

## **Aproximaciones y reflexiones teóricas para analizar la bancarización de los jóvenes universitarios**

Pamela Ingignoli<sup>1</sup>

Claudio Salas<sup>2</sup>

Recibido: 23-02-2019

Aceptado: 24-04-2019

### **Resumen:**

Ser estudiante universitario presenta diferentes situaciones de acuerdo a la realidad de cada estudiante. Los jóvenes, según Reguillo (2000) se encuentran inmersos en una red de relaciones y de interacciones sociales, múltiples y complejas. Los jóvenes universitarios, en algunos casos, deben trabajar y estudiar a la vez, otros sólo pueden acceder a estudiar a través de becas o ayudas económicas de organizaciones externas o internas a la Universidad y en otros casos los estudiantes pueden realizar su carrera universitaria con el apoyo de sus familias y/o tutores, entre otras situaciones particulares.

El presente artículo es un recorte del trabajo que se viene desarrollando en el Proyecto de Investigación denominado "*Las finanzas personales de los estudiantes universitarios de la provincia de San Luis*", a partir de los avances de tesis de maestría y trabajos específicos que se están llevando a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de San Luis. El objetivo particular de este artículo es realizar una propuesta de abordaje teórico de las juventudes universitarias y la bancarización, con el fin de dar cuenta de aquellas teorías que nutren el trabajo de investigación para repensar a los jóvenes universitarios, a partir de la situación económico-social específica que atraviesan como así también del perfil académico.

*Palabras clave: jóvenes - universidad – bancarización*

---

<sup>1</sup> Lic. en Comunicación Social. Maestranda en Sociedad e Instituciones (UNSL). Docente e investigadora de la UNSL. E-mail: [plingignoli@unsl.edu.ar](mailto:plingignoli@unsl.edu.ar)

<sup>2</sup> Contador Público Nacional. Magister en Economía y Negocios (UNSL). Docente e investigador de la UNSL. E-mail: [casalas@unsl.edu.ar](mailto:casalas@unsl.edu.ar)

**Abstract:**

Being a university student presents different situations according to the reality of each student. Young people, according to Reguillo (2000) are immersed in a network of relationships and social interactions, multiple and complex. Young university students, in some cases, must work and study at the same time, others can only access to study through grants or financial aid from organizations external or internal to the University and in other cases students can make their university career with the support from their families and / or guardians, among other particular situations.

The present article is a cut of the work that is being developed in the Research Project called "Personal finances of university students of the province of San Luis", based on the progress of master thesis and specific works that are being carried out held at the Faculty of Economic, Legal and Social Sciences of the National University of San Luis. The objective of this article is to make a proposal for a theoretical approach to university youth and banking, in order to give an account of those theories that nourish the research work to rethink young university students, based on the economic situation. specific social crossing as well as the academic profile.

*Keywords: young people - university - banking*

### Introducción

El presente artículo es un recorte del trabajo que se viene desarrollando en el Proyecto de Investigación denominado *“Las finanzas personales de los estudiantes universitarios de la provincia de San Luis”*, a partir de los avances de tesis de maestría y trabajos específicos que se está llevando a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de San Luis.

El objetivo particular de este artículo es realizar una propuesta de abordaje teórico de las juventudes universitarias en relación con la bancarización, con el fin de dar cuenta de aquellas teorías que nutren el trabajo de investigación para repensar a los jóvenes universitarios y su inserción en el sistema económico-financiero.

Ser estudiante universitario presenta diferentes situaciones de acuerdo a la realidad que atraviesa cada uno, ya que algunos deben trabajar y estudiar a la vez, otros sólo pueden acceder a estudiar a través de becas o ayudas económicas de organizaciones externas o internas de la Universidad, en otros casos, los estudiantes pueden realizar su carrera universitaria con el apoyo de sus familias y/o tutores, entre otras tantas situaciones.

Estudiar la categoría juventudes es relevante porque, los jóvenes *“...adquieren un papel importante como actores sociales en la construcción de ciudadanía”* (Villa, Infantino y Castro, 2011, p. 17) considerando la diversidad que incluye la categoría de juventud/jóvenes y el contexto. De acuerdo al análisis desarrollado por Villa, Infantino y Castro (2011) en la Introducción del libro *“Culturas Juveniles. Disputas entre representaciones hegemónicas y prácticas”*, el aspecto de la diversidad hace referencia a conocer si los jóvenes estudian, trabajan, son desempleados, si integran agrupamientos con características e intereses particulares, entre otros. En cuanto al contexto, consideran que es necesario no dejar de lado las situaciones sociales, culturales, económicas y políticas que influyen en la construcción de la subjetividad juvenil, tales como: la presencia de la tecnología en la vida cotidiana que supera las

fronteras geográficas; así como nuevos encantamientos políticos e involucramientos sociales, entre otros aspectos que se advierten en el complejo mundo del nuevo siglo. Además, porque de acuerdo a lo que recupera Borobia (2014), recuperar las múltiples voces desde las que los jóvenes nos hablan, en las relaciones que se establecen entre sus modos de ser y hacer cultura y los modos de ser que cada sociedad les propone permite contribuir al examen de esos discursos a los cuales se les atribuye un grado de generalización difícil de legitimar.

### **Juventudes: entre antecedentes de trabajo y áreas (aún) de vacancia**

Según País Andrade (2011) el término juventud se ha ido construyendo desde el siglo XIX, como un momento etario complejo de nuestra sociedad contemporánea. *“Desde el campo de los estudios sociales, se ubican los trabajos pioneros sobre jóvenes y cultura realizados por estudiosos Centre for Contemporary Cultural Studies de la Universidad de Birmingham a mediados de la década del ‘70”* (País Andrade, 2011, p. 174).

Estas problemáticas surgen en Estados Unidos y Europa después de la Segunda Guerra Mundial. De acuerdo a las indagaciones de Becher (2014) la Escuela de Birmingham observó a los jóvenes con el nivel más alto del cambio social y que con la categoría juventud era posible observar y explicar los cambios ocurridos en lo económico, lo cultural, los medios masivos de comunicación, el consumo y la vida cotidiana de la sociedad inglesa luego de la Segunda Guerra Mundial. Fueron una serie de factores los que la incentivaron: la instauración de un mercado, un consumo y una industria orientada a jóvenes, se incrementó el nexo entre medios masivos y cultura juvenil; el impacto de la guerra en la vida de los jóvenes, la implementación de la educación secundaria para todos y una masiva extensión de la educación superior; se impuso en la gente joven un estilo de vestimenta particular influenciado por la música rock, entre otros (Hall y Jefferson, 2000 en Becher, 2014). Con lo cual, se puso en

evidencia cómo los jóvenes pasaron de ser “un problema social” convirtiéndose en objeto de los estudios sociales. En la década del ‘60, los jóvenes irrumpen en la sociedad con mayor autonomía identitaria por factores sociales y a lo cual se incorpora el interés por la política ante la emergencia del Estado de Bienestar y la “revolución sexual”. Urteaga (2009) describe que en los años 1970 asisten al desarrollo de estas temáticas explorando la Escuela de Birmingham las culturas jóvenes y obreras, así como los contenidos y la recepción de los medios de comunicación. Las investigaciones tienen un carácter precursor constituyéndose en un foco marginal de investigación, situado entre el mundo académico y las redes de la nueva izquierda británica.

A partir de los 80, *“los trabajos se extienden gradualmente a los componentes culturales vinculados al género, a la etnicidad y a las prácticas de consumo (...) Su inspiración teórica debe hacer frente a la desvaloración del marxismo y al auge de nuevas ideologías y teorías así como a los efectos de los cambios sociales: revalorización del sujeto, rehabilitación del placer vinculado al consumo de los medios de comunicación, fortalecimiento de las visiones neo-liberales o aceleración de la circulación mundial de los bienes culturales”* (Urteaga, 2009, p. 2). Continuando con Urteaga (2009) desarrolla que la crisis económica y la desindustrialización masiva de los años 1980 constituirán otro traumatismo social e identitario donde las subculturas jóvenes son uno de los campos en los cuales los investigadores del centro se han mostrado más productivos y creativos. El retorno a las formas de la sociabilidad obrera recupera una dimensión secundaria en la obra de Hoggart: las relaciones entre las generaciones, las formas identitarias y las subculturas específicas que crean los jóvenes de los barrios populares. Además, la reflexión sobre la cultura en la vida cotidiana se extiende a las investigaciones que abordan la relación que mantienen los jóvenes de las categorías populares con la institución escolar.

En Argentina, de acuerdo al informe *“Investigaciones sobre juventudes en Argentina: estado del arte en Ciencias Sociales”*, presentado por Chaves (2006), los

estudios en juventudes constituyen para el caso Argentino un campo disperso pero en consolidación, lo cual es demostrado a través del aumento del número de investigadores en el tema y las tesis de grado y posgrado sobre la temática. A partir de las indagaciones realizadas por Becher (2014) se reconoce que en Argentina las juventudes como categoría teórica propia de las ciencias sociales empezaron a tematizarse entre 1960-1970, período durante el cual los sujetos jóvenes tuvieron un importante protagonismo en la arena política. Luego el gobierno de facto subyugó dicho protagonismo, ya que los jóvenes fueron uno de los sectores sociales más castigados por la dictadura, calificados como peligrosos, revolucionarios, amorales, delincuentes, etc. Estas representaciones invisibilizaron a los jóvenes. El retorno a la democracia permitió que los jóvenes regresaran al centro de la escena, con otra mirada del mundo juvenil, siendo reconocidos como actores sociales y sin tener en cuenta la connotación negativa del período anterior. En los años '90, *“la Argentina se convirtió en alumno modelo, elogiado incluso a nivel internacional, del conjunto de medidas que integraron el Consenso de Washington”* (Hintze, 2006 en Becher 2014). Estas pautas se apoyaron en tres pilares: a) el ajuste económico; b) la apertura de las importaciones y la reforma y la reforma financiera; c) la flexibilización laboral. El Consenso no sólo produjo consecuencias en lo económico sino también en la forma de reflexionar sobre desarrollo, política y sociedad (Guiñazú, 2008 en Becher, 2014). Los jóvenes de esta década generaron lazos con el consumismo mediante las políticas adoptadas por el gobierno, convirtiéndose en receptores pasivos del consumo y sus acciones se describían en el “usa - no usa”, “tiene - no tiene”. Según Becher (2014) el trabajo y la educación tuvieron una resignificación en la década del '90 desfavorable para el colectivo juvenil. Por un lado, la creciente industrialización del trabajo que suplantó la labor manual en la fábrica generando una ola de desocupación y la necesidad de trabajadores tecnificados; por otro lado, en el ámbito educativo, se superó ampliamente la demanda produciendo un desfase que se

cristalizó en un mercado de trabajo que exigió más de lo que los potenciales trabajadores podían ofrecer. Se generó un discurso de jóvenes que padecían un desencanto por lo político, *“Las políticas públicas de corte neoliberal tienen como objetivo central lograr la máxima eficiencia con la menor cantidad de recursos; en este proceso, por lo general, los sujetos y sus percepciones no ocupan un rol importante. Con los jóvenes ocurrió lo mismo, fueron excluidos de la escena política”* (Becher, 2014, p. 119) Pero, en Argentina, las condiciones de posibilidad que permitieron la emergencia de las juventudes como un sector social autónomo, distinto, heterogéneo, durante la segunda posguerra cuando las políticas del peronismo favorecieron, a través del acceso al empleo y la educación, el surgimiento de este nuevo sector social, los jóvenes.

En el período postcrisis 2001-2002, considera Becher (2014), se comenzaron a implementar políticas sociales que no tenían a las juventudes como destinatarias directas, pero que resultaron beneficiadas. Durante la presidencia de Néstor Kirchner, las medidas adoptadas les permitieron a los jóvenes sentirse identificados con el gobierno, a través de la manera de presentarse al público, con su discurso acerca de los derechos humanos, las políticas de la memoria que permitió que muchos jóvenes conocieran una realidad oculta o de la cual preferían no hablar. En la gestión de Cristina Kirchner, los jóvenes profundizan la presencia en la agenda política con la implementación de la Asignación Universal por Hijo (AUH), el programa Conectar Igualdad, políticas vinculadas con el CONICET para lograr el retorno de científicos y el Programa de Respaldo a los Estudiantes de Argentina (PROGRESAR) entre otros, *“Este tipo de decisiones por parte del Estado supone que ha permitido al sector joven de la población argentina ocupar un lugar preponderante en la agenda del gobierno de los Kirchner, generando una condición juvenil que se identifica con la inclusión y con políticas más progresivas que en décadas anteriores (...) ha despertado un notorio*

*interés por la participación política que se aprecia en numerosas agrupaciones de jóvenes...”* (Becher, 2014, p. 121).

En el año 2013, Chaves y parte de su equipo de investigación publican un trabajo donde se proponen revisar y ampliar los datos recabados en el Informe del año 2006, *“Un primer dato que indica el crecimiento del campo de investigaciones en juventudes en Argentina es la cantidad de trabajos que hemos encontrado”* (Chaves et. al., 2013, p. 40), se mencionan como fuentes importantes que han permitido el avance y consolidación de un campo años antes, en tensión. Se reconocen: espacios e instituciones de producción donde se producen las investigaciones tales como: CONICET, CIC, Agencia Córdoba, entre otros; Bases de datos producidas por equipos de investigación referentes en juventudes en el marco de las Reuniones Nacionales de Investigadores/as en Juventudes Argentina y los libros editados; publicaciones en libros y revistas científicas; presentaciones en mesas con temáticas afines en eventos nacionales e internacionales; intercambios de correos electrónicos de los miembros de la REIJA, los datos de estudiantes de posgrado y la búsqueda de estudios anteriores a 1983 en el intento de hallar predecesores de los estudios locales. En los años posteriores al informe del 2006, específicamente entre 2006 y 2013, Chaves (2013) presenta la posible hipótesis acerca de que la consolidación de las investigaciones en juventudes en Argentina se produce por el cruce entre: la situación de inversión en el sistema científico desde el 2003; el crecimiento del sistema de posgrados y la legitimación de la juventud y los jóvenes como objeto de investigación científica, proveniente de otros centros de investigación internacionales pero que adquirió su forma particular en nuestro país al ligarse con las tradiciones de la sociología, los estudios en educación, antropología, comunicación, ciencias políticas, historia y trabajo social y la continua existencia de la juventud y su discontinua o desigual visibilización en temas construidos como preocupantes para la sociedad.



En cuanto a las áreas de vacancia, según González y Collado (2016) en el libro *Estudios sobre Juventudes en Argentina IV "Juventudes. Campo de saberes y campo de intervención. De los avances a la agenda aún pendiente"* una compilación de la IV Reunión Nacional de Investigadores/as en Juventudes Argentina (ReNIJA) realizada en el 2014, se reconocen como áreas de vacancia en vistas de arribar trabajos de historia económica que permitan conocer a los mercados y consumos "juveniles"; investigaciones de historia social que complementen recurrente estudio de las clases medias con la indagación de prácticas construidas y constructoras de sectores dominantes y subalternos. Por lo tanto, los jóvenes universitarios insertos en un mercado de consumo donde se desarrolla un circuito de capitales, son temas de investigaciones que no se han desarrollado en el campo de investigación de las juventudes.

### **Reflexiones teóricas afines: para pensar y re-pensar la bancarización**

En este apartado, se realiza un recorrido por las concepciones de juventud, las problematizaciones que surgen a partir de esta propuesta y las nuevas categorías teóricas que permiten repensar la categoría transversal de jóvenes en la bancarización. Por lo tanto, *"desde una legitimación cientificista, se ha definido y clasificado a la sociedad desde el dato biológico, la edad, hecho que condujo a la conceptualización de la 'juventud' como un periodo fijo, marcado por un límite temporal, un momento universalizable por el que todos vamos a pasar para arribar al mundo adulto"* (Groppo, 2000; Chaves 2005 en Vila, Infantino y Castro 2011).

Continuando con el análisis de Vila, Infantino y Castro (2011), las etapas del ciclo vital se cargaron valorativamente colocando a la "adulthood" en la cima de la curva ascendente, previo a la cual se ubicarían la niñez y la adolescencia/juventud como etapas de desarrollo inferiores. A lo largo del siglo XX, diferentes teorías académicas han aportado maneras de conceptualizar a los jóvenes, generalmente

homogeneizándolos con características propias de las sociedades occidentales. Estas conceptualizaciones de la juventud en el siglo XX se contrastan con dos procesos socioeconómicos y políticos: por un lado, la vinculación estrecha de la categoría juventud con las pautas de consumo transnacionales que desarrolla el mercado capitalista y por otro lado, la progresiva modificación de las relaciones entre las generaciones y las condiciones de socialización de lo que se define como juventud. Por lo tanto, según Feixa (2000) asistimos a dos fenómenos: un desdibujamiento de la juventud como categoría de edad evolutiva y la transformación de dicha categoría en un modo de producción de subjetividad y consumo cultural, regulado por la producción capitalista transnacional. Los jóvenes, según Reguillo (2000) se encuentran inmersos en una red de relaciones y de interacciones sociales, múltiples y complejas. Por lo tanto, a los fines de esta investigación, estamos situando a jóvenes atravesados por la academia (la universidad), algunos conjuntamente con el trabajo, otros con el apoyo de la familia, con becas y con situaciones familiares y personales que los configuran, no sólo como estudiantes sino también como empleados, becarios, y a todos en general como consumidores de bienes y servicios.

La oferta académica de la FCEJS incluye carreras pertenecientes a las Ciencias Sociales<sup>3</sup>, incorporados en los tres departamentos que se dividen para nuclearlas: Departamento de Ciencias Sociales, Departamento de Ciencias Económicas y Departamento de Ciencias Jurídicas. De a poco las ciencias económicas y jurídicas han podido ir construyendo objetos de estudio para desarrollar en proyectos de investigación, como así también de extensión, aunque fue un gran desarrollo y aporte implementar el vínculo entre las diferentes disciplinas que la constituyen para poder desarrollar trabajos de gran aporte.

---

<sup>3</sup> Más allá de los debates epistemológicos acerca de las divisiones de la Ciencias en sus disciplinas, en la FCEJS las Ciencias Sociales se representan en un departamento diferente de las Económicas y Jurídicas.

En nuestro caso particular y considerando lo que al comenzar recuperamos de Reguillo pensando a los jóvenes inmersos en relaciones múltiples y complejas y además teniendo en cuenta que en los estudios de juventudes (en la FCEJS, en particular y en Argentina, en general) el eje estudios del mercado con aspectos vinculados a los consumos y el circuito de capitales no está siendo muy desarrollado, surgen las siguientes preguntas de investigación que van configurando el problema: ¿Cuáles son las configuraciones socioculturales de los jóvenes universitarios de FCEJS que influyen en sus decisiones económico-financieras? ¿Cuáles son los condicionantes económicos de los jóvenes universitarios que determinan sus consumos y circuito de capitales? ¿Las decisiones mercantiles y financieras de los jóvenes universitarios están definidas por el perfil de su carrera universitaria? ¿Cómo influyen los nuevos usos del dinero electrónico en la vida de los jóvenes? ¿Hay políticas bancarias que influyen en la utilización de los jóvenes de medios de pago electrónicos?

### **Consumos culturales y jóvenes**

Las relaciones sociales entabladas entre los jóvenes universitarios en el sistema productivo de los medios de pago y los condicionantes que han determinado dicho involucramiento, necesitan pensarse a partir de los consumos culturales. Respecto de dicha categoría es definida como *“el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”* (García Canclini, 1999 en Sunkel, 2002).

A partir del recorrido realizado por Grillo, Papalini y Benítez (2016) en su libro *Públicos y Consumos Culturales en Córdoba de 1997*, Mata presenta una discusión conceptual introductoria, donde sostiene que los estudios sobre consumos culturales procuran observar el consumo como parte de procesos culturales más amplios y complejos que los estudios de recepción de medios. Así, define al consumo como el

*“conjunto de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y usos de bienes”* (Mata, 1997, p. 8). Además, Mata (1997) considera que el consumo es una práctica que constituye un espacio de intersección entre las ofertas y las expectativas; espacio en el que se produce una negociación entre “intereses y motivaciones” de productores y consumidores. También será una práctica significativa en tanto implica un modo de actuar y reconocerse, un modo de identificación. Al mismo tiempo, es una experiencia histórica que pone en juego competencias específicas derivadas del aprendizaje de la propia práctica en la cual se articulan pertenencias culturales más globales, adscripciones sociales al sistema productivo y cuestiones de acceso a bienes simbólicos y materiales (Mata, 1997).

La complejidad de los jóvenes y la complejidad de los consumos culturales se encuentran interrelacionados con categorías también complejas como son la cultura y la identidad que adquieren a partir de la elección y utilización, en nuestro caso, de los productos ofrecidos por las instituciones bancarias como tarjetas de crédito y débito y la utilización de cajeros electrónicos, home banking y diferentes herramientas tecnológicas, las que podrán ser analizadas teniendo en cuenta los consumos culturales de los jóvenes, *“Hablar de cultura, es hablar de un ‘nosotros’ que constituye la base de las identidades sociales, fundadas en las formas simbólicas- que son las que permiten observar a los grupos culturales-sociales, reconocerlos, clasificarlos y diferenciarlos, tendríamos que afirmar que las identidades sociales operan de tal forma, porque existe otro, del que hay que diferenciarse”* (País Andrade, 2011, p. 42).

### **Los jóvenes y la economía de mercado**

País Andrade (2011) en su investigación, recupera una investigación realizada en el marco de la Unidad de Información y Comunicación dependiente de la Dirección Nacional de Gestión Curricular y Formación Docente del Ministerio de Educación,

Ciencia y Tecnología en donde se analizan las visiones que predominan en el mercado respecto de los jóvenes argentinos. En dicho trabajo se plantean como interrogante “¿qué representaciones tienen los agentes del mercado respecto de los jóvenes? ¿Cómo son pensados, conceptualizados y categorizados?” (Itzcovich, 2007, p. 2 en País Andrade, 2011). Considerando que el término juventud despliega múltiples significados, recuperaremos los significativos a los fines de esta investigación:

*“a) la actitud de “ser joven” se asocia “naturalmente” a la capacidad de aprender cosas nuevas” (...) a la capacidad de asumir riesgos, de vivir el presente sin importar el futuro, de conectarse con las situaciones de placer, más allá de las consecuencias. c) la juventud como segmento de mercado, es una “oportunidad de negocio”. (...) el segmento adolescente o teen resulta relevante para muchas de las empresas del mercado, ya que aunque no constituyen el volumen en términos de negocio son visualizados como los que motorizan el consumo al interior de los hogares” (Itzcovich, 2007 en País Andrade, 2011).*

Por lo tanto, continuando con País Andrade (2011), se reconoce que la relación que se reconstruye entre los jóvenes y los consumos, toma relevancia en los ámbitos del mercado.

El desarrollo de los jóvenes y las decisiones económicas son posibles debido a la inserción de los sujetos en general en una Economía de Mercado, determinada por una Sociedad de Mercado. Según Polanyi (2007), la economía de mercado es un sistema económico controlado, regulado y dirigido sólo por los precios del mercado, el orden en la producción y distribución de bienes se encomienda a este. La economía de mercado produce una transformación en la estructura de la sociedad, hallándose una separación entre la esfera económica y la esfera política. Ante esta situación el poder de compra se provee y regula por la propia acción del mercado y en la organización productiva, el dinero-mercancía es “dinero simbólico”. Como tal, el dinero simbólico,

está cargado de un sentido que se expresa en las diferentes formas por y en las cuales necesitan llegar a nuevos grupos. Los jóvenes, hoy como estudiantes y en un futuro como profesionales, se desarrollan en un ámbito que no se encuentra exento del uso de alternativas de pago y financiamiento.

*“No puede existir ninguna sociedad en la que el poder y la compulsión estén ausentes, ni un mundo donde la fuerza no desempeñe ninguna función”* (Polanyi, 2007, p. 318). Pero siguiendo a Polanyi, ese era el resultado de una concepción de la sociedad basada en el mercado, en las cuales se relacionaban economía con relaciones contractuales y a éstas con la libertad. La visión estaba limitada por la fragmentación de la vida en los sectores de los productores y los consumidores, *“uno derivaba su ingreso ‘libremente’ del mercado y el otro lo gastaba ‘libremente’ allí”* (Polanyi, 2007, p. 318), lo que sucedía es que la sociedad estaba invisible en estas relaciones, pero el poder y el valor económico son un paradigma de la realidad social. Por lo tanto, a los fines de este trabajo, compartimos con Polanyi, la posibilidad de pensar que abandonar la utopía del mercado, nos encuentra frente a la realidad de la sociedad, donde se hace necesario una plena reorganización de las instituciones sociales, antes de la anulación de los valores que aún perduran.

### **Nuevas tecnologías de consumo y jóvenes**

Pensar en la bancarización de los jóvenes a través de las nuevas tecnologías, en este trabajo denominadas “tecnologías bancarias y de consumo” implica repensar culturalmente a los jóvenes como conocedores de todo aquello que sea innovador, nuevo y tecnológico. Pero es importante repensar si los ellos son realmente conocedores o si tal vez no son perjudicados por el imaginario de que los jóvenes son parte de la innovación. Es necesario profundizar el análisis de los jóvenes y su relación con las nuevas tecnología de consumo considerando su vínculo cotidiano con un proceso de bancarización, que de cierto modo, se le ha sido impuesto a los jóvenes

universitarios para su cotidiano vivir: pagan su pasaje para ir a estudiar y/o trabajar; compran la merienda, la comida, pagan la entrada para sus diferentes opciones de esparcimiento y lo que consumen; compran ropa, regalos, fotocopias, artículos de librerías; pagan los impuestos; deben asistir al banco a firmar papeles para abrir la cuenta bancaria, cobrar el cheque, buscar la tarjeta de débito y/o crédito, cobrar en efectivo, utilizar el cajero, entre tantas otras actividades...

En una economía de mercado que trasciende fronteras y se propaga por todo el mundo, consideramos que es necesario el diálogo con las ciencias de la comunicación para reflexionar el lugar que ocupan las nuevas tecnologías en la vida de los sujetos. Particularmente, al mencionar las nuevas tecnología de consumo, es decir en relación con el sistema productivo y los medios de pago, se reconocen el uso de nuevas modalidades de pago a través de servicios como Home Banking, Mercado Pago, los cajeros automáticos y el uso de tarjetas de débito y crédito, disminuyéndose el uso del dinero en efectivo (billetes y monedas).

Por lo tanto, desde el campo de la comunicación, se reconoce que este fenómeno, según Pasquali (1980), guarda profundas y esenciales relaciones extra-tecnológicas con la sociología, la cultura, la política, el poder, la economía, la psicología individual y social, los códigos y formas expresivas, el derecho y la antropología,

*“La comunicación no debe comprenderse porque el teléfono y las computadoras, la gran industria radioeléctrica o las comunicaciones espaciales, hayan ‘creado’ un problema inexistente, sino porque el avance tecnológico y la universal difusión cuantitativa de los medios han problematizado, creado inmensos privilegios y otorgado nuevas dimensiones a una función permanente, esencial e inherente a la naturaleza humana: la de comunicarse con sus semejantes” (Pasquali, 1980, p. 33).*

Por lo tanto, pensar en la inserción de las nuevas tecnologías en la economía, y específicamente en el circuito comercial, permite reconocer la existencia de los

avances tecnológicos en este campo. La sociedad de la información es un *“nuevo sistema tecnológico, económico y social. Una economía en la que el incremento de la productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales), sino de la aplicación de conocimientos e información de la gestión de producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos”* (Castells, 2008).

Fornasari (2014), en su trabajo recupera a Raymond Williams en *Television: Technology and Cultural Form* (1974) quien presenta un análisis sobre la relación entre lo tecnológico y lo socio-cultural. El autor presenta una mirada donde incorpora la relevancia que las formas culturales imprimen a la relación con la tecnología, donde ésta siempre es el resultado de luchas sociales entre intereses diversos en torno a su aplicación y que puede desarrollarse de distintas maneras según sean los poderes que se pongan en juego, es decir, que no es posible abstraerse de su incorporación en procesos culturales más amplios. También se aborda “lo tecnológico” a partir de lo que plantea otro autor del campo de la comunicación como Jesús Martín Barbero en su libro *El Oficio de Cartógrafo* (2002) cuando dice *“lo que de ‘nuevo’ traen las últimas tecnologías de comunicación hay que estudiarlo en relación al movimiento de lo social y no sólo al de la innovación tecnológica. (...) Esto es, la forma en que se inscriben en la cotidianeidad afectando el funcionamiento de la sociedad civil. Pues ya no afectan la vida cotidiana desde algún punto en especial, sino que se instalan en todos, la afectan desde todos, creando una red electrónica que como ‘nuevo tejido’ vendría a suplir las viejas formas de asociación social”* (Martín Barbero, 2002, p. 200).

Becher (2011) en su trabajo recupera a Heller (1996) que había previsto la posibilidad de la contingencia del tiempo y el espacio en la Sociedad de la Información (SI) *“los hombres modernos comienzan a experimentar su contingencia como el signo de interrogación que ahora reemplaza la espacialidad fija (país, ciudad, rango) de su destino señalado. El futuro es abierto como espacio indeterminado”*. *“En los años ‘90*



*el surgimiento de Internet que se convierte en una herramienta clave de la globalización, como el primer soporte de la virtualidad, inicia un nuevo mundo que irá evolucionando paulatinamente produciendo cambios trascendentales en la vida cotidiana de la población”* (Becher, 2014, p. 123). Se fueron encontrando en Internet diferentes funciones como un sistema que posibilitó estar continuamente conectado con las tendencias mundiales, lo que posibilitó la globalización. A partir del análisis realizado por Becher (2014) podemos ver cómo los jóvenes hicieron parte de su vida a Internet, principalmente a partir de dos necesidades: la de acceder a un mundo de conocimientos mucho más amplio y la vida lúdica y/o reuniones familiares o sociales se trasladaron a la red. Una red que genera la posibilidad de reducir espacios, de entrar en contacto con otros conocidos o desconocidos, socializar fotos y videos, hacer conocer opiniones o informaciones que los medios de prensa escrita no tienen en sus agendas y circulan a través de las redes sociales. Encontramos un sujeto/consumidor que se halla atravesado por nuevas formas tecnológicas que podrían estar reconfigurando sus prácticas cotidianas.

Palazzesi y otros (2015), reconocen que las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICS) no remiten sólo a los aparatos (hardware y software) con los que convivimos cotidianamente sino a nuevas percepciones y lenguajes, que traen consigo nuevas conversaciones, nuevas formas de estar juntos. El uso de las TIC'S es parte de la vida cotidiana de los ciudadanos y las tarjetas, mencionadas como dinero electrónico en nuestro trabajo, son parte de un entramado de posibilidades que aportan las TIC'S. Según Castells (1999) lo que caracteriza a la revolución tecnológica que estamos viviendo no es el carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos. Este proceso no sólo tiene que ver con las tecnologías de la información y la comunicación como un conjunto de herramientas

que los usuarios utilizan para llegar a determinados fines sino como espacios, lenguajes, prácticas que las mismas personas crean y modifican activamente; es decir, que la sociedad de la información supera la incorporación de la tecnología.

De acuerdo al análisis desarrollado por Palazzesi y otros (2015), es inevitable que el avance de la TICS vaya configurando nuevos escenarios de convivencia y entornos con lenguajes y modos de funcionamiento particulares. Sin embargo, las personas que habitamos estos entornos debemos alfabetizarnos tanto desde la perspectiva técnica como desde la mirada crítica y ética del uso de ellos. Esto no quiere decir que los jóvenes estén exentos de este aprendizaje por mayores conocimientos técnicos que hayan adquirido naturalmente por haber crecido junto con las TICS. Como así tampoco, que cuanto más prejuicios tengan los adultos sobre las nuevas formas de estar juntos en la red, menos se va a poder hacer un acompañamiento que promueva el uso seguro y responsable de las nuevas tecnologías, sino que es posible pensarse a los jóvenes universitarios en general y al resto de los sujetos como usuarios activos de las nuevas formas de pago, a las cuales no deberíamos permanecer ajenos debido a los fuertes avances que pueden traer como consecuencias grandes brechas que dificultarían el desarrollo económico-social de los jóvenes.

### **Reflexiones finales que apuntan a futuras conclusiones**

Teniendo en cuenta que nuestro eje y sujetos de estudio son los jóvenes universitarios, se reconoce como categoría transversal, la de juventudes. De acuerdo a la propuesta de Reguillo (2000), partimos de la necesidad de reconocer el carácter dinámico y discontinuo de las culturas juveniles. Compartimos con la autora que *“pensar a los jóvenes en contextos complejos demanda una mayor articulación entre las diferentes escalas geopolíticas, locales y globales y un tejido más fino en la relación entre las dimensiones subjetivas y los contextos macrosociales”* (Reguillo, 2000, p. 46).

Es decir, que para poder entender a los jóvenes como una categoría social construida, necesitamos comprender su inmersión en una red compleja y múltiple de relaciones sociales, culturales, económicas, académicas, entre otras. Por lo tanto, para poder reconocer los motivos de diferentes decisiones y acciones, como así también el desarrollo de las mismas, se hace necesario analizar las relaciones de producción en las sociedades capitalistas y la sociedad de mercado en la cual se desarrollan los jóvenes universitarios.

Las relaciones sociales entabladas entre los jóvenes universitarios en el sistema productivo de los medios de pago y los condicionantes que han determinado dicho involucramiento, necesitan pensarse a partir de los consumos culturales. La complejidad de los jóvenes y la complejidad de los consumos culturales se encuentran interrelacionados en una categoría compleja como es la cultura y la identidad que adquieren a partir de la elección y utilización, en nuestro caso, de los productos ofrecidos por las instituciones bancarias como tarjetas de crédito y débito y la utilización de cajeros electrónicos, home banking y diferentes herramientas tecnológicas y podrán ser analizadas teniendo en cuenta los consumos culturales de los jóvenes.

Esta presentación propone un recorte para repensar las categorías teóricas a considerar para un análisis más amplio en un estudio de caso específico. ¿Los jóvenes universitarios están Bancarizados? ¿Qué conocen y desconocen los jóvenes? ¿Confían en instituciones económico-financieras? ¿Cómo preparar a los jóvenes para un mundo económico-financiero en constante cambio?, tal vez este recorrido comience a delinear respuestas que nos aproximan a una bancarización inevitable en un mundo tan complejo.

### Referencias bibliográficas

Becher, Yussef (2014) La vida cotidiana, las juventudes e Internet. Algunos datos sobre los jóvenes de San Luis en Con voces propias. Miradas juveniles contemporáneas. Editorial El Tabaquillo. Villa Mercedes- San Luis, Argentina.

Borobia, Raquel (Coord. et.al.) (2014) Estudio sobre juventudes en Argentina III: de las construcciones discursivas sobre lo juvenil hacia los discursos de las y los jóvenes. Editorial Publifadecs. Neuquén, Argentina.

Castro, Graciela (2005) Los jóvenes y la vida cotidiana: elementos y significados de su construcción. Espacio Abierto, vol. 14, núm. 1. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.

----- (2004) Los jóvenes: entre los consumos culturales y la vida cotidiana. Año 8 – Nº 14 KAIRÓS, Revista de Temas Sociales Universidad Nacional de San Luis.

Chaves, Mariana. (2006) Informe Investigaciones sobre juventudes en Argentina: estado del arte en Ciencias Sociales. Proyecto: Estudio Nacional sobre Juventud en la Argentina. Instituto de Altos Estudios Sociales dependiente de la Universidad Nacional de San Martín. La Plata, Argentina.

Chaves, Mariana; Cortés, Fernanda; Flaster, Gabriela; Galimberti, Carlos; Speroni, Mariana (2013) En busca de nuevas cartografías para un campo de estudios en consolidación: balance y perspectivas a seis años del informe “Investigaciones sobre juventudes en Argentina: estado del arte en ciencias sociales 1983-2006”. Sudamérica. Nº2. Universidad Nacional de Mar del Plata.

Castells, Manuel (1999) La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura. Siglo XXI. México.

Feixa, Carles (2000). Generación @. La juventud en la era digital, Nómadas, 13, pp. 76-91.

González y Collado (2016) Estudios sobre Juventudes en Argentina IV “Juventudes. Campo de saberes y campo de intervención. De los avances a la agenda aún pendiente. Compilación de la IV Reunión Nacional de Investigadores/as en Juventudes Argentina (ReNIJA) 2014. San Luis, Argentina. Editorial Universitaria.

Grillo, Mabel; Papalini, Vanina; Benítez Larghi, Sebastián (2016) Estudios sobre consumos culturales en la Argentina Contemporánea. CLACSO- CODESAC-PISAC. Buenos Aires, Argentina.

Hintze, S. (2006) Políticas sociales argentinas en el cambio de siglo. Buenos Aires. Espacio Editorial.

Guiñazú, M. C. (2008) Ciudadanía y desarrollo humano en América Latina. Nueva Sociedad, 215.

Martín Barbero, Jesús (2002) El oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. FCE. México.

Mata, María Cristina (1997) Públicos y consumos culturales en Córdoba. CEA. Córdoba.

País Andrade, Marcela Alejandra (2011) Cultura, Juventud, Identidad: una mirada socioantropológica del Programa Cultural en Barrios. - 1a ed. - Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora, 2011. - (Colección Tesis) E-Book.

Palazzesi y otros (2015) Prácticas y percepciones de los jóvenes rosarinos sobre el uso seguro y responsable de las Tic's. En Actas XIX Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Universidad Nacional del Nordeste. Corrientes, Argentina.

Pasquali, Antonio (1980) Comprender la comunicación. Monte Ávila, Caracas.

Polanyi, Karl (2007) La Gran Transformación. Crítica del liberalismo económico. Fondo de Cultura Económica. México.

Reguillo, Rossana (2000) Estrategias del desencanto. Emergencia de culturas juveniles. Editorial Norma. Buenos Aires, Argentina.

Urteaga Eguzki (2009) Orígenes e inicios de los estudios culturales. Gazeta de Antropología.

Villa Alejandro, Infantino Julieta y Castro Graciela (2011) Culturas Juveniles. Disputas entre representaciones hegemónicas y prácticas. Editorial Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico. Buenos Aires, Argentina.