

Revista Electrónica de Psicología Política

Algunas consideraciones sobre la economía doméstica

Adrián Manzi^[1]

Resumen

El presente trabajo trata de vislumbrar algunos aspectos positivos y negativos acerca de la presencia de supermercados y almacenes en las zonas barriales, reflexionando acerca de cuándo un mayor gasto de dinero podría significar un mayor costo desde el punto de vista de la convivencia social.

De acuerdo con el estilo de vida que se ha venido practicando desde hace muchos años en América Latina, caracterizado por la supervivencia; por la escasez de trabajo; por la falta de dinero circulante; por la corrupción de los valores en las instituciones -de todo tipo-; por el modelo consumista, impregnando todo los estímulos visuales y auditivos; por la falta de seguridad de aquellos bienes jurídicos que el Derecho Penal defiende como primerísimos; por la falta de un conocimiento social

integrador, acerca de los diferentes papeles sociales que son desempeñados por todos en la vida cotidiana; por esto y mucho mas, se ha ido forjando una actitud y una identidad individual atravesada de lleno por la necesidad de poseer bienes materiales o, en todo caso, hablando en lenguaje común: tener dinero. Encuentro aquí que el precio por pagar en la actualidad, en esta ola a la que estamos subidos -por este atravesamiento del mar que nos rodea como a una isla- es un precio que poco y nada tiene que ver con un materialismo práctico u óntico y si con un detrimento de las "humanas" relaciones de la red social. De "humanas" traigo a colación a la solidaridad, a la coparticipación, a los sentimientos de igualdad de derechos y oportunidades, a la divulgación total de la información verdadera, al respeto por la persona de baja condición económica y también por el de alta^[2], a la confianza ciudadana, etc. Es que la *"... estrecha relación existente entre la composición y características de las estructuras sociales y la salud o enfermedad mental se hace reconocer"* (Rodríguez Kauth, 1997).

Desde el comienzo del este análisis, el estilo de vida latinoamericano denota una necesidad primordial por alcanzar la posesión de dinero y no importa, la mayoría de las veces, qué tanto dure o si es potencialmente regenerativo. Se vislumbra el soslayamiento de un hado imparabile. Esta necesidad primordial es alcanzada gracias a las características propias del dinero que Marx llamó "*... una mercancía, en la que se materializa cierta cantidad de trabajo social medio*". Poseer, acumular dinero es, obviamente, poseer y acumular valor de riqueza. "*Del dinero se puede hacer un uso natural, tomándolo solo como medio de cambio y como símbolo de aquellas mercancías a las que sustituye*" (Figueras, 1976).

"Desde los aportes de Marx y de Engels se les reconoce a los fenómenos económicos como determinantes de la infraestructura social, como fundamento de la superestructura política y del conjunto de las representaciones sociales" (Rodríguez Kauth, 1997).

El dinero es esa mercancía que, en caso de escasez, desespera a casi todo el mundo. En caso de que en una

sociedad haya trabajo para la mayoría^[3] y aún habiendo poco dinero, la subsistencia es alcanzable.

Si las normas institucionales son respetadas con gran alcance en aquellas instituciones mas importantes, como son la policía y lo gubernamental, y hay poco dinero circulante, se puede vivir. Si los conciudadanos están contenidos gracias a la solidaridad en redes tangibles y hay poco dinero circulante la desesperación no quebraría las uniones institucionales y sociales. Pero como, al menos aquí en Argentina no hay dinero, y como gota que rebasa el vaso, hay muy poco trabajo al alcance, las normas y valores explícitos no se respetan y, la solidaridad por sí misma, es decir, por su innata composición altruista, existe a migajas -ya que la otra solidaridad es por conveniencia^[4]- es que el dinero pasa a ocupar las mentes de los individuos pues deducen éstas, que con este símbolo mercantil se alcanzan aquellas necesidades que no llegan debido a la falta de trabajo, a la corrupción administrativa, a la solidaridad, a la impunidad, a la flexibilización laboral, etc., etc.

El mercantilismo ha llevado a que las características de trabajo más importantes para su desarrollo, eficiencia y eficacia, sean digeridas a través de la mayoría de los sentidos por los individuos civiles. Eficacia, definida como la virtud y el poder para obrar, como algo que logra hacer efectivo un intento; y eficiencia, entendida como la facultad de lograr efectos en el menor tiempo posible, han sido impregnados en nuestro estilo de vida tal como fue alguna vez, y en muchos lo sigue siendo, ese "normalizador" u opiáceo llamado pecado.

Ya Marshall McLuhan (1967) afirmaba que *"... el círculo de la familia se ha ensanchado. El consorcio mundial de información engendrado por los medios eléctricos, exceden con mucho toda influencia que ahora podrían ejercer mamá y papá. El circuito eléctrico ha demolido el régimen de tiempo y espacio y vuelca sobre nosotros las preocupaciones de todos los hombres. Cuando este circuito aprenda a cumplir su tarea, ¿qué piensa Ud. hacer? Por desgracia, muchos programas bien intencionados de reforma política que procuran aliviar los sufrimientos causados por la desocupación, revelan ignorancia de la*

verdadera naturaleza de la influencia de los medios (venga a mi oficina le dijo la computadora al especialista). Todos los medios nos vapulean minuciosamente. Son tan penetrantes en sus consecuencias personales, políticas, económicas, estéticas, psicológicas, morales, éticas y sociales, que no dejan parte alguna de nuestra persona intacta, inalterada. El medio es el masaje. Ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan de ambientes”.

McLUHAN hace su entrada para el análisis desde los medios de comunicación, que son como una prolongación de sistema nervioso central. Los sentidos son activados desde el afuera por algo que los atrapa, a tal punto, que los exalta y -en cierto sentido- fragmenta a la personalidad. Los mensajes emitidos son fielmente bien digeridos por nuestro sentidos y nos encapsulan.

Nos encontramos con que nuestro tiempo es oro, así se revitaliza, se ratifica el ideal de épocas industriales pretéritas, somos conductas medidas en tiempos económicos. Tiempo y espacio, lógica y sentido, pasiones y

locura, tienen como lente refractario al dinero, a la mercancía por excelencia.

Como consecuencia perjudicial de lo citado para la psiquis del individuo y, también, para el individuo en sociedad, aparece un fenómeno que se llama exitismo. Comprendiendo a éste, como la ostentación que se configura a partir del éxito. Exitismo, porque se obtiene a través de lograr aquellos patrones máximos del industrialismo. El hecho de alcanzar y sobrepasar aquellos patrones de eficacia y eficiencia, es exitoso para ese ser que se juega en estos tiempos. La "felicidad" llega por ahí. Por "ahí" se llega a la felicidad. Y se ve cómo fácilmente se produce un trastocamiento del fin por el medio. Pues hay personajes y sociedades en los que no importa si en ese exitismo, ese logro de ideal haya o no, a fin de cuentas, felicidad. Y en caso de frustraciones reales de tales ideales, o por impedimentos profesionales, el estrés, la depresión, la manía, pueden hacer su aparición en el individuo tan solapadamente, como de manera brusca y repentina.

También otro efecto es el consumismo que, como conducta que sostiene al sistema capitalista, está

lógicamente bien ubicada. Cabe recordar un ejemplo en Japón, donde el gobierno pidió a sus habitantes que tiraran sus televisores para comprar otros nuevos porque la industria televisiva se venía a pique. Indudablemente los japoneses saben qué es lo que están sosteniendo al tirar sus televisores, nuevos o no, para comprar otros.

Pero el consumismo también tiene otra puerta de entrada a este sistema y –sobre todo- en otros continentes y es ahí cuando se entra en estupidez, o sea, querer sostener o aplicar una pauta de conducta cuando las estructuras económicas y políticas no dan ni espacios ni tiempos para lograrlas. Es decir, querer más de lo que se puede. Básicamente se produce una clara inoculación a la psiquis social e individual de la persona, produciendo desequilibrios en su sistema de valores y consecuentemente en su salud mental. La depresión nuevamente es efectiva, como medio de defensa, como resultante de toda la amalgama de la vida de alguien. Las impotencias sexuales también cobran auge aquí.

Hay que comprender que el consumismo latinoamericano no es, ni puede ser, semejante al japonés

o al yanqui. Es porque esta conducta económica tiene presente dimensiones, además de la racionalidad –por ejemplo, reduciendo los costos de sus acciones a la par que se intenta maximizar los beneficios de la conducta- y la afectividad –por ejemplo adquiriendo objetos suntuarios- tiene la incertidumbre y la desconfianza (Rodríguez Kauth, 1997).

En muchas épocas los países latinoamericanos han sido golpeados por déficits fiscales y por devaluaciones monetarias, por lo tanto es lógico que estas dimensiones tengan un peso tal, que dejen sin sustancialidad tangible al consumismo. La desconfianza que se vive es que, no se sabe, si se pueden obtener ciertos bienes, porque no se sabe si se van a poder seguir pagando, en caso de que sea por cuotas, o trabajando para pagarlos.

Esto es incertidumbre. Incertidumbre que en una superestructura débil como es la del mercado latinoamericano, en comparación de competencia con los mercados del norte, se vislumbra cada vez más primordial para quienes quieren invertir, comprar y hasta vender. La debilidad de esta superestructura se visualiza en que,

cuando se produce una gran caída del valor de las acciones de una o dos grandes corporaciones, arrastran consigo a otras empresas, a grandes masas de obreros, a la retirada de empresas a sus lugares de orígenes o a otros campos más favorables; porque no existe un sustento económico que venga a rellenar el agujero desde otra especialidad, como ocurre en el hemisferio norte, en donde el Estado es capaz de ir en auxilio de la depresión económica de una empresa.

“A partir del régimen industrial, en el que se estandarizan los instrumentos de sugestión, la comunicación se desvaloriza cambiando de naturaleza e intención. El vuelco sería total: la sensación experimentable vale más que su imagen sugerida. El estereotipo de la sugestión permite a la industria interceptar la génesis de los fantasmas individuales para desviarlos hacia sus propios fines y dispersarlos según el interés de las instituciones” (Klossowski, 1970).

Muy diferente es el régimen industrial del artesanal, donde la representación de la emoción voluptuosa se comunica a través de los medios de sugestión: libros,

cuadros, etc. El valor proviene del carácter único del prestigio obtenido mediante el instrumento de sugestión y no por la emoción experimentada.

La subversión de instancias simbólicas, producidas de un régimen a otro, permite a la mercancía primordial ser invocada al llamado de la emoción experimentable como necesidad. Pierre Klossowski (op. cit.) señala que, es a partir del siglo XIX, que se entrevé el goce erótico como una necesidad primordial.

Y afirma que, al socialismo utópico, se le ocurrió extender la puesta en común de cualquier bien a los objetos vivientes de la necesidad, es decir, a nosotros. Cuestión difícil de lograr -ya se dijo que era utópico- aunque no idiota del todo, ya que *"... un mapa de este mundo que no incluya el país de la utopía no merece una ojeada, porque suprime el único país el cual la humanidad siempre ha fijado los ojos"* (Oscar Wilde,).

Nuestro medio ambiente eficaz y eficiente, consumista e inseguro, débil y corrompido estructuralmente, pobre económica y culturalmente, nos está masajeando. Se nos cuela por nuestro aire, por nuestra comida, por nuestro

espacio, por nuestro tacto y nuestra vista, corre por nuestras venas y nos hace ver, tocar, oler, pensar, elegir todo aquello que el medio nos proporciona. No sólo nos estamos ahogando en un mar de dinero y nuestra isla está desapareciendo, agónicamente^[5], sino que a nuestra agonía sin caída se la busca emotivamente de una manera alborotada. Por eso, en la actualidad, no importan las consecuencias que rodean al dinero una vez que lo tenemos en el bolsillo, tan sólo caemos presos de nuestros fantasmas voluptuosos que nos son devueltos escópicamente desde la gran máquina que nosotros mismos creamos para satisfacer... a otros fantasmas.

Los Supermercados

Yendo al plano práctico -para entenderlo mejor- y a un plano imaginario viéndolo desde la reinante política económica, me gustaría exponer algunas ideas acerca de los supermercados. Ya sea que hable de uno o más supermercados igual incluyen, como ofreciendo productos

de consumo, a cierta cantidad de habitantes que son mas que suficientes como para considerar válida la reflexión.

Si bien los supermercados logran ofrecer numerosos puestos de trabajo, logran que los precios sean bajos en algunos productos, logran que uno tenga que concurrir a un solo espacio para conseguir diferentes productos en variedad y, además están bien organizados y limpios; lo que mejor logran hacer es destruir a la antigua organización comercial vecinal: los almacenes, los mercados, las tiendas de barrio. No quiero decir que los supermercados no tendrían que existir, sino que en esta hora de la Argentina otro modelo mercantil traería más beneficios. Lo que sucede es que los almacenes están lejos de ser elegidos por las personas. Primero porque los precios son más altos, luego se pierde mucho tiempo al hacer la compra del mes o semanal ya que habría que caminar varias cuadras para conseguir la diversidad de productos^[6]. Además la organización y la limpieza queda en manos del propietario, por lo que muchas veces el servicio no es tan cómodo y agradable como en los hipermercados.

Al lograr el monopolio lugareño esta gran maquinaria comercial consigue el quiebre de las tradicionales tiendas y almacenes, con lo que no se compara el número de personas afectadas, con el número de personas que son contratadas, cristalizándose gran parte de una economía vecinal de manera vertical, como así también el poder del empleador, de la organización propietaria. Verticalización económica, porque todas las ganancias van a parar a un único sujeto, o a unos pocos socios, que en su mayoría "exportan" estas ganancias a otros lugares. De alguna manera, a la gente se la está estrujando legalmente, y de a poco, pues hay dinero que no vuelve bajo ningún otro recurso a la región o ciudad. Y verticalización del poder, porque justamente es un sujeto, o sólo unos pocos los que deciden cómo y cuánto deben trabajar una gran cantidad de empleados por cierto monto de dinero. Y se entiende porqué es mejor estar bien organizado. Y bien se sabe que si el empleado no obedece, hay muchos otros en la cola esperando para ocupar la vacante.

En el modelo comercial de tiendas y almacenes, agrupados si se quiere en un gran local, se solucionaría el

problema del espacio y tiempo a recorrer, ocurriendo una horizontalización de gran alcance económico. Si bien el precio sería más alto^[7], entonces se estarían dando las ganancias a personas y familias de la zona con las que uno convive vecinal o provincialmente. El dinero gastado volvería bajo otra forma de transacción, ya que éste comerciante necesitaría comprar otros productos y otro necesitaría quizás un servicio de salud o asesoramiento legal. Se ve la circularidad que este mercado produciría. Además, queramos o no, somos más individuos en cuanto reconocidos por el nombre en un almacén que en un anónimo supermercado, y esto contribuye gracias a que, si cada rubro o servicio estaría a cargo una o mas familias, con lo cual, en cuestión de meses, se lograría conocer a las personas. También este tipo de estructura permitiría la relación de competencia más pareja entre los propietarios.

Pero todo lo descripto está fuera de lo esperable. Primero porque va en contra de la corriente liberal económica en la que se vive, segundo: porque a mas de uno se le va ocurrir ampliar su comercio y obtener más y más ganancias y, tercero, porque habría que reeducar en

contra de los parámetros de eficiencia y eficacia, para hacer entender que la mayoría de las veces cuando se está pagando mas caro o cuando todo tarda un poco más, lo que en realidad se está ganando son otras cosas que hasta ahora no se han logrado con el capitalismo, las que son de mucha ayuda para la convivencia mutua que necesitamos vivir nosotros los latinoamericanos debido a las desventajas que nos imponen desde el norte. Y que también sufrimos por nuestra propia corrupción. Este es un punto o problema que nunca debe olvidarse.

BIBLIOGRAFIA:

Figueras, M: 1976. ¿Qué es el Capitalismo?. Editorial La Gaya Ciencia. (¿?)

McLuhan, M: 1967. El Medio es el Masaje. Bontan Books.Inc. (¿?)

Rodríguez Kauth, A: 1997. La economía puede ser útil para la práctica de los psicólogos. ESTÁ MAL.

Klossowski, P: 1970. La Moneda Viviente. Akión Editorial. (¿?)

Wilde, O.: DE Profundis. Editorial Siruela. 1997. España.

[1] Alumno Egresado de la carrera de Psicología. Becario en Iniciación a la Docencia en Psicología Política. Universidad Nacional de San Luis. E-mail: acmanzi@unsl.edu.ar

[2] Ya que últimamente mi desprecio está dirigido a los de trajecitos grises, pues me inspiran desconfianza.

[3] QUE HAYA (el) para todos se me hace (inalcanzable) IMPENSABLE EN LA ACTUALIDAD .

[4] La que se realiza con fines electorales o de propaganda.

[5] Gracias a que existen otros a los cuales la muerte súbita de América Latina no les conviene.

[6] Eléctricos, limpieza, verduras, carnes, etc.

[7] Aunque esto es relativo pues si el Estado realizara una buena tarea de intermediación entre proveedores y compradores, ayudaría a disminuir la diferencia que se produce cuando (alguien) EL COMERCIANTE compra grandes cantidades que cuando (alguien) lo hace en pequeñas.