



Revista Mexicana de Sociología

ISSN: 0188-2503

revmexso@servidor.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de México
México

Wilkis, Ariel

Sociología del crédito y economía de las clases populares

Revista Mexicana de Sociología, vol. 76, núm. 2, abril-junio, 2014, pp. 225-252

Universidad Nacional Autónoma de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32130485004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Sociología del crédito y economía de las clases populares

ARIEL WILKIS*

Resumen: Este artículo analiza las consecuencias de la extensión del mercado de crédito al consumo en la economía popular. Se basa en un estudio cuantitativo y cualitativo realizado en la periferia de la ciudad de Buenos Aires, entre 2009 y 2011. Los resultados muestran la necesidad de revisar cierta perspectiva que dominó la interpretación del mundo económico popular en América Latina, para prestar más atención al peso del mercado del crédito y al endeudamiento en ese sector social.

Abstract: This article analyzes the impact of the expansion of the credit market to the popular economy. It is based on a quantitative and qualitative study on the outskirts of the city of Buenos Aires between 2009 and 2011. The results show the need to review the perspective that dominated the interpretation of the low-income economic world in Latin America in order to pay more attention to the importance of the credit market and borrowing in this social sector.

Palabras clave: sociología del crédito, economía popular, consumo, endeudamiento.

Key words: sociology of credit, popular economy, consumption, indebtedness.

Este artículo presenta los resultados de una investigación sobre la extensión del mercado del crédito al consumo entre las clases populares urbanas del Gran Buenos Aires. Este proceso está fuera de los temas principales de la literatura que se ha preocupado por la economía popular, como la ayuda familiar o política, las prestaciones sociales del Estado o la autogestión económica (González de la Rocha, 1994; Auyero, 2001; Coraggio, 2007).

La sociología del crédito en el estudio de la economía de los sectores populares es incipiente en América Latina. Lucía Müller desglosa los procesos de endeudamiento en las familias populares del sur de Brasil (2009); Claudia Sciré (2012), las conexiones entre consumo y crédito entre pobladores pobres de la periferia de São Paulo; Magdalena Villareal (2009) reconstruye las tensiones que tienen lugar cuando las deudas

* Doctor en Sociología por la École de Hautes Études en Sciences Sociales de París y la Universidad de Buenos Aires. Universidad Nacional de San Martín. Tema de especialización: sociología del dinero y del crédito. Paraná 145, 5o. piso, 1017, Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: <ariel.wilkis@gmail.com>.

pautan la vida de las familias pobres rurales de México; Taylor Nelms (2012) da voz a los comerciantes endeudados en los mercados populares de Quito; Macarena Barrios (2011) cuenta las presiones financieras sobre los hogares de bajos recursos de Santiago de Chile, y José Ossandón (2012) muestra el proceso de expansión de los créditos al consumo entre los sectores medios y bajos de Chile,

Como señalé en un trabajo previo (Wilkis, 2013), esta agenda de investigación de la sociología económica indica una nueva legitimidad del estudio del vínculo de los sectores populares con el mundo mercantil, y una reconsideración de las preocupaciones tradicionales con las que se abordaba el estudio de los sectores más relegados socialmente.

En un itinerario que fundó *Cómo sobreviven los marginados* (1975), de la antropóloga Larissa A. de Lomnitz, y que se prolongó durante las décadas siguientes en los conceptos de capital social o redes sociales, entre otros, las investigaciones han sobrevalorado las relaciones de reciprocidad no mercantiles como cuadrícula para el análisis de las situaciones de pobreza, marginalidad, exclusión. En su introducción a una obra colectiva sobre el crédito en las zonas rurales de México, Villarreal (2004) destaca que los estudios sobre las economías familiares y comunitarias les prestaron poca atención, en contraste con el interés que ha tenido el análisis de las fuentes de ingreso monetario asociadas con el empleo o la ayuda familiar. Sonia Álvarez Leguizamón (2002) reconstruyó la historia conceptual que marca en el debate latinoamericano la centralidad de los factores no mercantiles en la vida económica popular.

Hoy encontramos nuevos incentivos para modificar esta concepción. Las reglas del capitalismo que promovieron la liberalización de las finanzas (Chesnais, 2001) convirtieron la renta de las personas particulares en una fuente significativa de ganancias. Al retraerse el gasto social del Estado en esferas como la vivienda, la salud, la educación, las pensiones, el acceso a estos bienes se ve mediado por la participación en mercados financieros. Los particulares, para hablar como el economista Costas Lapavistas (2009), se han financiarizado, sus condiciones de existencia dependen del acceso al dinero a través de instrumentos financieros como los créditos, las inversiones, las deudas. Uno de los rasgos de este proceso ha sido la ampliación de la oferta del crédito al consumo (Guseva, 2008).

El presente artículo se inspira en la perspectiva de Paul Langley (2008), quien invita a considerar la *financiarización de la vida cotidiana* de las personas, enfocándose en prácticas, vínculos sociales, saberes,

identidades, valores, que son redefinidos por medio de procesos como la extensión del mercado del crédito al consumo.

¿Cómo este mercado ha devenido central en la cotidianidad de los sectores populares? ¿Cómo se han modificado los usos del crédito? ¿Cómo se vinculan las prácticas más tradicionales con las nuevas que han surgido? ¿Qué rol juegan los espacios y las lógicas de consumo? ¿Cómo se transforman las dinámicas familiares con esta expansión? ¿Qué nuevos roles, saberes, valores y estrategias se despliegan a la par de la mayor centralidad del mercado de crédito en la economía popular?

Entre 2009 y 2011 realicé un estudio cuantitativo y cualitativo sobre la expansión del mercado del crédito entre las clases populares y sus efectos en las lógicas económicas de los hogares. En este artículo retomo los datos producidos en una encuesta no probabilística realizada en una zona comercial del partido de La Matanza,¹ entrevistas semiestructuradas a responsables de 30 comercios en dos zonas comerciales del mismo partido, y 20 entrevistas semiestructuradas a habitantes de asentamientos precarios del partido de La Matanza. En esta última etapa realicé un seguimiento de los presupuestos de los hogares.

El plan del artículo es el siguiente: En primer lugar, describo los desarrollos recientes de la sociología del crédito, dando cuenta de una agenda robusta y dinámica frente a la configuración del capitalismo financiarizado. En segundo lugar, destaco algunos procesos económicos, políticos y sociales que configuraron la extensión del mercado del crédito al consumo hacia los sectores populares en Argentina: muestro cómo se conjugaron las políticas sociales desplegadas por el gobierno con una nueva dinámica del sistema financiero y bancario que redefinió el lugar de los sectores de bajos recursos en el mercado del crédito. En tercer lugar, me enfoco en los datos cuantitativos y cualitativos para mostrar

¹ Este municipio se encuentra al oeste de la ciudad de Buenos Aires. Por su extensión geográfica y por la cantidad de habitantes con que cuenta (casi 2 000 000 de personas), se asemeja a las provincias más grandes del país. En la década de los años cuarenta, La Matanza se convirtió en un centro de atracción tanto de industrias como de mano de obra. Sin embargo, los procesos de desindustrialización que se iniciaron en la década de los años setenta cambiaron su morfología social y urbana. De las 12 000 industrias que existían a mediados de los años setenta, en 2003 quedaban unas 4 000 (Agostino, 2003). En 2006, la tasa de desocupación ampliada en las zonas más relegadas llegaba a 32.1%. Alrededor de 40% de las personas ocupadas trabajaba en empleos no calificados y en el servicio doméstico. El 67.8% de los ocupados no recibía beneficio social alguno. La pobreza en todo el partido alcanzaba 48.9%, y 63.8% en el área más relegada (*Encuesta de condiciones de vida*, Municipio de La Matanza, 2007).

la centralidad del mercado del crédito al consumo en la realidad material y simbólica de las clases populares; asimismo, analizo los datos de la encuesta y del seguimiento de los presupuestos de los hogares, para comprender las nuevas lógicas en las prácticas crediticias, identificando los tipos de créditos, sus usos y combinaciones; también analizo el rol jugado por las cadenas comerciales como mediadoras en la expansión de la oferta del crédito y como nuevos espacios de consumo para estos sectores. En cuarto lugar, analizo los nuevos roles asumidos en las dinámicas familiares a raíz de la expansión del mercado del crédito, identificando cambios en las configuraciones de poder intrafamiliar, de saberes, de estrategias y de valores.

En suma, analizo a lo largo del artículo cómo el mercado del crédito al consumo se ha tornado central en la vida cotidiana de las clases populares.

DESARROLLOS RECIENTES DE LA SOCIOLOGÍA DEL CRÉDITO

En la última década se ha producido un creciente interés en la sociología del crédito.² La crisis de las *subprime* en 2008 dio un nuevo impulso a este tópico en la sociología económica (Carruthers y Kim, 2011). Los contados trabajos sociológicos realizados en el pasado sobre el crédito (Bourdieu *et al.*, 1963; Captlovitz, 1967) han dado paso, en la última década, a una extensa bibliografía, sobre todo en los países centrales y, en menor medida, en América Latina. Los ejes sobresalientes en esta agenda de investigación son:

A) Las transformaciones de las instituciones de crédito. Estos análisis mostraron un rol decreciente de las redes locales (familiares, étnicas, religiosas, geográficas) que animaban la circulación del crédito sobre la base de vínculos interpersonales y el desarrollo, durante principios del siglo XIX y entrado el siglo XX, de instituciones de alcance nacional como los bancos y las cadenas de comercios (Carruthers y Ariovich, 2010). Esta nueva configuración institucional crediticia formateó cada vez las capacidades de consumo de la población (Marron, 2009). Una innovación

² Este interés se ha dado en diferentes áreas del conocimiento. Por ejemplo, en el campo de la historiografía encontramos investigaciones sobre los pobres y el uso del crédito en la era pre-industrial (Fontaine, 2008); el rol del crédito en la expansión del capitalismo inglés (Muldrew, 1998) o el desarrollo del consumo a través del mercado del crédito a lo largo del siglo XX en Estados Unidos (Calder, 1999).

de alcance mayor fue la creación y expansión de las tarjetas de crédito, que impulsó aún más la conformación de una sociedad de consumo de masas (Ritzer, 2001).

B) Las cambiantes tecnologías de evaluación de los tomadores de crédito. La sociohistoria del desarrollo de las tecnologías de evaluación de los tomadores de crédito muestra una tendencia hacia métodos objetivos y cuantificables, como los sistemas de *scoring* o *ratings* (Poon, 2007; Marron, 2007). Asimismo, algunas investigaciones subrayan el rol que cumplen las evaluaciones morales para obtener un crédito en las relaciones bancarias contemporáneas (Lazarus, 2011).

C) El papel del crédito en los presupuestos de los hogares y en las pautas de consumo. Se analizaron las estrategias económicas de los hogares en relación con una oferta extendida y diversificada de créditos. Este eje encontró un fuerte impulso desde la crisis financiera de 2008, con lo que se instaló en la agenda de la sociología del crédito la cuestión del “sobreendeudamiento” de los hogares y sus efectos sobre las condiciones de vida (Montgomerie, 2011).

D) La dimensión cultural y subjetiva del marco impuesto por la extensión del mercado del crédito. La sociología se interesó por comprender cómo las personas razonan, hablan, hacen cuentas, adquieren conocimientos especializados, para moverse en el universo de los créditos (Lazarus, 2011; Perrin-Heredia, 2009). También se exploró la emergencia de una “nueva ética neoliberal”, amoldada subjetiva y moralmente a las exigencias de la financiarización de la vida cotidiana (Langley, 2008).

E) Las relaciones de crédito alternativas al mercado capitalista. De acuerdo con Bill Maurer (2012), éstas engloban los grupos informales de crédito, las instituciones de microfinanzas, el universo de instituciones ligadas a la religión, como la “banca islámica”, y también los flujos de crédito en la economía ilícita.

La agenda de investigación de sociología del crédito en los países centrales se muestra robusta y dinámica, siguiendo las transformaciones y las crisis del capitalismo financiarizado. Basándome en un estudio realizado en la periferia de la ciudad de Buenos Aires, en este artículo retomo algunos de estos ejes para comprender la nueva centralidad del mercado del crédito en la economía popular.

UN NUEVO MERCADO DEL CRÉDITO AL CONSUMO: ARGENTINA 2003-2012

En Argentina, luego de que la crisis de principios de siglo casi paralizara la actividad bancaria,³ nuevas tendencias transformaron el campo del crédito⁴. En primer lugar, la evolución de la financiación para consumo entre 2003 y 2012 muestra un alza no sólo en términos absolutos, sino también en términos comparativos con otras categorías de crédito, como los hipotecarios o los prendarios.

En términos absolutos, los préstamos al consumo en pesos subieron de 4540 millones de pesos en enero de 2003 a 106313 millones de pesos en abril de 2012: una multiplicación por 23 veces en nueve años. En cuanto al lugar que toman estos créditos en relación con otras categorías, los dedicados al consumo en pesos, en relación con el total otorgado en enero de 2003, eran de 15.43%, mientras que 40.5% pertenecía a créditos comerciales (documentos, adelantos y otros) y 44% a los de garantía real (prendarios e hipotecarios). En abril de 2012, los de consumo pasaron a formar 41.2% del total de créditos en pesos, mientras que 40.76% pertenece a comerciales y 18% a los de garantía real.⁵

En segundo lugar, esa expansión para el consumo se produjo bajo el impulso de una oferta más diversificada y segmentada. Se desplegaron nuevas estrategias de crédito que implicaron una variedad amplia: créditos bancarios; tarjetas de crédito bancarias y no bancarias;⁶ créditos provistos por agencias financieras; créditos de comercios minoristas (*retail*) como grandes cadenas de electrodomésticos, indumentaria e hipermercados; créditos de mutuales y cooperativas.

³ Tras tres años de recesión, en 2001 la situación financiera del Estado argentino era grave y el acceso a créditos externos se volvía cada vez más difícil. Este contexto y el clima de rumores impulsaron un retiro de fondo de los bancos, primero de empresas e inversores externos y luego de particulares. Esta fuga de capitales derivó en medidas tendientes a detenerla, estableciendo restricciones al acceso al dinero en efectivo. El sistema bancario quedó prácticamente paralizado y se convirtió en el centro de las protestas sociales que se desplegaron a fines de 2001 y durante 2002 (Luzzi, 2008).

⁴ Para confrontar este proceso con el de otros países de América Latina, como Chile, ver Ossandón, 2011; con los países centrales, como Estados Unidos e Inglaterra, ver Langley, 2008; con lo sucedido en Rusia, ver Guseva, 2008.

⁵ Fuente: Banco Central de la República Argentina.

⁶ El uso de tarjetas de crédito se triplicó entre 2004 y 2011 (de casi 5 000 000 a 14 000 000).

Entre los instrumentos bancarios y no bancarios se produjeron grandes diferencias: para acceder a un préstamo o a una tarjeta, los bancos exigieron ingresos mayores y antigüedad laboral. Los préstamos no bancarios requieren plazos más cortos para su devolución y cargan costos financieros mayores: la tasa de financiación de las tarjetas no bancarias es 35% superior a las bancarias (D'Onofrio, 2008).

En tercer lugar, esa expansión implicó que nuevos sectores sociales se incorporasen al uso de instrumentos financieros formales. Esta tendencia no sólo permitió que la clase media empobrecida durante la década de los años noventa, y golpeada aún más durante la crisis de 2001, recuperase capacidad de consumo, sino que también logró transformar a las clases bajas en sujetos de crédito, conformando un mercado más amplio y heterogéneo que el antes predominante.

A la recomposición y transformación del mercado del crédito habrá que agregar la orientación de las políticas públicas de las administraciones de los gobiernos argentinos entre 2003 y la actualidad. Éstas buscaron mejorar los niveles de ingresos de los sectores populares por medio del aumento de la cobertura de las transferencias condicionadas de dinero,⁷ de la extensión de la cobertura previsional y la preservación de los niveles de empleo. El gobierno fue proponiendo una nueva interpretación sobre el dinero público que circulaba hacia los sectores más relegados. Intentaba pasar desde una *política de contención*, en la que el dinero era transferido para prevenir un deterioro de las condiciones de vida, a una *política de rehabilitación* en la que el dinero era enmarcado en el uso positivo que tenía no sólo para sus receptores, sino para el conjunto de la economía. Esta resignificación estaba acompañada por la valoración del dinero en manos de los sectores populares frente a otros sectores sociales más acomodados. A diferencia de éstos, argumentaba por ejemplo la presidenta Cristina Fernandez de Kirchner en su discurso de 2012 ante el Congreso Nacional, los sectores populares que no tienen capacidad de ahorro utilizan todos sus ingresos en el consumo local.

⁷ Los programas de transferencias monetarias condicionadas se habían convertido en el paradigma de política social en todos los países de América Latina (Lavinas, 2013). Según registros del Banco Mundial, en 1997 sólo Brasil y México implantaban este tipo de programas; en 2008, las transferencias monetarias condicionadas se habían extendido a 15 países de la región. En Brasil llegan a casi 11 millones de familias; en México, a 5 millones; en Colombia, a 1.5 millones, y en Chile, a 215 000 familias. En Ecuador la cobertura alcanza a 40% de la población.

En la agenda de estos gobiernos —al igual que otros en la región, como el del Partido de los Trabajadores en Brasil—, el “consumo popular” fue tomado como una bandera de éxito de sus políticas sociales y económicas.

En definitiva, desde 2003 se han conjugado políticas sociales desplegadas por los gobiernos con una nueva dinámica del sistema financiero y bancario, lo que redefinió el lugar de los sectores de bajos recursos en el mercado del crédito. A continuación analizaré cómo este proceso fue configurando nuevas lógicas en los usos del crédito y de consumo entre estos sectores.

LA NUEVA FINANCIACIÓN DEL CONSUMO POPULAR

Conocí a Mary durante el trabajo de campo en una villa⁸ de La Matanza.⁹ Tenía 58 años y vivía desde hacía 25 en Villa Olimpia. Su casa actual, menos precaria que la anterior, presentaba igualmente un sinfín de problemas, por la falta de agua corriente, de drenaje y de un techo que evitara las filtraciones. Cada noche, antes de dormir, Mary hacía sumas y restas. En esos pequeños montos, en esos cálculos de escala minúscula, concentraba su deseo y su imaginación para mejorar un presupuesto que permanecía en déficit permanente. Pensaba aumentar ese dinero mejorando su venta de bebidas y alimentos, todos los fines de semana, en la cancha de fútbol de la villa.

Mary pensaba invertir en un refrigerador nuevo. Sabía cómo: le pediría a su comadre, titular de una tarjeta en una cadena minorista de

⁸ Los primeros asentamientos de este estilo en la ciudad de Buenos Aires datan de la década de los años treinta, debido al peso de la crisis económica y las migraciones internas hacia Buenos Aires, centro económico y político del país. En las décadas siguientes, la población de estos territorios de relegación urbana y social se expandió, alimentada tanto por la continuación de las mudanzas internas como por la inmigración de los países limítrofes. En 1981 representaba 4.3% de la población total del conurbano; en 1991, 5.2%; en 2001, 6.9%, y en 2006, 10.1% (Cravino, Del Río y Duarte, s/l). En 1991 habitaban villas y asentamientos 22 655 matanceros, que representaban 2% de la población del municipio; en 2001 llegaban a 69 157, 5.5% del total (Cravino, 2007). Las estadísticas en villas y en asentamientos muestran los niveles más elevados de desempleo, pobreza, trabajo informal, incidencia de planes sociales, etcétera.

⁹ En Wilkis, 2013, analicé las múltiples dinámicas monetarias que atraviesan la vida de Mary y su familia. Mostré la necesidad de una sociología moral del dinero para comprender la realidad contemporánea de los barrios populares de las periferias de América Latina.

electrodomésticos, que solicitara un crédito por ella. Ella le pagaría en cuotas. Hacía tiempo que Mary sabía que podía contar con ese recurso y se le había tornado una costumbre usarlo, al igual que hacen gran parte de las familias del barrio.

Quisiera remarcar lo siguiente: el anhelo de Mary señalaba el lugar que ocupan las grandes cadenas de comercios, los bancos, las agencias financieras y las compañías de tarjetas en la realidad material y simbólica de las clases populares latinoamericanas. Estas instituciones del capitalismo financiarizado (Lapavitzas, 2009) llevan su oferta de dinero hasta las periferias de las grandes ciudades: se establecen en las cercanías de los barrios marginales e incluso ingresan a ellos.¹⁰ Las tarjetas de crédito ya no portan su tradicional signo distintivo de clase: se han vuelto plebeyas. En manos de trabajadores informales, de cuentapropistas, de beneficiarios de planes sociales, de jóvenes de las barriadas, se han convertido en un pasaporte al consumo.

En diciembre de 2009 realicé una encuesta sobre las prácticas de crédito en la zona comercial de Crovara y Cristianía (CyC). El grupo de entrevistados (100 personas, mayores de 18 años, varones y mujeres) se componía de habitantes de las villas y asentamientos precarios que rodeaban esta zona comercial.

La descripción de los hogares, según los bienes en ellos, detallaba que entre 70% y 100% de sus habitantes poseían teléfonos celulares, equipos de música, refrigeradores, lavadoras, televisores y reproductores de DVD. El papel del crédito marcaba la lógica de consumo: habían accedido a esos bienes por la obtención de créditos para televisores (44.2%), reproductores de DVD (34.6%), lavadoras (47.7%), refrigeradores (66%), equipos de música (46.7%) y celulares (52.2%).

Así como Mary anhelaba comprar un nuevo refrigerador con el plástico de su comadre, sus hijos adquirirían calzado o ropa con las tarjetas de las casas de indumentaria y algunos de sus vecinos pagaban créditos personales de las tantas agencias que abrieron cerca de Villa Olimpia en los últimos años. Muchos de ellos aprovechaban la oportunidad que una tienda les brindaba para adquirir muebles o electrodomésticos a plazos, bajo condiciones acordes con sus posibilidades de pago. Al igual que los encuestados, todos participaban en las nuevas conexiones entre la oferta

¹⁰ En los dos últimos años, grandes entidades bancarias privadas (como el Banco Santander o el Banco Azteca) han abierto sucursales en favelas de Río de Janeiro. Recientemente, en la ciudad de Buenos Aires y en su periferia, bancos privados y públicos instalaron sucursales en villas miserias y asentamientos precarios.

del crédito y el consumo de las clases populares. Veamos cuáles fueron las lógicas de esta participación.

LAS NUEVAS LÓGICAS DE CRÉDITO

En un artículo seminal, el antropólogo Clifford Geertz (1962) planteó que las redes informales de crédito en Asia y África cumplían un papel central en la transición desde sistemas económicos tradicionales a modernos. En estas redes, argumentaba, las personas se socializaban bajo la ética económica necesaria para desenvolverse en instituciones modernas como los bancos. Pierre Bourdieu y otros (1963) también desplegaron un argumento secuencialista sobre la evolución de las prácticas crediticias en Francia durante la posguerra. Para dichos autores, esta expansión supuso el pasaje de conductas y éticas económicas precapitalistas a capitalistas. Finalmente, en otra investigación pionera (*The Poors Pay More*, 1967), David Captlovitz analizó cómo las prácticas informales de crédito de los pobres constituían desviaciones del mercado formal.

Sin embargo, los datos cuantitativos y cualitativos obtenidos en el estudio llevan a sostener otra interpretación del impacto que causó el modo en que se expandió el mercado del crédito.

A la extensión del crédito al consumo le corresponde una creciente heterogeneidad de prácticas de crédito: el estudio muestra esa pluralidad (cuadro 1). Las opciones de los entrevistados provenían del sistema bancario y financiero formal (créditos bancarios, tarjetas de crédito, agencias de crédito personal, pago de cuotas en negocios) e informal (prestamistas, adelantos),¹¹ de las relaciones familiares (préstamos de parientes), barriales (fiados en comercios minoristas) o ambos (redes informales de crédito). A diferencia de la tesis secuencialista (Geertz y Bourdieu *et al.*) y desviacional (Captlovitz), las prácticas de crédito de los encuestados eran simultáneas: no se ajustan al modelo por etapas que asocia el crédito informal al atraso o la tradición y el crédito formal al desarrollo y la modernidad. Tampoco a la interpretación que opone sistemas normales (créditos formales) y sistemas desviados (crédito a los pobres).

¹¹ El pago adelantado consiste en la reserva de un producto cuando el cliente realiza el primer pago, bien que recibe al cubrir el total del valor.

CUADRO 1
USOS DEL CRÉDITO EN HABITANTES DE BARRIOS PRECARIOS

	<i>Total</i>	<i>Habitantes de asentamientos precarios</i>
Banco	16.5%	18.5%
Prestamista	7.5 %	3.6%
Uso de tarjetas	38.8%	35.7%
Préstamos familiares	28.8%	32.1%
Fiado en comercios barriales	25%	17.9%
Crédito en agencias	20%	21.4%
Pago de cuotas (sin tarjeta)	16.3%	17.9%
Adelanto	15%	17.9%
Programas de microfinanzas	1.3%	0%

Fuente: Encuesta de créditos en clases populares, año 2009.

La heterogeneidad de las prácticas del crédito, por lo tanto, se confronta con la tesis que da preponderancia a las redes de reciprocidad no mercantil como fuente de dinero. Para los habitantes de asentamientos informales y villas miserias, el financiamiento puede provenir de ayudas familiares o el fiado en almacenes, pero también de productos de la expansión del mercado del crédito, como las tarjetas de crédito y los préstamos de agencias financieras. A estos créditos, que requieren menos requisitos formales que los bancos y cobran intereses más elevados, recurre 21.4% de los habitantes de asentamientos y villas encuestados (1.4% arriba del total).¹²

La extensión, la pluralidad y la simultaneidad de la oferta de crédito para las clases populares también se plasman en el trabajo cualitativo realizado. Para confeccionar el presupuesto de ocho hogares que habitaban

¹² Entre la totalidad de las fuentes de financiamiento, los instrumentos asociados con el microcrédito del Estado y las organizaciones no gubernamentales (ONG) ocupan un lugar marginal. El peso del mercado crediticio ha logrado una presencia efectiva en la vida popular, mucho más determinante que las políticas públicas o las propuestas del tercer sector. Este punto contrasta con el interés creciente, tanto académico como político, en los programas de microcréditos provistos por el Estado, el tercer sector y los organismos multilaterales de crédito (Schuster, 2012).

en un asentamiento precario del Gran Buenos Aires, se analizaron sus ingresos y egresos monetarios durante un mes: se solicitó que durante ese periodo los registrasen en una planilla, y luego se realizaron reuniones para conversar sobre esos movimientos.

1. La familia X tuvo ingresos de 3 650 pesos. De ellos, 1 800 provenían del trabajo del jefe de hogar y el resto de beneficios de la asistencia social (Asignación Universal por Hijo, dos, y la participación en un programa de trabajo cooperativo). El monto de las cuotas de las tarjetas de consumo rondaba los 1 500 pesos. El pago de las deudas representaba 41% de sus entradas mensuales.

2. La familia Z tuvo ingresos de 4 000 pesos. De ellos, 1 770 se destinaban a cubrir deudas, cuyo desglose era: 1 100 destinados a pagar parte de 8 000 de una tarjeta de crédito con la que se compró material para refaccionar la casa; 350 por un crédito para calzado en una cadena de ropa deportiva y 330 de la adquisición de sábanas y sillones a un comerciante que visita el barrio. El pago de las deudas representaba 44.2% de sus entradas mensuales.

3. La familia R tuvo ingresos de alrededor de 1 400 pesos. En el momento de la entrevista, pagaba 370 de la cuota de una lavadora y 200 por alimentos adquiridos con la tarjeta de un supermercado. Poseía dos tarjetas: una de crédito y otra de consumo. El pago de las deudas representaba 40% de sus entradas mensuales.

4. La familia V tuvo ingresos de 2 900 pesos: 1 400 por beneficios de la asistencia social y 1 500 por el trabajo del jefe de hogar. Destinaba al pago de créditos 600 pesos: 400 por el pago de cuotas en la compra de colchones a un comercio que ofrece cuotas a quien recibe un plan social; 120 por el pago en mensualidades de calzado comprado con la tarjeta de consumo prestada por un pariente cercano, y 80 por los pagos de un juego de sábanas a un vendedor que visita el barrio. El pago de las deudas representaba 20% de los entradas mensuales.

5. La familia J tuvo ingresos de 2 500 pesos: 1 200 provenientes de un programa social; 360 de un trabajo de empleada doméstica, 700 de una jubilación y 240 de la Asignación Universal por Hijo. Pagaba las cuotas de un televisor que una amiga de la familia había comprado a crédito en un negocio. No poseía tarjetas propias.

6. La familia W tuvo ingresos de 4 100 pesos: 900 por la Asignación Universal por Hijo, 1 200 por un plan social y 2 000 por el trabajo como pintor del jefe de hogar. Durante el seguimiento había acumulado una deuda de aproximadamente 8 000 pesos, con cuotas mensuales de 1 000, por comprar un refrigerador en una cadena de electrodomésticos; debía abonar semanalmente, pero como no lo logró la deuda se acrecentó. Pensaba devolver el

refrigerador. Solía pagar 300 pesos mensuales a una comerciante del barrio que vende en cuotas ropa de la feria La Salada. Durante ese mes, en reemplazo de las cuotas del refrigerador, pensaba obtener a crédito una lavadora y una televisión en un comercio de electrodomésticos.

7. La familia P tuvo ingresos de 2 280 pesos: 1 100 de la changa (pequeño trabajo transitorio) del jefe de hogar, 300 de una pensión por invalidez y 880 de la Asignación Universal por Hijo (220 por cada uno). Pagó entre 700 y 900 pesos de créditos por un par de tenis comprado con una tarjeta de consumo de un familiar, por ropa que sacaba de una señora que comercializa en el barrio y por el fiado en el almacén. El pago de las deudas representaba entre 30% y 40% de sus entradas mensuales y variaba según el flujo constante del fiado.

8. La familia A tuvo ingresos de 3 000 pesos: 2 200 de los ingresos del varón y 800 del trabajo como costurera de la esposa. No poseía plástico propio pero pedía prestado el suyo a un familiar titular de tarjetas de crédito y de consumo. Afrontó el pago de 1 400 pesos por las cuotas de una computadora comprada con crédito a sola firma en una cadena de electrodomésticos, cuyo costo había crecido por la acumulación de intereses sobre pagos atrasados (en el mes de seguimiento pagó dos cuotas juntas). El pago de las deudas representaba 46% de las entradas mensuales.

El seguimiento de los presupuestos de los hogares muestra, al igual que la encuesta analizada más arriba, la extensión, la pluralidad y la simultaneidad de las prácticas del crédito. También ofrece información sobre el destino de los créditos. En el caso del consumo de alimentos, se destaca la compra diaria y en fracciones de dinero que no supera regularmente los 50 pesos. Se usan las tarjetas de consumo sólo para resolver el faltante de dinero, sobre todo a fin de mes. En cambio, la vestimenta y el calzado, los electrodomésticos o los muebles son financiados regularmente a través de algún instrumento de crédito, como las tarjetas y las cuotas en negocios. La conformación de los hogares es un dato que considerar en los usos de los instrumentos financieros. Se comprueba que las familias con hijos menores tienden a financiar la adquisición de vestimenta, calzado o útiles escolares a través de tarjetas o pago en cuotas.

Hasta aquí he analizado (cuantitativamente y cualitativamente) cómo la extensión del mercado del crédito vuelve más plurales y heterogéneas las prácticas de crédito entre los sectores populares. Ahora veremos el rol de los espacios de consumo en este proceso.

NUEVAS LÓGICAS DE CRÉDITO Y ESPACIOS DE CONSUMO

La expansión del mercado del crédito al consumo descrita no se realizó de manera homogénea. Produjo fuertes clivajes entre diferentes tipos de comercios. Esta dinámica es relevante para comprender la nueva ubicación de las grandes cadenas comerciales en la realidad material y simbólica de las clases populares. La extensión del mercado del crédito las posicionó en la vida cotidiana de estas últimas y, a la inversa, ellas fueron mediadoras cruciales de esa expansión.¹³ Para este análisis tomaré la información suministrada en las entrevistas a comerciantes y encuestas a clientes en diferentes zonas del partido de La Matanza.

El espacio comercial de CyC se diferenciaba del centro comercial de San Justo, también en el partido de La Matanza, apenas a cuatro kilómetros. Si allí predominaban la ropa de marca y las grandes cadenas de electrodomésticos, como Frávega, Garbarino o Casa Márquez, el consumo en CyC se asociaba con ferias informales, en las que se comercializan a menor precio réplicas de prendas o tenis de marcas conocidas.

En San Justo se ofertaban instrumentos de crédito como las tarjetas y los préstamos por medio de agencias financieras; en CyC, escasos negocios recurrían a una agencia y ninguno a las tarjetas. Las agencias de crédito personal se localizaban en San Justo, próximas a los comercios; en CyC simplemente no se hallaba ninguna.

Esta integración desigual de los instrumentos crediticios se expresaba en el porcentaje que representan del total de las ventas. Según las entrevistas a los comerciantes de San Justo, entre 30% y 40% se generaba con algún instrumento de crédito. En CyC, este porcentaje era mínimo. El cuadro 2 muestra que el crédito se usa más cuando los productos se compran en grandes cadenas comerciales y disminuye de manera sensible cuando son adquiridos en comercios no asociados con ellas, como los de la zona de CyC.

El desplazamiento por la geografía urbana sigue esta lógica de la expansión del crédito de consumo. Quienes tienen posibilidad de comprar a crédito se desplazan hasta San Justo. Las grandes tiendas como Frávega son elegidas debido a los créditos que brindan para comprar bienes como un televisor o un refrigerador. En la encuesta, cerca de la mitad de

¹³ Claudia Sciré (2012) constata este proceso en la periferia de la ciudad de São Paulo. Los espacios comerciales como los nuevos *shoppings* fueron cruciales para expandir el crédito a sectores de baja renta.

quienes respondieron que a veces o siempre hacen sus compras en estas cadenas fundamentaron su elección en la oferta de créditos.

CUADRO 2
USO DEL CRÉDITO SEGÚN EL ESPACIO COMERCIAL

<i>Bienes</i>	<i>Porcentaje de compra con crédito</i>	<i>Crédito en negocios de CyC</i>	<i>Crédito en grandes cadenas (San Justo)</i>
Televisores	44.2%	18%	81.1%
Reproductores de DVD	34.6%	47.6%	47.6%
Lavadoras	47.7%	43.3%	53.3%
Refrigeradores	66%	28.6%	65.7%
Computadoras	48.3%	28.6%	66.7%
Celulares	52.2%	22.2%	72.2%

Fuente: Encuesta sobre créditos en las clases populares, 2009.

Por lo tanto, la oferta de créditos de los comercios de ambas zonas expresa una relación desigual en el proceso de financiarización del consumo. Los comercios mejor adaptados a estas reglas de la lucha económica obtenían posiciones más favorables. En cambio, en CyC se localizaban aquellos que carecían del capital económico suficiente para ofertar por instrumentos formales de crédito.

El relevamiento entre los comerciantes de CyC arrojó datos elocuentes. Los entrevistados respondieron que no ofertaban tarjetas o créditos mediante agencias financieras porque disminuían su capacidad de obtener ganancias. Enumeraron las principales razones: el costo de mantener una cuenta bancaria, el impacto de la comisión que cobran los sistemas de crédito, la disminución de ingresos que implican ventas que se declaran al fisco. Los comercios de CyC se encontraban desprovistos del capital económico suficiente que les permitiera competir con los negocios y cadenas comerciales, capaces de desplegar una oferta diversificada y extendida.

Luego de haber identificado nuevas lógicas de usos del crédito y de espacios de consumo asociados con ellas, a continuación se exploran los cambios producidos en el interior de las dinámicas intrafamiliares como consecuencia de la expansión del mercado del crédito hacia los sectores populares.

MERCADO DEL CRÉDITO: NUEVOS ROLES, ESTRATEGIAS Y VALORES EN LA VIDA COTIDIANA

Hay una amplia literatura sociológica sobre el rol de los vínculos interpersonales y el funcionamiento de los mercados (una síntesis se encuentra en Lorenc Valcarce, 2012). La perspectiva de este artículo lleva a considerar lo siguiente: las redes familiares no sólo sirven de apoyo para acceder al mercado del crédito, sino que ellas mismas se transforman a través de este proceso. Se alteran los roles y las posiciones de poder, aumentan las responsabilidades de algunos miembros, se despliegan diferentes saberes, valores y estrategias. Nos centraremos en las nuevas lógicas de préstamos intrafamiliares, la financiarización y el rol de las mujeres, y, por último, los saberes, estrategias y valores morales para lidiar con el endeudamiento.

Préstamos intrafamiliares

Llaman la atención algunos datos que surgen de la reconstrucción de los presupuestos y el rol de los créditos en los mismos. En casi todos los casos se trata de miembros del hogar que se encuentran en la informalidad laboral o son receptores de planes sociales. La posición en el mercado laboral o la dependencia de la ayuda estatal no coloca a los miembros de los hogares fuera del mercado del crédito. Esta misma relación la encontramos en los datos de la encuesta (cuadro 3).

CUADRO 3
USO DE TARJETAS EN CATEGORÍAS LABORALES

<i>Categorías laborales</i>	<i>% uso de tarjetas</i>
Total	38.8%
Beneficiarios de ayuda social	25.8%
Trabajadores informales	32.1%
Trabajadores formales	56.2%

Fuente: Encuesta sobre créditos en las clases populares, 2009.

¿Cómo se explica el uso de los instrumentos del mercado formal de crédito por parte de aquellos que se encuentran en la informalidad económica? La respuesta a esta pregunta encierra la comprensión de lo siguiente: el éxito de la relación de crédito depende de reducir la incertidumbre y anticipar los riesgos de la devolución del dinero adelantado

(Knight, 1921). El aprovechamiento de las redes sociales es uno de estos procesos (Carruthers y Babb, 2000). Una de las dinámicas más relevantes de la expansión del mercado del crédito es que se traslada al seno de estos vínculos familiares la producción de una garantía para acceder a un crédito.

El seguimiento de los presupuestos muestra una dinámica familiar específica: el préstamo de tarjeta de crédito. Lo hemos observado al analizar el presupuesto de la familia P, que pagaba un crédito para comprar calzado a través de una tarjeta de consumo de un familiar, o en el caso de la familia V, que durante el mes de seguimiento de sus egresos monetarios destinaba 120 pesos para pagar el crédito de una tarjeta de un pariente.

Los instrumentos como las tarjetas o el pago en cuotas instalan prácticas que afectan las reglas económicas familiares. Crece el papel de quienes poseen la documentación necesaria para merecer un crédito y pueden ayudar a sus parientes; el préstamo de tarjetas se ha vuelto una práctica regular.

Las tarjetas o la documentación para acceder a los créditos circulan entre familiares, amigos y conocidos; los vínculos interpersonales abren puertas a los instrumentos formales del crédito. José Ossandón (2012) denomina a esta lógica “economía de la cuota”: los miembros del hogar se distribuyen la porción de dinero que se permite gastar con las tarjetas de crédito. Este proceso no se corresponde con la interpretación de Mark Granoveter (1973) sobre la fortaleza de los *vínculos débiles*, que favorece la competencia en el mercado de trabajo. En el del crédito, la fortaleza se encuentra del lado de los vínculos fuertes porque implica una transacción económica basada en la confianza. El préstamo de tarjetas se inscribe entre las expectativas elevadas del papel que los vínculos familiares cumplen en brindar asistencia económica.

Las mujeres y el crédito

Otra dinámica que redefine roles y relaciones de poder en las familias la encontramos cuando analizamos el uso del dinero proveniente de los programas sociales del Estado: el papel creciente de las mujeres en la gestión del dinero, los créditos y el consumo. Cabe destacar el peso del dinero proveniente de los programas estatales en los presupuestos analizados.

- La familia V había recibido 2 900 pesos: 1 400 por beneficios de la asistencia social y 1500 por el trabajo del jefe de hogar.
- La familia J ingresó 2 500 pesos: 1 200 provenientes de un programa social, 360 de un trabajo de empleada doméstica, 700 de una jubilación y 240 de la Asignación Universal por Hijo.
- La familia W ganó en el mes 4000 pesos: 900 de la Asignación Universal por Hijo, 1200 de otro plan social y 2000 por el trabajo como pintor del jefe de hogar.
- La familia P obtuvo 2800: 1 100 de la changa del jefe de hogar, 300 de una pensión por invalidez y 880 de la Asignación Universal por Hijo (cuatro).

En suma: entre 40% y 80% de los ingresos de estos hogares se componía de dinero proveniente del Estado.

Aunque las políticas sociales enfocadas al crédito resultan insignificantes ante el impacto de los instrumentos de crédito mercantiles (cuadro 1), en los presupuestos proveen ingresos para acceder a ellos y también avalan formalmente a quienes los solicitan. Pese a no haberse dirigido a impulsar directamente ese camino al crédito, ése ha resultado su impacto.

Al analizar el dinero que ingresa a los hogares por los planes sociales, vemos que en muchas ocasiones se lo *marca* (Zelizer, 1994) para pagar los créditos al consumo. La evaluación de las cuotas por pagar se mantiene en relación estrecha con el monto de la ayuda social, que adquiere así una incidencia en los *marcos de calculabilidad* (Callon, 1998) que se requieren para entrar en las transacciones mercantiles. También el beneficio de un plan social cuenta como sustituto de otro documento de identificación económica (Laferté, 2010), como un recibo de sueldo, para conseguir un crédito o una tarjeta.

Las entrevistadas beneficiarias de planes sociales ingresaron a la vez al subsidio estatal y a un sistema de créditos.

Desde que empecé a cobrar el PEC [Programa de Empleo Comunitario] que me lo tomaron para sacar en el Tano Muebles, acá en [Avenida] Centenario. Yo empecé con el recibo del plan de 150, eso y el DNI [Documento Nacional de Identidad]. Me daban... un nebulizador saqué primero. Después una bicicleta para ellos [los hijos], después los roperos, los colchones, después la tele, después la heladera [refrigerador], cocina, y así. Lavarropa, secarropa, todo me lo saqué a crédito (extracto de entrevista a beneficiaria de la Asignación Universal por Hijo, habita en una asentamiento precario del partido de Avellaneda).

Ellas gestionan el dinero de los planes y el pago de los créditos:

Voy a juntar unas moneditas para comprar mis mesas y mis sillas. Tengo que ir a San Justo, a un lugar que se llama Todo Hogar, que dan crédito con DNI, vos después lo vas pagando en seis o doce cuotas. Lo que pasa que este mes es el cumple de Evelyn [su hija menor] y ella me pidió una bicicleta, así que tengo que ver. Voy a pagar con la tarjeta de mi ex marido, con la del plan. Yo retiro todos los meses del banco y con eso voy y pago la cuota. Pero este mes se me va a complicar, con la mesa y las sillas sería mucha plata, no sé qué voy a hacer (extracto de entrevista a beneficiaria de la Asignación Universal por Hijo, habita en una villa de La Matanza).

Dado que son las mujeres quienes administran el dinero que proviene de los planes sociales, y dado que este dinero se destina a la obtención de crédito, recae sobre ellas la responsabilidad de gestionar las deudas del consumo. El dinero y la identificación económica de las mujeres beneficiarias permiten que el resto de los miembros del hogar accedan al mercado del crédito y al consumo. Cabe recordar que al mismo tiempo que el dinero se mutualiza dentro del hogar (Weber, 2005), también marca desigualdades de género. Las mujeres en condiciones de vulnerabilidad comprometen el dinero que llega a sus manos en la reproducción familiar, asumiendo lo que Michèle Perrot denominaba un “matriarcado presupuestario” (Wilkis, 2013).

La dimensión de género en el manejo de las finanzas populares fue trabajada por la literatura (Guerrin, 2010; Wilkis y Partenio, 2010, y Villarreal, 2009). Este análisis aporta un elemento adicional: la feminización de las finanzas populares es impulsada por la conexión entre políticas sociales y extensión del mercado del crédito.

Saberes, estrategias y valores morales frente a las deudas

El impacto del mercado del crédito en la vida cotidiana de los sectores populares remite al lugar que adquiere el endeudamiento en las dinámicas familiares. Frente al peso de las deudas se despliegan saberes como los asociados con los cálculos económicos, estrategias para lidiar con el riesgo de sobreendeudamiento y valores morales que refuerzan una ética del uso del crédito. Analizaremos estos elementos a partir de las entrevistas realizadas para confeccionar los presupuestos de los hogares.

Como hemos observado, la relación entre ingresos y egresos indicaba la dependencia del endeudamiento derivado de la pluralidad de créditos. Estos datos están en consonancia con la afirmación de David Graeber (2011) sobre la compulsión a endeudarse como rasgo central del capitalismo actual.

La trayectoria crediticia de la familia X ilustra este punto. Todo comenzó con el pasaje a la formalidad laboral del varón cabeza de hogar, ayudante en una carnicería. Hasta ese momento, que ocurrió años antes de la encuesta, para financiarse recurría a su jefe, quien actuaba de garante en los comercios de la zona para que pudiera acceder a diferentes bienes en cuotas. También disponía de una tarjeta de un negocio de deportes, que se obtenía presentando solamente el documento de identidad. La formalización de su situación laboral le permitió acceder a diferentes tarjetas de consumo.

También a su esposa, al ingresar como beneficiaria de un programa social del gobierno, se le abrió la puerta a la titularidad de una tarjeta de consumo; en el momento de las entrevistas, en el hogar poseían tres. Este paso a los instrumentos de crédito se interpretó como una ampliación de la capacidad de acumular bienes. A la vez, implicó un endeudamiento constante en el presupuesto del hogar. El crédito ofrecía una alternativa frente a la escasez de efectivo y la imposibilidad de ahorrar:

—No tenemos ahorro pero tenemos deudas —decía María—. Con las chapitas (las tarjetas) vivís, pero no respirás —agregaba—. Nunca salís de las cuentas. Es la única posibilidad de vivir bien, de que no te falte nada. Por ejemplo, yo, ahora si tengo que esperar a las fiestas, no tengo un mango. Tengo que darles de comer a los chicos, no tengo. ¿Qué me salva? La tarjeta. Voy y les compro alimentos, o lo que haga falta.

La expansión del crédito altera los marcos de calculabilidad porque sus instrumentos se presentan como la única vía de consumir: por eso este criterio opaca el valor mayor que se pagará por el bien, y se aceptan precios tan elevados que pueden alcanzar hasta el doble del valor de los bienes.

El endeudamiento se gestiona y se incorpora como parte del presupuesto de los hogares. Se asume como una constante y los cálculos se realizan para resolver la exposición a precios más altos.

Con la organización del presupuesto hogareño inmersa en el endeudamiento, se trata de evitar que se vuelva insostenible. En el caso de la familia X, esto se logró limitando las cuotas al dinero proveniente de los

planes y calculando hasta dónde se aceptaban la elevación de su monto y la extensión del plazo, para luego poder tomar nuevos créditos.

Los casos de las familias W y Z muestran dos variantes frente al riesgo del sobreendeudamiento. La primera de ellas había comprado un refrigerador para pagar durante tres años, con el crédito que otorgaba una casa de electrodomésticos. Debía pagar semanalmente las cuotas pero no logró hacerlo regularmente. Se acumularon los intereses impagos y el costo se elevó a 8 000 pesos. En lugar de seguir pagando el refrigerador decidió devolverlo y perder los casi 1 000 pesos que ya había abonado. Desprenderse del bien no se realiza con el fin de evitar endeudarse, sino para poder deshacerse de una deuda que expone al sobreendeudamiento. Al mismo tiempo que devolvía el refrigerador, la familia compró una lavadora en cuotas con el dinero que recibía por una beca que otorga el gobierno por los hijos que acuden al colegio.

La familia Z tenía un ingreso por 4 000 pesos mensuales, de los cuales 1 770 eran destinados a pagar deudas. El pago de las deudas representaba 44.2%. El riesgo de sobreendeudamiento no era disminuido evitando tomar nuevos créditos o devolviendo bienes, sino endeudándose con familiares y exponiéndose más a ese riesgo.

La familia R, con un endeudamiento de 40% de sus ingresos mensuales, trataba de “liberarse” del uso de las tarjetas para no endeudarse en un escenario laboral con cierta incertidumbre; sin embargo, no podía dejar de financiarse a través de ellas. Las tarjetas le permitía “tapar los agujeros” ante la falta de ingresos suficientes. Al igual que en el caso de la familia X, las tarjetas permitían “salvar” la situación de escasez de efectivo para comprar alimentos.

“Pago mis cuentas y luego veo cuánta plata me quedó, y con eso voy tirando”: esa frase recurrente en las entrevistas muestra qué lugar ocupan los pagos en los cálculos del dinero que organiza la economía de los hogares. “Salgo de una cuenta para entrar en otra”, decía una entrevistada para describir la dinámica de endeudamiento en la estructura de su economía. Otra argumentaba: “Siempre estamos viendo qué crédito sacar y a quiénes le debemos”. Esta preocupación predomina en las entrevistadas y se introduce como un elemento de la gestión económica de los hogares. Comentaba otra mujer: “Nunca nos conformamos con nada, porque compramos y ya queremos otra cosa. Siempre vamos a estar *encuentados*, si no te *encuentás* no tenés nada. En efectivo no podemos pagar”.

Estar *encuentado* significa asumir la jerarquía del dinero del crédito en la gestión económica familiar. El alivio se alcanzaba al lograr el equilibrio financiero: “Estoy tranquila porque pagué mis cuentitas”.

Como vemos, la reproducción simbólica y material de las familias se transforma por la *financiarización*. Las personas razonan, hablan, hacen cuentas y adquieren conocimientos especializados para moverse en el universo crediticio para consumo. Mauricio Lazzarato (2011) propone hablar del *hombre endeudado* para mostrar los sentimientos de esa financiarización de la vida económica. Las familias socializan la obligación de pagar las deudas como estrategia de reproducción material. Por este motivo, prefiero hablar de *familias endeudadas*, ya que no es una dinámica individual sino colectiva, que vincula a todos los miembros del hogar.

Los entrevistados performan una autodisciplina tanto técnica como moral. Para Paul Langley (2008), se trata de una nueva subjetividad que mezcla el manejo de cálculos a través del conocimiento de las tecnologías de crédito y una concepción de la responsabilidad ante el riesgo que provoca el endeudamiento.

“Con las tarjetas es la única posibilidad que tenemos de vivir bien”: los entrevistados compartían esa máxima, al igual que la virtud de cuidar el dinero para acceder al consumo. El crédito constituía la condición de acceso a un buen vivir, por la *financiarización* del consumo. La circulación del dinero del crédito arrastra un *ethos* de la responsabilidad. Las familias piensan y sienten los préstamos, cada día de sus vidas, como la vía al consumo. Abandonarla significa abandonar el camino hacia una vida mejor. Una vez inmersos en esta dinámica económica y moral, los individuos resaltan la responsabilidad en los pagos como una virtud. La lucha económica *financiarizada* impone el valor moral de este reconocimiento.

CONCLUSIÓN

La comprensión de las dinámicas contemporáneas del capitalismo financiarizado no sólo supone tomar en cuenta lo que sucede en las “altas finanzas” y sus agentes (el papel de las bolsas de valores y los flujos de capitales globales que las conecta, el rol de los *brockers*, la lógica de los tenedores de bonos, el poder de los fondos de inversión, etcétera), también implica analizar las finanzas “desde abajo”, en la vida cotidiana de las personas y entre los grupos sociales más relegados (Langley, 2008; Wilkis, 2013). Este artículo siguió esta perspectiva.

Si hacemos una genealogía de los trabajos de la economía popular en América Latina, encontraremos el lugar central de la reciprocidad intra e interfamiliar en términos de ayudas. El préstamo de dinero era una pieza clave en las “estrategias de sobrevivencia de los pobres” (Lomnitz, 1975). Actualmente, estos préstamos adquieren nuevas fisonomías. La modificación de la lucha económica en función de la producción, el acceso y el uso de instrumentos financieros transformó también la relación del mundo popular con el crédito. El dinero prestado bajo la forma diversificada y extendida de instrumentos del mercado del crédito (tarjetas, cuotas, préstamos en agencias financieras) ha adquirido una centralidad material y simbólica en el mundo popular. En este artículo analicé cómo se desarrolló este proceso. Me interesó comprender las prácticas, los vínculos sociales, los saberes y valores que son redefinidos a partir de esta centralidad.

Los argumentos desarrollados en estas páginas muestran que estamos frente a transformaciones sustantivas. Las tarjetas de crédito (y otros instrumentos financieros) son claros indicadores de que una nueva infraestructura monetaria está organizando la economía popular. Junto con ella, se está desplegando una nueva configuración de poder, para hablar como Norbert Elias.

A través de la incidencia de instituciones (como los bancos, las financieras de préstamos personales, las grandes tiendas, las empresas de tarjetas de crédito) que regulan el acceso y el uso del préstamo de dinero, incluso más allá de su forma líquida, nuevos ejes de dominación y desigualdad enmarcan la vida cotidiana de estos sectores. Lo hemos visto con claridad cuando nuestros entrevistados exponían toda la ambivalencia de esta nueva infraestructura monetaria: sin las tarjetas no se puede acceder al consumo pero su uso acrecienta el riesgo de sobreendeudarse. Los temores a quedar registrados en las tecnologías de evaluación crediticia, como el Veraz en Argentina, son otro claro ejemplo subjetivo de ese nuevo (des)equilibrio de poder.

La sociología aquí presentada no sólo buscó situar nuevos objetos, temas y conceptos poco considerados en la literatura del mundo popular, también retoma las viejas preguntas de la disciplina para ser planteadas en un nuevo contexto: ¿Qué modelos de integración social se están proponiendo? ¿Sobre qué pilares se asientan la participación en la vida social de los sujetos más relegados material y simbólicamente? Estas páginas sugieren tomar en cuenta las conexiones entre crédito, consumo y deuda

como parte de estos pilares e invita a seguir explorando qué dinámicas de desigualdad y dominación están siendo redefinidas por ellas.

BIBLIOGRAFÍA

- AGOSTINO, Hilda (2003). “El partido de La Matanza. Aportes para comenzar a conocerlo”. Junta de Estudios Históricos, Geográficos y Estadísticos del Partido de La Matanza.
- ÁLVAREZ LEGUIZAMON, Sonia (2002). “La transformación de las instituciones de reciprocidad y control, del don al capital social y de la ‘biopolítica’ a la ‘focopolítica’”. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales* 8: 57-89.
- AUYERO, Javier (2001). *La política de los pobres*. Buenos Aires: Manantial.
- BARRIOS, Macarena (2011). “Prácticas financieras en torno al uso del crédito en la industria del retail en Chile”. En *Destapando la caja negra. Sociología de los créditos al consumo en Chile*, compilado por José Ossandón, 113-132. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.
- BOURDIEU, Pierre (director), Luc Boltanski y Jean-Claude Chamboredon (1963). “La banque et sa clientèle. Eléments d’une sociologie du crédit”. Documento no publicado. París: Centre de Sociologie Européenne.
- CALDER, Lendol (1999). *Financing the American Dream: A Cultural History of Consumer Credit*. Princeton: Princeton University Press.
- CALLON, Michel (1998). “Introduction: The embeddedness of economic markets in Economics”. En *The Laws of the Markets*, compilado por Michel Callon. Londres: Blackwell.
- CAPTLOVITZ, David (1967). *The Poor Pay More: Consumer Practices of Low-Income Families*. Nueva York: Free Press of Glencoe.
- CARRUTHERS, Bruce G., y Sarah L. Babb (2000). *Economy/Society: Markets, Meanings and Social Structure*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- CARRUTHERS, Bruce, y Ariovich, Laura (2010). *Money and Credit. A Sociological Approach*. Polity: Cambridge.
- CARRUTHERS, Bruce, y Jeong-Chul Kim (2011). “The sociology of finance”. *Annual Review of Sociology* 37: 239-259.

- CHESNAIS, Françoise (compilador) (2001). *La mundialización financiera. Génesis, costo y desafíos*. Buenos Aires: Losada.
- CORAGGIO, José Luis (2007). *Economía social, acción pública y política (hay vida después del neoliberalismo)*. Buenos Aires: Centro de Integración-Comunicación, Cultura y Salud.
- CRAVINO, María Cristina (2007). *Las villas de la ciudad: mercado e informalidad urbana*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- CRAVINO, María Cristina, Juan Pablo del Río y Juan Ignacio Duarte (s/f). “Magnitud y crecimiento de las villas y asentamientos en el Área Metropolitana de Buenos Aires en los últimos 25 años” [en línea]. Disponible en <http://www.fadu.uba.ar/mail/difusion_extension/090206_pon.pdf>.
- D’ONOFRIO, Federico (2008). “Crédito al consumo tras la crisis: el *boom del consumer finance* en Argentina”. Tesis de Licenciatura. Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- FONTAINE, Laurence (2008). *L’économie morale. Pauvreté, crédit et confiance dans l’Europe préindustrielle*. París: Gallimard.
- GEERTZ, Clifford (1962). “The rotating credit association: A ‘middle rung’”. *Development. Economic Development and Cultural Change* 10: 241-263.
- GONZÁLEZ DE LA ROCHA, Mercedes (1994). *The Resources of Poverty. Women and Survival in a Mexican City*. Oxford: Blackwell.
- GRAEBER, David (2011). *Debt: The First 5000 Years*. Nueva York: Melville House.
- GRANOVETTER, Mark (1973). “The strength of weak ties”. *American Journal of Sociology* 78 (6): 1360-1380.
- GUERRIN, Isabelle (2010). “Las mujeres pobres y su dinero: entre la supervivencia cotidiana, la vida privada, las obligaciones familiares y las normas sociales”. *La Ventana* 4 (32): 7-51.
- GUSEVA, Alya (2008). *Into the Red: The Birth of the Credit Card Market in Postcommunist Russia*. Stanford: Stanford University Press.
- KNIGHT, Frank H. (1921). *Risk, Uncertainty, and Profit*. Boston: Hart, Schaffner & Marx/Houghton Mifflin Company.

- LAFERTÉ, Gilles (2010). "L'identification économique". *Genèses* 79 (2): 2-5.
- LANGLEY, Paul (2008). *The Everyday Life of Global Finance: Saving and Borrowing in Anglo-America*. Oxford: Oxford University Press.
- LAPAVITSAS, Costas (2009). *El capitalismo financiarizado. Expansión y crisis*. Madrid: Maia Ediciones.
- LAVINAS, Lena (2013). "21 st. Century welfare". *New Left Review* 84: 5-40.
- LAZARATTO, Maurizio (2011). *La fabrique de l'homme endetté*. París: Editions Amsterdam.
- LAZARUS, Jeanne (2011). *L'épreuve de l'argent. Banques, banquiers, clients*. París: Calmann-Lévy.
- LOMNITZ, Larissa A. de (1975). *Cómo sobreviven los marginados*. México: Siglo XXI Editores.
- LORENC VALCARCE, Federico (2012). "Sociología de los mercados: modelos conceptuales y objetos empíricos en el estudio de las relaciones de intercambio". *Papeles de Trabajo* 6 (9): 14-36.
- LUZZI, Mariana (2008). "La institución bancaria cuestionada. Actitudes y representaciones de los ahorristas frente a los bancos en el contexto de la crisis del 2001 en Argentina". *Revista Crítica en Desarrollo* 2: 173-190.
- MARRON, Donncha (2007). "Lending by numbers: Credit scoring and the constitution of risk within American consumer credit". *Economy and Society* 36 (1): 103-133.
- MARRON, Donncha (2009). *Consumer Credit in the United States: A Sociological Perspective from the 19th Century to the Present*. Nueva York: Palgrave.
- MAURER, Bill (2012). "The disunity of finance: alternative practices to western finance". En *The Oxford Handbook of the Sociology of Finance*, compilado por Karin Knorr-Cetina y Alex Preda, 413-430. Oxford: Oxford University Press.
- MONTGOMERIE, Johnna (2011). "In debt to get ahead? How young adults experience the financialization of everyday life". Ponencia presentada

en las 14th Berlin Roundtables on Financialization and Everyday Life, organizadas por Irmgard Coninx Foundation, The Social Science Research Center Berlin y la Freie Universität Berlin. Berlín, del 25 al 29 de junio.

MULDREW, Craig (1998). *The Economy of Obligation: The Culture of Credit and Social Relations in Early Modern England*. Nueva York: St. Martin's Press.

MÜLLER, Lucia (2009). “‘Então, eu fui à luta!': repensando as representações e práticas econômicas de grupos populares a partir de uma trajetória de ascensão social”. *Política/Sociedade* 8 (15): 147-172.

NELMS, Taylor (2012). “Soberanía y solidaridad en las finanzas populares”. Ponencia presentada en la I Jornada Moneda, Finanzas y Distribución de la Riqueza. Buenos Aires, Centro de Estudios Sociales de la Economía, 14 y 15 de diciembre.

OSSANDÓN, José (editor) (2011). *Destapando la caja negra. Sociología de los créditos al consumo en Chile*. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.

OSSANDÓN, José (2012). “La economía del cupo: ecologías financieras y circuitos comerciales de las tarjetas de crédito del *retail* en Santiago de Chile” [en línea]. Disponible en <<http://estudiosdelaeconomia.wordpress.com>>.

PERRIN-HEREDIA, Ana (2010) “Logiques économiques et comptes domestiques en milieux populaires. Ethnographie économique d'une 'zone urbaine sensible'”. Tesis de Doctorado. Université Reims Champagne-Ardenne.

POON, Martha (2009). “From New Deal institutions to capital markets: Commercial consumer risk scores and the making of subprime mortgage finance”. *Accounting, Organizations and Society* 34: 661-662.

RITZER, George (2001). *Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Cards, and Casinos*. Londres: Sage.

SCHUSTER, Caroline (2012). “Social collateral: Microcredit development and the politics of interdependency in Paraguay”. Tesis de Doctorado en Antropología. Universidad de Chicago.

- SCIRÉ, Claudia (2012). *Consumo popular; fluxos globais. Práticas e artefatos na interface entre a riqueza e a pobreza*. São Paulo: Annablume.
- VILLARREAL, Magdalena (2004). "Introducción". En *Antropología de la deuda. Crédito, ahorro, fiado y prestado en las finanzas cotidianas*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social/Porrúa.
- VILLARREAL, Magdalena (2009). *Mujeres, finanzas sociales y violencia económica en zonas marginadas de Guadalajara*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- WEBER, Max ([1922] 1992). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- WEBER, Florence (2005). *Le sang, le nom, le quotidien. Une sociologie de la parenté pratique*. París: Aux Lieux D'être.
- WILKIS, Ariel (2013). *Las sospechas del dinero. Moral y economía en el mundo popular*. Buenos Aires: Paidós.
- WILKIS, Ariel, y Florencia Partenio (2010). "Dinero y obligaciones generizadas: las mujeres de sectores populares frente a las circulaciones monetarias de redes políticas y familiares". *La Ventana* 4 (32): 177-213.
- ZELIZER, Viviana ([1994] 2010). *La significación social del dinero*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Recibido: 23 de abril de 2013
Aceptado: 5 de febrero de 2014