



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL

LA SOCIEDAD DE CONSUMO Y LA INCLUSIÓN DESIGUAL DE LOS JÓVENES.

Retos y perspectivas del trabajador social.

ENSAYO

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

ESPECIALISTA EN MODELOS DE
INTERVENCIÓN CON JÓVENES.

PRESENTA:

MARCOS DAVID SILVA CASTAÑEDA

DIRECTOR DEL ENSAYO:

MTRO. JORGE HERNÁNDEZ VALDÉS

MIEMBROS DEL JURADO:

MTRA. NELIA TELLO PEÓN

MTRO. FERNANDO AGUILAR AVILÉS

MTRO. RAÚL OSWALDO CORONA FUENTES

MTRA. ALEJANDRA GABRIELA MORENO FERNÁNDEZ



CIUDAD UNIVERSITARIA.

OCTUBRE, 2014.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

La sociedad de consumo y la inclusión desigual de los jóvenes.

Retos y perspectivas del trabajador social.

Presenta:

Marcos David Silva Castañeda

Director de ensayo:

Mtro. Jorge Hernández Valdés

Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS)

Ciudad Universitaria, Octubre 2014.

Dr. José Narro Robles

Rector.

Dr. Eduardo Bárzana García

Secretario General.

Ing. Leopoldo Silva Gutiérrez

Secretario Administrativo.

Mtra. Leticia Cano Soriano

Directora de la Escuela Nacional de Trabajo Social.

Lic. Juliana Ramírez Pacheco

Jefa de la División de Estudios de Posgrado

Lic. Roxana D. Medina Guzmán

Coordinadora de la Especialización en

Modelos de Intervención con Jóvenes de la ENTS.

(...) En la cultura occidental (...) se tiende a considerar a los seres humanos como individuos independientes de los constreñimientos del medio (...)

Minuchin & Fishman (2011, pág. 16).

Agradecimientos

La formación académica es un proceso interpersonal, esto es, no podríamos atravesar por el proceso educativo sin la presencia involucrada de otra persona que, formativamente, nos acompaña; que facilita nuestra transformación, que media para hacer posible pasar de una forma humana a otra.

Empero, lo que se *hace* con el conocimiento adquirido —esto es, la *decisión de actuar*— no es, exclusivamente, un proceso social como una *responsabilidad personal*. Los seres humanos aprendemos colectivamente, pero decidimos, fundamentalmente, individualmente.

Por otra parte, las consecuencias, de nuestra decisiones, son colectivas y, no solamente, individuales. Por ello, lo que aprendemos —y lo que decidimos *hacer* con lo que aprendemos— es un tema de orden ético y, no exclusivamente, pedagógico.

Claro de este ético matiz y eximiéndoles de todas las limitaciones que pudiera presentar el presente trabajo recepcional, enunciándolas, exclusivamente, como una responsabilidad atribuible, solamente, a las carencias y limitaciones de mi persona, quisiera externar mi más sentido agradecimiento a diferentes personas que, con su trabajo y presencia comprometida, facilitaron, enriquecieron y promovieron mi formación en el transcurso de la Especialización. Su presencia, académica y personal, resultó vital para la conclusión de esta tesina.

A la Lic. Roxana Medina Guzmán quién no solamente me acompañó en el transcurso de la elaboración del trabajo recepcional con suma atención, ofreciendo, en todo momento, alternativas; como, además, promovió la conclusión de este trabajo recepcional, buscando que la experiencia fuese formativa.

Al Doctorante Maestro Jorge Hernández Valdés quién además de formarme en torno de la conceptualización de la juventud, en un excelente Seminario, fue una pieza central para construir la primera versión de lo que en su momento fue el Protocolo de Investigación; y, que, finalmente, se tradujo en la tesina que en estos momentos lee el lector.

Por otra parte, el Maestro Hernández alimentó y encaminó, el presente trabajo recepcional, con el mayor cuidado y amplia generosidad.

A la Maestra Nelia Tello Peón quién, literalmente, me abrió todo un *espacio de investigación*, en trabajo social, desde una *visión social* donde nos interesa el *cambio social* a través de la comprensión de los *procesos sociales*.

Al Maestro Fernando Aguilar docente que me introdujo al estado del arte de la juvenología y con quien disfrute de un excelente, serio y riguroso análisis de cada documento.

Al Doctorante Raúl Oswaldo Corona que me mostró diversas formas de conectar la juvenología con otras áreas de conocimiento como la historia y la filosofía. Su Seminario fue un espacio de reflexión que alimentó, en muchos sentidos, este trabajo recepcional.

Al Doctorante Pérez Islas quién además de formarme alimentó e inspiró gran parte de las ideas contenidas en el presente ensayo; la inclusión desigual es una línea de investigación y construcción de diversos juvenólogos mexicanos que llevan trabajando, arduamente, un interés con visión social desde la cual se inscribe este documento.

Por otra parte, su Seminario, fue un espacio donde se procuraron diversas ideas, diversas *semillas*, que, con el tiempo, fueron germinando en un ejercicio más acabado y, espero, mejor fundamentado. Finalmente, agradezco al equipo, en conjunto, de la Especialización que facilitó, enormemente, mi tránsito por el programa de posgrado de la ENTS, pienso, en lo particular, en el Lic. Miguel Espinosa Palacios, ejemplar universitario y quién, por su ejemplar desempeño habría de ser el prototipo de responsable administrativo en la ENTS; mi reconocimiento a su trabajo y esfuerzo, pero sobre todo a su calidad humana que me alimentó e impulsó a continuar, ante cualquier adversidad.

Que lo recto sea la pauta de nuestra acción profesional y que todo lo luminoso —en el ser humano— nos guíe en nuestro ejercicio profesional en torno de la creación de modelos de intervención con jóvenes de nuestro país.

Nuestro trabajo y responsabilidad son de tal dimensión que, ciertamente, lo que *hagamos* con ese enorme potencial de energía de cerca de 40 millones de jóvenes será, seguramente, el camino que tome el sino de nuestro país en lo que resta del siglo.

Ante descomunal esfuerzo, sin dejar de señalar la fuerza de los valores universitarios, no podemos dejar de apelar a la buena voluntad para hacer frente a tan relevante reto que vive nuestro país actualmente.

Marcos David Silva Castañeda

Ciudad Universitaria, Octubre de 2014.

Resumen

El estudio de la juventud —tema que guió diversos Seminarios de la *Especialización en Modelos de Intervención con Jóvenes 2013-2014*— concita la reflexión *diferenciada* de las diversas interacciones humanas que —a lo largo del tiempo— han dado vida a las variadas conceptualizaciones, dentro de la cultura occidental, que sobre la *juventud* se han formulado.

Así, no existe, en términos definitivos, *la juventud*, como concepto unívoco, pero sí, empero, como amplísimas formas de reconocer-*la* y vivir-*la* —según el contexto y el momento histórico en la es estudiada.

Investigar, entonces, el tema de *juventud* es un ejercicio que implica romper, bajo una variada gama de contextos específicos, con explicaciones unívocas.

En sentido estricto, cuando la *juventud* es analizada nos alimentamos de una metodología cercana, en algún grado, con el estudio del pasado y presente de las sociedades humanas —según donde ubiquemos nuestro foco de interés como trabajadores sociales.

Empero, su estudio se relaciona, posiblemente, con los estudios comparados porque implica un «juicio de proporción» que tiende a romper con valoraciones unívocas, pero que integra, paralelamente, en la medida que compara significados particulares, la

intención de *aprehender*, de forma abstracta, el concepto de juventud, más que como una definición, como una pregunta que propone la atención de diversos problemas sociales concretos; por tanto, no con una aspiración dogmática, como un esfuerzo genuino por su comprensión. Lo que se traduce en un acercamiento *fenomenológico* del trabajador social —en relación a los jóvenes— rico en significado y empatía dando pie a la formulación de modelos más cercanos a los jóvenes —que a los gustos y preferencias del propio del trabajador social.

En ensayo, se desarrolla, con esa visión metodológica general, algunas reflexiones sobre la juventud, teniendo presente, como eje central, los *retos* y *perspectivas* que le plantean al trabajador social dos procesos contemporáneos —que explican la génesis de diversas problemáticas sociales— relacionados con los jóvenes:

1) La «sociedad de consumo»: sociedad que presenta —cotidianamente— dos expresiones paralelas de socialización que modelan diversas formas de *ser* y *hacer* de lo juvenil que le son reconocidas como norma de conducta generalizada.

Nos referimos: a) la «compulsión aspiracional subyacente en una competencia inacabable» que ubica a los jóvenes en una carrera compulsiva “contra el tiempo” y que proyecta —en la adquisición de bienes y servicios— el sentido mismo de la existencia colocando a la presencia o ausencia de propiedad —i.e., de lo que es “verdaderamente mío”— el mecanismo *per se* que sustenta todo sentimiento socialmente válido para

percibir “bien-estar” y reconocerse como persona; b) «el valor concreto de lo insaciable» en la «sociedad de consumo» el problema de los jóvenes no es qué necesitan, si no por qué consumir menos cuando se puede consumir más; es la preferencia de lo nuevo por lo viejo; es el acceso a una identidad a través del consumo.

Y, por otra parte, el proceso social relacionado con:

2) La «inclusión desigual» que provoca la esencia *per se* de la «sociedad de consumo»: esto es, la inclusión social desigual de las personas, particularmente de los jóvenes mexicanos, según su capacidad para consumir. A mayor consumo mayor integración y reconocimiento social. A menor consumo, menor integración y reconocimiento social.

Con estas coordenadas el ensayo comparte una conceptualización de la *juventud* desde el contexto de la «sociedad de consumo» así como introducir al lector sobre algunos retos y perspectivas que esta sociedad le planteará al trabajador social en atención y servicio profesional de los jóvenes.

Palabras clave

Sociedad de consumo, juventud, inclusión social desigual.

Justificación

En la *Especialización en Modelos de Intervención con Jóvenes 2013-2014* reconocimos —como un principio metodológico fundamental— que la juventud no es un fenómeno social de carácter universal. De hecho, revisamos el estado del arte desde la corriente sociológica que asume que la juventud es una concepción socio histórica (Mørch, 1996) y por tanto mutable y no generalizable. Esto es, existen, como procesos sociales concretos, más bien las *juventudes* que la *juventud*.

Este ensayo encuentra su *justificación* en la misma línea de investigación que han construido, entre otros, Martínez (2011), Reguillo (2010) & Pérez Islas (2000,2010) que consiste en hacer un estudio de las *juventudes* según el contexto histórico; así como en la creación de investigaciones de orden topográfico —esto es, por el estudio de la categoría de juventud, aplicada al análisis de los diferentes significados que aquella puede ocupar según el marco y la extensión que se le esté dando, esfuerzo que permite reconocer las tres *segmentaciones* de Pérez Islas (2010) como una de las más valiosas aportaciones que los juvenólogos mexicanos han construido a partir del estudio topográfico de la juventud, y que ha servido, en diferentes ejercicios de investigación, para conceptualizar el problema de las *juventudes* en la sociedad contemporánea, este ensayo se inscribe en esa línea de investigación.

Bajo ese criterio la justificación de este ensayo, sobre todo en su relevancia para el trabajador social, puede ser expuesta a partir de los siguientes puntos:

- a) Es un ensayo que retoma la *visión social* en el estudio de la juventud y que se interesa en el problema eje del trabajo social: la «desigualdad social». En ese sentido, es un trabajo que encuentra, en tal interés, su más importante justificación.

En este documento, nos interesa reflexionar sobre *cómo* y de *qué* manera la «sociedad de consumo» incluye de forma desigual a los jóvenes según su *capacidad de consumo* que éstos tengan y la forma en la que esta lógica de socialización le demandará, al trabajador social, la atención de diversas problemáticas sociales.

- b) El estudio de la «sociedad de consumo», en este ensayo, atiende la metodología de los estudios de la juventud contemporáneos que parte de una *conceptualización abierta* de la juventud, y, por tanto, no dogmática ni estereotipada.

Esto es, asumimos que la categoría *juventud* es una construcción social y que cada contexto le atribuye una serie de cualidades que le son particulares, por lo que no es posible hacer generalizaciones sin caer en imprecisiones y, muchas veces, prejuicios. Como aquella concepción, hasta hace poco vigente, que hacía ver a los jóvenes como peligrosos.

Por lo que este ensayo encuentra una segunda razón —que justifica su existencia— en el interés por continuar esta línea de investigación y, sobre todo, que empata con los estudios de vanguardia, revisados en el transcurso de la especialización, para el estudio de los jóvenes.

- c) El ensayo busca definir algunos retos y perspectivas que le plantearán al trabajador social el efecto de la inclusión social desigual de millones de jóvenes que produce la «sociedad de consumo».

Nuestro trabajo encuentra una de las razones centrales que justifican su elaboración, a saber: que pondera las implicaciones del *ser* y *hacer* del trabajador social a la luz de una problemática muy concreta: la inclusión desigual de millones de jóvenes en el marco de la «sociedad de consumo» que retroalimenta diversas problemáticas sociales.

Por lo que es un trabajo de investigación y documentación que puede ser retomado en próximas investigaciones o formaciones, como la Maestría en Trabajo Social de la Escuela Nacional de Trabajo Social ENTS (ENTS) de la UNAM, programa en la que, probablemente, de aplicar y ser aceptado, participaré en los próximos semestres.

d) Finalmente, es un trabajo que aspira analizar un problema social concreto: la inclusión social desigual con una visión social que propone un diálogo interdisciplinario que observe alternativas y senderos de reflexión no ortodoxos ante una realidad cada vez más compleja y difícil de descifrar.

Índice

<i>Agradecimientos</i>	4
<i>Resumen</i>	8
<i>Palabras clave</i>	10
<i>Justificación</i>	11
<i>Listado de tablas y figuras</i>	16
<i>Listado de abreviaturas</i>	17
<i>Presentación</i>	18
<i>Introducción</i>	29
<i>Capítulo I. La «sociedad de consumo».</i>	42
<i>Capítulo II. La inclusión desigual de jóvenes en la sociedad de consumo.</i>	61
<i>Capítulo III. Retos y perspectivas del trabajador social en la atención de la inclusión desigual de los jóvenes en la «sociedad de consumo».</i>	71
<i>Conclusiones</i>	83
<i>Propuestas</i>	88
<i>Referencias</i>	92

Listado de tablas y figuras

Tabla I.1. *Capítulos del trabajo recepcional.*

Listado de abreviaturas

América Latina: (AL)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía: (INEGI)

Segunda Revolución Industrial: (SRI)

Presentación

No es lo mismo ser pobre en una sociedad que empuja a cada adulto al trabajo productivo, que serlo en una sociedad que – gracias a la enorme riqueza acumulada en siglos de trabajo – puede producir lo necesario sin la participación de una amplia y creciente porción de sus miembros. Una cosa es ser pobre en una comunidad de productores con trabajo para todos; otra, totalmente diferente, es serlo en una sociedad de consumidores cuyos proyectos de vida se construyen sobre las opciones de consumo y no sobre el trabajo, la capacidad profesional o el empleo disponible.

Zygmunt Bauman, (2008, 11)

En el excelente libro *Las consecuencias perversas de la modernidad* los excelsos sociólogos Giddens (1996), Bauman (1996), Beck (1996) & Luhman (1996) —copilados brillantemente por Josexo Beriain (Beriain 1996) — hacen una interesante descripción de la modernidad como un proceso histórico que se manifiesta a través de valores, acciones e interacciones sociales concretas que modelan la vida cotidiana de millones de personas. Así, la modernidad explica la *génesis* de diversas problemáticas del mundo contemporáneo.

Las reflexiones —de estos grandes pensadores de la modernidad— apuntan a las consecuencias, ciertamente, destructivas que subyacen en los «diferentes tipos de socialización humana» propios de la modernidad —ellos las califican de perversas, en la medida que los sistemas *económico, social, político y cultural* dependen, fundamentalmente, de la vigencia de esos patrones de interacción que sustentan la sociedad contemporánea. El sociológico Zygmunt Bauman (2007) lo describe de la siguiente forma:

En la «sociedad de consumidores» nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto, y nadie puede preservar su carácter de sujeto si no se ocupa de resucitar, revivir y realimentar a perpetuidad en sí mismo las cualidades y habilidades que se exigen en todo producto de consumo. La “subjetividad” el “sujeto”, o sea su carácter de tal y todo aquello que esa subjetividad le permite lograr, está abocada plenamente a la interminable tarea de ser y seguir siendo un artículo vendible. La característica más prominente de la sociedad de consumidores —por cuidadosamente que haya sido escondida o encubierta— es su capacidad de transformar a los consumidores en productos consumibles, o más bien de disolverlos en un mar de productos donde (...) (Z. Bauman 2007, 25-26)

Así, la «sociedad de consumo» (como experiencia individual) y/o la «sociedad de libre mercado» (como organización económica generalizada) generan las condiciones de diversas problemáticas propias de la Ciudad moderna como: 1) la hiperurbanización; 2) la

inclusión desigual —y, por tanto, la pobreza; la pandemia “silenciosa” de la depresión y los trastornos psiquiátricos; la pandemia del siglo XX la farmacodependencia —que sintetizan la *experiencia* colectiva e individual cotidiana de lo moderno (Álvarez, 2013).

La idea de progreso decimonónica su impronta de paz; el fin de las de “todas las guerras”; la propia mejora material continua que resume el ideal moderno son algunos de los ejes sobre los que se identificaba la modernidad a finales del siglo XIX y principios del XX. Sin embargo, no corresponde con la cotidianeidad de millones de jóvenes que viven en nuestro país —y a lo largo de nuestro planeta (Bauman Z. , 2012).

Hay ciertas expresiones de la sociedad contemporánea que son anacrónicas, y profundamente contradictorias con la propia modernidad. Problemáticas que —en principio— tendría que estar superadas en el tercer lustro del siglo XXI (Gandler, 2013).

Tal vez, la menos moderna de esas expresiones, es la de concebir a los seres humanos como medios y no como un fin en *sí mismo*.

Cuando una persona es vista como medio es posible, entonces, reconocerlo como consumidor, antes que persona. Es esa precondition que hace factible organizar una sociedad como la «sociedad de consumo». La despersonalización es el reflejo más próximo de una sociedad que reconoce, explícitamente —a las personas— como medios y no como un fin en *sí mismo*.

La «sociedad de consumo» despersonaliza las relaciones humanas; la esencia de la «sociedad de consumo» es la superficialidad y/o las relaciones —basadas en el interés material o inmediato (Lagorio, 2012).

Son interacciones, por ello, en las que el *otro* es visto como un *medio*, no como una *persona*.

La esencia de la «sociedad de consumo» es, en algún grado, el miedo a la pérdida de lo obtenido. *El miedo a la pérdida de la propiedad*.

Porque lo que se *posee* es parte de la *identidad*, es el acceso al reconocimiento social. Es el resultado de la competencia continúa en la que viven los estadounidenses. El consumo permite acceder a identidades diferenciadas. Esto es, la propiedad como fuente de identidad y reconocimiento social.

Estados Unidos es el país que más consume pero también el país que más armas *per cápita* tiene. Y esto no es un asunto exclusivamente histórico, es una consecuencia de una idiosincrasia que se resume en un principio esencial: el otro como medio, nunca como fin. Porque eso convierte al otro en una competencia y en una amenaza. Por ello, la sociedad estadounidense no siente el menor sentimiento humano por los indigentes, la pobreza y la atroz desigualdad que se vive en ese país (Ali & Stone, 2011).

Hay algunas decisiones —de orden político— que, es necesario enfatizar, se llevaron a cabo fuera de sus fronteras y, ciertamente, con un interés material antes que humano, pensamos en el Plan Marshall o la Doctrina Truman (Gutiérrez Espada & Cervell Hortal, María José, 2012).

En cualquier caso, el interés de los Estados Unidos no fueron las personas como la procuración de sus intereses y, sobre todo, la idea de sociedad, anclada en la propiedad y el consumo como exclusiva manifestación de libertad.

Por lo que el retrato de la «sociedad de consumo» no podría ser descrito, cercana a la idea de progreso decimonónica, la sociedad de consumo es una distorsión, artificial, falsa de la idea de progreso decimonónica, que, por cierto, tiene un énfasis humano que, regularmente, se deja de reconocer. Estados Unidos es el reflejo de una modernidad distorsionada, no es normal el conjunto de desórdenes psiquiátricos, la pandemia de obesidad y farmacodependencia de la sociedad estadounidense.

El corolario de la «sociedad de consumo», desde inicios del siglo XX, apunta a una inclusión más desigual que igualitaria y, ciertamente, tendríamos que reconocer que se ha incumplido muchas de sus promesas.

Han sido, más bien, los países que han suscrito una *nueva* lectura de la modernidad —como Australia, Dinamarca, Noruega, Nueva Zelanda, Alemania etcétera— los que han

acercado el proceso de construcción del progreso humano, como fin, y, con ello han colocado al progreso material no como fin sino como medio, lo han hecho con un marco no material como humano. Esto es, con un principio básico para definir el *progreso moderno*: las personas son un fin en sí mismo, nunca un medio, los seres humanos, independientemente de su condición social, no son medios, no son objetos, no son cosas, son personas.

Tal principio esencial es poco reconocido en el mundo académico en general, y en el propio trabajo social, en lo particular. Se asume que su realidad cotidiana, de las sociedades pro persona, y su excelente calidad de vida, su sorprendente tendencia a la igualdad, comparada con sociedades mercado o de consumo, es explicada por una razón *a priori*, son países más igualitarios porque es Oceanía, o porque son nórdicos, pero más allá de esta explicación mágico casi religiosa, porque asume algo que es construido por humanos como dado por la naturaleza, el hecho concreto que no interesa señalar es la relevancia de una forma de *entender* las relaciones humanas y cómo este principio central de la sociedad pro persona articula realidades cotidianas alternativas cualitativamente muy distintas a las que vive la «sociedad de consumo» con oportunidades de desarrollo, con amplias formas de ser y hacer en sociedad, vigilando que la posesión material no sea en causa de diferenciación, de inclusión desigual, incluyendo, en ese sentido a todos los grupos sociales, incluyendo a los jóvenes.

Son sociedades que —con ese principio— han ido construyendo, a lo largo del tiempo, alternativas, si las comparamos, evidentemente, diferenciadas entre sí. Para un indigente, ciertamente, no es lo mismo vivir en Francia que en Estados Unidos (Kellner, 2011). Para un desempleado no es lo mismo vivir en Estados Unidos que en Holanda o Noruega. Es una clara fenomenología de la exclusión la que se vive en Estados Unidos. Son esquemas de sociedad, pautas de convivencialidad que involucran una concepción más profunda de entender a los seres humanos, sea como medios o como un fin en sí mismo válido —y por tanto universal.

El proyecto de sociedad occidental —de la que se deriva la sociedad moderna— es más bien kantiano. Es una sociedad, la kantiana, más próxima a los países *pro persona* que cercana a la visión de economía neoclásica ortodoxa que, por cierto, se construyó en Europa —pero se radicaliza en Estados Unidos— hasta construir el modelo de libre mercado.

En países *pro persona* la idea de progreso es el progreso humano, y no, exclusivamente, la mejora material *per se*. Francia no pierde dinero cuando garantiza que los indigentes vivan en condiciones dignas; Francia mejora su calidad de vida colectiva cuando no hay indigentes, cuando cada persona se puede desarrollar, independientemente de su condición; esto es, ser persona es ser relevante y merece, por ese sólo hecho, ser procurada en todas sus necesidades. Claro esto implica ver en los seres humanos un fin, un objetivo, un sentido jerárquico, pero si se ven como medio, los seres

humanos, como cualquier cosa, son, entonces, utilizables, rechazables y, ciertamente, desechables como cualquier otro objeto (Bauman Z. , 2008).

Alemania es igual o más desigual que México antes de impuestos y de gasto público (lo que incluye un amplio acervo de prestaciones sociales) pero es notoriamente más igualitario después que se integran tanto los impuestos como la distribución uso y gasto de esos recursos fiscales. Empero, ese es un modelo de sociedad que pone a las personas en el centro de las decisiones, como fin, en sí mismo, que no reconoce a los seres humanos como cosas, y por tanto no da reconocimiento a su uso como medios, Alemania, junto con muchos otros países, han decidido operar la construcción social de su cotidianidad con base en una organización por encima del mercado y del consumo.

No parece haber indicios de que la «sociedad de consumo» impulse mayor igualdad social como el incremento, sostenido, de la desigualdad al centrar, como valor vital de todo acto humano, el consumo. Pensemos, por ejemplo, que ningún país tiene tantos indigentes como Estados Unidos. Son colinas de indigentes. Empero, Francia, con un andamiaje sumamente distinto de entender la indigencia ha logrado que los infantes desconozcan el significado de indigente, entre otras cosas, porque no hay indigentes en Francia. Ciertamente, en Francia, se recauda cerca del 60% del PIB y se invierte en las personas. Francia como Alemania son, esencialmente, desiguales, antes de impuestos, después de éstos, resultan ser, notoriamente, menos desiguales que Estados Unidos.

Por tanto, el rasgo central de la «sociedad de consumo» es que para poder ser considerado una persona es vital consumir. No existe vida social, que no sea el de la inclusión desigual, más allá del consumo. No se es persona. En la sociedad de consumo no hay personas hay medios, simples objetos, que acrecientan riquezas individuales y que, poco importa, en realidad, la calidad de vida y la cohesión social que da la igualdad.

Es una sociedad, por tanto, que involucra el acto de consumir como una expresión tangible, inclusive, de identidad, porque, después de todo, quien puede consumir puede, también, comprarse una identidad (Bauman Z. , 2009).

Presentamos, a continuación, una serie de reflexiones entorno de la forma en que la «sociedad de consumo» promueve una inclusión desigual en millones de jóvenes mexicanos; hablamos de la gran mayoría de los casi 40 millones de jóvenes que viven en el país; jóvenes que laboran, cuando lo hacen, en trabajos informales, sin prestaciones laborales y con ambientes laborales inciertos.

Según el INEGI cerca de 7 de cada 10 jóvenes ingresa el mercado laboral de manera informal lo que se traduce en bajos salarios y en un pobre ejercicio de sus derechos de emancipación lo que fortalece su inclusión desigual al ser el empleo, como fuente de capacidad de consumo, el factor que determina, en una sociedad de consumo como la mexicana, el valor o minusvalora de su persona.

En México cerca 55% de las personas entre 14 y 29 años está desempleada, según el INEGI. Solamente el 50% de los jóvenes, en edad de cursar la educación media superior, accederá a este nivel educativo; mas, aquellos que sí ingresan a la educación media superior y la concluyan, solamente, 2.5 de cada 10, accederá, realmente, a la educación superior y de ellos, 1.1, terminará, finalmente, sus estudios; un porcentaje no mayor del .05 del total terminará un posgrado; finalmente, solamente el .001% de quienes terminen sus estudios de posgrado laborará en el área de estudio de su formación.

Este ensayo está pensado y dedicado a ellos, a los millones de jóvenes mexicanos —en los que me inscribo— que están incluidos de forma desigual en una sociedad mexicana que cada vez más promueve el mercado, como forma de solución de la ancestral desigualdad social del país; año con año la teoría neoclásica es aplicada de forma ortodoxa en México, donde el libre comercio es defendido cabalmente, pero, año con año también, resulta evidente que lo mexicanos no logramos, finalmente, que el cuerpo de su mercado interno —los jóvenes— se asuman, por la posibilidad real de desarrollarse como personas, de construir una vida autónoma, con sentido y bienestar personal y material. Tal lógica no reduce la desigualdad social, sino la acrecienta, y es, un principio estructural de la sociedad de consumo.

En nuestro país, a partir del año 2015, empezará a decrecer la curva de jóvenes y, año con año, la sociedad mexicana tendrá no más jóvenes sino más ancianos lo que, de

continuar la misma lógica por las próximas tres décadas, colocaría a muchísimas generaciones en una situación muy desconcertante: generaciones enteras de personas que, a lo largo de su vida, no ejercieron, a cabalidad, sus derechos de emancipación, ni en su juventud, como tampoco en su senectud.

Generaciones de personas que no lograrán inscribirse a la sociedad mexicana con base en una amplia, sistemática y coherente movilidad social y donde su desarrollo personal, de forma agregada, se traduzca en un desarrollo colectivo promoviendo una cohesión social y calidad de vida en permanente ascenso y mejora.

Bajo ese contexto, y considerando las condiciones materiales y temporales de esta tesina, aspiro, cuando menos, a no dejar, en silencio, su situación cotidiana, lo poco digno de su vida en términos de ejercicios de derechos fundamentales, pero sobre todo, me encuentro interesado en ofrecer, en lo que valga, algunas reflexiones para ponderar las implicaciones de una sociedad de consumo, en la que conviven millones de jóvenes mexicanos, señalando algunas de sus contradicciones con la finalidad de abrir puentes de estudio para el trabajo tan abundante que este contexto genera al trabajador social.

Esperando haber logrado el objetivo,

Marcos David Silva Castañeda

Ciudad Universitaria, Octubre de 2014.

Introducción

La «sociedad de consumo» es una manifestación del progreso material que se ha instaurado desde finales del siglo XIX en gran parte de la cultura occidental (Bauman Z. , 2007).

La «sociedad de consumo» es una sociedad donde se plantea explícitamente que el progreso material es una extensión cuasi intrínseca del progreso de la humanidad (Mendes-Flohr, 2011).

A tal punto es aceptada tal visión del progreso que la transformación de la realidad contemporánea, para muchos autores y estudiosos del tema, involucraría, invariablemente, el progreso material como condición esencial para el cambio social (Beck, 1998).

Su importancia implica, en esa óptica, que el avance material estaría por encima del desarrollo humano o de lo humano; en tanto que no es condición ni necesaria ni suficiente, lo humano, para el cambio social, como sí lo es la mejora material continua. Tal idea subyace en muchos de los debates contemporáneos en torno, por ejemplo de la pobreza, por tanto se asume, implícitamente, que el problema es no vivir en una sociedad pro mercado, y no se plantea que la sociedad contemporánea es desigual, entre otras cosas porque coloca al consumo, y no a la personas, en el centro de sus preocupaciones (Morín E. , 2011).

En la sociedad contemporánea, parece ser, no hay nada más importante que el crecimiento económico y, sobre todo, su impronta en el ámbito de lo individual: la capacidad de consumo. Por eso, muchos pensadores contemporáneos hablan del consumismo como un proceso de socialización que ve en el acto de consumir, más que en la atención de necesidades, el eslabón que articula la vida cotidiana de millones de personas.

Cuando se pregunta para qué crecer económicamente, la impaciencia en quienes nos “escuchan” es tan grande que resulta en una especie de sacrilegio contemporáneo ponerse a pensar para qué crecer económicamente (Bauman Z. , 2008).

Sin embargo, contestar esa pregunta, la forma en que se conteste, marca la diferencia entre vivir en una sociedad mercado a una sociedad pro-persona. Es, en palabras de Bertrand Russell (1999), una “búsqueda científica”, la de inquirir sobre la necesidad del crecimiento económico aún a costa de las personas y el planeta. Curiosamente, o en muchos sentidos, evidentemente, tal interés es un asunto de orden ético y político que demanda el reconocimiento del imperativo kantiano para su estudio y ponderación.

¿Bajo qué condiciones consideraremos inevitable inquirir científicamente tal objetivo que ha impulsado un incremento consistente de la desigualdad social? Russell escribió al respecto lo siguiente:

(...) Lo que el mundo necesita no es un dogma, sino una actitud de búsqueda científica combinada con la creencia de que la tortura de millones de seres no es conveniente, ya sea infringida por Stalin o por la divinidad imaginada a semejanza del creyente (Russell, 1999, pág. 231).

Crecer económicamente para incrementar el consumo, *per se*, no parece ser una receta que mejore la calidad de vida de las personas (el mejor país para vivir, el que mayor calidad de vida tiene es uno de los países que menores tasas de crecimiento ha tenido en los últimos 40 años, Noruega no es el país que crece a mayores tasas anuales, sin embargo, sí es el país que mejor calidad de vida tiene), y, por otra parte, es un esquema éticamente cuestionable porque ahora sabemos que el planeta tierra, con fuentes de energía nuclear o vegetal, difícilmente soportaría el nivel de consumo de Estados Unidos con el ritmo de crecimiento económico de China. Diversos especialistas, en temas ambientales, afirman que sería necesario entre 7 y 8 planetas como el que tenemos para no deteriorar el medio ambiente y destruir lo único que tenemos junto con nuestra vida: el Planeta Tierra (Páez Díaz de León, 2009).

Por lo que tanto esta definición del progreso como el acervo de valores se han instaurado (básicamente en torno del consumo) a lo largo del último siglo ha ido, gradualmente, promoviendo formas de ser y hacer, válidas culturalmente, a tal punto, que, por la relevancia que tiene para ser aceptado socialmente, condicionan, a otras formas de socialización que no sean las que promuevan, como valor central, el consumo.

El *consumo* se ha convertido en un acceso expedito a una identidad donde a mayor consumo mayor reconocimiento social. Gradualmente, la sociedad mexicana ha ido incorporando los valores de la sociedad de consumo y se va alejando, en la medida que la desigualdad social sigue incrementándose, según datos del INEGI, cerca de 60 millones de mexicanos viven en pobreza o indigencia.

Contexto que plantea diversos retos al trabajador social y al científico social en general. La «sociedad de consumo» es un espejismo que promete a cada consumidor el máximo estatus con el pago del bien o servicio; es una sociedad donde la impronta es tener, cada día, más estímulos materiales, expresada esta última, en bienes, servicios y experiencias, regularmente, mientras más exclusivas más cercanas serán al máximo reconocimiento social que otorga la capacidad de consumo (Bauman Z. , 2008).

La «sociedad de consumo», por su propia lógica intrínseca, va imponiendo formas de socialización, esencialmente desiguales, donde, curiosamente, implica aceptar, por el conjunto de la sociedad, una serie de reglas que al ser reconocidas como válidas, al menos por millones de seres humanos, legitima la diferencia y desigualdad social que se construye en una sociedad insaciable y, eternamente, voraz.

Por tanto, el tipo de socializaciones que promueve la «sociedad de consumo» lejos de atenuar la desigualdad social la incrementa y, no solamente eso, su esencia misma, su mecanismo operativo que le subyace, depende de la desigualdad para seguir vigente.

Es el espíritu aspiracional que anima a millones de “perdedores competitivos” a “luchar”, por mecanismos legítimos o abiertamente ilegales, con el objetivo, diario, de contar con alguna que otra posibilidad de sentirse parte del mundo del consumo que es el espacio de socialización, en la «sociedad de consumo», donde, individualmente, los seres humanos pueden ser considerados personas.

El mejor estímulo —para consumir— es que nadie aspira a ser un excluido, un “Don nadie”; un ser pero no persona; una especie de cuasi persona que no cuenta por que no se hace sentir a través del consumo; todo eso es una persona sin capacidad de consumo.

Evidentemente, la «sociedad de consumo» promete el éxito, ese es su discurso, esa es su promesa. Detrás del progreso —material— está el éxito; y del éxito el reconocimiento como persona.

Pero la «sociedad de consumo» no reconoce un hecho muy específico: no nos indica que ese éxito, que invariablemente pasa por el bienestar material, es escaso, finito y, en muchos sentidos, irrelevante.

Porque la necesidad de reconocimiento, en los seres humanos, en la medida que estamos sobre estimulados por medio de una mercadotecnia que explota las necesidades psicológicas de reconocimiento y aceptación social, es, en esencia, insaciable.

Siempre se puede obtener más reconocimiento. Siempre habrá un nivel adicional al cual podemos aspirar. Es un ritmo interminable, que solamente concluye con la muerte. Claro en ella, también hay productos y servicios que le dan al muerto, en principio, pero, sobre todo, a su familia, un reconocimiento adicional, hay formas de vivir la muerte, dice el mercado.

Diversos estudios han mostrado que el bienestar material, superado cierto nivel de atención de necesidades, no se traduce en un mejor sentimiento de felicidad, inclusive, el consumismo tiene una estrecha relación con el malestar y el vacío existencial, con la pérdida de sentido y el desdibujamiento anímico de las personas (Frankl, 1994).

Pensemos, por ejemplo, en la sociedad norteamericana, la «sociedad de consumo» por antonomasia. Particularmente en el creciente el malestar socioemocional de millones de estadounidense que viviendo en la abundancia (Estados Unidos cuenta con el 5% de la población mundial pero contamina y participa del cambio climático con la emisión del 25% de partículas CO₂, extensión tangible de su irreal “capacidad” de consumo en el Planeta Tierra; si América Latina consumiera lo que consume la sociedad norteamericana, en menos de un lustro habría cambios irreversibles en el medio ambiente que permitiría que solamente un porcentaje de la sociedad americana pudiera seguir abasteciendo sus necesidades, evidentemente, no se incluye en este escenario a los millones de pobres e indigentes que viven en el continente sino a aquellos que actualmente, con su consumo absurdo, participan de la emisión de partículas de CO₂ a través de su “éxito” y “progreso”

material) requieren de diversas sustancias, legales e ilegales, psicoestimulantes y psicoadictivas para “poder vivir” (Compagnon, 2010).

Ningún país consume tanta droga, legal a ilegal, como lo hace el “pueblo” estadounidense. La «sociedad de consumo», del éxito excluyente, la sociedad que solamente considera personas a quien consume, recurre, de forma masiva, a una prótesis existencial, diría Morín (2011), y crea una pandemia del siglo XX, como lo es la farmacodependencia.

Ciertamente, ningún país consume lo que consume Estados Unidos, somos los “ganadores”, nosotros, Latinoamérica y el resto del mundo, somos los “perdedores”, los “losers”, bien, pero, también es cierto, que ningún país consume la droga y el alcohol que consume Estados Unidos. La incapacidad de consumir, en la «sociedad de consumo», es la peor de las faltas que nunca jamás un ser humano pueda cometer que se sanciona con el asilamiento porque implica la desaparición, en vida, y la pérdida de cualquier valor social en términos reales.

Como veremos a lo largo de este ensayo, tal conceptualización del progreso y de relevancia del consumo, por encima de cualquier otro valor, ha incrementado, sistemáticamente la inclusión desigual de millones de jóvenes en nuestro país —evidentemente en América Latina (AL) y diversos países— reivindicado la diferencia y la desigualdad como el pilar que da, inclusive, identidad, a un discurso excluyente en sí

mismo que coloca al consumo (extensión del progreso material) por encima de la personas y el propio planeta.

En este sentido podríamos retomar a Max Scherer (1975) quien construyó un excelente retrato de cómo y de qué manera el ideal de progreso, ya en la modernidad, ancla una filosofía de vida colectiva a la luz de un acervo filosófico tergiversado, aquí la cita:

Somos hoy como una selva virgen, en donde la unidad de la cultura nacional está perdida casi por completo. Yo no soy ni paso por ser un hombre hostil a las ideas de la ilustración (Aufklärung), y al menos aún a lo que la ideología positivista llama “progreso”. Pero no encuentro otras palabras para expresarme: un verdadero pavor se apodera de mí ante el creciente abandono de las libertades y la pérdida de sensibilidad, crepúsculo gris e informe en que no sólo este o aquel país, sino casi todo el mundo civilizado, se halla en grave peligro de hundirse, de ahogarse lentamente, casi sin darse cuenta. ¡Y sin embargo la libertad, activa y personal espontaneidad del centro espiritual del hombre es la primera y fundamental condición que hace posible la cultura, el esclarecimiento de la humanidad! (Scheler 1975, 8-9)

Argumentación híbrida —la de Scherer— al correlacionar «progreso» con libertad. Esto es, entiende progreso como el acto crear y hacer. O aquello que los griegos entendía

como negocio, o sea, el que tenía negado el ocio, la contemplación y la construcción de cultura, siguiendo Scherer.

Es una conceptualización un tanto extraña, al menos si revisamos el origen de los conceptos de ocio y negocio en la cultura griega y su relación con la humanidad, más precisamente, con lo que Scherer llama “el esclarecimiento de la humanidad”. Scherer entiende al acto de crear como próximo al de producir, empero, deja de lado el pasado más luminoso del mundo antiguo, el de contemplar y comprender.

Scherer argumenta la libertad desde una mirada inversa a la concepción antigua de libertad; el negocio como un acto de libertad, y el ocio como un desperdicio de libertad. Esa es la idea central de la sociedad de consumo y en la que podemos ubicar este ensayo. Digamos que en términos metodológicos la cuestión de lo juvenil, en la sociedad contemporánea, tiene como espacio de análisis estados formas de entender el progreso y, por tanto, es una reflexión de los valores concretos que aglutina a la sociedad contemporánea y en la que el trabajador social tiene un relevante función.

Como veremos más adelante esa inutilidad del ocio —marcada por un aprecio exclusivo de la utilidad del negocio— es la fuerza social que va incluyendo en una inercia social desigual a millones de jóvenes que, en la mirada moderna, rehúyen a inscribirse en la modernidad.

La modernidad abre, generosamente, sus brazos a la productividad y al acto de *ser* y *hacer* compulsivo de la sociedad moderna por antonomasia: el consumo. No hacer, en la sociedad de consumo, es no ser, es la anulación de la máxima kantiana, de reconocer al ser humano como persona, como fin en sí mismo, nunca como medio, y, por tanto, como cosa.

Es, por tanto, una invitación —obligación— a participar en la creación del progreso, y por ello, es llamado a la productividad, no como una aspiración genuina por el bienestar común, como una forma de dominio y superación de algún otro, es aspirar a ser ganadores perdedores, o perdedores con espíritu de competitividad eterna.

El rasgo central de la modernidad, entonces, es la competencia. En la medida que para mejorar es vital la eterna mejora, el inacabable descubrimiento.

Con la modernidad el ocio perdió, finalmente, cualquier valor moral e inclusive se constituyó como un acto poco ético.

En la idea de progreso eterno —como aspiración— no ser productivo no resulta moral, o sea no deviene de un reconocimiento de la costumbre, pero sí es ético, sin embargo, inscribirse, obligatoriamente a riesgo de ser excluido, peor aún ignorado en nuestro valor como persona, si o si, en la lógica productiva del mundo humano moderno. Es por ello, que en una lógica de la igualdad de oportunidades, el pobre es una creación

autónoma, una forma de auto condicionamiento que justifica, en la lógica de la sociedad de consumo, su auto-exclusión.

¿Qué lectura se puede formular ante tal contexto, inherentemente, adversa para los jóvenes? ¿Qué alternativas existen, siguiendo el razonamiento de Morín, para organizar la vida cotidiana en una lógica inversa a la inclusión desigual que ofrece la sociedad de consumo a los jóvenes?

Sin agotar estas cuestiones —fundamentales en torno del estudio de lo juvenil— consideramos pertinente revisar, en el ensayo recepcional que proponemos desarrollar en este Protocolo de Investigación, como parte del proceso recepcional para la obtención del Diploma de la Especialización en Modelos de Intervención con Jóvenes, la conceptualización de la juventud como una categoría histórica (Mørch 1996) y cómo ser joven, en la sociedad de consume, implica estar inscrito en una lógica de inclusión desigual o en un espacio donde para ser considerado persona se ha de estar inscrito en la lógica del mercado —o sea, del consumo— y, en ese sentido, de la competencia tanto para producir como para consumir cada vez más.

En este ensayo, a forma de tesina, trabajo que se presenta para la obtención del Diploma como Especialista en Modelos de Intervención con Jóvenes 2013-2014 de la Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS) de la UNAM abordamos estas dos temáticas concomitantes de la modernidad: 1) la sociedad de consumo y 2) la inclusión desigual de

millones de jóvenes en el país. Ambos eje temáticos se organizan a la luz de los retos y perspectivas del trabajador social en el contexto de la modernidad.

En ese sentido la pregunta que animó este ensayo fue la siguiente: ¿Cuáles son los retos y perspectivas del trabajador social a la luz de las problemáticas que detona la sociedad de consumo y la inclusión desigual de los jóvenes?

Ahora bien la tesina se articula, con base en esta pregunta, en un objetivo general que dio guía y pauta al ensayo, a saber: realizar un ensayo sobre los diversos problemas que la sociedad de consumo plantea a los trabajadores sociales a la luz de la inclusión desigual de millones de América Latina.

En relación a los objetivos específicos de nuestra tesina los podemos articular de la siguiente forma:

- Presentar un panorama amplio de la modernidad y su énfasis por el consumo, la competencia, el cambio, el progreso, la mejora material y la productividad.
- Ofrecer una descripción de las consecuencias perversas de la modernidad como: la inclusión desigual de millones de jóvenes la hiperurbanización; los trastornos psiquiátricos —como el insomnio, la depresión, la soledad, etc.

- Señalar los retos y perspectivas del trabajador social a la luz de las diversas problemáticas que le plantean a éste la sociedad de consumo y la inclusión desigual de los jóvenes.

Para ello, siguiendo los objetivos específicos, así como el objetivo general del ensayo, se organiza con base en tres capítulos, a saber:

Tabla I.1. *Capítulos del trabajo recepcional.*

<p>Capítulo I. La sociedad de consumo.</p>	<p>Capítulo II. La inclusión desigual de jóvenes en la sociedad de consumo.</p>	<p>Capítulo III. Retos y perspectivas del trabajador social en la atención de la inclusión desigual de los jóvenes en la sociedad de consumo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Donde se describirá el problema de lo moderno; sus valores; su impronta por el cambio y el consumo; la forma en que la productividad es el criterio para establecer el valor de una persona, en la medida que mayor productividad mejor ingreso y mejor ingreso mejor salario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se explica y ensaya diversas consecuencias concretas de la modernidad en la comprensión de los problemas de la juventud, lo juvenil a la luz de la inclusión desigual de millones de jóvenes en América Latina.. 	<ul style="list-style-type: none"> • Finalmente, el ensayo aborda una serie de reflexiones sobre los retos y las perspectivas que la problemática de la inclusión desigual de jóvenes le plantea al trabajador social.

Fuente: Silva Castañeda, Marcos David (2014), *Capítulos del trabajo recepcional.*

Presento, a continuación, con base en esta introducción, el ensayo que sustenta, espero de forma consistente, el trabajo recepcional para la obtención del Diploma de la *Especialización en Modelos de Intervención con Jóvenes 2013-2014* por la ENTS de la UNAM.

Capítulo I. La «sociedad de consumo».

Capítulo I. La «sociedad de consumo».

La «sociedad de consumo» se gesta a lo largo de un proceso histórico que va modelando, junto con el desarrollo tecnológico, una serie de grandes transformaciones culturales, económicas y políticas.

No existe ningún ámbito que no haya sido tocado —de alguna forma— por la *relevancia del consumo*. El *consumo* es la reivindicación de la existencia en la «sociedad de consumo». El indigente, i.e., el que no puede consumir más que desechos, es un error que vive en permanente falta por lo cual es excluido; y, por otra parte, al menos de forma tácita, es considerada como una no persona.

Por ello, en la sociedad de consumo, los consumidores prefieren ignorar no ver, no reconocer, no hablar con el indigente. Si no se consume no se existe, en la «sociedad de consumo».

Es un binomio inherente a la «sociedad de consumo» el que se fragua entre el consumo y *ser persona*. Y es el mecanismo básico por el cual podemos entender dos procesos paralelos: 1) la despersonalización y 2) un proceso paralelo de la despersonalización la venta de bienes y servicios en prácticamente cada instante de la vida cotidiana para entender prácticamente todas las necesidades humanas, inclusive, las espirituales.

La misma fe —algo tan abstracto e intangible como la fe— es un mercado que genera cerca de 3 trillones de dólares anualmente. La cultura, puede representar, cerca del 6% del PIB de un país. Si el mercado logra vender, en temas de tanto significado inmaterial, que no esperar, del mercado, en bienes y servicios más tangibles.

En la «sociedad de consumo» todo tiene precio pero pocas cosas, en realidad, valor. Entre el valor de uso y de cambio de Adam Smith se ha ido transitando a una cultura de lo inmediato donde el discurso de identidad colectiva promueve la cuasi omnipotencia que ofrece el consumo: “*si lo quiere, lo tiene*”; “*siempre quiero más*”; “*porque vivir con poco si puedo tenerlo todo*”; “*el mundo es mío*”; “*soy totalmente palacio*”; “*si existe se lo vendemos*”; mensajes que reflejan una idea no solamente mercadotécnica sino una cultura que agrupa y da significados muy particulares: es la «sociedad de consumo».

Cada espacio social cada momento de la vida de un ser humano— en la «sociedad de consumo», está, directa o indirectamente, relacionado con ese acto que aglutina una serie de procesos socioeconómicos que decantan una forma particularísima de interacción social: la *venta* y la *compra*.

La vida cotidiana es un flujo continuo de estos dos actos. Como veremos, quienes no vendan, no compren, y si no se compra ni se vende, no se es persona, se vive en la periferia del mundo social, es una inclusión desigual a formas de *ser* y *hacer* que son accesibles, exclusivamente, si se tiene capacidad de consumo.

El que vivamos rodeados de publicidad —muchas veces engañosa— en cada momento de nuestra vida —exponiéndonos a cerca de 50, 000 estímulos publicitarios, diariamente— no significa que tal pauta de comunicación haya sido una constante desde hace mucho tiempo. Sin embargo, dada su presencia, imprescindible, en la «sociedad de consumo», pudiera pensarse que es una pauta natural de la vida cotidiana, inclusive, como un rasgo legítimo de comunicación o, con efectos, neutros en la vida que vamos llevando a cabo diariamente.

Esto es, se ha normalizado, porque es algo cotidiano, el continuo, consistente, permanente exposición a la publicidad, en la sociedad de consumo, pero no es algo normal ni tiene una larga existencia en la vida humana. Es un proceso de socialización, relativamente reciente que va acotando, gradualmente el espectro válido de desarrollo e interacción humana y de las diferentes formas de *ser* y *hacer* de la sociedad contemporánea.

Empero, tal fenómeno, la publicidad de la «sociedad de consumo», es resultado de un proceso histórico muy concreto y, por tanto, de antecedentes históricos muy específicos también. Pero también es reflejo de una intención que parte de una concepción del ser humano que, por cierto, como veíamos en nuestra instrucción, rompe con la idea de modernidad que Europa, occidente, impulsó y construyó por más de tres siglos porque despersonaliza y centra en el consumo un rasgo que, por su naturaleza, es invaluable: la *persona*.

El primer antecedente directo de la «sociedad de consumo» es la producción de gran escala, lo que los historiadores han llamado la Segunda Revolución Industrial (SRI).

Difícilmente podemos entender lo que ha significado para la humanidad la producción de alimento barato, con base en diversos descubrimientos que han permitido la mejora de distintas semillas, entre ellas el trigo o el vertiginoso proceso de innovación tecnológica que camina de forma paralela al proceso de producción.

Modelo que insta una pauta, hasta hace relativamente poco tiempo, nunca antes vista: el cambio de un problema de producción a otro donde el problema central es la venta de lo producido, es un problema de superávit no de déficit.

No solamente eso, es la creación continua de necesidades, de servicios, de experiencias que no tiene fin, que continuamente son renovadas y que colocan al sentimiento de pobreza en escalas cada vez mayores, en la medida en que se producen miles de nuevos productos y servicios cada año y que solamente son accesibles a aquellas personas que pueden consumir, en esa misma proporción las personas, excluidas del consumo, está, en realidad, fuera de la sociedad en la que viven, su percepción de pobreza se incrementa en la misma proporción en que se crean nuevas y varias formas de bienes y servicios.

Por lo que el cambio en la forma de producción —con base en el uso de nueva tecnología gracias a diversos conocimientos de teoría pura, y que a grandes rasgos se llamó, ciencia aplicada— generó, junto con la nueva salud pública, un cambio vertiginoso, donde el consumo empezó a descollar como resultado de una productividad en continuo incremento.

Es el surgimiento de la administración como disciplina; es la utilización científica del proceso productivo y que llevaría a la construcción de dos grandes modelos empresariales, a saber:

- a) El taylorismo: creó el concepto, operativo, de tareas, así como el concepto de organización del trabajo, en el trabajo; es el fundador del concepto de organización, como un agregado de seres humanos que, con una meta en común, logran resultados que, de forma individual, ninguno de ellos sería capaz de alcanzar. Al acervo de conocimiento, en torno de la producción, se le suele ubicar como organización industrial; es una tipo de organización que produce a gran escala.

- b) El fordismo: Ford encuentra, con su modelo de automóvil T, un solo objetivo: la reducción de costos, como una mecanismo, para el incremento de las ventas. Vender más, diría Ford, requiere producir a menor costo. Sin Ford difícilmente podríamos entender el concepto de consumo masivo. Ciertamente, a Ford, no

le interesaba el bienestar de estratos económicamente menos favorecidos, como vender más.

Tanto H. Ford como F. Taylor estudiaron la forma en que los trabajadores de una fábrica podrían maximizar su eficiencia y eficacia productiva. Mas lo más significativo es que ambos, tanto Ford como Taylor, piensan la mejor forma de organizar una producción de gran escala, de dimensión industrial.

Esto quiere decir que en la «sociedad de consumo» existe la capacidad de producir industrialmente.

Ese rasgo tan particular de inicios del siglo XX en Estados Unidos es la esencia de la sociedad de consumo; la posibilidad de producir industrialmente diversos bienes y servicios.

Durante los primeros 40 años del siglo pasado el proceso de producción industrial empezó a consolidarse lo que generó, en países como Estados Unidos, un nuevo problema a la sociedad del siglo XX: el problema de la venta.

Con el incremento, consistente, de la productividad, con la baja de los costos, con una economía en plena recuperación, con un sistema financiero cada vez más interconectado, el gran problema de una sociedad de mercado ya no era la producción de bienes y servicios sino su abundancia y la imperiosa necesidad de venderlos.

La «sociedad de consumo» es, entonces, una fuente inagotable de bienes y servicios que son producidos a escala industrial y que requiere de un mercado interno en continuo crecimiento para renovar el ciclo de producción, baja de costos, y venta de forma iterativa.

Al dejar de ser un problema, el de la producción, y surgir el de la venta, diferentes formas de conocimiento se fueron construyendo a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, pensamos en la mercadotecnia, el marketing, y, sobre todo, la publicidad.

Un rasgo distintivo de la «sociedad de consumo» es la omnipresencia de la publicidad; del eslogan; del anuncio; del patrocinio; de la inversión pagada... de la publicidad.

Empero, detrás de cada anuncio, de cada enunciado, está el deseo central de la «sociedad de consumo»: vender. Vendo, luego existo, parecería ser la máxima de la «sociedad de consumo». Pero también lo inverso, vender para consumir. Esto es, para vender es necesario que haya consumo, pero para consumir es necesaria la venta.

Así, cada persona es un medio, no el fin, bajo esa lógica, para lograr el bienestar de alguna otra.

Es una lógica de competencia excluyente, en la medida en que, muy pocos, en realidad, lo pueden consumir todo. La «sociedad de consumo», es una sociedad con muchos perdedores y pocos ganadores. No puede ser de otra forma. La naturaleza de la propia interacción humana implícita en esa forma de socialización no reconoce la igualdad ni cualquier otra consideración que vea a las personas como un fin en sí mismo.

En combinación con los rasgos de la «sociedad de masas» que se instaura a finales del siglo XIX, en la mayor parte del planeta, como producto de un incremento demográfico sostenido como resultado de las diversas políticas públicas de salud va configurando una vida urbana, masiva y cosmopolita, donde los espacios y significados se empiezan a construir en torno de los bienes y servicios que se es capaz de consumir.

Ya entrada la séptima década del siglo pasado descubrimos otra nueva faceta de la «sociedad de consumo» que indica el inicio de una nueva etapa, empero, donde el principio básico, el problema de la venta, sigue siendo el mecanismo esencial de creación de necesidades y de la búsqueda permanente por obtener un pedacito de identidad que resulta del reconocimiento, o su ausencia, de aquellos bienes y servicios que somos capaces de comprar. Nos referimos a la microelectrónica y a la informática.

Ambas, expresiones de los diversos avances bélicos de la gran conflagración mundial de mediados del siglo pasado, pero que, aplicados al marketing, fueron generando un discurso y una estrategia de orden psicológico, conductual, emotivo y cognitivo para manipular los gustos y preferencias del consumidor.

La «sociedad de consumo» es sobre todo un acto premeditado de manipulación de los sentimientos y emociones de los consumidores para crear el deseo, más que la necesidad, de consumir.

Ahora bien, la sociedad de consumo tiene como características fundamentales, una serie de cualidades que la hace ser una sociedad con una enorme capacidad de autopoiesis. Diversos especialistas, sociólogos, etcétera que la han estudiado apuntarían a los siguientes rasgos distintivos:

- 1) El incremento sostenido de la capacidad de consumo de estratos económicos bajos y medios. En la sociedad de consumo, que busca cada vez menores costos, para obtener mejores ventas cada estrato tiene su nicho de bienes y servicios. Nadie se escapa al consumo, solamente los indigentes, en alguna forma los desempleados y todos aquellos que no son capaces de vender para consumir.
- 2) Surgimiento de lo que se ha llamado sectores emergentes del consumo. Así,

con el tiempo, diferentes sectores empiezan a desplazar a los tradicionales, como el de comida, vestido, y surgen los nuevos sectores del consumo: ocio, entretenimiento, telecomunicaciones, etcétera.

- 3) La importancia de la imagen, sobre el producto. Es un corolario de todo marketing, una bolsa de avena, no es lo mismo que QUAKER, y su ostentosa mercadotecnia que distingue al producto en sí, de la imagen que la marca que genera, al consumidor, de ella misma.
- 4) En la sociedad de consumo no hay productos, existen, las marcas. El registro de la mercadotecnia implica que es la marca algo más importante que el producto para explicar las ventas. Es una lógica absurda pero que es funcional y opera continuamente. Porque el mensaje de una marca es la distinción, es una diferenciación premeditada, activa, consistente, que busca, a través de ella, el máximo de ventas.
- 5) La movilidad y variedad de formas de pago. En la sociedad de consumo el dinero cobra diferentes manifestaciones, igualmente válidas, tal vez la más importante es su omnipresencia. Las nuevas tecnologías han creado el dinero virtual lo que ha incrementado el número de transacciones comerciales en el mundo.

- 6) La creación e invención de necesidades. Cada año en los Centros comerciales se da espacio a 100,000 nuevos productos. Cada año, hay 100,000 nuevas razones para no sentirse una persona, si no se es capaz de consumir, al menos, algunos de ellos.
- 7) El surgimiento del autoservicio como forma de venta virtual o presencia como mecanismo de venta. El consumidor toma un papel activo. El esquema de autoservicio implica un estudio detallado donde los productos que interesan vender son colocados en pasillos, de los cuales, no es posible salirse, y que organiza, una serie de estímulos pensados, exclusivamente, para vender más. Así, en las cajas, donde hay que esperar se colocan los productos “capricho” que tiene mayor probabilidad de venta en una situación donde es necesario esperar y donde se está a punto de salir.
- 8) Desaparición del comercio tradicional. En la sociedad de consumo, el espacio público por antonomasia es la plaza comercial. Esto implica una forma de socialización en torno del consumo que rige la vida cotidiana pero también que implica la sustitución gradual, hasta su desaparición, de formas de comercio o trueque más tradicionales. El que en las Ciudades las tiendas de abarrotes sean sustituidas por SEVEN u OXXO no es algo baladí, es reflejo de una sociedad de consumo que se va generalizando en las Ciudades.

9) El consumo “en cualquier momento, en cualquier lugar”. La sociedad de consumo no tiene barreras. En cualquier momento, a cualquier hora se puede consumir. No hay límites. Si es sábado, si es domingo, si es la media noche, si es la madrugada, si es un día festivo, no importa, en la sociedad de consumo, éste no tiene ninguna restricción.

10) La creación de necesidades psicológicas y emocionales. En la sociedad de consumo, las necesidades psicológicas son más relevantes que las materiales. Por ello las marcas son más importantes que los productos. La marca, el consumo te permite tener una vida, comprar una vida, un espacio, una identidad. Pero esa necesidad, la de reconocimiento y aceptación, que da el consumo, de ciertos productos, por su exclusividad, por su precio, etcétera, atiende no la necesidad material en sí como la psicológica.

Ahora bien, en la «sociedad de consumo», se crean necesidades o, en otros términos, se le da al acto de *comprar* valor en sí mismo.

Comprar, en la «sociedad de consumo», tiene valor por sí solo. Es un acto que permite socializar, inclusive, desde una posición de superioridad, como lo es la atención factible de nuestro deseos, aun si nuestra calidad ética es, por decir lo menos, cuestionable. Consumir es la puerta al reconocimiento, implícito, de una ética, incluso, ausente.

El acto de *comprar* tiene mecanismos neurológicos propios de la dopamina similares a los efectos que tiene el consumo de sustancias psicoestimulantes.

Cada momento de nuestra vida está pensado para que compremos. Es estimular una conducta específica para que consumamos lo más rápido posible, como en la comida de baja calidad alimenticia, o deseemos quedarnos por más tiempo como en un restaurante exclusivo donde el costo del cubierto es cobrado por minuto —esto sin considerar el consumo de alimentos, son restaurantes donde un vaso de agua tiene un costo de 150 dólares, algo así como 1,700 pesos.

Por eso la «sociedad de consumo», es profundamente manipulada y manipuladora, toda socialización, en algún punto, se encuentra con un objetivo básico: el bienestar material de quien vende —muchas veces sin importar en realidad el bienestar de la otra persona del consumidor, como, por ejemplo, la comida de alto contenido calórico y bajo contenido nutrimental, producto donde lo único que importa es vender más, los problemas de diabetes o sobre peso, esos son problemas del consumidor, nunca del producto, es una lógica voraz del deseo de venta a costa de cualquier otro objetivo, vender es el fin, los consumidores el medio— lo que le permitirá, a su vez, al dueño de alguna panificadora transnacional un *poder de compra* cada día mayor y, todo lo que ello significa, en la «sociedad de consumo».

El *poder de compra* es una fuerza intangible que, independientemente de lo que se compre, convierte al consumidor en una persona más poderosa.

Nunca, como en la «sociedad de consumo», el *poder* ha sido tan democrático, es una ironía el comentario, ciertamente, pero es una descripción, también, elocuente, porque involucra no el desarrollo de la persona, como principio esencial de una sociedad, principio por cierto cercano a la modernidad y al humanismo renacentista, no, lo relevante, en la «sociedad de consumo», es el desarrollo de poder de *compra*, implicándose en cualquier actividad, incluyendo aquella que genera un deterioro continuo al bienestar general de esa sociedad.

El otro, el consumidor, es un medio, solamente eso, un medio para ganar *poder de compra*, no es el otro el que importa en la venta, es ganar más para ganar, cada vez más, poder de compra, el otro se vuelve un medio —dejando de ser una persona— en sí mismo válido para acceder a un lugar, a un espacio, a un reconocimiento que, por su relevancia en la «sociedad de consumo», permite ceder a posiciones sociales, que, sin capacidad de consumo, estarían fuera de cualquier posibilidad, negadas totalmente, todo eso implica la capacidad de consumo en la «sociedad de consumo».

Evidentemente vender dulces en una esquina no da el poder de compra que da vender droga, o producirla o distribuirla. Hacerlo en Colombia tiene un precio menor, en cerca de 100 veces, al precio que se obtiene en México, pero hacerlo en Estados Unidos,

multiplica la ganancia en 1000 veces.

Pero, en cualquier caso, la expectativa es la misma, vender para *consumir*, consumir para tener poder.

Nunca en una sociedad el poder fue algo tan tangible. En una sociedad donde existen millones de bienes y servicios, donde, el lema y espíritu de los tiempos es “si lo quieres, tómallo” poder consumir, es una expresión tangible del poder que, por ejemplo, en la Edad Media quedaba muy difuso por la homogeneidad de la sociedad europea de esa época.

En cerca de 1000 años el PIB europeo, en la Edad Media, creció en poco menos de 3%.

La innovación de productos y servicios, en la Edad Media, era opaca, lenta.

La propia tradición obligaba o no promover mejoras en los productos porque ello implicaría la reducción de ventas de los zapateros.

Había un criterio ético en la política comercial de los zapateros medievales que procuraba el trabajo del gremio en su conjunto, por lo que si un zapatero cambiaba un ápice la forma de hacer zapatos, resultaba rechazado y era condenado, por sus pares y por las instancias normativas, digamos penales de la época

Evidentemente, el cobro por el préstamo de dinero, era un freno al proceso económico que, ya en la «sociedad de consumo», se encuentra superado y consolidado como un acto válido.

Sin embargo, en la sociedad de consumo, este freno social, ha desaparecido y se ha consolidado una inercia de innovación continua donde aparecen, diariamente, nuevos y variados productos que acrecientan el deseo de comprar más allá de si es necesario o no, esto es, comprar da a quien lo hace un poder concreto que, de forma paralela, involucra el reconocimiento social.

En la «sociedad de consumo» no se tienen necesidades, se crean necesidades, que alimenta la propia necesidad de consumir, de comprar, de poseer, de formar parte de la sociedad, y reducir la distancia entre los que lo pueden consumir todo y lo que cada quién alcanza a consumir, en realidad.

A diferencia de las personas que vivían en la Edad Media, el consumidor promedio de la «sociedad de consumo», se enfrenta a más de 50, 000 nuevos productos y servicios cada año. 50, 000 oportunidades para desear y, si no es capaz de consumir, 50, 000 nuevas razones para sentirse pobre.

La pobreza es una variable de proporción, lo que una persona pobre consume en Estados Unidos es lo que una persona de clase media consume en Cuba. La experiencia de

ser pobre depende de lo que el mercado puede ofrecer. Finalmente, nuestra proporcionalidad de pobreza depende, en última instancia, de las posibilidades de consumo.

Mientras más productos y servicios se ofertan al mercado —la percepción la experiencia de pobreza— se incrementa.

Si hay un producto o servicio que no puedo consumir —en relación a otras personas que sí lo pueden hacer— la idea de la pobreza cobra una dimensión que —conforme se incrementan las opciones de consumo— se expande continuamente.

Los consumidores de la «sociedad de consumo» tienen sus necesidades vitales satisfechas, pero no así las de orden social, anímica, psicológica y emocional que se deriva del de deseo de aceptación y reconocimiento —social; los “consumidores” reflejan un proceso ancestral de carencia afectiva —personal, intergeneracional y colectiva— que —de forma paralela— es retroalimentada por el seudo afecto — que es una mezcla de admiración y deseo— que otorga el *poder de consumo*.

El *poder de consumo* permite diferenciarse, no con base en una valor humano, desde la compasión a la rectitud, como a la pertenencia a un club reducido, como lo es la posibilidad de consumir, sin restricciones, las diversas opciones que ofrece, insisto solamente a algunas personas, la amplia variedad de productos y servicios de la «sociedad de consumo»

Es una carencia que es, por la lógica de socialización de la sociedad de consumo, insaciable, insatisfacción —la carencia ancestral de afecto— que el mercado explota continuamente.

Este proceso inverso, donde el consumo no genera bienestar, donde el sentimiento de necesidad es continuamente estimulado —a través del deseo de poseer más, de tener más, de sentir más etcétera— y genera que los procesos de socialización —de la «sociedad de consumo»— se centren en la capacidad de consumo de una persona.

Quien no puede consumir está fuera de la «sociedad de consumo», en la periferia, no importando sexo, edad, condición, historia, se es una no persona.

Dentro de ese grupo humano están los desempleados, y dentro de ellos, los jóvenes.

A continuación, revisaremos la forma en que la sociedad de consumo incluye de forma desigual a los jóvenes, lo haremos pensando en el caso mexicano, mas, ciertamente, es una situación que puede ser vista en gran parte del planeta, salvo países con alta calidad de vida, podemos señalar que ahí donde hay una sociedad mercado habrá inclusión desigual de jóvenes.

Capítulo II. La inclusión desigual de jóvenes en la sociedad de consumo.

Capítulo II. La inclusión desigual de jóvenes en la sociedad de consumo.

Nuestro país es un país de jóvenes, lo que hace a México, un excelente ejemplo, para ponderar las implicaciones que tiene, para los jóvenes, vivir en una sociedad que *tiende a ser* de consumo.

Sí, en México, el 48% de la población, según el INEGI, tiene menos de 25 años. En México cerca de 40 millones de personas tienen entre 14 y 29 años de edad. Si extendemos el intervalo a los 29 años, no sería el 48% sino cerca del 65% (INEGI, 2011).

Es la gran mayoría las personas, en México, entonces, que tiene menos de 29 años de edad en nuestro país. Esto, haciendo prospectiva implicará, en unas décadas, lo contrario. Pasaremos de ser una sociedad de jóvenes mayoritariamente a otra de ancianos. Lo interesante es que ese ciclo vital, si no logramos que los millones de jóvenes incluidos de forma desigual en la «sociedad de consumo» mexicana se integren en el pleno ejercicio de sus derechos de emancipación pues tendremos el peor de los escenarios para un trabajador social: una desigualdad social intergeneracional y que abarca, por tanto, la vida entera de millones de personas, de sus hijos y de su descendencia.

En México la tasa de desempleo abierto es de cerca del 5% en el caso de los jóvenes esta tasa se duplica, llegando a 10% (INEGI, 2011).

En México cerca del 70% de las personas que tienen más de 30 años pero menos de 35 siguen viviendo en casa de sus padres; solamente el 30% se ha casado; y menos del 10% tiene un ingreso superior a los cinco salarios mínimos.

México es un país de jóvenes y, por tanto, es un caso que todo juvenólogo tiene que estudiar en la medida que la sociedad mexicana es una sociedad profundamente desigual.

Sin bien es un acercamiento psicológico, cuando se asume que la juventud es un fenómeno transitorio, habría que reconocer la riqueza de tal planteamiento cuando se hacen estudios de prospectiva sobre la sociedad mexicana, esto es, el problema juvenil, hoy, será el problema de lo senil mañana.

Es un ciclo vital marcado por la exclusión de la «sociedad de consumo» en el que México se muestra como un ejemplo nítido sobre el costo social de la inclusión desigual de aquellos, en este caso, jóvenes, que por su incapacidad de consumir son incapaces, también, de ejercer diversos derechos fundamentales como los derechos de emancipación.

Tal ordenamiento genera la peor de las sensaciones humanas: el desprecio de uno mismo. Es la insatisfacción de lo que uno es y no de lo que se podría ser. La mercadotecnia es una constante comparación de lo que uno es en relación a lo que puede ser si se consume A o B producto o servicio.

Es un malestar que toca las fibras más íntimas de una persona, su autoestima, el propio reconocimiento que se da a sí misma. La mujer voluptuosa, delgada, con ropa exclusiva, con un arreglo de cabello “espectacular” es un punto de referencia con la mujer promedio mexicana. Pero también para el hombre promedio compararse con las figuras prototípicas de la publicidad, con la idea de belleza con la enorme violencia subyacente que se promueve para lograr el consumo de las personas genera una lógica inversa en el fortalecimiento de las personas.

Es la *despersonalización* que promueve la «sociedad de consumo» y, como todo proceso de despersonalización, genera un malestar muy profundo.

El suicidio de grandes millonarios de actores, actrices que en la última década han evidenciado el vacío existencial que genera el éxito material deja ver que ambos lados de la moneda sufren. Tanto el que vive en la abundancia como el que no tiene nada.

La publicidad implica, literalmente, soportar el escarnio que se hace, en la propia publicidad, en diversos programas de bajo contenido temático y que lucra, como lo hace la «sociedad de consumo», con todo aquello que de ganancia, incluyendo la pobreza material y humana de quienes viven en la exclusión que da tener un pobre o magro poder de compra.

Esto es, en la «sociedad de consumo», la propia pobreza se convierte en un producto a través de programas o películas “cómicar” —muchas veces una burla abierta, estereotipada y mal intencionada— y que reivindica, sutilmente, la superioridad, y evidente inferioridad, de quien no tiene capacidad de consumo.

Tal vez lo más desconcertante sea que son formas de entretenimiento consumidos, demandados y aprobados por las personas que, ante una sociedad tan desigual como la mexicana, reproducen su falta de acceso a los diferentes logros que la modernidad y la humanidad ha alcanzado.

En última instancia, la demanda de este tipo de entretenimiento es reflejo de una sociedad poco educada, desigual, que recibe servicios, entre ellos los educativos de pésima calidad, incluyendo la educación superior, y que no se traduce la educación en una movilidad social viable y sustentable intergeneracionalmente.

Posiblemente, en México, estemos observando una generación o un agregado de generaciones de jóvenes y, a la postre, ancianos que, en su ciclo vital, nunca ejercerán, probablemente, sus derechos de emancipación y viviendo en la periferia de lo social toda su vida.

Serán eternos espectadores de la oferta intensísima de bienes y servicios, serán perdedores continuamente y tendrán que acostumbrarse a su rol de espectador.

Son eternos perdedores que se les avivará, continuamente, a que sí, sean perdedores pero competitivos. Esto es, el propio discurso de la sociedad de consumo les demandará esforzarse para consumir y ser considerados, por fin, personas.

Para participar del trajín del mercado de deseos y necesidades creadas de la «sociedad de consumo» los millones de jóvenes que viven en México tendrán que poder, si desean ser considerado, consumir, aun sea en un nivel bajo.

Es esa lógica aspiracional que para millones de mexicanos es solamente un ilusión que, en realidad, nunca alcanzarán si el esquema de socialización apunta a una lógica de mercado y no a una pro persona.

De esa dimensión es el problema que, como trabajadores sociales, habremos de enfrentamos, atender a generaciones enteras que desde jóvenes, desde infantes, inclusive, desde su padres, sus antepasados han visto pasar la vida desde la grada más lejana, ahí donde nadie quiere estar pero donde están las grandes mayorías de este país.

La imposibilidad de consumir, es, entonces, una experiencia que califica su valor como ser humano, que acota sus opciones de vida y que le hace sentir, continuamente, su pobreza material. Por ello, la sociedad de consumo es tan cuestionable. Porque degrada el valor de la persona que la misma persona se da a sí misma. Obstruye cualquier proceso de reconocimiento de los derechos de las personas y hace ver, al pobre, al excluido, como el

único responsable de su condición material.

Ahora bien, para el caso mexicano la prospectiva que se ha hecho de ese casi 70% de la población que, actualmente, tiene menos de 29 años, es bastante aterradora, por lo que implica y por las dimensiones de la exclusión social que vive el país y que podría complicarse aún más en la medida en que la sociedad mexicana, a partir del año 2015, empezará una curva ascendente en el número no de jóvenes sino de ancianos.

Estudios que hacen ver, como posibilidad, que muchos de los jóvenes que no ejercen sus derechos de emancipación, actualmente, no lo harán, tampoco cuando sean ancianos.

Es un ciclo que aleja aún más a la sociedad mexicana de construirse como una sociedad *pro persona*, una sociedad que reconoce al ser humano como fin en sí mismo y no como medio, como sí lo hace la sociedad de consumo.

En una sociedad *pro persona* ser pobre no es una responsabilidad del pobre, como de la sociedad que gesta esa desigualdad.

Cerca del 95% de las personas indigentes sufren algún tipo de trastorno mental. Esto quiere decir que tiene una serie de derechos que, independientemente de su capacidad de consumo, siguen vigentes, en este caso al derecho a la salud, a la atención

médica, y la procuración de la salud, ante un trastorno mental incluye la posibilidad de seguir viviendo una vida social activa y participativa según las condiciones que permita la enfermedad mental.

Es por ello que la indigencia ha desaparecido de Francia. Y es un rasgo masivo, abundante y elocuente en un país, como Estados Unidos, que tiene Ciudades de indigentes.

Son dos modelos de sociedad, uno cercano a la modernidad y sus valores filosóficos y otro alejado de ese proyecto que ha irrumpido estrepitosamente en gran parte de América Latina y que deja ver los costos sociales de imitar el tipo de sociedad que tiene los Estados Unidos, una sociedad mercado, de libre comercio, una «sociedad de consumo».

Por lo que, para el caso mexicano, dentro de los diversos estudios prospectivos que se han hecho sobre los jóvenes excluidos del ejercicio de sus derechos de emancipación es, entonces, que el contexto de abandono y exclusión social en el que crecieron, y envejecerá, lo heredarán.

Fueron hijos —los jóvenes mexicanos que actualmente no ejercen sus derechos de emancipación— de excluidos de la fiesta del consumo absurdo e irracional pero serán padres, tíos, primos, hermanos de una larga cadena de socializaciones donde el sino está,

previamente, definido: serán perdedores en la gestación de sus necesidades y, sobre todo, asumirán, como lo anuncia la sociedad de consumo, que si no pueden consumir es porque no quiere, que no lo desean porque son pobres de espíritu.

Es la recreación de un principio cristiano que lejos de retomar el valor del mensaje de la montaña de Jesús reivindica la diferenciación que da el poder de compra cuando se consume o se deja de consumir.

La «sociedad de consumo», como vimos en el capítulo anterior, exprime las necesidades de reconocimiento y aceptación social al máximo. Integra, para ello, una oferta continua de nuevas necesidades, de nuevos servicios y productos.

Lo que provoca que el sentimiento de pobreza material en aquellos que no pueden consumir se incremente en la misma proporción en que surgen nuevos productos y nuevos deseos que atender y que, siempre, invariablemente, tienen que ver de lejos.

Lo que no deja de ser desconcertante porque, como veremos, millones de jóvenes mexicanos están fuera de la sociedad de consumo, lo que los hace pertenecer a un grupo social, donde existe, evidentemente interacciones sociales, donde hay socializaciones pero éstas está fuera de la sociedad de consumo y por tanto se ubican en la periferia de lo social, esto es, están incluidos de forma desigual.

La categoría central de análisis es el de la inclusión desigual. Aportación de lo juvenólogos mexicanos que a la par de una sólida reflexión sobre las segmentaciones, en un estudio topológico, del espacio donde la categoría de la juventud ha sido ubicada en los últimos dos siglos, Pérez Islas, ha redondeado el efecto de una nueva posible segmentación para estudiar a la juventud: la *exclusión*.

Capítulo III. Retos y perspectivas del trabajador social en la atención de la inclusión desigual de los jóvenes en la «sociedad de consumo».

Capítulo III. Retos y perspectivas del trabajador social en la atención de la inclusión desigual de los jóvenes en la «sociedad de consumo».

Edgar Morín (2011) señaló una problemática estructural de la «sociedad moderna»: la «agonía planetaria».

Categoría que explicita un estado colectivo —itinerante— del ser y hacer en sociedad caracterizado por la ausencia de «camino y brújulas». Para Edgar Morín (2011) —el ser humano actual— vive en un desierto bilateral que en su conjunto configura un problema social estructural y cultural distintivo de la sociedad moderna. La «agonía planetaria» de Morín tendría dos horizontes espaciales: uno físico —como parte del deterioro de la biósfera de nuestro planeta— y otro anímico; siendo este último el espacio más íntimo del ser humano donde Morín ubica el «desierto interior»; estado anímico —individual y colectivo— que se vincula con diversas problemáticas, entre ellas: el agotamiento de la escuela, el empleo, la familia como espacio de inclusión social de los jóvenes (Reguillo 2000); los cuestionamientos en torno al sentido de la ciencia y el conocimiento; así como la construcción de identidades en una lógica incierta —como la que vive la juventud latinoamericana.

Este último capítulo de este ensayo, a forma de tesina, para la obtención del Diploma como Especialista en Modelos de Intervención con Jóvenes 2013-2014 por la ENTS de la UNAM, desarrolla, para ello, una serie de reflexiones sobre la labor del trabajador social a la luz de la «sociedad de consumo» y la lenta, consistente y,

ciertamente, generalizada inclusión desigual de los jóvenes que este tipo de sociedad promueve por la lógica en la que basa su organización social.

Para ello, requerimos definir la forma en que en este ensayo entendemos el trabajo social, como profesión, como ejercicio profesional.

Es a partir de esa conceptualización que se puede definir el espacio del trabajador social y, con ello, los retos y perspectivas que éste tiene en la creación del cambio social y, por tanto, la forma en que se puede incluir de formas más igualitaria a jóvenes que carecen de poder de compra en la sociedad de consumo.

Con base en esa conceptualización presentaremos una serie de puntos donde enunciamos diversas reflexiones sobre los retos del trabajador social a la luz de la inclusión desigual que promueve, en millones de mexicanos, la «sociedad de consumo».

Son líneas de investigación que, en próximos estudios de posgrado, posiblemente, en estudios de Maestría o Doctorado, pudieran ser retomadas y ubicadas como una línea de investigación que retoma un abordaje teórico-empírico de la cuarta segmentación para el estudio de la juventud —en AL y, particularmente en México— apuntada, en su momento, por el Maestro José Antonio Pérez Islas.

Para lo cual nos formulamos la siguiente pregunta eje —a forma de marco introductorio del capítulo: ¿el trabajo social es una ciencia social o una disciplina social?

Según sea definido será el espacio donde podemos encontrar o enmarcar algunos de los los *retos y perspectivas* que se pueden señalar, sobre, lo que desde ahora, en el inicio del capítulo, caracterizamos como una de las actividades profesionales con mayor relevancia para *poder cambiar* la realidad social de millones de jóvenes mexicanos que, como vimos, forman parte de millones de personas que, al no tener *poder de consumo*, se encuentran fuera de diversas formas de socialización que implican el desarrollo parcial de su persona lo que acrecienta la ancestral desigualdad social en nuestro país.

Si el trabajo social es una ciencia, esto implicaría que es capaz de crear conocimiento propio; si esto fuese posible implicaría que el trabajo social tiene un objeto de estudio propio y que, además, ese objeto de estudio asumo como eje de su interés un proceso social dado o *a priori* (Engel, 2014).

La primera dificultad de trabajo social es que trabaja con la sociedad y, en ese sentido, la tiene, por tanto, como objeto de estudio; por lo que la primera objeción sobre el carácter científico del trabajo social es que ya existe una ciencia que estudia a la sociedad y sus diversas problemáticas (LeCroy, 2012).

De hecho, el primer capítulo de esta tesina, está fundamentado en un análisis sociológico sobre la «sociedad de consumo» y pretendió mostrar cómo la sociedad de consumo gesta una serie de problemas sociales que gravitan en torno de la desigualdad social para millones de jóvenes mexicanos.

Por lo que si nos interesa definir si el trabajo social es una ciencia, entonces, tenemos que diferenciar, si es el caso, la forma en que el trabajo social estudia la sociedad y si tiene un objeto diferenciado de la sociología.

De otra parte, estaría la posibilidad de que el trabajo social sea una disciplina, esto es, que retoma conocimiento de otras ciencias y aplica ese conocimiento a la resolución de problemas muy específico (McLaughlin, 2012).

Si es este el énfasis el trabajo social se vuelve un tema de estudio de orden operativo. Instrumental que permita acotar la forma en la que se puede consolidar y construir el cambio social.

Ahora bien, si es operativo bastaría con formar técnicos en trabajo social y no darle el carácter de formación profesional que, tiene, en principio, una formación más amplia y, como veremos, el trabajo social al definir qué sociedad se quiere alcanzar es una actividad normativa más que positiva.

Esto implica que el trabajo social no es solamente un asunto técnico en la medida que el trabajo social parte de una comprensión de los procesos sociales desde una mirada positiva, y en ese sentido científica, pero opera desde juicios de valor normativos (Montes del Castillo, 2012).

Así el trabajo social asume qué tipo de sociedad se debe promover y tiene en su seno profesional una definición *a priori* de la sociedad.

Es un gran riesgo porque muchas veces el trabajador social puede normalizar, generalizar su forma de ver la vida y asumirla como norma.

Por ello, el trabajo social es una actividad fundamentalmente ética. Sí se requiere una comprensión positiva de la sociedad y una idea de qué sociedad queremos construir pero sin ética tal juicio de valor corre el riesgo de ser dogmática y tornar al trabajador social como un agente, en realidad, patógeno porque impone su forma de ver la vida y el sentido de la sociedad.

Tal vez el modelo de gestión de trabajo social se aun ejemplo de cómo se puede pervertir, en algún sentido, la labor profesional del trabajador social, si tomamos diversos ejemplos donde la gestión y la función de gestor le fue dando, insistió en algunos casos, un papel protagónico y que cometía excesos en la toma de decisiones.

Empero, la relevancia de trabajo social es tan importante que este tipo de excesos son compensados si se logra instrumentar una serie de decisiones que permitan el cambio social, en nuestro caso, la construcción de una transición de una sociedad de consumo a otra pro persona donde millones de jóvenes ejerzan, cabalmente, sus derechos de emancipación.

En ese sentido el trabajador social tiene una eticidad que fundamenta su interés en *el cambio social*.

Esto es, señalar las razones de la inclusión social desigual de millones de jóvenes en la «sociedad de consumo» no es suficiente para el trabajador social; a éste le interesa *cambiar* esa condición social, pero ello, implica, un rompimiento de cualquier afirmación científica, esto es, de lo que es lo *a priori*, de lo que ya es en sí mismo, del distanciamiento entre objetivo de estudio y sujeto; y, como mencionábamos líneas arriba, de forma paralela, el trabajador social debe construir una comprensión —normativa evidentemente— de los procesos sociales *fuera* del prejuicio o de valoraciones imprecisas.

De lo contrario reproducirá, en sus decisiones, las pautas de socialización que desea transformar.

Por lo que el trabajo social es un acervo de conocimientos que parte de una valoración normativa más que positiva; o sea, al trabajador social le interesa un tipo de

sociedad y no otra, es una actividad que, por su naturaleza rompe, entonces con el reconocimiento de la sociedad en sí y cuestiona esa forma de organización si ésta resulta en la creación de condiciones de vida diferenciadas entre las personas. Es entonces, una actividad que asume una posición ante la realidad social. Su alimento es meta científico porque reconoce al otro y en un proceso de enorme empatía percibe el dolor humano como una posibilidad que, desde un punto de vista social, es evitable.

Esto es, al trabajador social le interesan los problemas sociales. Todas aquellas situaciones en las que el ser humano, y sus diversas formas de organización social, provocan dolor o malestar (Glicken, 2011).

Así, si viviéramos en el Sahara la falta de agua no sería un problema social en sí mismo porque esa falta de agua sería una condición dada por la naturaleza, por las condiciones topográficas, por la altitud, por la evolución del planeta tierra, etcétera.

Pero sí sería un problema social, un problema creado por las interacciones entre personas, la forma en que el agua —la poca que existe en el desierto del Sahara— es administrada. Porque resulta de una organización humana y, en principio, por ello, puede tomar —la organización social para distribuir el agua escasa en el Sahara— todas las formas de organización, esto es, en términos reales, puede tomar *una sola forma* de organización, la que en la vida real se viva, pero esta forma de organización es una de muchas posibles, incluyendo, aun la que no se pueda imaginar, o que no es reconocida,

inclusive, como forma de organización social posible, en ese sentido, al trabajador social le interesan los problemas de la sociedad que no son dados o a priori como los que resultan de la interacción humana, o sea todos aquellos problemas creados por el ser humano (Glicken, 2011).

Es en ese sentido una actividad normativa que tiene como interés la injusticia. Esto haría pensar que el trabajador social estudia la justicia pero no es así; a diferencia del abogado el trabajador social no piensa en la justicia de forma abstracta como en las manifestaciones sociales de lo injusto.

Es, por ello, una ciencia de la ética práctica y carece, por tanto, de un rasgo de toda ciencia: la aspiración a la imparcialidad.

Sin embargo, esto no implica que el trabajo social sea solamente una disciplina o un asunto de orden técnico, exclusivamente.

El trabajo social implica involucrarse, implica un esfuerzo por la comprensión y un compromiso con la imaginación para construir alternativas de inclusión social.

En ese sentido el trabajo social es una disciplina de orden normativo que busca resolver los problemas sociales que resultan de interacciones entre personas y que, por ello, son susceptibles de transformación.

Al trabajador social le interesa cambiar, socialmente, la vida cotidiana de las personas .

Bajo esta definición, a la luz de la sociedad de consumo, al trabajador social se le presentan los siguientes retos y perspectiva para abordar la inclusión desigual de millones de jóvenes en México y AL:

1. El trabajador social tiene el reto de hacer comprender la forma en que la sociedad de consumo crea la inclusión desigual de millones de jóvenes.
2. El trabajador social tiene la perspectiva de crear un espacio de reflexión público que muestre las contradicción que tiene para una país ancestralmente desigual que el poder de compra sea lo que defina las posibilidades, reales, de ejercer o no un conjunto de derechos fundamentales, entre ellos, los de emancipación.
3. El trabajador social tiene el reto de pensar formas alternativas de organización social para transformar la pauta de producción reproducción de la desigualdad que promueve la «sociedad de consumo».
4. El trabajador social tiene la perspectiva de integrar, en sus valoraciones y propuestas de cambio, alternativas micro, meso y macro sociales.

5. El principal reto de la «sociedad de consumo» es pasar a una sociedad pro persona el trabajador social tiene el reto de explicitar el proceso de transición, en términos operativos, que involucre el cambio de una sociedad a otra.
6. El trabajador social tiene como una de sus principales perspectivas el de integrar el conocimiento aplicado de la ciencia económica para promover una recaudación fiscal mayor, pero sobre todo el uso de esa carga fiscal para atenuar la inclusión desigual de millones de jóvenes.
7. Alemania, antes de impuestos es más desigual que México. Alemana y Francia, por poner dos ejemplos, son sociedad pro persona. Estados Unidos es el prototipo de sociedad de consumo.

Cada sociedad tiene formas de organización social no porque sea algo dado, o porque sean alemanes y los otros estadounidenses, no, lo son porque así se han organizado socialmente. Uno de los retos más importantes de trabajador social es mostrar cómo y de qué manera es posible llegar a un tipo u otro de sociedad.

8. Por lo que el trabajador social tiene como perspectiva principal el estudio y comprensión de los procesos sociales que están estrechamente relacionados con la construcción de sociedades pro persona.

9. La esencia misma del trabajador social es la persona, creo que el trabajador social ha de impulsar una ética pro persona. Y esto, como vimos en el primer capítulo, implica retomar un valor central de la modernidad y que gradualmente se ha ido perdiendo: el principio ético de que un ser humano es un fin en sí mismo, y, bajo ninguna circunstancia, un medio.

10. El trabajador social tiene, entonces, la perspectiva profesional de cambiar y transformar la organización de los valores sociales que mueven a la sociedad mexicana. Tal vez ese sea el reto más importante del trabajo social porque implica cambiar la forma de ser y hacer cotidiano desde un locus de control interno de las personas es la construcción cabal del cambio social que aspira todo proyecto o modelo de intervención social con jóvenes.

Conclusiones

La «sociedad de consumo» implica una organización *estatal, cultural y social* centrada en el *mercado*.

Tal vez, la sociedad pro mercado por antonomasia sea la sociedad estadounidense. Referente claro de una sociedad profundamente desigual y consumista.

Estados Unidos aporta el 25% de la producción de gases de efecto invernadero, así como la continua participación de hechos bélicos que, desde inicios del siglo XX, ha tenido como fuente de inspiración la creación, casi dogmática, en el mercado y el libre comercio (siempre y cuando les resulte conveniente). Sin embargo, EUA tiene, solamente el 5% de la población.

El que una sociedad pueda contaminar tanto con una población relativamente menor, resulta elocuente de lo que implica para el medio ambiente la «sociedad de consumo». Es un modelo inviable por poco sustentable en términos ambientales y sociales, como lo hemos revisado a lo largo de todo el documento.

En este ensayo procuramos fundamentar esta idea pero también mostrar las implicaciones sociales, i.e., los costos sociales de promover una sociedad *pro mercado* y no una sociedad *pro persona* en nuestro país.

Parece ser claro, entonces, que la alternativa de promover, en México, una «sociedad de consumo» como la estadounidense no es viable ni en términos ambientales ni en términos sociales —México es uno de los países de AL más desiguales con cerca de 70 millones de pobres y/o indigentes.

Empero existe la posibilidad de seguir el camino, el modelo de sociedad, que han encaminado diversos países, desde la década de 1960, y que lleva a una economía con un crecimiento económico modesto, 1.5% anual, pero con un continuo desarrollo social. Son sociedades que ha colocado a la *persona* por encima del *mercado* y que ven en la cultura y el cuidado ambiental una fuente de bienestar social.

El aire limpio, calles vivas y seguras, acceso universal a los derechos de emancipación, son aspectos fundamentales en el desarrollo humano y la calidad de vida de una sociedad, aún, cuando, por ejemplo, el aire puro no se traduzca en mayor crecimiento económico.

Son países que, ciertamente, tienen la desigualdad social que provoca la «sociedad de mercado», pensemos en Alemania.

Alemania es tan desigual como México antes de impuestos y gasto social. Pero cuando se comparan después de impuesto y gasto social México sigue siendo desigual.

El trabajo, esperamos, en ese sentido apunta a los retos y perspectivas que implicaría consolidar, desde el trabajo social, como profesión, una sociedad *pro persona*.

Un modelo de sociedad que asume que el tema de la escasez es una constante de toda sociedad y que la única forma de ir atendiendo la ancestral desigualdad —donde se incluye la inclusión desigual de millones de jóvenes mexicanos— es con una vigorosa intención y participación para la construcción de propuestas y alternativas donde el trabajador social habrá de enfatizar sobre el cómo financiarlo, sobre de dónde se obtendrá los recursos fiscales, la forma en la que se evaluará y fiscalizará sus resultados para la atención de problemas sociales.

Pensamos que ese es uno de los aspectos pendientes del trabajador social y que la sociedad mexicana está esperando de un especialista en los problemas sociales y el cambio social.

Es vital reconocer que el cambio social es costoso en términos económicos, materiales y humanos.

De lo contrario el trabajador social abordará, como hace muchos años, un

acercamiento más bien micro social, que no deja de ser importante, pero, ante problemas como el de la inclusión desigual de millones de jóvenes se requiere una visión macro y meso social.

Si el trabajador social no puede hacer sugerencias sobre cómo se apalancará un programa universal para el pleno ejercicio de los derechos de emancipación de millones de jóvenes, difícilmente, sus acercamientos micro sociales ayudarán a resolver un problema de tales dimensiones.

Siendo esto último tan costoso e importante como la generación de ideas de recaudación fiscal para, por ejemplo, garantizar el pleno ejercicio de los derechos de emancipación de millones de jóvenes mexicanos.

Esto es pensamos que el *reto* y la *perspectiva central* del trabajador social en los próximos años será de la de fungir como un ingeniero social que piensa en el funcionamiento de la sociedad mexicana a través del diseño de mecanismos fiscales sustentables que permitan la serie, profesional atención de diversos problema sociales que se traduzcan más que en un crecimiento económico sorprendente en una consistente transformación para ir logrando, gradualmente, que la desigualdad que promueve el libre mercado se atempere a estándares de los que disfrutaban sociedades como la alemana, danesa, holandesa, neozelandesa o sueca.

Finalmente, hacemos énfasis sobre la importancia de este enfoque social, con base en la inclusión desigual de millones de jóvenes en la «sociedad de consumo», fue, tal vez, el eje central de las reflexiones en este trabajo.

Propuestas

A continuación, presento una serie de propuestas que le permitirían, posiblemente, a la sociedad mexicana transitar de una «sociedad de consumo» a una sociedad *pro persona* lo que incluiría la posibilidad real de que millones de jóvenes ejercieran sus derechos de emancipación de forma muy concreta:

1. El trabajador social ha de proponer mecanismos de recaudación fiscal con base en el estudio de los fenómenos y problemas sociales. Por ejemplo, la recaudación del impuesto en alimentos con alto contenido calórico, reúne una serie de cualidades que solamente se logran cuando se comprende la lógica y dinámica de un problema social. Por lo que una primera propuesta es la creación de un Centro de Investigación de Recaudación Fiscal con Visión Social (CIRFVS) de la ENTS.

El Centro se dedicaría, exclusivamente, al estudio y propuesta de alternativas para la recaudación de impuestos que permitan la atención de diversos problemas sociales, entre ellos, el que millones de jóvenes de nuestro país no ejerza, cabalmente, sus derechos de emancipación entre otros muchos.

2. El CIRFVS tendría como función también la de proponer mecanismos de control, fiscalización, auditoría y evaluación de los recursos fiscales para la atención de diversos problemas sociales.

3. Esto es, evaluar y establecer un sistema de calidad en el uso de los recursos fiscales es tan importante como el diseño de un programa o de una política pública. Por lo que la segunda propuesta de solución va encaminada a la construcción de una cultura profesional, en el trabajador social, que reconozca que el cambio social es costoso y que una de sus funciones, vitales, es la de poder ofrecer la construcción de un andamiaje organizacional e institucional que sea auto regulable, evaluable y que establezca indicadores muy concretos para su control y seguimiento.

4. La creación de un mercado interno. Lo que no se ha entendido es que cuando hay millones de jóvenes en desempleo, con baja educación, con entornos sociales poco estimulantes se crea un caldo de cultivo favorable a la desconexión social, al rompimiento del tejido social. Si se garantiza el pleno ejercicio de los derechos de emancipación con base en una pensión universal a todo joven que no tenga empleo (y se integra, de forma paralela a un programa de formación técnica, artística, deportiva, cultural, académica o literaria en un proceso que pueda ser renovado continuamente siempre y cuando el joven continúe su preparación, esto es, si el continua su formación artística la pensión se le sigue dando, si el joven terminó su secundaria pero decide desarrollar sus estudios en el área deportiva se le sigue dando el recurso económico) se crearía un mercado interno que consumiría más productos y servicios lo cual redundaría en mayores ganancias para las empresas y en la

propia recaudación de impuestos. Además, se integra a jóvenes que, de momento, están fuera de la sociedad de consumo, porque precisamente no pueden consumir. Esto no implica promover a la sociedad de consumo como la de integrar, con base en la persona y su relevancia, el pleno ejercicio de derechos de emancipación con base en una lógica de incentivos muy sencilla: si se estudia o se dedica el tiempo al arte, al deporte, a la cultura, se puede vivir con un ingreso mensual fijo que permite atender las necesidades básicas de toda persona. Estaríamos pensando que la pensión fuese de 12, 500 pesos pagados en forma quincenal en dos pagos de 6, 250 pesos cada una.

5. Dentro de esta propuesta estaría la búsqueda de una mayor recaudación fiscal una posibilidad sería el cobro de 1 peso por cada transacción virtual o física (lo que incluiría los cajeros automáticos) en cualquier banco del país. El pago de 5 centavos por cada compra con tarjeta de crédito superior a los 2,500 pesos. Esto es, los bancos en México tienen ganancias de cerca el 700% por arriba de los estándares internacionales o de los propios países de los cuales son originarios estos bancos. También se podría recaudar mayores impuestos en el consumo. Inclusive el cobro de un IVA generalizado del 20% con un esquema universal de pensión en el modelo que se propone para jóvenes ancianos y adultos en desempleo. El conjunto de estos impuestos nos permitiría recaudar cerca de un millón de millones de pesos. Para ofrecer una pensión de 12, 500 pesos mensuales a 70, millones de personas, en el país, se demandaría cerca

de 4 millones de millones de pesos si se integra un cuerpo amplio de servicios de excelencia en materia de salud y seguridad social.

6. Si bien faltaría un remanente no menor sirva este ejemplo para mostrar de qué forma entendemos la misión, los retos y perspectivas del trabajador social en el marco de la «sociedad de consumo» y cómo y de qué manera podemos promover una sociedad que convive de un sistema económico profundamente desigual pero que permite, de forma paralela, su relativa corrección a estándares más razonables como los que se viven en Alemania o Dinamarca.

Referencias

- Ali, T., & Stone, O. (2011). *La historia oculta de los Estados Unidos: (una conversación)*. Barcelona, España: Pasado & Presente.
- Álvarez, E. (2013). *Vida y dialéctica del sujeto: la controversia de la modernidad*. Madrid: Biblioteca Nueva: Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid, [2013].
- Armin, v. B. (2011). *Construcción y papel de los derechos sociales fundamentales : hacia un ius constitutionale commune en América Latina*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
- Bascompte, J., & Luque, Bartolo . (2012). *Evolución y complejidad*. Valencia : Universitat de València.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: FCE.
- Bauman, Z. (2008). *Modernidad y holocausto*. México, D.F. : Sequitur.
- Bauman, Z. (2008). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona, España: Gedisa.
- Bauman, Z. (2008). *Trabajo, consumo y nuevos pobres*. España, Barcelona: Gedisa.
- Bauman, Z. (2009). *Tiempos líquidos: vivir en una época de incertidumbre*. México, D.F. : Tusquets.
- Bauman, Z. (2012). *Socialismo: la utopía activa*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización?* Barcelona, España: Paidós.
- Beevor, A. (2012). *La segunda guerra mundial*. Barcelona: Pasado & Presente.
- Beriain, J. (. (1996). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Bcelona, España: Antropos.
- Borejasza, J. W. (2001). *La escalada del odio. Movimientos y sistemas autoritarios y fascistas en Europa, 1919-1945*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Bronfenbrenner, U. (1987). *La ecología del desarrollo humano: experimentos en entornos naturales y diseñados*. Barcelona: Paidós.

- Cabanchik, S., Penelas, F., & Tozzi, V. (2003). *El Giro pragmático de la filosofía Federico Penelas, Veronica Tozzi, compiladores*. Barcelona, España: Gedisa .
- Cabrera Martínez, A. M., & Hernández Martínez, Andrés Guillermo . (2011). *La complejidad y la formación en administración: aproximaciones a una nueva visión de la ciencia*. Bogotá, D.C.: Editorial Universidad del Rosario : Universidad del Rosario, Facultad de Administración.
- Calderón, G. (2001). *Farmacodependencia: conceptos y enfoques*. Colombia: Fundación Universitaria Luis Amigó, Facultad de educación.
- Campos Huttich, R. (1992). *Farmacodependencia, drogas y algunos temas cercanos* . Toluca, Edo. de Mex. : Universidad Autónoma del Estado de México.
- Campos, R. (1992). *Farmacodependencia, drogas y algunos temas cercanos*. Toluca, Edo. de Mex.: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Carbonell, M. (2011). *Neoconstitucionalismo y derechos fundamentales* . Quito, Ecuador : Cevallos Editora Jurídica.
- Cerda Gutiérrez, H. (2005). *De la teoría a la práctica : el pensar y el hacer en la ciencia y en la educación* . Bogotá, Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Compagnon, A. (2010). *Las cinco paradojas de la modernidad*. México: Siglo XXI.
- Corona Fernández, J., & Costés del Moral, Rodolfo. (2012). *Complejidad, la encrucijada del pensamiento*. México: Universidad de Guanajuato; Miguel Ángel Porrúa.
- Cuatrocchi, E. M. (2008). *La adicción a las drogas: su recuperación en comunidad terapéutica* . Argentina: Espacio.
- D'alvia, R. (2005). *Calidad de vida: la relación bio-psico-social del sujeto*. Argentina: Lugar.
- De León, G. (2004). *La Comunidad Terapéutica y las adicciones* . España : Ed. Desclee de Brouwer - Bilbao .
- de Marinis, P. (2012). *Comunidad: estudios de teoría sociológica* . Buenos Aires, Argentina : Prometeo Libros.
- Dehesa, G. (2003). *La familia (y otras demoliciones)*. México, Ciudad de México, México: Planeta.
- Dehesa, G. (2003). *La familia (y otras demoliciones)*. México: Planeta.
- Engel, R. J. (2014). *Fundamentals of social work research* . California, EUA: SAGE.

- Esfandiari, R. S., & Bei, L. (2010). *Modeling and analysis of dynamic systems*. EUA: Boca Raton: Taylor & Francis.
- Fierro Ferrández, A. E., & Abreu Sacramento, José Pablo . (2012). *Derechos humanos, derechos fundamentales y garantías individuales*. México: Oxford University Press México.
- FMC, F. M. (2000). *Criterios y Objetivos de las Comunidades Terapéuticas: código de ética*. España: Federación Mundial de Comunidades.
- Frankl, V. (1994). *Ante el vacío existencial. Hacia una humanización de la psicoterapia*. Barcelona: Libergaf S.A.
- Gandler, S. (2013). *El discreto encanto de la modernidad: ideologías contemporáneas y su crítica* . México : Universidad Autónoma de Queretaro, Siglo XXI.
- García del Castillo, J. A.-S. (2012). *Estrategias de intervención en la prevención de drogodependencias* . Madrid : Editorial Síntesis.
- García, E. (1986). *La hiperurbanización en el valle de México*. México: UAM-Azcapotzalco.
- Glicken, M. D. (2011). *Social work in the 21st century: an introduction to social welfare, social issues, and the profession*. California : Sage.
- Goti, M. E. (1990). *La comunidad terapéutica: un desafío a la droga* . Buenos Aires: Nueva Visión.
- Gutiérrez Espada, C., & Cervell Hortal, María José, P. (2012). *La Unión Europea y su derecho*. Madrid, España : Editorial Trotta.
- Hastings, M. (2010). *La guerra de Churchill : la historia ignorada de la segunda guerra mundial*. Barcelona, España: Crítica.
- Hernández Sampieri, R., & Fernández Collado, C. &. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill, educación.
- Hernández, J. (2010). *Todo lo que debería saber sobre la Segunda Guerra Mundial* . Barcelona, España: Nowtilus.
- Herrera, I., & Pinder, George F. . (2012). *Mathematical modeling in science and engineering : an axiomatic approach*. Hoboken, New Jersey: J. Wiley.
- INEGI. (2011). *Censo de población 2010*. México: INEGI.
- Jaramillo Loya, H. (2012). *La reconstrucción de sí mismo: bases del desarrollo humano multidimensional* . México : Alfaomega.

- Jones, M. (2012). *El trasfondo humano de la guerra : con el ejército soviético de Stalingrado a Berlín* . Barcelona: Crítica.
- Kellner, D. (2011). *Cultura mediática: estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno* . Madrid, España: Akal.
- Kooyman, M. (1996). *La Comunidad Terapéutica para Drogodependientes*. España: Ediciones Mensajero, Bilbao.
- Koustoyannis, A. (1979). *Microeconomía moderna*. Argentina: Amorrourtu editores.
- Lafayet, J. (2013). *Octavio Paz en la deriva de la modernidad*. México: FCE.
- Lagorio, C. (2012). *Pensar la Modernidad: una historia cultural de las revoluciones*. Buenos Aires: Biblos.
- LeCroy, C. W. (2012). *The call to social work : life stories* . California, EUA: Sage.
- LinkLudendorff, E. V. (1964). *La guerra total*. Buenos Aires, Argentina: Pleamar.
- Loredo Narciandi, J. C., Sánchez-Criado, T., & López Gómez , D. (2009). *¿Dónde reside la acción?: agencia, constructivismo y psicología*. España: Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones: UNED.
- Luhmann, N. (2010). *Los derechos fundamentales como institución (aportación a la sociología política)* . México: México: Universidad Iberoamericana: Iteso.
- Maldonado, C. E., & Gómez Cruz, Nelson Alfonso. (2011). *El mundo de las ciencias de la complejidad : una investigación sobre qué son, su desarrollo y sus posibilidades*. Bogotá : Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Facultad de Administración.
- Margalef, R. (1978). *Perspectivas de la teoría ecológica* . Barcelona, España: Blume.
- Martínez, L. M. (2011). *Juventud, cultura y consumo de sustancias en contextos escolares*. México: Porrúa.
- McLaughlin, H. (2012). *Understanding social work research*. Los Ángeles, EUA: Sage.
- Melgoza Mora, D. (2009). *El Estado social de derecho versus la violencia* . México: Instituto Nacional de Administración Pública.
- Mendes-Flohr, P. (2011). *Encrucijadas en la modernidad* . Buenos Aires, Argentina : Lilmod: Prometeo Libros.

- Méndez Ramírez, I. (1976). *Modelos estadísticos lineales: interpretación y aplicaciones*. México: CONACYT.
- Milanese, E. (2011). *Prevención y cura de la farmacodependencia: una propuesta comunitaria*. México: Centro Caritas de Formación para la Atención de las Farmacodependencias y Situaciones Críticas. & Plaza y Valdés.
- Milanese, E., & Merlo, R. &. (2001). *Prevención y cura de la farmacodependencia: una propuesta comunitaria*. México: Centro Caritas de Formación para la Atención de las Farmacodependencias y Situaciones Críticas & Plaza y Valdés.
- Minuchin, S. &. (2011). *Técnicas de terapia familiar*. México: Paidós.
- Monaghan, P. (2012). *How local resilience creates sustainable societies: hard to make, hard to break*. London: Routledge.
- Montes del Castillo, Á. (2012). *Antropología aplicada : lecturas de antropología y trabajo social*. Murcia: DM.
- Mørch, S. (. (1996). "Sobre el desarrollo y los problemas de la juventud: el surgimiento de la juventud como concepción socio histórica". *Jóvenes Revista de Estudios Sobre Juventud*, cuarta época, año 1, no. 1, julio –septiembre, Instituto Mexicano de la Juventud.
- Morín, E. (2011). *¿Hacia dónde va el mundo*. Barcelona, España: Paidós.
- Morín, E. (2011). *Morín, E. ¿Hacia dónde va el mundo?* Barcelona, España: Paidós.
- Mosokowitz, H., & Wright, Gordon. (1987). *Investigación de operaciones*. México: Prentice-Hall.
- O'Donnell, G. (2010). *Democracia, agencia y estado : teoría con intención comparativa*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.
- Páez Díaz de León, L. (2009). *Teorías críticas de la modernidad: ensayos y textos*. Mexico : Escuela Nacional de Estudios Profesionales Campus Acatlan, Programa de Apoyo a Proyectos Institucionales de Mejoramiento de la Enseñanza .
- Parsons, T. (2009). *Autobiografía intelectual : elaboración de una teoría del sistema social*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas, Departamento de Sociología.
- Polanyi, K. (2009). *El sustento del hombre*. Madrid: Capitan Swing Libros.
- Regillo, R. (2010). La contradicción juvenil en el México contemporáneo. Biografías, incertidumbres y lugares. En R. (. Reguillo, *Los jóvenes en México*. México: FCE-

CONACULTA.

- Reguillo, R. (2000). "Pensar los jóvenes. Un debate necesario" . En R. (. Reguillo, *Emergencia de culturas juveniles. Formas políticas del desencanto* (págs. 19-39). Argentina: Siglo XXI Editores.
- Russell, B. (1999). *Sociedad humana: ética y política*. España: Altalaya.
- Sánchez Sánchez, L. V. (2013). *Los modelos educativos en el mundo : comparación y bases históricas para la construcción de nuevos modelos*. México: Trillas.
- Scheler, M. (1975). *El saber y la cultura, Argentina, Editorial Siglo Veinte, 1975*. Argentina: Editorial Siglo Veinte.
- Suzuki, D. &. (1998). *Budismo Zen y psicoanálisis*. México: FCE.
- van Dijk, T. A. (2011). *Sociedad y discurso : cómo influyen los contextos sociales sobre el texto y la conversación*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Zhilin, D. M. (2011). *Teoría de sistemas : un curso introductorio* . Moscú: Krasand.