0003975615000016>
4. Baudrillard, Jean. 2002. *Crítica de la economía política del signo*. Buenos Aires; Ciudad de México: Siglo XXI Editores.
5. Bauman, Zygmunt. 2001. “From the Work Ethic to the Aesthetic of Consumption”. En *The Bauman Reader*, editado por Peter Beilharz, 311-333. Malden, MA: Blackwell Publishers.
6. Čada, Karel y Katerina Ptáčková. 2017. “The Domestication of Financial Objects: Narrativisation, Appropriation and Affectivation”. *Sociologický časopis* 53 (6): 857-879. <https://doi.org/10.13060/00380288.2017.53.6.378>
7. Carruthers, Bruce G. 2005. “The Sociology of Money and Credit”. En *The Handbook of Economic Sociology*, editado por Richard Swedberg y Neil J. Smelser, 331-355. Princeton: Princeton University Press.
8. Cohen, Lisbeth. 2004. “A Consumers’ Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America”. *Journal of Consumer Research* 31 (1): 236-239. <https://doi.org/10.1086/383439>
9. Edwards, Tim. 1999. *Contradictions of Consumption: Concepts, Practices, and Politics in Consumer Society*. Buckingham: Open University Press.
10. Filgueira, Carlos. 2007. “Actualidad de las viejas temáticas: clase, estratificación y movilidad social en América Latina”. En *Estratificación y movilidad social en América Latina: transformaciones estructurales de un cuarto de siglo*, coordinado por Rolando Franco, Arturo León y Raúl Atria, 73-120. Santiago de Chile: Cepal; Lom Ediciones; GTZ.
11. Fourcade, Marion y Kieran Healy. 2007. “Moral Views of Market Society”. *Annual Review of Sociology* 32: 285-311. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.33.040406.131642>
12. Gago, Verónica. 2014. *La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires: Tinta Limón.
13. González-López, Felipe. 2015. “Where Are the Consumers? ‘Real Households’ and the Financialization of Consumption”. *Cultural Studies* 29 (5-6): 781-806. <https://doi.org/10.1080/09502386.2015.1017144>
14. González-López, Felipe. 2021a. “Society against Markets. The Commodification of Money and the Repudiation of Debt”. *Sociología & Antropología* 11 (1): 97-122. <https://doi.org/10.1590/2238-3875202111114>
15. González-López, Felipe. 2021b. “The Financialization of Social Policy and the Politicization of Student Debt in Chile”. *Journal of Cultural Economy* 14 (2): 176-193. <https://doi.org/10.1080/17530350.2020.1831574>
16. Graeber, David. 2011. *Debt: The First Five Thousand Years*. Nueva York: Melville House.
17. Guzmán, Sebastián G. 2015. “Should I Trust the Bank or the Social Movement?’. Motivated Reasoning and Debtors’ Work to Accept Misinformation”. *Sociological Forum* 30 (4): 900-924. <https://doi.org/10.1111/socf.12201>
18. Han, Clara. 2011. “Symptoms of Another Life: Time, Possibility, and Domestic Relations in Chile’s Credit Economy”. *Cultural Anthropology* 26 (1): 7-32. <https://doi.org/10.1111/j.1548-1360.2010.01078.x>

19. Han, Clara. 2012. *Life in Debt: Times of Care and Violence in Neoliberal Chile*. Berkeley; Los Angeles; Londres: University of California Press.
20. Langley, Paul. 2008a. "Financialization and the Consumer Credit Boom". *Competition & Change* 12 (2): 133-147. <https://doi.org/10.1179/102452908X289794>
21. Langley, Paul. 2008b. "Sub-prime Mortgage Lending: A Cultural Economy". *Economy and Society* 37 (4): 469-494. <https://doi.org/10.1080/0308514080235789>
22. Lazzarato, Maurizio. 2012. *The Making of the Indebted Man: An Essay on the Neoliberal Condition*. Traducido por Joshua David Jordan. Nueva York: Semiotext(e).
23. Marambio-Tapia, Alejandro. 2017. "Narratives of Social Mobility in the Post-industrial Working Class and the Use of Credit in Chilean Households". *Revue de la Régulation. Capitalisme, Institutions, Pouvoirs* 22: en línea. <https://doi.org/10.4000/regulation.12512>
24. Marambio-Tapia, Alejandro. 2020. "Consumo, trabajo, deuda en Chile: el retail como ecosistema socioeconómico de las sociedades de consumo precarias". En *Topografías del consumo*, editado por Andrea Dettano, 249-270. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.
25. Marambio-Tapia, Alejandro. 2021. "Educados para ser endeudados: la inclusión 'social-financiera' en Chile". *Revista Mexicana de Sociología* 83 (2): 389-417. <http://revistamexicanadesociologia.unam.mx/index.php/rms/article/view/60089>
26. Marambio-Tapia, Alejandro. 2022. "Normalización de la deuda y retailización del crédito como pilares del neoliberalismo chileno avanzado". *Iberoamericana. Nordic Journal of Latin American and Caribbean Studies* 51 (1): 14-25. <https://doi.org/10.16993/iberoamericana.529>
27. Marambio-Tapia, Alejandro, Haydée Fonseca-Mairena e Iris Argüello Contreras. 2021. "La paradoja del virus: realidades en crisis, emergencia y consolidación de prácticas económicas alternativas". En *Lo comunitario. Alternativas en tiempos de crisis*, editado por Verónica Tapia Barria, Francisco Letelier Troncoso, Javiera Cubillos Almendra y Stefano Micheletti Dellamaria, 28-51. Talca: Ediciones UCM.
28. Marron, Donncha. 2007. "Lending by Numbers': Credit Scoring and the Constitution of Risk within American Consumer Credit". *Economy and Society* 36 (1): 103-133. <https://doi.org/10.1080/03085140601089846>
29. Marron, Donncha. 2014. "Informed, Educated and More Confident': Financial Capability and the Problematization of Personal Finance Consumption". *Consumption Markets & Culture* 17 (5): 491-511. <https://doi.org/10.1080/10253866.2013.849590>
30. Montero, Juan Pablo y Jorge Tarzijan. 2010. "El éxito de las casas comerciales en Chile: ¿regulación o buena gestión?". Documentos de Trabajo n.º 565. Banco Central de Chile.
31. Ossandón, José. 2017. "My Story Has No Strings Attached': Credit Cards, Market Devices and a Stone Guest". En *Markets and the Arts of Attachment*, editado por Franck Cochoy, Joe Deville y Liz McFall, 132-146. Londres; Nueva York: Routledge.
32. Ossandón, José, Joe Deville, Jeanne Lazarus y Mariana Luzzi. 2022. "Financial Oikonomization: The Financial Government and Administration of the Household". *Socio-Economic Review* 20 (3): 1473-1500. <https://doi.org/10.1093/ser/mwabo31>
33. Pellandini-Simányi, Léna, Ferenc Hammer y Zsuzsanna Vargha. 2015. "The Financialization of Everyday Life or the Domestication of Finance? How Mortgages Engage with Borrowers' Temporal Horizons, Relationships and Rationality in Hungary". *Cultural Studies* 29 (5-6): 733-759. <https://doi.org/10.1080/09502386.2015.1017142>
34. Pérez-Roa, Lorena. 2014. "El peso real de la deuda de estudios: la problemática de los jóvenes deudores del sistema de financiamiento universitario de la Corfo pregrado en Santiago de Chile". *Education Policy Analysis Archives* 22: 1-43. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=275031898029>
35. Pérez-Roa, Lorena. 2019a. "Emprendedores por necesidad: el emprendimiento como estrategia de pago de deudas en un contexto precariedad laboral". *Aposta. Revista de Ciencias Sociales* 83: 61-75. <https://www.redalyc.org/journal/4959/495963605003/495963605003.pdf>
36. Pérez-Roa, Lorena. 2019b. "From 'Good Credit' to 'Bad Debt': Comparative Reflections on the Student Debt Experience of Young Professionals in Santiago, Chile, and Montreal, Canada". *Economic Anthropology* 6 (1): 135-146. <https://doi.org/10.1002/sea2.12137>
37. Pérez-Roa, Lorena. 2021. "Consumistas, deudores o morosos: explorando las ambivalencias de los imaginarios sobre las prácticas económicas y sus consecuencias para la intervención social". *Revista Perspectivas: Notas sobre Intervención y Acción Social* 38: 87-113. <https://doi.org/10.29344/07171714.38.2750>
38. Ritzer, George. 2001. *Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Cards and Casinos*. Londres; Nueva Delhi; Thousand Oaks: Sage Publications.
39. Rona-Tas, Akos y Alya Guseva. 2018. "Consumer Credit in Comparative Perspective". *Annual Review of Sociology* 44 (1): 55-75. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-060116-053653>
40. Sabaté, Irene. 2018. "To Repay or Not to Repay: Financial Vulnerability among Mortgage Debtors in Spain". *Etnográfica. Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia* 22 (1): 5-26. <https://doi.org/10.4000/etnografica.5130>
41. Sabaté, Irene. 2019. "Sobrendeudamiento, ejecuciones hipotecarias y cuestionamiento de la legitimidad de las deudas". *Arbor* 195 (793): a516-a516. <https://doi.org/10.3989/arbor.2019.793n3004>

42. Soederberg, Susanne. 2014. *Debtfare States and the Poverty Industry: Money, Discipline and the Surplus Population*. Nueva York: Routledge.
43. Stillerman, Joel. 2012. "Chile's Forgotten Consumers: Poor Urban Families, Consumption Strategies, and the Moral Economy of Risk in Santiago". En *Consumer Culture in Latin America*, editado por John Sinclair y Anna Cristina Pertierra, 67-79. Nueva York: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137116864_5
44. Villarreal, Magdalena. 2014. "Regimes of Value in Mexican Household Financial Practices". *Current Anthropology* 55 (S9): S30-S39. <https://doi.org/10.1086/676665>
45. Villaseca, Ángeles e Ingrid Padópolos. 2011. "Representaciones sociales de pobreza y sus correlatos en política social". *Revista Sociedad y Equidad* 1: 1-8. <https://sy.e.uchile.cl/index.php/RSE/article/view/10608>
46. Warde, Alan. 2005. "Consumption and Theories of Practice". *Journal of Consumer Culture* 5 (2): 131-153. <https://doi.org/10.1177/1469540505053090>
47. Wilkis, Ariel. 2014. "Sociología del crédito y economía de las clases populares". *Revista Mexicana de Sociología* 76 (2): 225-252. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32130485004>
48. Wilkis, Ariel. 2018. *The Moral Power of Money: Morality and Economy in the Life of the Poor*. Stanford: Stanford University Press.
49. Zelizer, Viviana. 2021. *The Social Meaning of Money: Pin Money, Paychecks, Poor Relief, and Other Currencies*. Princeton: Princeton University Press.

Alejandro Marambio-Tapia

Ph. D. en Sociología por la University of Manchester, Reino Unido. Profesor de la Escuela de Sociología de la Universidad Católica del Maule, Chile, e investigador del Centro de Estudios Urbano Territoriales de la misma institución. Sus intereses investigativos se encaminan hacia la financiarización, el consumo, el crédito y el endeudamiento, el gran *retail*, la estratificación social y las nuevas clases medias latinoamericanas. Últimas publicaciones: "Normalización de la deuda y *retailización* del crédito como pilares del neoliberalismo chileno avanzado", *Iberoamericana. Nordic Journal of Latin American and Caribbean Studies* 51 (1): 14-25, 2022, <https://doi.org/10.16993/iberoamericana.529>; y "The Evolving Moral Economy of Indebtedness in Chile: Resignifying Credit and Debt in the Oldest Neoliberal Society", *Journal of Consumer Culture* 23 (2): 409-427, 2023, <https://doi.org/10.1177/14695405221100383>. amarambio@ucm.cl

