

CON OJOS DESAPASIONADOS...
(Ensayo sobre la cultura en el mercado)
José Joaquín Brunner*

En memoria de mi amigo Norbert Lechner, con
quien en estos asuntos no estábamos de acuerdo

*Atención al Mercado,
Que es mi vida!
Atención al Mercado,
Compañeros!
Pablo Neruda*

La frase que mejor expresa la cultura en que vivimos es aquella que dice: “*ahora todo está en el mercado*”. Efectivamente, una vez que el mercado se hace cargo de un conjunto cada vez más amplio de actividades sociales, la cultura de una sociedad cambia también de maneras distintivas. A fin de cuentas, la cultura es creación, transformación y comunicación de formas de vida y construcción de sentidos que intercambiamos en el incesante tráfico de nuestra existencia social.

A su turno, estas formas de vida están determinadas, igual que su puesta en escena y los significados que les atribuimos, por los arreglos institucionales básicos de la sociedad de la cual formamos parte. Rousseau lo dijo de manera dramática: “En esclavitud nace, vive y muere el hombre civil; cuando nace, le cosen en una envoltura; cuando muere, le clavan dentro de un ataúd; y mientras que tiene figura humana, le encadenan nuestras instituciones”¹.

A nosotros, chilenas y chilenos del siglo XXI, nos “encadenan” las instituciones del mercado, envolviéndonos con sus lazos imperceptibles. En este tejido encuentra nuestra cultura contemporánea su entramado, sus jerarquías, sus divisiones y su vitalidad.

¡Fauna maravillosa del fondo del mar de la vida!***

Nacen nuestros hijos y nietos en hogares contruidos y equipados bajo las reglas del mercado. Los padres y abuelos aspiran a la propiedad de su

* Profesor Escuela de Gobierno, Universidad Adolfo Ibáñez; Director Programa de Educación, Fundación Chile.

¹ Juan Jacobo Rousseau, *Emilio o la Educación*; Editorial Porrúa, México, 1972, p. 6

*** Los títulos de las secciones corresponden a versos del poema *Oda Triunfal* de Fernando Pessoa.

vivienda; en Chile, 73% es habitada por sus propietarios o por quienes están en tren de convertirse en tales. Enseguida, el hogar mismo es un reflejo de nuestras oportunidades de mercado; allí, tanto como en nuestras formas de apropiación y uso de los bienes, adquiere su fisonomía, su clima, su estatus. Los bienes durables que lo pueblan en número cada vez mayor—TV a color, refrigerador, microondas, equipo de alta fidelidad, telefonía fija y celular—reflejan, con su presencia o ausencia, nuestro poder de mercado y condicionan estilos de vida y las formas materiales de la cultura familiar.

Por su lado, los tipos y ritmos de consumo de bienes culturales—esto es, la participación de cada uno de nosotros en el mercado de productos y servicios simbólicos: programas de TV y radio; periódicos, revistas y libros; cine y teatro; museos, galerías y conciertos—contribuyen a delinear segmentadamente nuestras propias identidades y, de paso, definen nuestra posición en este específico mercado².

Asimismo, el hogar es el última eslabón en la larga cadena de la globalización que, atravesando cordilleras y mares, recorre nuestras calles y vitrinas, nos viste y alimenta, nos impulsa a viajar y a recibir extranjeros, habita en los objetos que nos rodean y nos proporciona los instrumentos con que trabajamos y nos comunicamos. Aparece en la música que escuchamos y las imágenes de TV que consumimos e instala sus marcas—desde McDonalds hasta las tiendas de ropa usada en la provincia—en medio de la ciudad, integrando por todos lados lo global en nuestras formas de vida cotidiana.

También nuestros accesos a la salud, la educación y la previsión están hoy organizados como posibilidades de mercado, con variedad de proveedores que compiten (más o menos) entre sí, esquemas de libre opción, sistemas de copago y cofinanciamiento, relaciones contractuales, regímenes de seguro y de crédito, etc. En suma, monetarización de las necesidades y privatización de las satisfacciones. Tómese el caso de la educación. Prácticamente la mitad de los alumnos K-12 concurre a colegios privados y cerca del 60% a instituciones privadas de educación superior. La mayoría de los padres, si pudiera costear

² Ver José Joaquín Brunner, “Chile: ecología del cambio cultural”; Pedro Güell, Soledad Godoy y Raimundo Frei, “El consumo cultural y la vida cotidiana: algunas hipótesis empíricas”; Juan Jiménez, “El consumo cultural y el uso del tiempo. Una vindicación de Neuman”. Los tres en Carlos Catalán y Pablo Torche (eds.), *Consumo Cultural en Chile: Miradas y Perspectivas*; Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Instituto Nacional de Estadísticas y La Nación, Santiago de Chile, 2005.

los estudios de sus hijos, preferiría mandarlos a un establecimiento particular pagado. Y, en cuanto a las actuales élites de la sociedad chilena, mientras en la generación de sus padres un 35% concurrió a establecimientos públicos de enseñanza primaria y un 14% adicional a un colegio público de alto prestigio, sus hijos, en cambio, concurren en un 65% a colegios privados pagados de alto prestigio y un 25% adicional a establecimientos privados pagados o subsidiados. Sólo un 5% de ellos asiste a establecimientos públicos municipalizados. El floreciente mercado de la educación ha producido, por tanto, un enorme cambio en las trayectorias de socialización de los niños y jóvenes, nuevas formas de segmentar la acumulación de capital cultural y social y una radical mutación en las expectativas de las familias. No sólo se han redefinido los espacios y límites de lo público y lo privado sino, además, el lugar que ocupan en nuestra conciencia.

De igual manera las ocupaciones y los desempeños laborales se realizan y remuneran ahora en el sector privado. Como ya había observado Thomas Hobbes en su época, “el poder de cada individuo es una mercancía”. Sólo una fracción menor de la fuerza de trabajo—alrededor de un 6%—se encuentra empleada en el sector público, cada vez con menos posibilidades de obtener allí un estatuto especial de protección. A su vez, la intensidad del trabajo—horas trabajadas, segundas ocupaciones, uso de parte del tiempo libre para actividades remuneradas, etc.—y los costos asociados de *stress* y ansiedad, parecen haber alcanzado en Chile niveles particularmente altos, si hemos de creer a las estadísticas internacionales sobre estos asuntos. Las exigencias del mercado, y de obtener allí el principal medio de progreso en la vida y de inversión en el futuro de los hijos, se han transformado así en el motor esencial del comportamiento de las personas. Pues la competencia por subsistir y progresar ejercida a través del mercado, como razonablemente observara Friedrich von Hayek, es “siempre un proceso a través del cual una minoría impone a la mayoría la necesidad de hacer lo que no le gusta; ya sea trabajando más arduamente, cambiando de hábitos o dedicando un grado de atención, de continua aplicación o de regularidad a su trabajo que, de no existir la competencia, no serían necesarias”³.

³ Friedrich von Hayek, *Law, Legislation, and Liberty*; Vol. 3, *The Political Order of a Free People*. Chicago University Press, Chicago, 1979, pp. 76-77

Al mismo tiempo, el mercado laboral, al incorporar gradualmente a un porcentaje creciente de mujeres, ha puesto las bases para una progresiva transformación de las relaciones de género—desde ya visible en prácticamente todos los ámbitos de la sociedad—y de los roles femeninos tradicionales, vinculados al hogar, la crianza de los niños, la dependencia económica y la sujeción patriarcal. Basta considerar aquí que uno de cada cuatro hogares chilenos está a cargo de una mujer (y, cifra poco conocida, que el 38,7% de los jefes de hogar con discapacidad son mujeres⁴). En suma, todos—mujeres y hombres, jóvenes y adultos, más o menos educados—se ven envueltos por las exigencias del trabajo transmitidas por vía del mercado y buscan invertir en el desarrollo de sus capacidades productivas y gestionarlas en un mercado laboral cada vez más cambiante e inestable. Por el contrario, quien queda excluido de él, o sólo accede ocasionalmente, está condenado a una radical inseguridad y, habitualmente además, a vivir en la indigencia o la pobreza. Queda atrapado, asimismo, en un círculo de acumulación de desventajas, correctamente caratulado de vicioso: sin trabajo no hay ingresos y sin ingresos no hay sustento familiar, ni libre elección de la educación de los hijos, ni consumos básicos que hacen a la comodidad y dignidad en una sociedad moderna, ni posibilidad de construir una biografía en el mercado.

De igual forma nuestras interacciones comunicativas se hallan crecientemente mediadas por tecnologías y servicios que obtenemos del mercado. Once millones de teléfonos celulares conectan a la población mediante una red invisible de receptores y emisores móviles, echando abajo la difundida imagen de ciudades habitadas por “muchedumbres solitarias” (En efecto, los millones de minutos utilizados por la telefonía celular han aumentado de 5 mil a más de 9 mil entre 2000 y 2004⁵). Desde los cuatro años los chilenos consumen además, en promedio, 3 horas diarias de TV abierta, cuya programación y canales se rigen exclusivamente por el *rating*, dentro de un juego de ofertas, creación de audiencias y captación de ingresos publicitarios que lleva la nítida marca del mercado. Nuestros ocios, pequeños mundos de vida, conversaciones e información sobre los sucesos del día

⁴ Estudio de FONADIS reportado en El Mercurio, 27 octubre 2005, “El lado femenino de la discapacidad”.

⁵ Banco Central, *Síntesis Estadística de Chile 2000-2004*.
<http://www.bcentral.cl/esp/publ/estad/iei/pdf/sechile0004.pdf>

quedan así integrados a la actividad industrial y de mercado que realizan los medios de comunicación. El imaginario de la sociedad—si acaso existe como una entidad colectiva o bien si refleja la suma de nuestras imaginaciones—se teje sobre esta base, alimentando nuestros relatos cotidianos que son una parte esencial de las formas de vida que cultivamos.

En realidad, todas nuestras necesidades básicas y deseos, nuestras expectativas de auto-realización personal y de participación comunitaria, están siendo progresivamente subsumidas por el mercado, según sea nuestra ubicación en la escala de ingresos: desde el “pan de cada boca” al que cantó Neruda hasta la modelación del cuerpo perfecto y la conciencia en paz que ofrecen los ejercicios físicos, los tratamientos de belleza, la ingeniería estética y la industria de auto-ayuda asociada a las múltiples terapias disponibles en el mercado. Parafraseando a Daniel Bell, lo que aquí está ocurriendo es que la moralidad tradicional está siendo reemplazada por la psicología y la culpa por la ansiedad.

De hecho, ya ni siquiera los límites del ingreso personal o del hogar actúan como un freno ni obligan a postergar para mañana las gratificaciones por vía de un ahorro minucioso. Desde el momento que un número cada vez mayor de hombres y mujeres accede al crédito de consumo—las tarjetas bancarias activas han aumentado de 890 mil en diciembre de 1991 a más de 3 millones en junio de 2005⁶, estimándose que existen adicionalmente más de 8 millones de tarjetas activas de casas comerciales y supermercados que dan cuenta del 25% del total de colocaciones destinadas a consumo—se ha vuelto posible anticipar las gratificaciones, al costo, claro está, de comprometer el propio futuro con el mercado, que es precisamente lo que ha estado ocurriendo en Chile.

El dinero plástico abre así las puertas a una nueva revolución de las expectativas, al mismo tiempo que debilita las amarras de la austeridad, sea ésta elegida por vocación o impuesta por condición. De allí en adelante, el consumo nos consume. Mucho antes de que Tomás Moulian fulminara a la sociedad chilena con este descubrimiento desde la izquierda, el sociólogo norteamericano Daniel Bell, desde una visión rigurosamente neo-conservadora,

⁶ UST, *Informe Área de Negocios*, N° 29, abril 2005
<http://extension.santotomas.cl/html/negocios/29/informedenegocios29.pdf>

había imputado a la “difusión de la compra a plazos” la quiebra del “viejo temor protestante a la deuda”⁷.

No es extraño, por todo esto, que los mall y supermercados aparezcan como la manifestación arquitectónica más representativa del cambio cultural que ha experimentado Chile, ya bien como blanco de crítica o como ilustración del argumento. En efecto, más que depósitos de una gran variedad de productos, ellos ofrecen espacios de socialización en la cultura del mercado; son vehículos de aprendizaje familiar en las prácticas de dicha cultura y un lugar de encuentro civil, como antaño la plaza de provincia. Un rol semejante, pero menor, juegan ahora también las estaciones de servicio a la vera de la carretera y en las ciudades, transformadas en un sustituto *fast food* de las viejas estaciones de ferrocarril. Por su misma fugacidad, es probable que nadie les cante, como cantó el poeta a la vieja Estación Mapocho, donde los viajeros no sólo olvidaban pañuelos, ramos de rosas apagadas sino secretos, vidas, esperanzas⁸. Igual cosa le ocurre al Partido Radical de antaño y a sus renombrados clubes de comensalidad, productos también de un tiempo más lento y una cultura de mantel y servilletas.

Aún los elementos más íntimos de nuestra personalidad—por ejemplo, las creencias que profesamos a la sombra de dios—se ven transfigurados en su expresión social por la acción del mercado. En realidad, el secularismo y el desencantamiento del mundo son sólo dos expresiones gruesas, de promedio, de dicho cambio; ni siquiera tan completas e incontrarrestables como a veces se postula. Bajo la lupa, dos fenómenos de recomposición religiosa—aunque podrían citarse otros más—aparecen como revestidos de mayor impacto en la sociedad chilena actual. Abajo, en medio de los sectores populares, se expande el mensaje de las iglesias evangélicas. Con sus pastores, sermones radiales y callejeros y, en muchas partes, los modestos templos de madera, ellas representarían actualmente hasta un 20% de la participación confesional de los estratos más pobres, donde existiría una relación de uno a uno entre observantes católicos y evangélicos, según cifras del Centro de Estudios Públicos. Este mensaje, esencialmente puritano, crece pues allí donde las familias están más lejos del mercado. Pero, si hemos de creer a la sociología

⁷ Daniel Bell, *Las Contradicciones Culturales del Capitalismo*; Alianza Editorial, Madrid, 1977, p.73

⁸ Uso libre de “Oda a la vieja estación Mapocho, en Santiago de Chile”

de las religiones, servirá a la vez de puente—a través del esfuerzo personal, la frugalidad y el retraimiento de los placeres mundanos—para alcanzar el punto a partir del cual podrán aprovechar todos sus beneficios. ¡El mercado tiene sus razones que la razón no comprende! Arriba, en cambio, “en el extremo opuesto de la sociedad chilena—entre los empresarios y profesionales—también se expande un movimiento religioso, vinculado a la familia. Ordenes católicas, de tendencia conservadora, papista, mariana, contrarias al socialismo y a la teología de la liberación, y pro empresa privada, están jugando un papel importante en los círculos más modernos y globalizados desde un punto de vista económico. En efecto, empresarios que hicieron estudios de postgrado en Chicago o Harvard, que están en la vanguardia en materias tecnológicas y financieras, sienten la necesidad de comprometerse seriamente en movimientos religiosos tales como el Opus Dei, el Schoenstatt, o los Legionarios de Cristo (de origen mexicano), entre varios otros”, según ha observado Arturo Fontaine⁹. Aquí no se trata, obviamente, de llegar al mercado—se está en él y en él se ocupa la cúspide, el vértice más alto en los índices de ingreso e internacionalización—sino de cultivar maneras de convivir con él, estableciendo en su interior redes matrimoniales, familiares, vecinales, escolares, universitarias, empresariales—en fin, comunidades de estilos de vida—que permitan preservar valores de fe y comportamiento ligados a un catolicismo, dicho en términos de Bourdieu, de nítida distinción social.

Por su lado, el mercado ha mostrado también ser más liviano y correr más rápido que los órdenes administrativos. Por eso no le ha sido difícil sustraer, del dominio gubernamental, porciones enteras de su antigua economía; por ejemplo, el reino de las obras públicas y los transportes—hasta ayer emblemas de identidad y orgullo nacionales—poniendo fin así al monopolio de la escasez y la lentitud y causando un generalizado cambio en nuestras formas de habitar, comunicarnos y transitar en la ciudad. Al desplazarse hacia el mercado, las infraestructuras y el transporte adoptan ahí nuevas formas y modalidades: concesión de carreteras, puertos y aeropuertos; servicios postales *express*; empresarialización de gran escala, como en el caso

⁹ Arturo Fontaine, “Consumo y movimientos religiosos, rasgos de una sociedad en rápida transición”. Ponencia presentada al Seminario de Expansiva “El Chile que Viene - I”; 28 de febrero al 2 de marzo 2002.

del Transantiago; avenidas y túneles de pago obligado bajo ríos y cerros. Igual cosa ocurre con el movimiento de aguas servidas, de bits y datos, de imágenes y voces a distancia, todos puestos a circular a través de intrincadas redes comerciales. Si ésta es una sociedad de “flujos”, como ha dicho alguien, o de una modernidad “líquida” en palabras de otro, el movimiento de las cosas, las personas y sus desechos, y la rotación de los signos y la información que los pone en contacto, transcurren ahora a través de esta intrincada malla de ductos y ondas que el mercado coordina invisiblemente.

Ni el Estado—la organización de lo público por excelencia—ha podido librarse de las fuerzas expansivas del mercado y sus lógicas de privatización, externalización, contractualización, descentralización y descongestión de las organizaciones y prácticas. En efecto, el Estado se mide ahora con la regla del mercado y se reestructura en función de aquel. Con un dejo de condescendencia se le exige hoy, cual se hace con el hermano menor, que muestre comportamientos amistosos con el primogénito de la familia. Se le retira de la producción directa de bienes y servicios, opta por financiar la demanda de los individuos antes que la oferta de sus propias instituciones, somete a éstas y sus programas a evaluaciones de desempeño e impacto, busca como remunerar a su personal conforme a resultados, crea incentivos para aumentar la productividad y establece compromisos de calidad y garantías de atención con sus clientes. ¡Sí!, también el Estado tiene clientes ahora y declara que sus servicios deben orientarse al consumidor.

Finalmente, cuando morimos, al chileno de hoy “le clavan dentro de un ataúd” y, lo más probable, le echen a descansar en un cementerio privado. ¡Ay!, como se pasa la vida, como se viene la muerte negociando... Según una información de prensa, el negocio de los muertos ha adquirido ya todas las características de una empresa pues, como señala allí una ejecutiva del rubro, “vende un servicio y cada cual puede escoger” (¡libres de elegir hasta morir!). Lo importante, agrega, es que se debe mantener “una competencia en donde hay que ofrecer precios, calidad, comodidad y presencia”¹⁰. Tanto así que aún los cementerios privados han sido arrastrados al debate sobre impuestos. Como escribía un apasionado favorecedor de la reducción de impuestos,

¹⁰ Cristian Cabalin y Ángela Quevedo, “El costo de la muerte sube otra vez”; *Con Tinta Negra*, 2002
<http://www.periodismo.uchile.cl/contintanegra/2002/noviembre/sociedad1.html>

cuando se anunció el año 2001 el fin de la exención de contribuciones sobre ciertos bienes raíces, con este nuevo esquema “no nos dejarán tranquilos jamás, ni siquiera cuando estemos muertos porque también vienen aumentando el pago de contribuciones a los cementerios privados lo que aumentará el costo de las tumbas”¹¹. En suma, salimos de la vida por donde entramos al nacer: encadenados—abuelos, padres e hijos—al mercado, en cuyo dintel leemos: “*Lasciate Ogni Speranza, Voi Ch’entrate*”¹².

¡Oh, cosas todas modernas...!

¿En qué sentido debemos dejar atrás cualquiera esperanza? Al menos en esta: ya no podemos sustraernos a los efectos transformadores del mercado, una vez que él se hace cargo de la sociedad y determina nuestras formas de vida y su comunicación intersubjetiva.

Incluso en un estadio elemental, según muestra el historiador Fernand Braudel al inicio del tomo segundo de *Civilización Material, Economía y Capitalismo*, “el mercado viene a ser una liberación, una apertura, el acceso a otro mundo. Es vivir de puertas hacia fuera. La actividad de los hombres, los excedentes que intercambian, pasan poco a poco por esta estrecha abertura tan difícilmente al principio como el camello de la Escritura por el ojo de la aguja. Después los huecos se dilataron, se multiplicaron, convirtiéndose finalmente la sociedad en una ‘sociedad de mercado generalizado’. Al final de este recorrido, tardíamente por tanto y nunca a un mismo tiempo ni de la misma forma en las distintas regiones. No se da, pues, una historia simple y lineal del desarrollo de los mercados. Lo tradicional, lo arcaico, lo moderno y lo muy moderno se mezclan. Incluso hoy día”¹³. Ahora también nosotros hemos sido alcanzados por esta historia y nos hemos incorporado a ella de una forma particular. Pero recién acabamos de convertirnos en una “sociedad de mercado generalizado” y a nuestro alrededor se mezclan, en abigarrada confusión, los archivos tradicionales, los ruidos de la modernidad y la sonrisa posmoderna

¹¹ Luis Larraín, *El Diario Financiero*; Santiago de Chile, 31 mayo 2001
http://www.lyd.com/programas/comunicaciones/cuidado_chilenos.html

¹² Dante, *Inferno*, Canto III, 9

¹³ Fernand Braudel, *Civilización Material, Economía y Capitalismo – Siglos XV - XVIII*; Vol. 2, *Los Juegos del Intercambio*. Alianza Editorial, Madrid, 1984, p. 6

del gato de Cheshire. De ahí, también, que resulte tan inútil y frustrante el debate sobre si Chile es un país moderno o no.

Más bien, la primera conclusión a la que podemos arribar después de nuestro recorrido “de puertas hacia fuera” es que todo aquello que el mercado toca con su mano invisible, pronto se ve envuelto en su “lógica” como suele decirse—refiriéndose a sus dinámicas prácticas; se transforma y diferencia, se especializa y comercializa, adquiriendo nuevos modos de organizarse y funcionar y nuevos sentidos en la conciencia de los agentes. Ya lo vimos: la envoltura en que nos ponen al nacer y las tumbas—con su “comodidad” y “presencia”—donde nos depositan al morir. Y todo lo demás que conocemos entremedio, mientras mantenemos nuestra figura humana. En suma, estamos metidos en un proceso de efectos masivos, de amplio alcance y larga duración. Como un torbellino que a su paso lo remueve todo y a nadie deja indiferente.

¡Fraternidad con todas las dinámicas!

Marx ha sido probablemente quien de manera más aguda ha descrito este efecto destructivo y creativo al mismo tiempo del mercado, al asociarlo con su análisis de la revolución burguesa. Dondequiera ella tiene lugar, nos anuncia con su poderoso lenguaje de profeta alemán, la revolución del mercado destruye “las relaciones feudales, patriarcales, idílicas [...] para no dejar subsistir otro vínculo entre los hombres que el frío interés, el cruel pago al contado”. Le atribuye, con no poca razón, el haber ahogado “el sagrado éxtasis del fervor religioso, el entusiasmo caballeresco y el sentimentalismo del pequeño burgués en las aguas heladas del cálculo egoísta”. El mercado, añade, despoja “de su aureola a todas las profesiones que hasta entonces se tenían por venerables y dignas de piadoso respeto”. Desgarra “el velo de emocionante sentimentalismo que encubría las relaciones familiares” reduciéndolas a “simples relaciones de dinero”.

En fin, anticipándose a la teoría de la destrucción creativa de Schumpeter, anuncia que el mercado no puede existir sino a condición de revolucionar incesantemente todas las relaciones sociales: “Una revolución continua en la producción, una conmoción ininterrumpida de todas las condiciones sociales, una inquietud y un movimiento constantes distinguen a la época burguesa de todas las demás. Todas las relaciones estancadas y

enmohecidas, con su cortejo de creencias y de ideas veneradas durante siglos, quedan rotas, las nuevas se hacen añejas antes de osificarse. Todo lo estamental y estable se evapora en el aire; todo lo sagrado es profanado y los hombres, al fin, se ven forzados a contemplar con ojos desapasionados su posición frente a la vida y sus relaciones mutuas”¹⁴.

Escrito en su pequeño estudio del 42 Rue d’Orléans, en febriles noches de trabajo y humo, bajo la presión del tiempo y la amenaza de los plazos—*si el ciudadano Marx no cumple con entregar el Manifiesto del Partido Comunista hacia el 1 de Febrero como se comprometió en el reciente Congreso, se deberán adoptar otras medidas contra él*¹⁵—este texto representa seguramente el más temprano e incisivo análisis del impacto del mercado sobre la cultura, con su cortejo de cambios estructurantes (de nuevas prácticas) y transformaciones intersubjetivas.

De entre todos ellos, el que mayor preocupación causa a nuestra *intelligentsia* local es su fuerza corrosiva de las comunidades de co-presencia, cálidas, moralmente integradas, que ofrecen acogimiento y demandan lealtad. En efecto, todas ellas “son obstáculos para el libre desarrollo de la mera comunidad de mercado y los intereses específicos del mercado; en cambio, éstos son las tentaciones específicas para todas ellas”¹⁶, según planteó Max Weber, el otro gran sociólogo alemán.

Cuando hoy se alega que nuestra sociedad se ha vuelto fría, que le falta afecto, que no acoge y, por el contrario, se fragmenta, aísla a las personas y les exige asumir cada vez mayores riesgos e inseguridades por su cuenta, se apunta precisamente al hecho de que una sociedad de mercado generalizado sustituye (al menos en parte; nunca completamente) los lazos comunitarios por vínculos contractuales, las solidaridades grupales por solidaridades abstractas, los intereses corporativos por intereses individuales, la confraternización por la competencia, las culturas locales por una progresiva homogeneización básica de las formas de vida, el paternalismo benevolente por la dura exigencia de trabajar y valerse por sí mismo, las tradiciones por las novedades y las virtudes

¹⁴ Karl Marx y Friedrich Engels, *Manifiesto Comunista*; Editorial Debate, Barcelona, 1998. Citas corresponden a las pp. 17-20

¹⁵ Resolución de la Liga Comunista de Londres del 24 de enero de 1848. Citada en Francis Wheen, *Karl Marx*; Fourth Estate, London, 1999, p. 119

¹⁶ Max Weber, *Economía y Sociedad*; Fondo de Cultura Económica, México-Buenos Aires, 1964, p. 494

por el interés táctico en beneficio propio (*honesty is the best policy*, por ejemplo).

Es precisamente esta reducción de la vida social a su grado cero—que suele mitológicamente asociarse con una pérdida de “la comunidad”—lo que alimenta la nostalgia de un estadio anterior, un pasado de pequeños grupos y lazos de amable proximidad. Estaríamos por tanto a la búsqueda, según se comenta en casa, “de una comunidad capaz de ofrecer sentido, protección y continuidad a las vidas de cada uno”; en suma, “una sociedad más transparente, más humana, más acogedora; que invite al éxito, pero que también proteja frente al fracaso”¹⁷. Puede ser. Mas de ser así, esta búsqueda nos podría conducir de manera inexorable a la condenación de Sísifo: a empujar sin cesar una roca hasta la cima de una montaña, desde donde volvería a caer por su propio peso.

Nada me ata a nada

De cualquier forma, esta búsqueda (y, ojo, Sísifo no fue un héroe solo para Albert Camus), nos pone en curso de colisión con Max Weber, lo cual, evidentemente, no invalida el mérito de aquel esfuerzo. Pero, ¿por qué en curso de colisión? Porque fue justamente él—me refiero a Weber—quien en el capítulo VI (incompleto) sobre el mercado, de su tratado sobre *Economía y Sociedad* publicado en 1922, retomó y prolongó el filón *cool* del análisis marciano, aquel sobre el “frío cálculo” y las “aguas heladas” en que nos sumergen las corrientes del mercado. “La comunidad de mercado, en cuanto tal”, sostiene Weber, “es la relación práctica de vida más impersonal en la que los hombres pueden entrar”. Y agrega: “Cuando el mercado se abandona a su propia legalidad no repara más que en la cosa, no en la persona, no conoce ninguna obligación de fraternidad ni de piedad, ninguna de las relaciones originarias portadas por las comunidades de carácter personal”. Éstas, como había previsto Marx, se disuelven bajo el efecto ácido del mercado.

¹⁷ Eugenio Tironi, “¿Es Chile un país moderno? Comentarios sobre el censo 2002”. En VV.AA., *Cuánto y Cómo Cambiamos los Chilenos. Balance de una Década*; Instituto Nacional de Estadísticas, Cuadernos del Bicentenario, Santiago de Chile, 2003. La misma tesis ha sido retomada y elaborada por su autor, con la colaboración de Tomás Ariztía y Francesca Faverio, en *El Sueño Chileno. Comunidad, Familia y Nación en el Bicentenario*; Editorial Taurus, Santiago de Chile, 2005

En su reemplazo surgen relaciones de mercado, que Weber caracteriza como “socializaciones—o sociedades—racionales, coetáneas y sucesivas, cada una de las cuales tiene un carácter efímero”, pues se extinguen con el acto de intercambio. Es precisamente esta “objetivación” o “despersonalización” de las relaciones—que en adelante pasan a fundarse “en intereses reales de los partícipes actuales o potenciales en el mercado y en el pago”—la que, según Weber, repugna a “todas las originarias formas de las relaciones humanas” y lleva a que el mercado libre sea “considerado por toda ética como cosa abyecta entre hermanos”. El mercado, concluye, “en su raíces, es extraño a toda confraternización”¹⁸. En Chile decimos: el mercado es cruel. Pues, al final del día, hace lo suyo: libera al individuo para que asuma el riesgo de su propia individualización. Crea una apertura, decía Braudel, y da acceso a otro mundo; al costo, claro está, de reorganizar nuestras relaciones y pertenencias comunitarias.

¿Qué se puede esperar de este tránsito? No sabemos. Porque, como bien señala el *Informe de Desarrollo Humano 2002*, “Esta ‘salida al mundo’ forma parte de un proceso de emancipación que permite al individuo ampliar su horizonte de experiencias, incrementar su capacidad de participación en la vida social y desarrollar su opción de autorrealización [...] como también adoptar, lo que sucede a menudo, un giro asocial”¹⁹.

En efecto, los riesgos de la individualización son variados, igual como los posibles beneficios de la liberación de aquellos vínculos comunitarios que a la vez encierran y protegen a las personas, abrumándolas con sus demandas afectivas y encadenándolas a una conciencia común ¿Quién no lo ha experimentado o está en tren de hacerlo? Un día hay que salir “de puertas afuera”; incluso, abandonar la comunidad más protectora de todas: los padres y la familia, si no ya en el sentido de la ruptura evangélica, al menos en prosecución de la propia vida en el mercado.

Igualmente, en un punto determinado de su historia, las sociedades necesitan—justo cuando se encuentran con el mercado—hacer el mismo tránsito y dejar atrás el abrigo comunitario. Lo que pierden en apegos lo ganan

¹⁸ Max Weber, *op.cit.* Citas tomadas del Vol. I, cap. VI, pp. 493-97

¹⁹ PNUD, *Informe de Desarrollo Humano 2002 - Nosotros los Chilenos : Un Desafío Cultural*; Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Santiago de Chile, 2002, p. 89

en libertad. A cambio de sus certidumbres ancladas en el pasado obtienen la posibilidad de inventarse un futuro.

Al contrario, la solidaridad mecánica, de base moral—aquella pues de los grupos cerrados—es, según argumentaba Durkheim, necesariamente autoritaria y represiva; base natural para el florecimiento de las comunidades militantes que, junto con acoger y proteger, enlazan a sus miembros en una malla de obediencias debidas y sumisiones otorgadas. Por el contrario, la comunidad de mercado, como la llama Max Weber, produce unas formas más complejas de individualidad, desde el momento que cada agente puede perseguir una variedad de intereses desconectados entre sí y pertenecer a múltiples asociaciones sin que ninguna lo absorba por completo. Nada hay más opuesto, en efecto, que el mercado y las comunidades o instituciones totales. Mientras éstas definen la identidad de sus miembros hasta el detalle, aquel ofrece la oportunidad de elegir múltiples formas de vida, aún contradictorias entre sí.

Por esto mismo las sociedades de mercado sintonizan bien con sistemas políticos democráticos los cuales, por definición, se inhiben de imponer una comunidad moral o de definir una identidad única para la sociedad. Ninguno de nosotros se halla definido por su participación en una sola comunidad o forma de vida moral, dice el británico John Gray. Al contrario, somos el producto de muchas y a veces discordantes tradiciones intelectuales y morales. “La complejidad y contradicciones de nuestra herencia cultural otorga a nuestras identidades un aspecto también de complejidad e incluso de pluralismo que no es accidental, sino forma parte de su esencia. Para nosotros, en cualquier caso, el poder de concebirnos de diferentes maneras, de atesorar proyectos y perspectivas disonantes, de informar nuestras vidas con categorías y conceptos divergentes, es parte integral de nuestra identidad como seres reflexivos”²⁰.

La cultura de una sociedad de mercado gobernada democráticamente se parece por eso no al ordenado desfile de un regimiento, ni al fervoroso despliegue de las comunidades militantes. Más bien, se asemeja al incesante tráfico de las ciudades donde una gran masa de agentes interactúa en

²⁰ John Gray, *Post-Liberalism: Studies in Political Thought*, Routledge, London, 1999, pp. 262-3

múltiples espacios públicos y privados e intercambia de mil formas cosas y trabajos—en breve, mercancías—mientras cada cual construye, y expone hasta donde quiere, esa identidad hecha de muchos, plurales, relatos.

No es esta en que vivimos una sociedad dramática por tanto, de alto *pathos* colectivo y gran tensión macroscópica. Sin embargo, en el nivel microscópico, ella se halla repleta de dinamismos cambiantes; caracterizada por una incesante conmoción de las formas de vida; atrapada—como dice Marshall Berman—en un torbellino de renovación que “nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros mismos y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos²¹”. Es allí justamente, al nivel celular de la sociedad, donde hoy están ocurriendo los mayores cambios que luego seguirán reverberando en la larga duración de nuestra sociedad. El hecho de que no ocupen el *prime time* de las pantallas de TV no significa que sean irrelevantes; únicamente que carecen de visibilidad noticiosa.

¡Nueva Revelación metálica, dinámica de Dios!

Nada más ajeno a esta explosión “desde abajo” de diversas formas de vida, por el contrario, que la vida parroquial y recoleta de las pequeñas ciudades antes de ser transformadas por las fuerzas del mercado. Hemos tenido la oportunidad de observar este cambio en nuestro propio entorno geográfico durante estos años; el cambio de la soñolienta ciudad de agricultores, pequeños comerciantes y pescadores a la ciudad industrial y de servicios que, de un día para otro, se puebla de empresas, inversiones extranjeras, grandes tiendas, universidades, carreteras, ruidos y problemas. Además constituye un tópico de la sociología crítica del mercado. Aquí entra en escena Daniel Bell, el sociólogo norteamericano que más ha contribuido a la interpretación neo-conservadora de la deriva cultural que experimentaría la sociedad capitalista contemporánea.

Su tesis es que la ética protestante y el temperamento puritano fueron la visión del mundo propia de “un modo de vida agrario, de pequeña ciudad, mercantil y artesanal”. Allí se habrían forjado el carácter y la vida de la

²¹ Marshall Berman, *Todo lo Sólido se Desvanece en el Aire. La Experiencia de la Modernidad*; Siglo XXI de España Editores, Madrid, 1991, p. 1

sociedad norteamericana, bajo aquellos códigos—asentados en la familia y la religión—que “exaltaban el trabajo, la sobriedad, la frugalidad, el freno sexual y una actitud prohibitiva hacia la vida”. Pero, ¿qué ocurrió después? La ética protestante y el temperamento puritano, en sus dos vertientes trascendental y utilitaria, entraron en contacto primero, y luego fueron sobrepasados, por el irrefrenable movimiento del mercado. De modo tal que, paradójicamente, “la quiebre del sistema valorativo burgués tradicional” habría sido provocada, de hecho, “por el sistema económico burgués: por el mercado libre, para ser precisos”.

En realidad, para ser aún más precisos, lo que alega Bell es que el mercado de consumo masivo—y su acompañante infaltable, el dinero plástico—habrían separado primero, y luego terminado por contraponer, la cultura y la estructura social. Mientras ésta última se sostiene sobre las motivaciones y rasgos de carácter propios de la ética protestante—en torno a los pilares del ahorro y la abstinencia, religiosamente legitimados—aquella, por el contrario, promueve una forma hedonista de vida; la prodigalidad, el consumo ilimitado y la infinita apetencia de nuevas satisfacciones. No la prudencia maltusiana en un mundo de escasez. Esta y no otra, remata, “es la fuente de la contradicción del capitalismo en la vida norteamericana”. ¿Cómo así?

Su argumento, puesto resumidamente, viene a decir lo siguiente: que mientras la economía continúa exigiendo las disciplinas propias de la ética protestante en el terreno de la producción y el trabajo, sin embargo ahora, por impulso de la cultura del mercado, lo hace ya nada más que “para estimular la demanda de placer y juego en el campo del consumo”. El puritanismo y las trece virtudes de Benjamín Franklin se ven así erosionadas y son reemplazados por el eudemonismo psicológico y la moralidad de la diversión. Ésta, en la mayoría de los casos, se centraría en el sexo. (¡Ciertamente, Freud concurriría!). Para nuestro autor, en tanto, provoca un generalizado desliz hacia “el placer, el goce del momento, la despreocupación y el dejarse estar”. Quedaría así el capitalismo sin ninguna moral o ética trascendente, por utilitaria que pudiera ser, como parece haber sido aún en tiempos de la pequeña ciudad agraria, mercantil y artesanal: “A principios de siglo”, reflexiona Bell, “una iglesia del Midwest podía tener una propiedad en la que estaba ubicado

un burdel. Y al menos se podía decir entonces: ‘perdemos cuerpos pero ganamos dinero para salvar almas’. Hoy, cuando se venden cuerpos, ya no se salvan también almas”.²²

En suma, triunfa el principio del placer sobre el de realidad. El práctico *trade off* entre vender cuerpos para salvar almas—¡qué prodigiosa buena conciencia utilitaria!—queda sepultado ahora, en condiciones de masificación de los consumos, bajo la emancipación de las pasiones. En vez de sublimar la libido, la cultura mercantil rompe las ataduras de la inhibición y de las restricciones personales y abre las compuertas por donde pasa el torrente de la permisividad social. Tópicos ambos—el de la desublimación de la libido y su echarse a andar por las calles, y el de su parcial conversión en deseo de consumir—que, como veremos de inmediato, rondan también nuestros propios debates, confrontándonos con las dos más cruciales revoluciones culturales que aparecen a espaldas del mercado generalizado.

¡Oh, artículos inútiles que todos quieren comprar!

De hecho, vivimos en Chile nuestras propias “guerras culturales”, atemperadas por los intereses del mercado y desordenadas por la confusión ideológica. Un frente de batalla es el “consumismo”; el otro, la “permisividad” social. A nadie, sin embargo, se la ha ocurrido vincular ambos frentes y concluir, como con toda razón desde su punto de vista hace Bell, que ellos forman parte de un mismo y único proceso de generalización del mercado.

Concretamente, contra el consumismo disparan desde la izquierda algunos intelectuales que atesoran la nostalgia de una sociedad austera (en su irremediable pobreza) y, desde las alturas, las religiones cristianas, en su doble vertiente católica y evangélica. Mientras, del otro lado de la trinchera, lo alientan las grandes tiendas, la publicidad, la televisión y los estilos de vida burgueses. ¡Está claro quien lleva las de ganar!

La crítica misma del consumismo—dirigida básicamente contra las clases emergentes que apenas han logrado llegar al borde de un mínimo y decoroso bienestar—es equivocada además, pues pasa por alto que aquí (a diferencia de la tesis de Bell para la sociedad norteamericana) se trata de un

²² Daniel Bell, *op.cit.* Citas provienen del cap.1, pp. 45-89

comportamiento rigurosamente enmarcado dentro de una ética de trabajo. Al contrario, entonces, habría que concluir, junto con Manuel Castells, “que en la sociedad chilena actual la ideología del mercado no es fundamentalmente consumista, excepto en un sector reducido de la clase media alta. Más bien, en la fracción mayoritaria [...] se manifiesta una ideología individualista cercana a la ética protestante: esfuerzo propio, trabajo y, sobre todo, educación, como vía de mejorar individual y colectivamente. Es decir, [Chile] no es una sociedad de consumo sino de desarrollo individualista²³”. Demostración patente, por lo demás, del argumento braudeliano de que no existe una historia simple y lineal del desarrollo de los mercados ni, podemos agregar ahora, de sus efectos transformadores en la cultura.

En el caso chileno, en efecto, el mercado parece estar actuando hasta ahora en el sentido contrario al postulado por Bell. Como dirían los antiguos ensayistas, ha servido para disciplinar el carácter nacional, volviéndolo más puntual y predecible. En particular: ha sublimado la libido a través del trabajo, fomentado el emprendimiento individual, centrado la atención en los intereses propios del mercado e, incluso, comprometido a los agentes en el largo plazo a través del crédito habitacional y de consumo y los distintos planes de ahorro y seguro que buscan mitigar los riesgos de esta vida “puertas afuera” de la comunidad.

Por cierto, también esta lectura a contramano de la crítica neo-conservadora del “consumismo” tiene sus detractores en el mundo de las izquierdas. Se entiende allí, no sin alguna razón, que estos rasgos constituyen la mejor prueba de la imposición del mercado sobre la cultura; especialmente, los cuerpos y las mentes de las personas. Como había anticipado Adam Smith, en circunstancias de mercado todos se vuelven, de alguna forma, comerciantes; mejor dicho, pequeños empresarios a cargo de gestionar competitivamente su propia vida con un ojo puesto en la línea final del balance. Trabajar más para consumir más vendría a ser el sentido de esta empresa individual, sostenida sobre la cadena del crédito y alimentada incansablemente por los estímulos de la publicidad. En este proceso, sugiere Moulian

²³ Manuel Castells, *Globalización, Desarrollo y Democracia: Chile en el Contexto Mundial*; Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 2005, p. 123

marcusianamente en algunos de sus escritos²⁴, el hombre pierde el alma trascendental y renuncia a la diversidad polimorfa del deseo; se convierte nada más que en un engranaje—integrado forzosamente, al mismo tiempo que alienado de su propia interioridad—de la maquinaria del mercado. Pero ya es demasiado tarde para los epígonos de Marcuse cuya crítica, se recordará, conducía a una suerte de exaltación del *lumpenproletariado* y de los elementos más marginales y desviados de la sociedad.

Al revés, entre nosotros incluso una fracción de las conductas delictuales puede entenderse como el resultado de estrategias de inserción en el mercado y de acceso a las formas de vida que éste ofrece, así no sea como una promesa diferida. Tenemos aquí una separación entre la estructura social y la cultura bien diferente de aquella denunciada por Bell en el caso de la sociedad norteamericana. Cual es, el conflicto entre los valores promovidos por una cultura de mercado—el consumo en espiral y el dinero para ascender con ella—y las dificultades socialmente estructuradas para vivir de acuerdo con dichos valores.

Como es bien sabido, esta disyunción produce una forma de anomia que fácilmente puede dar lugar, especialmente entre los jóvenes, a conductas desviadas²⁵. Ellas tienden a multiplicarse allí donde demandas culturales legítimas no pueden ser satisfechas, sin embargo, sino con medios ilegítimos; en choque por tanto con el sistema normativo y represivo de la sociedad. En breve, nuestro problema no es el consumismo sino la anomia. El peligro no es perder el alma en el mercado sino la vida en un robo con violencia.

¡Oh automóviles atestados de juerguistas y putas...!

En cuanto al segundo frente de nuestras guerras culturales, el del combate a la “permisividad” social—en los medios de comunicación, los comportamientos juveniles, el libertinaje sexual y toda forma de conducta divergente que pudiera llevar a un trastrocamiento de los valores—su impronta

²⁴ Ver Tomás Moulian, *Chile Actual. Anatomía de un Mito*; 3ª Edición, Ediciones LOM, Santiago de Chile, 2002 y Tomás Moulian, *El Consume Me Consume*; Ediciones LOM, Libros del Ciudadano, Santiago de Chile, 1998

²⁵ Ver sobre esto los capítulos IV y V sobre estructura social y anomia. Robert K. Merton, *Teoría y Estructura Sociales*; Fondo de Cultura Económica, México-Buenos Aires, 1964

es inconfundiblemente conservadora, alimentándose de variadas vertientes tradicionalistas.

Lo interesante en el caso chileno es que esta crítica corre en paralelo, dentro del mismo círculo conservador, con una fervorosa adhesión al libre mercado y el explícito afán de que sus modos de operación se generalicen a todos los ámbitos posibles de la sociedad. No advierten nuestros conservadores por tanto lo que Bell—y antes que él Marx y Weber—han argumentado plausiblemente; esto es, que el mercado actúa en la cultura como un disolvente de las tradiciones y como un profanador de los valores tenidos por venerables y dignos de piadoso respeto.

Digámoslo como lo dice inmejorablemente Ralf Dahrendorf, un sociólogo liberal convertido en gentleman inglés: “El costo de las crecientes opciones afecta primariamente a la estructura normativa de la sociedad. La libertad de elegir significa, casi por definición, la ausencia de constricciones sobre nuestras acciones”. De hecho, así ocurre en las sociedades de mercado generalizado, a menos que un grupo puritano—de cualquier naturaleza que sea—retenga un control autoritario sobre la población, como parece haber ocurrido en ciertas sociedades del sud-este asiático y podría estar sucediendo actualmente en China.

Pero volvamos a retomar a Dahrendorf donde lo dejamos. La creación de más y más oportunidades electivas, argumenta él, al final termina siempre por afectar también a aquellas relaciones que parecían inmunes al universo de la elección individual; “esos vínculos más sólidos que trascienden a los cambios sociales de corto plazo y anclan a la gente en la más profunda corriente de la cultura”. Este sería el punto de no retorno, cuyo itinerario comienza con la modernidad y desemboca, ahora, en la sociedad de mercado generalizado. Así ilustra él este recorrido: “Convertir la religión de vínculo incuestionado en extra opcional fue, por supuesto, parte de lo que comúnmente llamamos ‘Ilustración’. Con la creciente movilidad, también los vínculos locales y sociales en general se hicieron disponibles, más que dados. Hace tiempo que las vocaciones y los negocios se han transformado, para muchos, en ocupaciones. El matrimonio civil, un divorcio más fácil, mayores derechos para los hijos y otros numerosos procesos [...], han transformado los lazos familiares

en contratos temporales. Al final, incluso las distinciones biológicas de edad y sexo han sido puestas, por así decir, a subasta²⁶”.

Al no percatarse de este vínculo inextricable entre mercado libre (de las cosas y las personas) y libertad de elecciones culturales, nuestros conservadores anti-permisivos quedan atrapados en una tensión sin salida; entre su adhesión al disolvente que corroe y su temor a lo disuelto que aparece. Parafraseando a Bell podemos decir que ahí reside la fuente de la contradicción cultural de la élite conservadora chilena. Obligada por los mezquinos intereses del mercado a erotizar la pantalla de sus canales de televisión, luego reprende a la sociedad de que florezcan conductas desublimadas, o permisivas, entre la feligresía juvenil. Compelida por imperativos morales a rechazar el condón en estos mismos canales, luego se vuelve contra el Estado y le reclama mayores libertades para que la gente elija como vivir.

En realidad, si en Chile no ha habido lo que suele llamarse un “destape a la española”—me excusarán ustedes, pero cinco mil desnudos corriendo de madrugada por el Parque Forestal no son un destape sino una estampida; el preludeo a la siesta de un fauno—ello se debe no a la inane cátedra moral conservadora sino, paradójicamente, al disciplinamiento y las sublimaciones inculcados en la población en virtud de las exigencias productivistas y competitivas de nuestra sociedad de mercado en pleno desarrollo. El orden de la integración social viene dado aquí menos por el sermón moral y más por los microdispositivos de la división del trabajo y del intercambio. Es producto de contratos antes que de la existencia de lazos comunitarios. Se alimenta de motivaciones rigurosamente seculares—el amor de sí y sus hijos—antes que de consideraciones altruistas; aunque estas últimas subsisten y pueden incluso florecer bajo nuevas formas: responsabilidad social corporativa, filantropía social y benevolencia individual.

En conclusión, puede decirse que en ambos frentes de batalla—el del consumismo y el de la permisividad—nuestras élites portadoras de una auto-proclamada misión de control moral se hallan puestas en la línea de fuego. Mientras disparan para adelante, impulsando un modelo de vida basado en los

²⁶ Ralf Dahrendorf, *Ley y Orden*; Cuadernos Civitas, Madrid 1994. Citas tomadas de pp. 61-64

modernos valores del mercado, las balas le rebotan en la cara. Su mensaje ético de contención y responsabilidad en el gasto de dinero y energías libidinales queda automáticamente invalidado por las múltiples ofertas y tentaciones de un mercado que sale al encuentro de la gente y lo tienta de mil maneras. Tendrían los consumidores que amarrarse al mástil de pies y manos para pasar incólumes frente al canto melodioso e irresistible de las sirenas del mercado. Si, en cambio, nuestra élites decidieran girar en ciento ochenta grados y se propusieran contener ahora el avance arrollador del mercado y sus secuelas culturales, inevitablemente terminarían afectando sus propios negocios, especialmente en la esfera del consumo masivo y de la circulación de signos asociados a la elección de estilos de vida y a la escalare mecánica de la movilidad social. En fin, no se puede repicar las campanas e ir a misa, todo a la vez.

¡Parlamentarios, políticos, relatores de presupuestos...!

¿Y dónde, para ir a lo último, está situada “la política”—aquel otro eslabón aparentemente perdido junto a “la comunidad”—en nuestra cultura que evoluciona entretejida con el mercado?

Por lo pronto hay una ajustada conexión entre este doble, aparente, desvanecimiento comunitario y político. En efecto, la política como forma de vida absorbente sólo puede existir en comunidades militantes; en los demás ámbitos de la sociedad ella ha sido siempre una actividad intermitente dentro de los sistemas democráticos. En realidad, nunca llega a proporcionar el “cemento cultural” de una sociedad, como a veces se sostiene habría ocurrido en un Chile más republicano y fervoroso.

Más bien, la política llega a englobar a las sociedades y arrastra tras de sí a las masas, permeando todos los aspectos de la vida cotidiana igual como lo hace el mercado, únicamente en momentos de fuertes convulsiones y rupturas—los procesos revolucionarios a gran escala, por ejemplo—o bajo regímenes totalitarios de movilización colectiva.

En cambio, en sociedades de mercado generalizado y sistemas democráticos, su ámbito propio se ve constreñido a la actividad de partidos descomunitarizados (o burocratizados en términos weberianos); a la gestión gubernamental—a nivel central y local; a la representación parlamentaria y,

crecientemente, a la lucha por influir sobre la opinión pública, ese vago y huidizo fenómeno que mueve el timón de las democracias. Sin duda, es este último aspecto—de naturaleza tecnológica y social a la vez—el que mayormente afecta a la política y sus instancias especializadas, forzándolas a entrar en un juego que, por definición, no controlan.

Sin embargo de su desempeño en este juego dependen vitalmente ahora no sólo la productividad de la política sino también su vínculo con un electorado cuyas prácticas y propósitos de vida se han diversificado al integrarse al mercado. Dicho en otras palabras, el mercado, al hacerse cargo de un número creciente de demandas y satisfacciones individualizadas, sustrayéndolas de la acción pública, redefine el campo de la política y sujeta a ésta a una nueva división del trabajo: la obliga a diferenciarse, especializarse y profesionalizarse en el campo de la gestión pública y a establecer sus vínculos con la sociedad a través de la esfera de los *media*. Ella no desaparece por tanto, ni se vacía de contenidos, ni tampoco pierde su forma como a veces se alega, sino que se transforma. Adquiere un modo indistintamente *managerial* en el ámbito de la conducción gubernamental y pronunciadamente táctico en el de las relaciones comunicativas con la sociedad.

En un lado ella se moderniza y profesionaliza continuamente—ningún ministro de hacienda podría hoy tener menos que un doctorado expedido por una universidad norteamericana *Ivy League*—; en el otro, debe reorganizarse para competir exitosamente en el mercado de mensajes. Expresión del primer movimiento es la continua modernización del Estado impulsada por el *new public management*, que en definitiva no significa otra cosa que una completa renovación de los instrumentos de la gestión gubernamental y el desarrollo de una cultura centrada en la agregación de valor público. Del segundo, la expresión más clara es la forma contemporánea de organizar las campañas electorales con un ojo—casi ritual—puesto en “la gente” y el resto de las energías dirigidas a producir efectos comunicacionales, de visibilidad, en la esfera de la opinión pública. En suma, lo público como dominio tradicional de la política se mediatiza en las nuevas condiciones de mercado generalizado y tecnologización de las comunicaciones.

Aparece entonces lo que un autor ha denominado lo público como espacio de lo visible: un “espacio abierto, no-localizado, no-dialógico [...] en el

cual las formas simbólicas mediadas pueden expresarse y ser recibidas por una pluralidad de otros no-presentes²⁷". Gran parte de la lucha política en nuestra sociedad adquiere hoy la forma de una competencia por la visibilidad de los agentes políticos en dicho nuevo espacio público.

De hecho, "la televisión parece cumplir varias de las funciones que habitualmente asumía la política. Más que los discursos políticos, ahora son las imágenes de televisión las que dan nombre a las experiencias cotidianas de la gente. Las imágenes parecen más dúctiles y seductoras que las palabras para dar cuenta de las vivencias afectivas y comunicar las emociones de las personas. Toda convivencia social se ve ahora atravesada por una 'cultura de la imagen'²⁸". De allí que en ninguna otra parte sea más cierto que en la política aquel famoso *dictum*: el medio es el mensaje. Es imprescindible ser visto y oído, en lo posible reconocido y recordado, en este espacio. Y de evitar que los competidores lo logren o, en cualquier caso, de reducir el efecto de su presencia allí.

La agenda gubernamental o partidaria, los asuntos del día, las políticas preferidas, los líderes más influyentes sólo pueden existir si acaso adquieren visibilidad y la mantienen durante suficiente tiempo. La popularidad del gobernante y el carisma de los candidatos son asimismo elaboraciones esencialmente mediáticas de esta visibilidad. El poder mismo, y la política que gravita en torno de él, se tornan, crecientemente, procesos de comunicación y sus instrumentos, instrumentos de producción y evaluación de efectos simbólicos.

Las encuestas de opinión, y su uso ya casi puramente táctico en la política y por la academia, dan cuenta también, por si fuera necesario probarlo con un elemento adicional, de esta subjetivación de los medios de la política, más preocupada ahora de captar las preferencias en el mercado electoral que de producirlas; más propensa a adaptarse a ellas que a cambiarlas; en breve, más dispuesta a variar la oferta para hacerla palatable que a agregar demandas para forzar el curso del mercado.

²⁷ John B. Thompson, *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*; Stanford University Press, Stanford, California, 1995, p.245

²⁸ PNUD, *op.cit.*, p. 114

¿Es esta pues la derrota de la política frente al mercado? No necesariamente. Pues aquella retiene, frente a éste, el monopolio del acceso a la más poderosa institución no-mercado que subsiste: el Estado. Es cierto que éste, como vimos, se adapta y renueva sus formas de gestión y comunicación para acomodarse a las nuevas circunstancias de una sociedad de mercado generalizado. Incluso puede ser que reduzca su tamaño y se libere de funciones hasta ayer inimaginables de delegar, externalizar o entregar de lleno al mercado. Pero, al mismo tiempo, y sería ciego no percibirlo, adquiere frente al mercado nuevas y más eficaces potestades: impositivas y de regulación, de determinación de prioridades, negociación de tratados comerciales, control de calidad, acreditación, fijación de estándares, protección de los consumidores y el medio ambiente, evaluación de impactos privados, obtención de información, fiscalización anti-monopólica, sanción de colusiones, etc. De allí que la queja por la disolución de la política sea tan exagerada como el anuncio del fin del Estado. En verdad, ambos muertos gozan de buena de salud.

¡Salud todo el futuro ya dentro de nosotros!

Más bien, cabría pensar, como lo ha sugerido Manuel Castells, que Chile pudiera estar acercándose al punto en que el Estado “asuma la conducción del proceso de desarrollo”. Y agrega: “Naturalmente basándose en la empresa privada y en el mercado como agente de creación de riquezas (por nuestra parte, sabemos que el mercado es más que eso). Pero facilitando las condiciones infraestructurales, institucionales y culturales para que esa riqueza pueda generarse en el marco de una economía globalizada del conocimiento. Y asegurando la conexión entre economía y sociedad, entre productividad y redistribución del producto, entre crecimiento y calidad de vida”²⁹.

O sea, el Estado emerge en las nuevas condiciones como el único órgano potencialmente capaz de proveer conducción estratégica a la sociedad. De erigirse, se podría decir, en el “intelectual orgánico” del mercado, para complementar y aprovechar la capacidad innovadora de éste que un día llevó a Marx a admirar su capacidad de producir obras muy superiores a las pirámides de Egipto, los acueductos romanos y las catedrales góticas.

²⁹ Manuel Castells, *op.cit.*, p. 151

Si bien es cierto que el mercado revoluciona continuamente las condiciones de producción, más importante es el hecho de que, en este proceso, crea continuamente nuevos conocimientos sobre el uso de los recursos y la organización de las fuerzas productivas, según mostró ya en su tiempo Friedrich von Hayek. Además, como él mismo notó, permite que cada individuo o grupo use su conocimiento con propósitos libremente escogidos y de la manera en que cada uno decide hacerlo, de acuerdo a sus propios intereses. De allí, sostiene, el fracaso inevitable, y previsible, de cualquier intento por planificar centralmente la economía. Al contrario, la economía capitalista, dice Hayek, se caracteriza por no tener “unidad de propósito”, así como no la tiene la evolución de las especies.

Pero aquí, justamente, estriba el problema para las sociedades de mercado que, como la chilena, buscan crecer rápidamente y generar mayores oportunidades y satisfacciones para sus miembros. El mercado por sí solo, entregado a su propia legalidad, no repara sino en su propio, autorregulado, no-dirigido y ciego funcionamiento. Hayek, al igual que sus herederos neoliberales (tanto menos sofisticados que él, sin embargo) prefieren este dinamismo, sin más, a cualquier riesgo de interferir en él con el propósito de obtener fines determinados por fuera del mercado. (Las excepciones a esta regla de abstinencia serían las situaciones de grave crisis interna o de guerra entre naciones).

Puestos ante la disyuntiva de actuar frente al mercado, el maestro y sus epígonos recomendarán siempre no hacerlo, pues sólo imaginan dos opciones posibles. O el mercado totalmente libre, entregado a su propia legalidad, o la intervención que conduce por el camino hacia la servidumbre.

No se necesita ser un historiador en forma para saber que tal disyuntiva no ha existido nunca en realidad. En cualquier caso, por si fuera necesario, dejemos hablar al historiador en forma: “Todo es orden social, lo cual, para un historiador o un sociólogo, no es más que una reflexión digna de Perogrullo [...] Pero más que de sociedades (la palabra es a pesar de todo muy vaga), habría que hablar de socioeconomías [...] Sigue siendo evidente, sin embargo, que estas dos coordenadas: sociedad y economía, no bastan por sí solas; el Estado multiforme, causa y consecuencia a la vez, impone su presencia, trastorna las relaciones, las modela, voluntaria o involuntariamente, desempeña un papel, a

menudo muy determinante en esas arquitecturas [...] de las diversas socioeconomías del mundo...”³⁰.

El mercado no existe sin el Estado. Lo necesita aunque éste lo estorbe, interfiera en sus dinamismos, se lleve parte de los excedentes que aquel produce e intervenga de mil maneras en su espacio. Contemporáneamente ambos actúan ya bien aliando los poderes de uno con los del otro, que es la situación más frecuente en las sistemas capitalistas, o, aunque menos frecuentemente, en franca lucha y, sólo excepcionalmente, en una guerra de exterminio por la supresión del otro. A lo largo de los últimos 20 años esta perogrullada ha venido nuevamente abriéndose paso en los debates académicos y políticos sobre el desarrollo, luego de haber sido expulsada de allí tras el desmoronamiento de los socialismo centralmente planificados. Hoy la prédica anti-estatal está en clara declinación, desde que el Banco Mundial descubrió el efecto virtuoso de la alianza gubernamental-mercantil para el desarrollo de las naciones del sudeste asiático y Fukuyama se enteró de que los “estados fallidos”—allí donde una “socioeconomía” funciona por su cuenta, en medio del pillaje diario—creaban inestabilidad en el mundo global y alimentaban el terrorismo internacional.

Porque el presente es todo el pasado y todo el futuro

En definitiva, en torno de esta doble cuestión—los efectos del mercado en la cultura por un lado y, por el otro, la conducción estratégica del mercado por la política—se desarrollarán en el futuro los debates de la sociedad chilena. Estas serán, querámoslo o no, las discusiones del Bicentenario.

En el plano estrictamente ideológico, y a falta de mejores nomenclaturas que aquellas heredadas del pasado, la primera cuestión (de los efectos) seguirá oponiendo—a lo largo de un complejo continuo—a conservadores-pesimistas y a liberales-optimistas; o, puesto en términos más polarizados, a tradicionalistas reaccionarios y progresistas anárquicos. En tanto, la segunda cuestión (de la política y las políticas frente al mercado) contrapone a neo-liberales y socialdemócratas; o, si se quiere ir al extremo, la utopía de un mercado absolutamente autorregulado frente a la de una política que alinea

³⁰ Fernand Braudel, *op.cit.*, Vol. 1, *Las Estructuras de lo Cotidiano*, p. 492

completamente al mercado con propósitos públicos generados a través del proceso democrático.

El nuevo escenario ideológico de la sociedad chilena puede representarse, en consecuencia, por cuatro posiciones básicas (o “puras”, a la manera de tipos ideales) articuladas en torno de esos dos ejes, según se muestra en el siguiente diagrama, donde cada posición básica va acompañada, además, de su “punto de fuga” futurista:



En términos del análisis desarrollado a lo largo de este artículo, la **posición disciplinaria** toma partido del lado Bell y contra Hayek, buscando imponer, por difícil que resulte, una columna vertebral valórica al mercado. Reivindica a Weber en cuanto a que el capitalismo no podría separarse de una ascética intramundana y se hace cargo de la necesidad de contrarrestar los efectos marxianos que el mercado produce en las relaciones sociales y sobre los principios y prácticas morales de la sociedad. Busca neutralizarlos (o, al menos, mitigarlos) mediante la prédica religiosa, el modelamiento ético y una constante, casi obsesiva, preocupación de ley y orden. Estos tres elementos deberían servir para la profilaxis social y para frenar la corrosiva disolución del vínculo social que trae consigo la libre elección más allá del reino de las cosas. En suma, su ideal de sociedad sería aquel en que el libre mercado de las cosas y el trabajo se combina con fuertes dispositivos de vigilancia moral en el plano

de la cultura y una dura represión policial de las conductas desviadas. La mano invisible de Adam Smith se abraza al panóptico de Foucault.

La **posición opcionalista**, en cambio, se alinea claramente con Hayek y no comparte las aprehensiones conservadoras respecto del efecto corrosivo que tendría el mercado sobre las ligazones sociales. Su visión cultural, apenas representada (¡y mal representada!) en el debate chileno, viene al fondo a decir que en una sociedad democrática de mercado ningún grupo debe imponer a los demás sus particulares estándares morales o propósitos de justicia social, por loables que unos y otros pudieran considerarse. Contra los conservadores, de uno y otro lado, su argumento es que el Estado no debe identificarse con ningún tipo de reivindicación moral sino asegurar, como resume John Gray, “un *modus vivendi* entre diferentes regímenes y modos de vida [...]; los términos de coexistencia entre diferentes morales”. Esta concepción, agrega él, no niega la idea de que podamos apreciar la diferencia entre lo correcto y lo erróneo. “Lo que niega es la creencia tradicional [...] de que los conflictos de valor no pueden tener más que una solución correcta”. Abandonar esta creencia, tan cara a los conservadores, no sería una gran pérdida concluye, “puesto que supone que la diversidad de modos de vida y de regímenes es un signo de libertad humana, no un signo de error”³¹. Contra los social-demócratas, en tanto, el opcionalista empleará el argumento de Hayek de que cualquiera reivindicación de justicia social y mayor igualdad de oportunidades conduce, inevitablemente, a ejercer también una mayor interferencia con el orden espontáneo del mercado. Al final permanecen sin solución las desigualdades (cuyo origen no puede ser removido por el constructivismo de las políticas sociales), al mismo tiempo que se generan nuevas trabas para el dinamismo mercantil.

También del lado social demócrata, en su vertiente liberal, los **innovadores** afirman una visión positivamente schumpeteriana de este dinamismo, pero a condición de que funcione con direccionamiento estratégico, el que sólo podría otorgarle su “intelectual orgánico”: el Estado. De allí que quienes se encuentran en esta posición no se inhiban de buscar formas, e inventar medios, para amplificar la acción del mercado, sin renunciar a

³¹ John Gray, *Las Dos Caras del Liberalismo. Una Nueva Interpretación de la Tolerancia Liberal*. Paidós, Barcelona-Buenos Aires-México, 2001. Citas provienen de pp. 156-9

intervenir en él con vistas a metas determinadas por fuera del mercado, a través del proceso democrático. Al Estado mismo lo someten a exigentes condiciones de modernización, pero no para reducirlo sino con el propósito de elevar su capacidad operativa en términos de eficiencia en el uso de medios y eficacia en la obtención de fines. Al término de este camino se dibuja, en el horizonte, la utopía de una sociedad de máxima innovación e interrelación público-privada a través de redes; incluso, el Estado-red “que funciona mediante la interacción de sus distintos componentes en un proceso continuo de estrategia, conflicto, negociación, compromiso, codecisión y decisión...”³². Schumpeter sale al encuentro de la revolución digital.

En contraste con esta posición, los **neocomunitarios** o progresistas conservadores³³ manifiestan una intensa incomodidad con los efectos destructivo-creativos de la innovación generada por el mercado; en particular, con la disolución de las comunidades “cálidas” de inclusión afectiva y unidad de propósitos morales. En la sociedad de mercado generalizado echan de menos la fraternidad que nace de las comunidades. Con Weber han llegado a la conclusión de que el mercado, “en su raíces, es extraño a toda confraternización”. Por todas partes ven surgir, sobre la arena movediza de los intercambios, a una sociedad atomizada y carente de aquellos “vínculos más sólidos que trascienden a los cambios sociales de corto plazo y anclan a la gente en la más profunda corriente de la cultura” que, como vimos, preocupa también a Dahrendorf. En estas condiciones se difundiría un malestar en la cultura provocado por la falta de un “un nosotros”. Desde el nosotros-los-chilenos—pérdida de identidad nacional y memoria colectiva—hasta el nosotros-en-familia, desgarrado por las crisis y transformaciones de ésta. A diferencia de los disciplinarios, sin embargo, los neocomunitaristas aceptan que la unidad de lo social “ya no puede fundarse en una ética única”. Justamente por eso se habría vuelto “más acuciante la pregunta sobre cómo construir integración social”. La respuesta: se requiere un tejido social que descansa “en motivaciones compartidas, similares experiencias de sentido y orientaciones

³² Manuel Castells, *Globalización, Identidad y Estado en América Latina*; Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Santiago de Chile, 1999

³³ Ver José Joaquín Brunner, “Chile: entre el malestar conservador y la modernidad liberal”, 1998.

semejantes de actuar”³⁴. Todo lo cual, inevitablemente, resulta difícil en circunstancias que, en la base de la “socioeconomía”, el mercado transmite sus ácidos disolventes. De allí también la insistencia sobre la necesidad de ampliar y fortalecer el capital social, cuidando y profundizando las distintas formas de sociabilidad. Hay que “aprender a escuchar a las personas”; hacerse cargo “de la inseguridad e incertidumbres de los chilenos, de sus miedos al otro, a la exclusión económica, al sin sentido”; restituir a la persona su “protagonismo como sujeto del desarrollo social”; “revitalizar la política” y organizar “un Estado que cumpla no solamente sus responsabilidades materiales de protección e integración social, sino igualmente su función simbólica de convocar, acoger y asegurar a todos por igual”³⁵. En suma, la “república tierna” como un día la llamaron los verdes alemanes. En su punto de fuga, esta visión desemboca en una sociedad que, dejando atrás el frío interés del mercado y las aguas heladas del cálculo egoísta, acoge al individuo y se preocupa, como ha dicho Eugenio Tironi, no solamente del PIB sino también del FIB (la felicidad interna bruta) de la sociedad. Un Estado, en breve, que atiende a las personas y les ayuda a elaborar—en sentido cuasi terapéutico—sus malestares, desgarros e inseguridades para restituir las a una comunidad más entrañablemente humana.

Totalmente desconocido por los antiguos

Es evidente que en ninguno de nosotros, ni en la sociedad en su conjunto, estas posiciones básicas se dan en su pureza típico ideal. Hay neocomunitaristas más o menos disciplinarios, así como hay socialdemócratas más o menos atraídos hacia el polo neo-liberal. Hay innovadores que, en cuanto a los efectos del mercado sobre las formas de vida, se sitúan más alto en la escala, estos es, muestran mayores aprehensiones comunitarias, mientras otros se ubican en la parte inferior, más cerca del *laissez faire* moral. En efecto, los ejes empleados para ordenar las posiciones en debate no son excluyentes ni tampoco se polarizan, necesariamente, hacia los extremos. Ofrecen en cambio una gran cantidad de gradaciones posibles. Opcionalistas con inclinaciones innovativas o comunitarias; neocomunitarios que

³⁴ PNUD; *op.cit.*, p. 89

³⁵ PNUD, *Informe de Desarrollo Humano 1998 - Las Paradojas de la Modernización*; Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Santiago de Chile, 1998. Citas tomas de pp.222-4

gradualmente se deslizan hacia el polo conservador y se vuelven disciplinarios; disciplinarios que en la práctica han abandonado la prédica moral y se han convertido al opcionalismo; innovadores de tercera vía que a ratos se sorprenden de su propio liberalismo y basculan hacia un progresismo más tradicionalista y sospechoso del mercado, etc.

Asimismo, en cada uno de los cuadrantes puede uno encontrar temperamentos ideológicos más o menos utópicos y más o menos pragmáticos, los cuales empujan a aproximarse o bien a alejarse del respectivo punto de fuga. De igual manera, al interior de cada cuadrante existe un choque de generaciones; hay disputas por liderar su expresión y dar visibilidad a sus postulados; un constante ajuste de cuentas con las tradiciones ideológicas del respectivo cuadrante y una búsqueda continua por acomodar las nuevas ideas y orientaciones que surgen dentro del debate y en el campo intelectual a nivel internacional. No menor es la lucha por apropiarse del lenguaje de los contendientes ideológicos que, especialmente en épocas electorales, puede conducir a una verdadera torre de Babel. Por último—signo adicional de cómo las ideas se vuelven más volátiles y complejas en una sociedad de mercado generalizado—las posiciones en pugna no se hallan nunca completamente cristalizadas; al contrario, se mueven ondulantemente, como las luciérnagas en la noche.

Santiago de Chile, 9 noviembre 2005

Bibliografía

- Daniel Bell, *Las Contradicciones Culturales del Capitalismo*; Alianza Editorial, Madrid, 1977
- Marshall Berman, *Todo lo Sólido se Desvanece en el Aire. La Experiencia de la Modernidad*; Siglo XXI de España Editores, Madrid, 1991
- Fernand Braudel, *Civilización Material, Economía y Capitalismo – Siglos XV - XVIII*; Alianza Editorial, Madrid, 1984
- José Joaquín Brunner, "Chile: ecología del cambio cultural". En Carlos Catalán y Pablo Torche (eds.), *Consumo Cultural en Chile: Miradas y Perspectivas*"; Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Instituto Nacional de Estadísticas y La Nación, Santiago de Chile, 2005
- José Joaquín Brunner, "Chile: entre el malestar conservador y la modernidad liberal", 1998. Disponible en http://mt.educarchile.cl/mt/jjbrunner/archives/2005/08/chile_entre_el.html
- Manuel Castells, *Globalización, Desarrollo y Democracia: Chile en el Contexto Mundial*; Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 2005
- Manuel Castells, *Globalización, Identidad y Estado en América Latina*; Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Santiago de Chile, 1999. Disponible en <http://www.desarrollohumano.cl/otraspub/Pub01/ldyest.pdf>
- Carlos Catalán y Pablo Torche (eds.), *Consumo Cultural en Chile: Miradas y Perspectivas*"; Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Instituto Nacional de Estadísticas y La Nación, Santiago de Chile, 2005
- Ralf Dahrendorf, *Ley y Orden*; Cuadernos Civitas, Madrid 1994
- Arturo Fontaine, "Consumo y movimientos religiosos, rasgos de una sociedad en rápida transición". Ponencia presentada al Seminario de Expansiva "El Chile que Viene - I"; 28 de febrero al 2 de marzo 2002. Disponible en <http://www.expansiva.cl/debates/documentos/04032002120342.pdf>
- John Gray, *Las Dos Caras del Liberalismo. Una Nueva Interpretación de la Tolerancia Liberal*; Paidós, Barcelona-Buenos Aires-México, 2001
- John Gray, *Post-Liberalism: Studies in Political Thought*; Routledge, London, 1999
- Pedro Güell, Soledad Godoy y Raimundo Frei, "El consumo cultural y la vida cotidiana: algunas hipótesis empíricas". En Carlos Catalán y Pablo Torche (eds.), *Consumo Cultural en Chile: Miradas y Perspectivas*"; Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Instituto Nacional de Estadísticas y La Nación, Santiago de Chile, 2005
- Friedrich von Hayek, *Law, Legislation, and Liberty*; Vol. 3, *The Political Order of a Free People*. Chicago University Press, Chicago, 1979
- Juan Jiménez, "El consumo cultural y el uso del tiempo. Una vindicación de Neuman". En Carlos Catalán y Pablo Torche (eds.), *Consumo Cultural en Chile: Miradas y Perspectivas*"; Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Instituto Nacional de Estadísticas y La Nación, Santiago de Chile, 2005
- Karl Marx y Friedrich Engels, *Manifiesto Comunista*; Editorial Debate, Barcelona, 1998
- Robert K. Merton, *Teoría y Estructura Sociales*; Fondo de Cultura Económica, México-Buenos Aires, 1964
- Tomás Moulian, *Chile Actual. Anatomía de un Mito*; 3ª Edición, Ediciones LOM, Santiago de Chile, 2002
- Tomás Moulian, *El Consume Me Consume*; Ediciones LOM, Libros del Ciudadano, Santiago de Chile, 1998
- PNUD, *Informe de Desarrollo Humano 2002 - Nosotros los Chilenos: Un Desafío Cultural*; Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Santiago de Chile, 2002
- PNUD, *Informe de Desarrollo Humano 1998 - Las Paradojas de la Modernización*; Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Santiago de Chile, 1998
- Juan Jacobo Rousseau, *Emilio o la Educación*; Editorial Porrúa, México, 1972

John B. Thompson, *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*; Stanford University Press, Stanford, California, 1995

Eugenio Tironi, "¿Es Chile un país moderno? Comentarios sobre el Censo 2002". En VV.AA., *Cuánto y Cómo Cambiamos los Chilenos. Balance de una Década*; Instituto Nacional de Estadísticas, Cuadernos del Bicentenario, Santiago de Chile, 2003

Max Weber, *Economía y Sociedad*; Fondo de Cultura Económica, México-Buenos Aires, 1964

Francis Wheen, *Karl Marx*; Fourth Estate, London, 1999