



**Ponencia Claudio Duarte Q.  
Director del Departamento de Sociología  
Universidad de Chile.**

Sobre los que no son, aunque sean.

Éxito como exclusión de jóvenes empobrecidos en contextos capitalistas.

... Los nadie: los hijos de nadie, los dueños de nada.

corriendo la liebre, muriendo la vida, jodidos, rejodidos:

Los nadie: los ninguno, los ninguneados,

que no son, aunque sean...".

Eduardo Galeano.

**Entrando al texto**

La construcción de identidades es un tema de antigua data en las preocupaciones de las ciencias sociales. Desde diversas epistemologías se generan acercamientos a este campo de lo social que, según se van desplegando y consolidando cambios en las sociedades y culturas, se renuevan los debates y aportes en torno a él.

En la actualidad, uno de los abordajes a las identidades sociales tiene relación con las incidencias que las prácticas de consumo de los individuos generan en la conformación de dichas identidades. Diversos autores han estudiado con detalle los modos en que ocurre la acción de consumir, los imaginarios generados en torno a ella, las relaciones sociales que se despliegan en su verificación, los efectos que tiene en la autopercepción de los individuos, entre otros ejes de análisis<sup>1</sup>. Por supuesto, también se consideran en

---

<sup>1</sup> Para este ensayo hemos tenido a la vista, entre otros: Moulían Tomás. *Chile actual. Anatomía de un mito*. Lom Ediciones. Santiago, 1997; y, *El consumo me consume*. Lom Ediciones. Santiago, 1999; García Canclini.



estos análisis las transformaciones estructurales en proceso que están vinculadas a esta acción y noción de consumir en nuestras sociedades. Otro abordaje interesante es el estudio de dichos fenómenos en el marco de sociedades capitalistas, dependientes y empobrecidas como las Latinoamericanas y en particular la chilena.

Lo anterior ha sido observado con agudeza, respecto de la sociedad chilena en su conjunto por Tomás Moulian en los textos ya citados. Dicho planteamiento, cruzado con mis experiencias de intervención e investigación con poblaciones jóvenes empobrecidas y su análisis crítico, son la base de la discusión que realizo en este ensayo.

Moulian elabora su reflexión para la sociedad como conjunto, mi intención en este texto es focalizar la mirada sobre una parte de la población: las y los jóvenes de sectores empobrecidos. Recojo uno de sus planteamientos centrales en orden a que el consumo, especialmente el que se genera amparado en la modalidad crediticia, constituye hoy una forma de integración social en los países latinoamericanos en que se consolida el nuevo orden neoliberal. Partiendo de esa premisa y para no caer en la pretensión de que esa vía cumple de buena manera su tarea y por lo tanto su estímulo podría ser parte incluso de la política pública<sup>2</sup>, es necesario debatir los efectos que el no acceso a ese consumo - en los términos que espera desde quienes administran y alimentan dicho orden- y la exclusión o precarización del mismo, produce en las y los jóvenes de sectores empobrecidos.

No existen estadísticas finas respecto de esta población, en torno a qué y cuánto consumen, por lo que constituye una zona gris para la investigación actual. Sin embargo, los estudios muestran que son altos los niveles de endeudamiento de esas poblaciones jóvenes en referencia al alto grado de deuda de sus familias. Esto último, dado

---

Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad. Grijalbo. México, 1990; Barman Zygmunt. La globalización. Consecuencias humanas. Fondo de Cultura Económica. Argentina, 1999.

<sup>2</sup> Hace unos meses, en uno de los primeros resultados que se dieron a conocer de la V Encuesta Nacional de Juventud en Chile, se señalaba la necesidad de regular, mediante instrumentos legales, los créditos que las diversas casas comerciales y financieras le entregan a las y los jóvenes de 18 y hasta 29 años. La lógica argumentativa no era cuestionar el tratamiento sin más -homogenizador y universalista- de las poblaciones jóvenes como potenciales consumidores, sino que explicar su altos niveles de endeudamiento a partir de la inmadurez, que según el Director del INJUV, es propia de este sector social.



principalmente por el acceso y compra de bienes y artículos de diverso tipo -materiales e inmateriales- para sus hijos e hijas jóvenes.

La hipótesis central de mi argumentación es que *ante las posibilidades que abre el consumo como vía de integración social, en las poblaciones jóvenes de sectores empobrecidos que no logran aprovechar-utilizar esas posibilidades, se generan efectos de mayor vulnerabilidad que agudizan las consecuencias adversas producidas en la construcción de sus identidades y relaciones sociales, por la exclusión sistemática de dicho consumo.*

En continuidad con lo planteado por Moulian, se busca en este texto indagar en la construcción de identidades que hoy se genera en las y los jóvenes a través del consumo en tanto mediación y consolidación de un “sentido de vida”, de una forma de ser a través del tener. Se trata de evitar la crítica moral, articulando argumentos que aporten a la historización, que deleve la perversidad que existe entre consumos y subjetividades, entre tener y ser.

Lo que se critica entonces son las relaciones sociales generadas en este proceso de consumir que, como veremos, en la medida que se torna idolátrico y se asienta en el individualismo que él mismo promueve, lleva a la pérdida de autonomía por parte de los sujetos que comienzan a construir sus horizontes de realización según la pauta que la mercantilización de sus deseos y aspiraciones les impone, más desde la perspectiva de la moda y “lo que se lleva”, que de aquello que podría aportarles a la realización de su autoestima y dignidad. En las poblaciones jóvenes de sectores empobrecidos estos procesos son urgentes de observar y enfrentar.

Sobre el contexto y la ubicación global del consumo.

En un contexto de sociedades capitalistas, con economías de mercado sustentadas por ideologías neoliberales, desde un enfoque economicista, la construcción de identidad



de los diversos individuos está definida por la obtención del *éxito*<sup>3</sup>. Ser exitoso o exitosa en estas sociedades es el indicador que permite definir el nivel de logro y realización de cada persona. En ese sentido, podemos decir que el modelo de identidad que se ofrece-impone a los diversos grupos sociales está definido por esta meta: tener éxito. Si bien el consumo directo juega un rol central en este proceso, en el caso de jóvenes han de considerarse otros dos modos de consumo indirecto: la producción, como forma de acceder a los recursos o medios para consumir; y, la modernización tecnológica, con exigencia de consumo para acceder a la información. Como mostraremos, los tres se interrelacionan y constituyen pilares de los actuales procesos de construcción identitaria de jóvenes en nuestras sociedades.

Cuando hablamos de poblaciones jóvenes este parámetro del éxito se conjuga con otros aspectos de la conformación de identidades en diversos campos, desde la mirada conservadora y asimétrica que imponen las perspectivas adultocéntricas<sup>4</sup>: en lo psicosocial se refiere a la madurez alcanzada, de acuerdo a las definiciones hechas desde el mundo adulto; en lo normativo-cultural refiere a la capacidad de adaptación de cada individuo a lo exigido por las diversas instituciones con que se vincula en su contexto; en lo político, que cumpla con la exigencia de la ciudadanía electoral que imponen las actuales estructuras de participación formal; entre otros aspectos. De esta forma, la interrogante por la condición de éxito alcanzado o por lograr en nuestras sociedades, como atributo y condición para ser considerado un sujeto con identidad remite sólo a una de las esferas de la vida y no agota, de ninguna manera la integralidad y complejidad de esas vidas.

Una pregunta que nos ayuda a abrir este abordaje temático, desde las racionalidades que impone la economía de mercado con ideología neoliberal en nuestros países

---

<sup>3</sup> Duarte Klaudio. "PARTICIPACION COMUNITARIA JUVENIL. Miradas desde las lunas y los soles en sectores populares". Instituto de la Mujer. Santiago, 1997.

<sup>4</sup> Duarte Klaudio. Juventudes Populares. El rollo entre ser lo que queremos o ser lo que nos imponen. Lom Ediciones. Santiago, 1994.



latinoamericanos y caribeños, es la siguiente: ¿qué tareas deben realizar las personas jóvenes de sectores empobrecidos para ser consideradas individuos con identidad consolidada, es decir sujetos exitosos?

Un ejercicio de historización es vital en este momento. Partimos de la tesis de que los sectores jóvenes constituyen grupos de reciente emergencia en nuestros países y que el siglo y medio de vida que tienen, diferenciados según clase, género y localización territorial (incluyendo la condición indígena o mestiza) nos muestra con claridad las tareas que las sociedades de la región les han impuesto en lo que, de forma naturalizada, han llamado: su proceso de inserción en la sociedad. Ya hemos debatido en otros textos que dicha inserción refiere a que se constituyan en adultos y adultas según las modalidades que ese propio mundo adulto define en cada tiempo y contexto, como el *deber ser* de quienes gobiernan las sociedades y definen sus modos de relación y organización<sup>5</sup>. A ello nos referíamos antes con los diversos campos de constitución de las identidades según las exigencias de este mundo adulto, que hemos denominado *adultocéntrico*, en tanto configura dichas tareas de manera *conservadora y asimétrica*: por una parte conservando los privilegios de que gozan en un mundo que funciona según sus designios de orden capitalista, y por otra estrechamente vinculada, reproduciendo las lógicas de poder discriminador en las relaciones sociales, subordinando y sometiendo a los que se considera menores por su condición etarea, dependiente y no productiva en lo económico<sup>6</sup>.

En este proceso histórico, se ha establecido como tarea central del ser joven: prepararse para ingresar al mundo adulto. Según ello se han definido los roles de diversas instituciones sociales: educativas, familiares, comunitarias, laborales, religiosas, militares. Todas ellas deben aportar a preparar individuos adecuados para la reproducción -conservación asimétrica- de lo construido hasta ahora. De esta forma, la

---

<sup>5</sup> Duarte Klaudio. *¿Juventud o Juventudes? Versiones, trampas, pistas y ejes para acercarnos progresivamente a los mundos juveniles*. En [Acerca de Jóvenes, Contraculturas y Sociedad Adultocéntrica](#). Klaudio Duarte y Danahé Zambrano Editores. Departamento Ecuménico de Investigaciones DEI, San José. 2001.

<sup>6</sup> Bourdieu P. *La juventud no es más que una palabra*. En *Sociología y Cultura*. Grijalbo / CNCA, (Los noventa), México. 1990



escuela -en sus diversos formatos, niveles y modalidades- es la encargada principal de dotar de los conocimientos y herramientas a niños, niñas y jóvenes para que se integren de manera óptima, tanto en el mercado del consumo, como en el mercado laboral.

Así, las identidades de estas poblaciones jóvenes aparecen mediadas o definidas como *resultado de la inserción exitosa a los aparatos de consumo, producción e información*. Es decir, las tareas que las y los jóvenes deben cumplir para ser considerados sujetos con identidad, sujetos exitosos y por lo tanto con visibilidad y validez social en el actual contexto, refieren a: consumir de una determinada manera, que denominamos *consumo con opulencia*; y, a insertarse en el aparato productivo en las lógicas de mercado, que llamamos *producir con eficiencia*.

Lo que a continuación mostramos es cómo, al intentar cumplir estas tres tareas antes señaladas, las poblaciones jóvenes de sectores empobrecidos quedan fuera de las posibilidades de integración que el consumo podría ofrecer y al mismo tiempo, y por consecuencia de lo anterior, van profundizándose las condiciones de exclusión social a que son sometidas. Se trata de jóvenes que van quedándose con identidades ninguneadas, son tratados como sobrantes por incapaces, se les mata en vida: "los que no son, aunque sean".



## Consumir con opulencia

Tal como señala Moulian, el consumo en contextos capitalista con ideologías neoliberales, implica el desarrollo de una práctica que permite a los individuos sentirse obteniendo metas que configuran identidad. Pero no se trata de cualquier consumo, sino de aquel que se caracteriza por ir más allá de las necesidades básicas que una persona puede definir como mínimo para su vida, sino de alcanzar aquel tipo y cantidad de consumo que otros definen y que instalan como un *deber ser*<sup>7</sup>. Éste reemplaza las necesidades vitales por necesidades tipo prótesis que se instalan desde la exterioridad corporal para hacerse necesarias, reemplazables por otra del mismo tipo, pero imprescindibles para seguir viviendo.

La oferta del Mercado es este tipo de consumo, el de las prótesis, el de consumir por placer de agregar nuevos “aparatos” a nuestros cuerpos que comienzan a ser presentados como incompletos. Lo que les falta es lo que ha sido definido como “lo último”, “lo que se lleva” y si no lo poseen, entonces se trata de cuerpos minusválidos, en el sentido de menor valor, de cuerpos lisiados, es decir imposibilitados de ser y hacer.

Este tipo de consumo, resulta de estrategias de seducción permanente, que las diversas agencias promotoras despliegan hacia diversos nichos de población creados de acuerdo a lo focos en los cuáles desean instalar determinados productos. En el grupo social que nos interesa, un ejemplo ilustra esta situación: la existencia de un grupo denominados *jóvenes adultos*, que emerge como creación desde las agencias que observan el nuevo comportamiento de la educación superior en nuestros países y que ha llevado a la extensión del tiempo de permanencia en la Universidad a propósito de las lógicas de educación continua que se promueven en la última década y del alto número de profesionales -comparado con décadas anteriores- que existen por la masificación de la educación superior.

---

<sup>7</sup> Que como veremos consiste en un deber tener para ser. Barman Zygmunt. *La globalización. Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura Económica. Argentina, 1999.



Pues bien, este grupo que egresa de estas experiencias educativas son capturados -en todos los sentidos de la palabra- como un nuevo grupo social, una nueva fase de la vida, que ha de constituir identidad propia, pues tendría roles y tareas específicas de acuerdo a su nueva condición, es decir se ha pretendido constituirlo como categoría de análisis social -análogo a niñez, juventudes, adultez, vejez, etc.-. Sin embargo, dicho proceso social es más complejo y de largo aliento que lo que las agencias de publicidad e incitación al consumo pueden imponer. En lo que ha quedado, es en un conjunto de ofertas, que definen dicho nicho de mercado y que están especialmente dirigidas a este grupo social: cuenta bancaria joven, auto joven, tipo de departamento (lofts), ciertas prácticas de consumo cultural, cierta moda de vestuario, entre otros aspectos.

Estamos mostrando entonces como funcionan los mecanismos de mercado que crean necesidades y las imponen a grupos de este tipo, que luego terminan queriendo construir sus vidas según dichos parámetros, pues "así dicen que debemos ser". Lo aspiracional emerge más vinculado al acceso a ciertos bienes materiales e inmateriales, que otorgan un prestigio que asegura el éxito en tiempo presente, que a logros que pudieran constituir estrategias de desarrollo en el largo plazo de la vida.

Un error teórico relevante en estos debates es la pretensión de reducir el surgimiento del grupo social juventudes a la existencia de procesos de consumo de estos sujetos, que darían cuenta de la emergencia de culturas juveniles en el período posterior a la segunda guerra mundial. No sólo por eurocéntrico es cuestionable dicho planteamiento, sino sobre todo porque invisibiliza y niega las condiciones estructurales que posibilitaron dicho procesos y que para América Latina y El Caribe están asociados a los cambios en el modo de producción y la emergencia de la organización capitalista de las sociedades y sus economías a largo de los siglos XIX y XX<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Salazar Gabriel y Pinto Julio. "Historia Contemporánea de Chile V. Niñez y Juventud". Tomo V. Lom Ediciones. Santiago de Chile. 2003; Muñoz V. El tratamiento de la Juventud desde una perspectiva histórica. Aspectos Conceptuales. Inédito, 1999; Goicovic Igor. Del control social a la política social. La conflictiva relación entre los jóvenes populares y el Estado en la historia de Chile. En Última DÉCADA. Año 8, Nº 12, CIDPA, Viña del Mar. 2000.



Distinta es la constatación de que, una vez que las poblaciones jóvenes fueron consolidándose en las nacientes sociedades en la región, las agencias de promoción de consumo les hayan dedicado especial atención y dirigido buena parte de sus seducciones para imponerles identidad, en tanto consumidores específicos de determinados tipos de bienes. Lo que ello ha generado es la constitución de ciertas modas juveniles, comprendidas estas como procesos de incitación al consumo a partir de la elaboración de determinados patrones estéticos que, al ser usados, por lo tanto consumidos, de manera inherente otorgarían condición juvenil a su portador o portadora<sup>9</sup>.

Aquí se abre otro aspecto relevante que lo constituye la imagen como totalización de identidades: "ser lo que se lleva". Es decir, se parte de la moda como urgencia para "ser alguien", ganar en identidad en la medida que "soy lo que hay que ser". Estar fuera de este circuito es no ser nadie, es perder sentido, es no tener identidad.

En este sentido es que hablamos de un consumo opulento, comprendido como aquel que se despliega como manifestación de excesos para lograr dar cuenta de estas nuevas necesidades. Son los no límites, aquellos que se difuminan hasta volverse inexistentes, pues cuando de consumir se trata no hay imposible que neutralice el deseo generado. Es tan fuerte la incidencia del discurso que promueve este tipo de consumo que de no lograr alcanzarlo aparece el sentimiento de no estar completos, de ser menos e incluso de ser perdedores, porque además la obtención del éxito remite a un triunfo sobre otros. La lucha ha de ser enfrentada y nada puede detener la satisfacción de esas ansias. Se trata de desear el deseo, más allá del objeto mismo<sup>10</sup>. Es la fascinación que plantea Moulían<sup>11</sup>.

Sin embargo, existen mecanismos de acceso a este consumo en perspectiva de conseguir éxito, que generan posibilidades e imposibilidades para ese acceso, por lo que es relevante analizarles y debatirlos. Como parte y respuesta a esas posibilidades y su

---

<sup>9</sup> Marcuse Herbert. *La protesta Juvenil*. Salvat Editores. Barcelona, 1973. Margulis Mario y Urresti Marcelo. *Moda y Juventud*. En *La Juventud es más que una palabra*. Editorial Biblos. Argentina 1996.

<sup>10</sup> Barman Zygmunt. *La globalización. Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura Económica. Argentina, 1999.

<sup>11</sup> Moulían Tomás. *Chile actual. Anatomía de un mito*. Lom Ediciones. Santiago, 1997.



antinomia es que muchos jóvenes implementan estrategias de diverso tipo buscando sobrevivir en la lucha señalada. De ellas destacamos el adeudamiento, la marca y el robo:

- i. **El crédito-la deuda (de otros) como mecanismo efectivo de acceso.** Tal como ha mostrado Moulán, el crédito es el mecanismo más eficaz que el actual modo de funcionamiento de mercado ha generado para promover el acceso al consumo de la población que no puede pagar en efectivo y debe endeudarse para conseguir los bienes promovidos como necesarios. En ese proceso las y los jóvenes de sectores empobrecidos y capas medias han de recurrir a sus padres y madres para que compren por ellos y/o para ellos. Es decir, es el endeudamiento de otros el que les permite el acceso, por lo que dependen de su capacidad de contraer deudas y de la disponibilidad para hacerlo. Es entrar en el juego, pero con el amparo de avales familiares.

En este caso es importante señalar el paulatino aumento de agencias promotoras de consumo –en especial grandes Casas Comerciales y Financieras– que han comenzado a constituir un nicho de financiamiento directo a estudiantes universitarios de instituciones públicas y privadas que, con sólo tener más de 18 años y acreditar su condición de estudiantes, les otorgan una tarjeta bancaria con un monto de dinero disponible para utilizar. “Parece un regalo” es la expresión más escuchada en estudiantes que sin darse cuenta caen en la trampa de la fetichización del dinero, y creen que ese monto les pertenece, es de su propiedad y pueden hacer con él, lo que deseen. Al momento de pagar –incluido los intereses y mora– vendrán las dificultades.

Similar es la situación cuando compran a crédito, sin dinero efectivo, sí con dinero plástico, la tarjeta. Con ella, la sensación reportada por muchos jóvenes es “como que no estoy pagando”, y claro, al no existir una moneda en el intercambio, se invisibiliza el valor de cambio que en dicho proceso se está produciendo. Igual que en el caso anterior, las dificultades aparecen después cuando no se puede pagar y se acumulan intereses y mora.



En ambas situaciones un aspecto relevante en la producción de identidades es la percepción de hacerse parte de un colectivo, el de compradores-consumidores, que muchos jóvenes señalan al participar de la fiesta del consumo. “Me siento parte de...”. Es la noción de la ciudadanía credicard planteada por Moulían, que refiere al sentido colectivo que ganan quienes consumen de esta forma, que renunciando a la dimensión política de la ciudadanía se quedan en aquella que les transforma en parte de la ciudad en tanto consumidores<sup>12</sup>.

Lo anterior nos muestra un mercado asumiendo riesgos, con sujetos que pueden no ser buenos clientes -no compran o no pagan-, pero es un riesgo sobre seguro pues las condiciones de todo el proceso económico les avalan buenos resultados en esa aventura. Los mecanismos legales existentes les darán la razón ante cualquier controversia que se pueda plantear.

- ii. **Ser marquero como “dar la talla”.** Otra estrategia, reportada principalmente en los sectores más empobrecidos y en grupos de jóvenes pertenecientes a sub culturas en que la estética es un elemento vital y ella se obtiene principalmente a través de prendas de vestir, consiste en obtener -mediante el tráfico si es necesario- las chapas o etiquetas que indican las marcas de determinados productos.

Una vez alcanzado el sello, lo que sigue es adosarlo a una prenda de menor calidad que la indicada por la etiqueta, pero que la hace aparecer como prenda legítima. Tal es el caso de jeans, casacas, zapatillas, etc. Y diversos elementos que permiten potenciar la imagen y ganar en prestigio en el proceso de construcción de identidades.

Se trata entonces de una estrategia que podemos enunciar así: “ser, haciendo como que soy”, es el rebusque a través de la pose -una postura breve sólo

---

<sup>12</sup> Moulían Tomás. *Chile actual. Anatomía de un mito*. Lom Ediciones. Santiago, 1997.



instrumental-. Es como aquellos que posan usando celulares de madera, mientras conducen su automóvil simulando que conversan y lo que es peor, que se comunican; o que van al Supermercado en fin de semana y se pasean con productos caros en el carro de compras, conversando con quienes se encuentran y mostrando lo que llevan, para luego de algunas horas de liturgia necesaria, abandonan el lugar sin comprar nada, pero con el espíritu lleno del prestigio y la aprobación social ganados en mostrarse *haciendo como que es*; o quienes en verano con altas temperaturas transitan en sus vehículos con las ventanas cerradas, simulando tener aire acondicionado, pero haciendo *como que sí lo tienen*; o quienes pegan en las ventanas de sus automóviles o casas adhesivos de Colegios Privados de barrio alto, aunque nadie de su familia estudie o haya estudiado en él, pero que les permite *hacer como que sí lo hicieron alguna vez*.

Es un simulacro, un amague a la realidad, es un dribbling a la imposibilidad de acceder, es tratar de ganarle la batalla a la exclusión y sentirse parte de la fiesta, es tratar de salir en la foto. Es la pose para ser alguien.

- iii. **El robo como legítimo esfuerzo emprendedor.** ¿Por qué roban las y los jóvenes de sectores empobrecidos en nuestros países? El discurso adultocéntrico respondería presurosamente que se trata de individuos que intrínsecamente están vinculados a la maldad, que son un riesgo, una amenaza, un problema para la sociedad. Seguidamente, desde este discurso se propondría bajar cada vez más la edad de penalización y se aumenten las penas y castigos para ellos y ellas.

Sin embargo, en la línea de la reflexión hasta aquí realizada, parece pertinente sugerir que una de las posibles explicaciones o factores que inciden en este fenómeno de delincuencia en poblaciones jóvenes, se genera a partir de la búsqueda de acceder y “tener aquello que dicen que hay que tener”. Pero, es la búsqueda a través de estrategias que se saltan las normas y límites, que contradicen la buena crianza, que no escuchan las prédicas conciliadoras. Se trata de robar, de tomar lo ajeno como propio.



Es el camino con atajos, es la estrategia del rebusque con viveza. Esa que va más allá de lo permitido, superando el rebusque que asumen los débiles, quienes aceptan y se someten a los límites.

No es robar por nada, es robar para acceder, para ser parte de la fiesta, para aparecer en la fotografía del éxito, de los incluidos e integrados. Es la delincuencia que no mide consecuencias ni la posible dureza de sus métodos, sólo piensa en sus resultados inmediatos, tener con qué comprar aquello que dicen debe consumirse para ser. No es la delincuencia con valor de subcultura, ni como ajuste ante la diferencia de clases y la desigualdad, se trata de otras lógicas, pasajeras, eficaces<sup>13</sup>. Sólo es un instrumento que permite salir de la nada para aparecer. Es sólo por un rato, para *poder hacer como que se es alguien*. No es la delincuencia como opción de vida ni como probabilidad de futuro. Es la racionalidad instrumental del medio y del fin, integradas y confundidas en lógicas de nuevo tipo. Todo sea por el éxito.

¿Qué ocurre con las y los jóvenes empobrecidos cuando logran acceder al consumo, pero no obtienen los resultados que la publicidad ofrecía? Lo que estos sujetos señalan es que la felicidad asociada al consumo no consigue ser obtenida y a pesar de que es creciente su consumo, más tristes y dependientes se vuelven. Lo que planteamos es que son potentes las imposibilidades en las y los jóvenes a partir de su condición de empobrecidos. Acceden al consumo, pero no logran el éxito prometido y más bien se refuerzan sus condiciones de exclusión.

En los cuerpos de estos jóvenes se instalan las consecuencias de estos procesos de perversidad social, en que se les ofrece la felicidad, se les induce y seduce al consumo opulento como medio único para esa dicha, una vez que acceden y no logran el efecto esperado se les define como culpables por no alcanzar esos logros.

---

<sup>13</sup> Cooper Doris. *Delincuencia y Desviación juvenil*. Lom Ediciones. Santiago. 2007.



Es un sentido compartido en el imaginario social que el genotipo de los sectores empobrecidos no se parece en nada al de las y los modelos -imágenes corporales plenas de parámetros hegemónicos para los géneros femenino y masculino- que están instalados por las agencias promotoras del consumo como estereotipos a conseguir. Pues bien, lo que muestra el habla de estos jóvenes es que por más esfuerzos que hacen, no logran parecerse a las estrellas de moda, ni a Barbie ni a Kent, además porque nuestra contextura corporal está heredada en gran medida de la mezcla entre europeo español y los pueblos originarios, cuyo resultado ni se acerca a estos prototipos impuestos principalmente desde los medios de tipo audiovisual (TV, Cine, Internet).

En ocasiones esta imposibilidad, agudizada por la culpa de no ser capaz, termina generando un efecto todavía más grave que consiste en la autoagresión al cuerpo. Es la angustia como resultante de la imposibilidad, ya no tanto del acceso pues los mecanismos existen, sino por el no logro del éxito. Así, enfermedades actuales como la anorexia, bulimia, obesidad por mal nutrición pueden estar constituyendo expresiones de un malestar que recorre silenciosos los cuerpos juveniles y se instala en sus identidades derrotadas, incompletas, en definitiva: no exitosas.

### Producir con eficiencia

Como ya señalamos, desde una mirada economicista en nuestras sociedades capitalistas, la condición juvenil en el amplio debate de su construcción social, aparece definida desde una de sus vertientes como integración al mercado laboral. Es decir, se la caracteriza como proceso de preparación para esa incorporación, la que al ser lograda es planteada como una meta que marcaría un ritual de pasaje al mundo adulto<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Weinstein José. (1994) *Los Jóvenes y la Educación Media*. En Instituto Nacional de la Juventud. [Primer Informe Nacional de Juventud](#). Santiago.



Ya hemos debatido en otros textos la linealidad y asimetría de este tipo de definiciones<sup>15</sup>. Sin embargo, para la discusión que ahora estamos abordando, hemos de partir de ella como una de las nociones centrales en los discursos adultocéntricos sobre identidades de poblaciones jóvenes.

Pues bien, desde pequeños, niños y niñas van recibiendo un conjunto de discursos sociales cuya preocupación central está puesta en “¿qué serás cuando grande?”, apareciendo dicha proyección directamente definida por el tipo de trabajo que se ejercerá. La vocación es reducida a profesión u oficio y pierde cualquier ligazón imaginable que refiera a felicidad y despliegue de talentos e intereses, quedando sujeta a racionalidades en que priman las ganancias económicas y el éxito, por sobre otra consideración. El sistema educacional refuerza lo anterior y conjuga, junto al sistema familiar esta obligación de prepararse para ser adulto mediante el ingreso al mundo del trabajo.

En una mirada global vemos que las economías de mercado necesitan a las y los jóvenes como *potenciales productores* y buena parte de la organización de la política pública y otras intervenciones están pensadas en función de asegurar su ingreso adecuado al mundo laboral. Adecuado significa aquí, según los términos que el éxito plantea.

Pero, ¿qué les ofrece el mercado del trabajo a jóvenes empobrecidos, en sociedades capitalistas con economías de mercado e ideología neoliberal?

Los elementos centrales de la oferta del Mercado, en contexto de alta precarización<sup>16</sup>, que nos aportan en la reflexión que estamos desarrollando refieren a la política pública, el imaginario privado y la antipatía política.

---

<sup>15</sup> Duarte Klaudio. ¿Juventud o Juventudes? Versiones, trampas, pistas y ejes para acercarnos progresivamente a los mundos juveniles. En [Acerca de Jóvenes, Contraculturas y Sociedad Adultocéntrica](#). Klaudio Duarte y Danahé Zambrano Editores. Departamento Ecuménico de Investigaciones DEI, San José. 2001.

<sup>16</sup> Figueroa Rodrigo. Desempleo y precariedad en la sociedad de mercado. Universidad de Chile, PREDES-RIL. Santiago. 2003.



En cuanto a la política pública, desde principios de los noventa, uno de los ejes de la oferta para jóvenes, del primer gobierno de la Concertación, fue instalar el tema de su empleabilidad. Para ello se realizaron esfuerzos en la dirección de su capacitación y puesta al día en los cambios tecnológicos crecientes en el mundo, y para esa instalación se recurrió a la noción que valoraba la importancia de darle una oportunidad a las y los jóvenes y al mismo tiempo, el llamamiento a éstos para que se constituyeran en emprendedores<sup>17</sup>. Este segundo aspecto se refuerza con los imaginarios privados que veremos más adelante.

En lo que refiere a la oportunidad, la política pública, hasta ahora ha consistido mayormente en la asignación de subsidios a empleadores para que financien parte de la incorporación de jóvenes en puestos de trabajo. Sin embargo, los Programas implementados no han considerado necesariamente el aseguramiento de continuidad en el tiempo para estos trabajadores, ni las buenas condiciones laborales para su desarrollo, ambas cuestiones básicas en la propuesta hoy señalada por Organismos Internacionales en torno a la generación de trabajo decente<sup>18</sup>.

Desde los imaginarios privados, el ser emprendedor, en coincidencia con el discurso gubernamental, aparece como el horizonte del tipo de trabajador que se necesita para que el mercado del trabajo funcione adecuadamente<sup>19</sup>. Este emprendimiento se caracteriza principalmente por una acción individual, que busca mediante el esfuerzo personal, salir de situaciones de complicación para pasar a estadios de mejor condición. No aparecen en este afán de superación, lógicas colectivas ni búsquedas de felicidad en el espacio del trabajo, como experiencia de transformación de la naturaleza o como posibilidad de producciones innovativas al servicio de otros u otras. Todas esas pretensiones son señaladas como entelequias fuera de contexto e imposibilidades que no se condicen con el modelo de trabajador moderno y eficiente. Aquel que no sólo le

---

<sup>17</sup> Irarrázaval Ignacio. *Habilitación, pobreza y política social*. En *Estudios Públicos*, Santiago, N° 59. 1995; Gómez Juan Carlos. *La capacitación laboral juvenil: una forma de disciplinamiento social de los pobres*. Chile 1991-1994. ARCIS, Santiago. 1996.

<sup>18</sup> OIT. *Panorama Laboral*. Lima. 2003.

<sup>19</sup> Flores Fernando y Gray Jhon. *El espíritu emprendedor y la vida wired: El trabajo en el ocaso de las carreras*. Londres, 2002.



agradece a su empleador por el espacio de trabajo, sino que además procura ser eficiente, es decir de bajo costo y generador de alta ganancia, de manera que la relación costo beneficio sea cada vez más auspiciosa a favor de quien le provee no solo de un salario, lo más importante: la posibilidad de acceder a la fiesta del consumo, al éxito prometido.

Así, la capacidad de emprendimiento aparece como un requisito fundamental para ser considerado adecuado en el mercado del trabajo. O lo que es lo mismo, una alta cuota de individualismo es vital para el despliegue de óptimas estrategias de sobrevivencia. A partir de este aspecto surge el tercer elemento ya enunciado como parte de la oferta del Mercado: la antipatía política.

Si se pretende ser un buen empleado, hay actitudes y conductas que quedan inherentemente desterradas del abanico de expresiones posibles en el espacio laboral: la manifestación de malestar por las propias condiciones laborales, la preocupación por la situación de otros u otras, la sindicalización, el ejercicio de derechos, todos aparecen como extraños e inadecuados a la experiencia laboral. Lo que se debe asegurar es la propia sobrevivencia en el espacio del trabajo y atender a los peligros que implica vincularse más allá de lo necesario.

En este marco, lo político, entendido como la toma de posición y acción ante la realidad inmediata, aparece como un peligro de exclusión del mercado laboral, si esas opciones tienden o insinúan ponerse en la dirección contraria a lo señalado por empleadores o dueños del capital económico. Entonces es mejor callar. La mejor actitud política es el silencio y el ensimismamiento, no participar y participar callando. La antipatía a la política reivindicativa, pues ella expone a la pérdida de aquello que permitirá el éxito.

Para las y los jóvenes de sectores empobrecidos que ven al mercado laboral como un espacio restrictivo para quienes se integran a él, los mecanismos de acceso o las posibilidades (imposibles) tienden a reforzar los nocivos efectos contenidos en la oferta y en su materialización. Por ello, es necesario distinguir las estrategias que se utilizan para la incorporación y la sobrevivencia. Relevamos tres en este análisis:



- i. **Más educación, más (im) posibilidades.** La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y la Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ) publicaron a fines del 2004 el informe "La juventud en Iberoamérica. Tendencias y urgencias"<sup>20</sup>. A partir de sus resultados, elaboran un conjunto de paradojas que expresan ciertas tensiones manifiestas en las condiciones juveniles.

Una de estas paradojas refiere a que las poblaciones jóvenes tienen hoy *más acceso a educación, pero menos acceso a empleo*. La contradicción que esta situación plantea está en que la oferta educativa, no posee la calidad esperada aunque su cobertura haya aumentado, lo que no permite a las y los jóvenes empobrecidos una inserción decente a los mercados laborales. Más bien, lo que tiende a ocurrir es que ellas y ellos, a pesar de contar con más años de estudios que las generaciones mayores en sus familias y países, tienen pocas posibilidades de insertarse en buenas condiciones en los mercados de trabajo<sup>21</sup>.

Se suma a lo anterior la poca pertinencia que las especialidades estudiadas en la enseñanza media y en algunos Centros de Formación Técnica tienen respecto de las necesidades del mercado laboral en cada una de sus ramas. Lo anterior lleva a que se encuentren saturadas ciertas especialidades o disciplinas que el mercado del consumo y la imagen mediática muestran como sinónimos de prosperidad económica, en desmedro de otras que son señaladas como antesala del empobrecimiento permanente.

¿Qué sentido tiene seguir estudiando, si mañana seré un cesante ilustrado? Es la interrogante que se plantean muchos jóvenes que hace rato dejaron de percibir la educación como mecanismo de movilidad social<sup>22</sup>. De esta forma, las posibilidades

---

<sup>20</sup> CEPAL-OIJ. *La Juventud en Iberoamérica. Tendencias y Urgencias*. Santiago, 2004.

<sup>21</sup> Duarte Claudio y Figueroa Rodrigo. *Análisis de las juventudes en Chile. Preguntando desde la educación y la empleabilidad*. Chile Califica, GTZ e Interjuven. Santiago, 2005.

<sup>22</sup> Dávila Oscar y otros. *Los desheredados. Trayectorias de vida y nuevas condiciones juveniles*. CIDPA. Viña del Mar. 2005.



de alcanzar éxito por la vía de estudiar más para ser alguien, está puesta en duda de manera significativa en las poblaciones jóvenes empobrecidas.

- ii. **Política pública de empleo para jóvenes como refuerzo de la precarización.** En continuidad con lo anterior, aparece con claridad la imagen de una sociedad que se percibe avanzando hacia el crecimiento y el desarrollo, pero que va dejando tras de sí una estela de sujetos que quedan al margen de los beneficios de ese crecimiento y desarrollo. A las y los jóvenes según la CEPAL se les considera *más aptos para el cambio productivo, pero con menos posibilidades de participar en él*. Porque aunque poseen más años de estudios que sus padres, madres y abuelos-abuelas, sin embargo, de poco les sirve si los mercados del trabajo no disponen de las condiciones para una inserción y mantención decente en ellos, por lo que terminan más excluidos de dicho cambio productivo.

En nuestro país y en la región, las formas de organización del trabajo y las transformaciones de la vida económica han cambiado de forma significativa en los últimos 25 años<sup>23</sup>. Las formas de establecer las relaciones entre capital y trabajo y el tipo de empleo, especialmente, en cuanto al contenido de las competencias laborales, condiciones de trabajo y los modos de definición de los salarios se han modificado sustancialmente. Esto ha reorganizado las formas de inserción laboral de los y las jóvenes, especialmente, si las comparamos con las de sus padres o abuelos que tuvieron a la fábrica como referencia, mientras que éstos se perciben mucho más cercanos al sector servicios.

La política pública de empleo para poblaciones jóvenes, enfrentó durante los primeros gobiernos de la Concertación, la búsqueda de su inserción mediante programas masivos de capacitación laboral, intentando pagar una deuda que la sociedad chilena tendría con sus jóvenes<sup>24</sup>. En la medida que estas iniciativas no

---

<sup>23</sup> [Martínez Javier, León Arturo. La estratificación social chilena hacia fines del siglo XX. Series de la Cepal, Santiago, 2001; Díaz Álvaro, Martínez Javier. Chile: la gran transformación. Documento de Trabajo N° 148, Ediciones Sur, Santiago, 1995.](#)

<sup>24</sup> [Cottet Pablo y Galván Ligia.](#)



tuvieron un impacto significativo -el desempleo en jóvenes entre 18 y 24 años triplica en los promedios al total nacional, en las comunas más pobres lo quintuplica- la política pública desde principios del dos mil giró hacia la lógica ya señalada de los subsidios a empleadores. Ninguna de las dos ha tenido un impacto significativo, pues la problemática que se quiere enfrentar tiene características estructurales en lo económico y adultocéntricas en lo cultural y político. Mientras se perciba a las y los jóvenes como sujetos sin experiencia, de menor valor en el mercado laboral, se seguirán aplicando políticas que expulsan y desmotivan más que estimulan a la inserción.

Un ejemplo claro de lo anterior es el amago de debate que se instala en nuestro país cada vez que se plantean la temática del salario mínimo. Surgen voces que plantean la necesidad de que exista un salario mínimo destinado a jóvenes menores de 24 años y que ha de ser inferior en cantidad que el destinado a la población trabajadora. El argumento principal que se esgrime es que estos sujetos jóvenes “tienen menos necesidades” que el resto de la población mayor. Hasta donde conocemos, el capitalismo en ningún momento ha calculado los salarios de acuerdo al criterio de necesidades de quienes venden su fuerza de trabajo. Si eso fuera así, quizás nos estaríamos acercando a otras formas de organización económica, cuestión que no ocurre en este momento de la historia en nuestra región.

Lo anterior nos muestra que sólo se trata de un argumento capitalista y adultocéntrico que, a partir del prejuicio de que los menores (niños, niñas y jóvenes) son dependientes económicamente y por lo tanto requieren menos recursos propios, pretende abaratar los costos a empresarios y maximizar sus ganancias. Éstos con seguridad pagan salario mínimo sólo a trabajadores de baja calificación, que como ya hemos dicho provienen en su mayoría de los sectores más pobres.

- iii. ¿Un problema de madurez o de la estructura del mercado? Siguiendo con la argumentación anterior, encontramos que las y los jóvenes de sectores



empobrecidos no son vistos como eficientes, pues no poseen adecuada preparación, son poco dóciles y tienen alta tasa de movilidad ya que permanecen poco tiempo en sus lugares de trabajo. Esta alta rotación es explicada por el discurso empresarial como inestabilidad e inmadurez “propia del ser joven”, que muestran su falta de responsabilidad y carácter adolescente -que adolece, carece-. Esta explicación de orden adultocéntrica, es parte del discurso común entre diseñadores de política, empleadores y docentes que alistan a estos jóvenes para el empleo.

Sin embargo, esta alta rotación responde más al desagrado que provocan las malas condiciones de trabajo y a la búsqueda de mejores posibilidades por parte de las y los jóvenes que a un desajuste intra psíquico. En cierta medida se transforma entonces en una práctica de rechazo a las no decentes condiciones impuestas y un modo de resistirse a la búsqueda de mejorías.

Las características de flexibilidad que el mundo empresarial demanda para sí como condición fundante del actual modo de organización del empleo, termina siendo la única vía de escape temporal para estos jóvenes en esa búsqueda de mejores condiciones. Sin embargo, esa vía es individual, no alcanza ribetes colectivos, no moviliza, funciona dentro de la lógica individualista a la que han sido arrastrados y arrinconados los sectores de trabajadores de la región. Las y los jóvenes no son ajenos a esa situación.

¿Qué ocurre con las y los jóvenes de sectores empobrecidos cuando no acceden al aparato productivo y pierden la posibilidad de ser eficientes y exitosos como demanda el mercado? La carencia de preparación adecuada marca de forma señera a las poblaciones jóvenes empobrecidas y les ofrece, ó un lugar de alto sometimiento en el mercado laboral o la exclusión del mismo. Otra alternativa, camino a la eficiencia, implica esforzarse en lo personal y prepararse para ocupar otro lugar, de liderazgo y mejor posicionamiento. Para ello la profesionalización universitaria es fundamental. De ella los sectores empobrecidos están más lejos que cerca.



A lo anterior ha de agregarse la internalización del discurso del éxito. Un sector importante de las y los jóvenes valoran como un logro relevante conseguir un lugar en el mercado del trabajo y con ello no es de extrañar que las situaciones acontecidas en este espacio social no aparezcan mencionados como problemas relevantes entre ellos y ellas. La V Encuesta Nacional de Juventud, muestra resultados que avalan este planteamiento, en el sentido de que a pesar de señalar que trabajan en condiciones de precariedad (sin contrato, sin previsión, con estados de prueba permanentes, salarios inestables, etc.) valoran tener trabajo y ser parte del mercado del empleo. La explicación posible es que conseguir la inserción laboral abre la puerta para acceder al consumo ofrecido y ser parte también de ese mundo de *tener para ser*.

En ese sentido entonces, la inserción laboral asume una condición instrumental, lejos de aspectos de índole vocacional y más bien referida a la sobrevivencia y al logro de la meta de satisfacción inmediata. Tener con qué acceder al consumo que permite ser a través del tener. Es la posibilidad de verificar la fascinación por el consumo por la vía correcta, con recursos propios, crédito de por medio si es necesario, pero por la ruta esperada: fruto del esfuerzo, el éxito pauteado socialmente.

Cuando son de este tipo las explicaciones construidas, lo que conceptualizamos es la creciente naturalización de sus condiciones de trabajo. Es el modo actual de expresión de la enajenación de los sujetos en la experiencia laboral. En la medida que la preocupación está puesta en lograr acceso al consumo y en esa medida al éxito y la identidad, aquellos problemas y obstáculos que aparezcan en ese camino se transforman, en el ideario neoliberal en desafíos al esfuerzo emprendedor ya presentado. El circuito se retroalimenta. Parece sin posibilidad de escape.



## Saliendo del texto

El y la joven de sectores empobrecidos -*víctimas de los procesos de exclusión social*- aparecen puestos en tensión por el discurso que, desde el mercado *les transforma en sus propios victimarios*, en tanto se señala que no aprovechan las posibilidades que se le ofrecen: no se educan -capacita, actualiza- para el mundo del trabajo, no se insertan en las condiciones señaladas y no utilizan la tecnología de punta.

En síntesis, en este Fugacidad del éxito-estabilidad de las carencias