

## **Seminario “Estudios sociales de la deuda y las tecnologías financieras en Chile”**

**Fecha:** Miércoles 27 de septiembre, 2023.

**Lugar:** Instituto de Investigación de investigación y postgrado, Facultad de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central. Santa Isabel 1278, Sala 67, edificio VKII.

**Organizan:** Felipe González (Universidad Central de Chile) & José Ossandón (Copenhagen Business School). Evento desarrollado en el contexto de una colaboración entre el Grupo Max Planck – UCEN de Investigación en Economía y Sociedad y el proyecto “Post-pandemic Poverty: Debt and the Feminisation of Finance in Marginal Sites”, financiado por el Independent Research Fund Denmark.

**Programa:**

### **8.30 Café de bienvenida**

#### **9.00 – 10:30. Primera sesión**

- **¿Y qué más puedo hacer? Si ya no se puede gastar menos. Estrategias de hogares de sectores medios en Chile para afrontar la inflación.** Lorena Pérez Roa (Trabajo Social, Universidad de Chile), Alejandro Marambio Tapia (Sociología, Universidad Católica del Maule) y Gabriela Azocar de la Cruz (Trabajo Social, Universidad de Chile)
- **La deuda de los otros: hacia una exploración sociológica de las actitudes y percepciones sobre el uso de créditos de las red de relaciones y los grupos de referencia.** Matías Gómez (Sociología P. Universidad Católica & Instituto de Investigación de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central)

#### **10:30 Café**

#### **11:00 – 12:30. Segunda sesión**

- **Financial oikonomization: the financial government and administration of the household.** José Ossandón (Department of Organization, Copenhagen Business

School), Joe Deville (Department of Organisation, Work and Technology and the Department of Sociology, Lancaster University), Jeanne Lazarus (Centre de sociologie des Organisations, Sciences-Po-CNRS), Mariana Luzzi (Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín, CONICET) **(Presentación en español)**

- **Emprendimiento como terapia: aprender a fracasar y cuidar a través del microemprendimiento en Santiago, Chile.** Piergiorgio Di Giminiani (Antropología, P. Universidad Católica de Chile) y Constanza Quezada (Antropología, Pontificia Universidad Católica de Chile)

### **12:30 Almuerzo**

### **13:00 – 14:30. Tercera sesión**

- **“Papito corazón”:** explorando las desventajas económicas de ser jefe de hogar de sectores populares en Santiago de Chile. Lorena Pérez Roa (Trabajo Social, Universidad de Chile) y Rocío Gallardo (Trabajo Social, Universidad de Chile).
- **Crédito de consumo y redes personales. Explorando el rol de la heterogeneidad socioeconómica de las redes en el consumo y endeudamiento.** Felipe González (Grupo Max Planck – UCEN de Investigación en Economía y Sociedad, Instituto de Investigación de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central), Gabriel Otero ((Grupo Max Planck – UCEN de Investigación en Economía y Sociedad, Instituto de Investigación de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central), Matías Gómez (((Grupo Max Planck – UCEN de Investigación en Economía y Sociedad, Instituto de Investigación de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central & Sociología, P. Universidad Católica).

### **15:00 Cierre y actividad social**

## Resúmenes:

**¿Y qué más puedo hacer? Si ya no se puede gastar menos. Estrategias de hogares de sectores medios en Chile para afrontar la inflación.** Lorena Pérez Roa (Trabajo Social, Universidad de Chile), Alejandro Marambio Tapia (Sociología, Universidad Católica del Maule) y Gabriela Azocar de la Cruz (Trabajo Social, Universidad de Chile).

La presente ponencia aborda la manera en que los hogares de sectores medios en Chile enfrentan el desafío de la inflación, en un contexto donde dicho fenómeno estaba fuera de la experiencia vivida desde principios de los 1990s. Argumentamos que sus estrategias varían según la posición estructural de los hogares y la forma en que perciben y comprenden la inflación. Usamos un enfoque cualitativo y longitudinal, que constó de tres entrevistas a un total de 40 hogares en Santiago, Talca y Concepción. Nos basamos en principios de etnografía económica, explorando los repertorios discursivos y las prácticas económicas que los hogares implementan para adaptarse a los períodos de inflación. Los resultados obtenidos revelan que las estrategias desplegadas por los hogares dependen de factores como el tipo de ingreso percibido, los gastos relacionados con la vivienda y la utilización de instrumentos financieros. Además, durante la serie de entrevistas se observa un cambio en el habla sobre la inflación, pasando de un enfoque comprensivo a uno de mayor desconfianza y malestar dentro de estos grupos. En última instancia, se exponen las principales estrategias empleadas por los hogares para ajustar sus patrones de consumo durante los períodos inflacionarios. El valor de este artículo radica en su enfoque, que considera la inflación como una construcción social, y en su método de analizar este fenómeno a través de las prácticas económicas de los hogares de sectores medios. Por otra parte, abordar la inflación en un contexto como el chileno es novedoso ya que han sido escasos los trabajos que han analizado el impacto de la inflación en la vida económica de los hogares chilenos.

**La deuda de los otros: hacia una exploración sociológica de las actitudes y percepciones sobre el uso de créditos de las red de relaciones y los grupos de referencia.** Matías Gómez (Sociología P. Universidad Católica & Instituto de Investigación de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central).

Resumen: La consolidación de los mercados de créditos durante las últimas décadas, en distintas latitudes del mundo, se ha traducido en un proceso de 'normalización' de los créditos y el endeudamiento. La literatura ha propuesto cuatro canales a través de los cuales este fenómeno se ha desarrollado, destacando una preponderancia de las experiencias sociales en el uso de los créditos financieros. A pesar de ello, los estudios han tendido a analizar la manera en que las personas describen, perciben, evalúan y justifican el endeudamiento propio, pasando por alto el estudio acerca de otras experiencias. El siguiente trabajo tiene por objetivo proponer claves teóricas que permitan avanzar en el estudio de las actitudes y percepciones que las personas elaboran respecto al endeudamiento de otras personas. Se plantea que la noción de 'los otros' resulta central para entender cómo las personas se forman juicios acerca de las prácticas crediticias en la

sociedad. Para ello, se recurre a los conceptos de red de relaciones y de grupos referencia como claves que permiten avanzar en este campo.

**Financial oikonomization: the financial government and administration of the household.**

José Ossandón (Department of Organization, Copenhagen Business School), Joe Deville (Department of Organisation, Work and Technology and the Department of Sociology, Lancaster University), Jeanne Lazarus (Centre de sociologie des Organisations, Sciences-Po-CNRS), Mariana Luzzi (Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín, CONICET) **(Presentación en español).**

This article introduces a new social scientific understanding of the relationship between households and finance. We call it financial oikonomization. Financial oikonomization signals a specific research problem and a distinctive analytical approach to this problem. The problem is how households are financially administered and governed. The approach is pragmatist and descriptive. It is oriented to the how, to the study of the problems and practices of those directly involved with administering and governing households' financial flows. On the basis of an extensive review of recent research, we distinguish seven operations of financial oikonomization, seven distinct problems—with their own practices, sites and techniques, but all oriented to the financial administration and government of households. We call these operations: budgeting, juggling, evaluating, attaching, educating, publicizing and infrastructuring.

**Emprendimiento como terapia: aprender a fracasar y cuidar a través del microemprendimiento en Santiago, Chile.** Piergiorgio Di Giminiani (Antropología, P. Universidad Católica de Chile) y Constanza Quezada (Antropología, P. Universidad Católica de Chile).

En esta charla, presentaremos algunos de los efectos de la educación de emprendimiento en las transformaciones subjetivas que experimentan muchos potenciales y actuales microemprendedores. La experiencia del microemprendimiento se caracteriza por la manifestación de distintos afectos que contribuyen no la individualización del emprendedor —como parecieran estar implícitos en las narrativas de autosuperación—, sino que, en la articulación de nuevas relaciones sociales, tales como el intercambio, la deuda y el cuidado. En este sentido, el principal afecto que surge de la experiencia terapéutica del microemprendimiento es un tipo de optimismo escéptico que direcciona la comprensión del microemprendimiento entre sus practicantes como un proceso no-lineal, caracterizado por la concomitancia de experiencias de cuidado y fracaso.

**“Papito corazón”:** explorando las desventajas económicas de ser jefa de hogar de sectores populares en Santiago de Chile. Lorena Pérez Roa (Trabajo Social, Universidad de Chile) y Rocío Gallardo (Trabajo Social, Universidad de Chile)

Este artículo explora desde una perspectiva interseccional las desventajas económicas que provoca el no recibir la manutención por el cuidado de los hijos en la experiencia de mujeres

madres de sectores populares en Santiago de Chile. Para ello se realizó una serie de tres entrevistas de seguimiento a 10 mujeres jefas de hogar y un análisis documental de la legislación chilena y de prensa escrita. Los hallazgos dan cuenta de cómo las normativas vigentes que regulan la manutención infantil se basan en privilegios masculinos de clases medias, generando una distancia que obstaculiza que las mujeres de sectores bajos reciban la manutención. Por otro lado, nuestros hallazgos visibilizan las tareas de aprovisionamiento que realizan las mujeres para poder gestionar la responsabilidad económica que implica sostener un hogar solas. Estas actividades profundizan los procesos de descapitalización de las mujeres y, a su vez, funcionan como agencia, en tanto les brinda una autopercepción positiva de sus capacidades personales.

**Crédito de consumo y redes personales. Explorando el rol de la heterogeneidad socioeconómica de las redes en el consumo y endeudamiento.** Felipe González (Grupo Max Planck – UCEN de Investigación en Economía y Sociedad, Instituto de Investigación de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central), Gabriel Otero ((Grupo Max Planck – UCEN de Investigación en Economía y Sociedad, Instituto de Investigación de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central), Matías Gómez (((Grupo Max Planck – UCEN de Investigación en Economía y Sociedad, Instituto de Investigación de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Universidad Central & Sociología, P. Universidad Católica).

Este artículo explora la asociación entre la exposición a grupos socioeconómicos heterogéneos y el comportamiento crediticio. Proponemos un enfoque a nivel individual para esta relación y sostenemos que la diversidad socioeconómica dentro de la red social personal de un individuo ejerce influencia en la propensión a utilizar crédito al consumo, independientemente del propio estatus socioeconómico del individuo. En general, nuestros hallazgos indican que, en promedio, un mayor grado de heterogeneidad socioeconómica dentro de la red de uno está asociado con una mayor probabilidad de poseer crédito al consumo, ya sea obtenido en tiendas por departamento o bancos. Los resultados muestran que, en promedio, una mayor inmersión en redes socioeconómicas diversas aumenta la probabilidad de poseer crédito al consumo adicional. Sostenemos que esta influencia opera a través de dos mecanismos principales. En primer lugar, las redes personales sirven como grupos de referencia tangibles contra los cuales los individuos evalúan sus normas de consumo y asignan valor a los bienes y niveles de consumo. La influencia social, en este contexto, emana de la exposición a un espectro más amplio de bienes posicionales que viene con redes heterogéneas, lo que lleva a los individuos a participar en patrones de consumo impulsados por la emulación. En segundo lugar, las redes diversas exponen a los individuos a una variedad ampliada de prácticas de consumo y estilos de vida que informan sus normas de consumo. Esta exposición, a su vez, obliga a los individuos a buscar soluciones de endeudamiento para cumplir con las expectativas elevadas.