

Somos en el lenguaje y a través de él

Sabine Pflieger
Coordinadora

El lenguaje como
sistema complejo en el
estudio de fenómenos sociales



Universidad Nacional Autónoma de México

La presente obra está bajo una licencia de:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>



Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

This is a human-readable summary of (and not a substitute for) the [license](#). [Advertencia](#).

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material

La licenciente no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:



Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciente.



NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con [propósitos comerciales](#).



CompartirIgual — Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la [misma licencia](#) del original.

Esto es un resumen fácilmente legible del:
texto legal de la licencia completa

En los casos que sea usada la presente obra, deben respetarse los términos especificados en esta licencia.



**Dime lo que tienes y te diré
quién eres: Dinero, ideología
neoliberal y la transición
identitaria del 'ser' al 'tener'.
Un estudio de caso para México**

SABINE PFLEGER
& JOSÉ EDUARDO
MEJÍA VENEGAS

Money makes the world go 'round

Cabaret

Si de dinero se trata, raras veces estamos hablando exclusivamente de cosas materiales. El dinero más frecuentemente es el símbolo a tener una vida plena llena de bienestar, reconocimiento y seguridad.

En nuestras sociedades capitalistas y financiarizadas el dinero es un símbolo inequívoco de quiénes somos, a través de lo que tenemos, lo que a su vez le indica a los demás la posición que ocupamos dentro de la estructura social. El tener dinero o carecer de él permite una renovada construcción compleja de cómo entendemos al 'ser' en una sociedad con una identidad que se valora o se devalúa de acuerdo a lo que se tiene (Morin, 2004; Bastardas Boada, 2012; Mejía Venegas, en preparación). Pero de ninguna manera es la identidad del 'tener' un invento de la actualidad, si bien los desarrollos económicos recientes han acelerado notablemente esta idea (Piketty, 2013; Simmel, 2013; Beck, 2002; Oliva, 2013; Cesarman, 1982; Duménil & Lévy, 2007). Como Harris observa, el ser humano siempre se ha "guiado por esquemas culturales en sistemas de significación históricamente creados en virtud de los cuales formamos, ordenamos, sustentamos y dirigimos nuestras vidas" (1977: 38). Y, sin duda alguna, uno de estos esquemas de significación sociohistóricos y culturales más importantes es el dinero. El dinero en

todos los discursos y prácticas, en todas las épocas, nos ha proporcionado nociones del 'ser' a través del 'tener' generando con ello modelos mentales complejos de identidad; así conocemos categorías estables de identidad de 'ricos y superricos', de 'pobres y marginados', de 'endeudados y prestamistas', de 'arruinados y ganadores', y de 'suertudos o perdedores'. Todos ellos son modelos mentales identitarios arraigados que asignan a sus portadores un lugar específico y definido en una estructura social determinada. Pero no solamente precisa el lugar social del individuo dentro de la colectividad sino también son modelos que vinculan emociones, valores, creencias y actitudes colectivas. Alrededor del dinero emergen construcciones simbólico-identitarias con estructuras emo-cognitivas poderosas que generan un sistema complejo conceptual (Barsalou, 2012) mediante las cuales el individuo busca identificarse con los demás miembros de su comunidad de práctica. El dinero nos proporciona la justificación en actitudes, valores y convicciones de un modelo identitario que transitó, en el marco de la ideología neoliberal, de un núcleo del 'ser' hacia un núcleo del 'tener', marcando nuestras relaciones sociales y la pertenencia o exclusión a grupos o sectores de la sociedad (Tajfel & Turner, 1986: 9), que en consecuencia prueba la validez del dicho que da nombre a esta contribución: dime lo que tienes y te diré quién eres.

En este artículo presentamos, para el caso de México, la transición de una sociedad con un modelo económico desarrollista hacia un modelo neoliberal, y las consecuencias que esta transición tiene sobre las construcciones culturales identitarias en la sociedad mexicana. Se discute mediante un análisis cualitativo y cuantitativo la estructura compleja de la valorización del sistema del dinero y los movimientos identitarios (shift, Talmy, 2002) del 'ser' al 'tener' que se generan a partir de ello.

1. Construcción de la identidad e ideología neoliberal

El dinero en nuestras sociedades actuales pasó de ser un medio de pago o de intercambio de bienes y servicios a ser un símbolo del 'ser'. El dinero no es un concepto aislado, sino que se ha transformado en un sistema de ideas o creencias socialmente compartido que controla de manera decisiva las prácticas sociales, así como las representaciones a partir de estas prácticas (van Dijk, 2006). El dinero es una interfaz de significación entre las estructuras sociales de grupos, sus discursos y las prácticas socialmente consensuadas controlando así las construcciones simbólicas en las comunidades de práctica y de discurso convirtiéndolos en "colectividades ideológicas" (van Dijk, 2006: 15) que se basan en la adquisición y acumulación de bienes y menos en la transmisión de variables sociales tradicionales como la familia, el trabajo o la comunidad (Sasse, 2017). La ideología materialista y consumista define el grado de autoestima individual prometiendo felicidad a los individuos. Sasse (2017: 155) anota al respecto que

well-being can be measured by what they own, that buying things would make them happier, and that they get a lot of pleasure simply from shopping and buying things. [...] The hunting like act of shopping might actually substitute for the innate yearning to quest and venture.

Las reproducciones discursivas constantes en todas las estructuras sociales, desde la familia y escuelas hasta la academia e instituciones políticas, y por supuesto, los medios de comunicación cimientan la ideología del "consumo, luego soy".

Sin afán de entrar en una discusión filosófica sobre el 'ser' y el 'tener' que rebasaría el marco de esta contribución es, sin embargo, preciso fijar algunos aspectos eje de ambas nociones para entender como el dinero ejerce control sobre las representaciones sociales produciendo un movimiento hacia el 'tener'. Para Fromm (2007: 92) el

modo de 'ser' tiene como requisitos previos la independencia, la libertad y la presencia de la razón crítica. Su característica fundamental es "estar activo, y no en el sentido de una actividad exterior, de estar ocupado, sino de una actividad interior, el uso productivo de nuestras facultades [...]".

En esta visión idealizada hablaríamos de un individuo o una colectividad que no depende de ideologías, ya que es ilustrado en el uso de su razón crítica. Este modelo del ser humano racional se fundamenta en valores como el talento o el humanismo y promulga una visión social justa priorizando la ilustración y la razón.

Pero este modelo racionalista no siempre coincide con las necesidades emocionales y afectivas intrínsecas a los individuos o una comunidad. La ideología neoliberal no comprende al ser humano como un ente complejo que busca múltiples satisfacciones más allá de lo racional-material. En el modelo neoliberal se transfieren las ideas económicas de la producción y distribución eficiente al espacio de la vida misma prometiendo felicidad y satisfacción a sus seguidores. La búsqueda perenne de la felicidad mediante lo material hace que los individuos se aislen cada vez más de sus estructuras sociales tradicionales con el resultado de sentimientos de incertidumbre por no saber ya cómo definirse dentro de la sociedad. A estos sentimientos de incertidumbre identitaria, la ideología del dinero pregona que una vida plena solamente se alcanza a través de la acumulación de un número creciente de posesiones. Y estas posesiones no responden a bienes funcionales básicos sino a objetos que representan una extensión del propio ser. Con ello el individuo entra a una espiral ininterrumpida del "want triumphing over need" (Sasse, 2017: 164).

Objetos como teléfonos inteligentes, televisores, ropa de marca, pero también posesiones inmateriales como la belleza, la salud o el tipo y grado de escolaridad definen el 'ser', y siempre se pueden acumular o alcanzar más. Bienes y cosas se convierten en el elemento clave del estatus social del individuo. La identidad se nutre de lo que

uno tiene y no de lo que uno es. Como consecuencia del apego a las cosas materiales, el yo se tiende a aniquilar en favor del bien material. Se impone así un orden de valores donde priva la libertad individual para acceder al consumo de satisfacciones y placeres. Esta libertad individual rechaza cualquier interferencia del estado, se opone a planes sociales, desconoce la virtud de la comunidad, y sólo acepta las leyes del mercado. Y así, el poseer dinero domina las prácticas sociales de muchas sociedades.

2. La ideología neoliberal en México

América Latina y México no son la excepción. El pensamiento de corte neoclásico fue y es influyente desde hace más de treinta años en la dirección de la política y la economía en la región donde las empresas pueden crear riqueza y bienestar sin la interferencia del gobierno (Guillen, 2003). A lo largo de muchas décadas del siglo pasado se gestan dos principales líneas de pensamiento en México: los que apoyan a una intervención estatal garante para el fortalecimiento de la economía, y otros que están a favor del libre mercado y su autorregulación, según el lema: *laissez faire et laissez passer, le monde va de lui même*.¹

México optó por el camino del libre mercado. La sociedad mexicana a fines del siglo diecinueve e inicios del veinte vio en la llegada de este modelo una promesa para mejorar sus niveles de vida. Pero hasta la fecha esta esperanza a una mejor vida no se ha cumplido porque hasta la fecha únicamente se ha acelerado la privatización de la propiedad estatal o comunal y ejidal, que, aunado a los flujos inhibidos de capitales volátiles mantuvo, y en muchos casos, profundizó la polarización de la sociedad mexicana manteniéndolos simultáneamente en niveles de pobreza constantes.

¹ Trad.: Dejen hacer, dejen pasar, el mundo va solo.

Se le atribuye al sexenio del ex-presidente Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988) la implementación del modelo neoliberal en México que, posteriormente, bajo el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) fue llevado a su culminación y madurez. En consecuencia, desde los años 90, se “normaliza” el pensamiento neoliberal en la sociedad mexicana, es decir, las relaciones visibles feno-situacionales del pensamiento neoliberal en México ahora no sólo atañen al ejercicio teórico a nivel académico o político, sino también inciden en los niveles geno-situacionales más profundos de la percepción identitaria de la sociedad mexicana (Matus, 1990). El consumo es lo que marca ahora el ‘quién es quién’ y con ello se fomenta un estilo de vida que promueve la cosificación de todo lo vivo.

En el proceso hacia la construcción ideologizada de la identidad neoliberal en México, los medios masivos de comunicación tienen un papel muy importante porque es aquí donde se difunden aquellos estilos de vida de “éxito” mediante estereotipos que propagan modelos idealizados del “ser” que se basan en nociones del ‘tener’. Dado que estos modelos idealizados no son alcanzables para la mayoría de los mexicanos, se producen nuevos frentes de competencia social que corroen continuamente el tejido y las estructuras sociales tradicionales, tanto a nivel micro como a nivel macro.

Un ejemplo de lo anterior es el creciente clasismo como forma de discriminación que ha llevado no sólo al rechazo a cierta apariencia de las personas sino que también produce nuevos grupos sociales que se identifican a través del dinero. En contraste a estos nuevos grupos sociales pudientes y urbanos están los que no tienen dinero, sobre todo en zonas vulnerables o aquellos que pertenecen a una economía informal. El resultado es una sociedad sumamente desigual con gente extremadamente rica por un lado, y extremadamente pobre, por el otro. Frente a los pocos beneficiados de la ideología neoliberal existe un 50% de la población mexicana que viven en algún grado de pobreza. La oposición débil formada por académicos y por la sociedad civil

urbana no ha logrado integrar a estos excluidos de la sociedad que el mismo sistema capitalista genera.

La lucha es entonces la de una sociedad en la que se devalúan cada vez más el trabajo productivo y la educación, donde el esfuerzo colectivo pasa a las actividades comerciales inmediatas, tratando de replicar los estereotipos identitarios mediáticamente difundidos.

La teoría neoliberal promueve un ser humano formado de manera unidimensional y enfocada en la cultura del dinero. Del mismo modo, el sistema empresarial y la clase política no asumen su responsabilidad social y buscan exclusivamente maximizar sus ganancias. Las finanzas son ahora el eje rector para la especulación y las nuevas formas de generar riqueza, tanto para los individuos como para las grandes empresas. El crecimiento y las ganancias obtenidos de los servicios financieros en México tienen tasas de rentabilidad mucho más altas que el crecimiento promedio general del país. Podríamos decir que la fuerza productiva del trabajo es subsumida por el campo financiero. De esta manera se forman burbujas especulativas a nivel local y regional.

Con la firma del *Tratado de Libre Comercio de América del Norte* (TLCAN), entre México, Estados Unidos de América y Canadá se acelera además la pérdida de la cultura local a favor de una 'americanización' de la vida nacional y la disposición inminente de privatizar y extranjerizar sectores estratégicos de la economía mexicana. Con la financierización, las empresas industriales destinan sus recursos prioritariamente a actividades financieras en detrimento de la inversión productiva, afectando el empleo y los salarios (Guillen, 2005: 111).

3. La ideología del dinero y la transición del 'ser' al 'tener' en México

En México esto lleva al desprestigio del trabajo humano frente a los servicios financieros y especulativos (Castaingts, 2002: 234). La sociedad

mexicana es un buen ejemplo de la ruptura con los códigos, signos, símbolos y valorizaciones éticas tradicionales para convertirse en un sistema individualista en el que el dinero es el supremo anhelo material, moral y social. Las carreras más buscadas son las de administración de empresas y finanzas o economía porque prometen mejores sueldos en el mercado laboral (cf. Instituto Mexicano de la Competitividad, IMCO, 2016) y con ello el respeto y el reconocimiento dentro de la estructura social. La mayoría de los jóvenes buscan empleos de ‘cuello blanco’ en bancos, aseguradoras o el sector financiero, en detrimento de muchas otras áreas que dentro de esta ideología resultan poco atractivas para el logro del éxito personal y el reconocimiento social.

El joven mexicano se define por el dinero y se delimita por la cantidad que posee (Castaings, 2002: 24). El resultado es la construcción de una identidad ideologizada con un núcleo arraigado en el individualismo a través del dinero, es decir, la construcción identitaria es mediante el ‘tener’ dinero. El ‘tener’ dinero, la simultánea desvalorización del trabajo productivo y el auge del campo financiero dan prioridad al capital dinerario, sea comercial y sobre todo financiero. Lo que importa es el capital que rinde intereses, o *Geldhandelskapital* (Dussel, 2014: 126) en detrimento del capital productivo. Todo se subsume al dinero desde la producción de bienes y servicios, los niveles de consumo y hasta las propias finanzas estatales.

En esta investigación nos interesa si estas apreciaciones generales se pueden verificar en datos concretos. Estudiamos las valorizaciones que dan jóvenes mexicanos al dinero y como se significan en un ambiente económico y político neoliberal.

4. Metodología

Para comprobar las valorizaciones del dinero en un entorno neoliberal ideologizado entre un grupo de mexicanos de 20 a 30 años de edad

usamos un modelo multimodal cuantitativo y cualitativo que reúne análisis del discurso, análisis estadístico, así como representaciones visuales-gráficas. Este método multimodal responde a la descripción compleja del posicionamiento identitario de los sujetos en relación con la valorización del dinero.

En un primer paso llevamos a cabo un estudio exploratorio a mexicanos jóvenes, realizándoles preguntas semi-abiertas asociativas acerca de la valorización del dinero para entender cuáles son los conceptos más recurrentes de su posicionamiento identitario con relación al 'ser' y el 'tener' .

En un segundo paso, tomamos los datos de la encuesta y generamos una matriz de impacto cruzado para ver cómo se relacionaban los conceptos. Y, por último, vaciamos los datos en una visualización en PAJEK para determinar los patrones relacionales más recurrentes de los conceptos, y determinar, si efectivamente teníamos indicios suficientes para poder argumentar una transición identitaria del 'ser' hacia el 'tener' en la sociedad mexicana bajo la influencia de la ideología neoliberal.

5. Análisis

La mitad de los encuestados contestó que para ellos el dinero se relaciona, sobre todo, con 'cosas', es decir, la acumulación de posesiones materiales. La selección de sus asociaciones remite claramente al modelo del consumo dentro del modelo neoliberal, y en sus comentarios se refleja toda la gama de cosas que se pueden adquirir con dinero; desde viajes, a ropa, desde zapatos a productos de lujo de todo tipo. La otra mitad de los encuestados asocian con el dinero la adquisición de bienes no materiales como felicidad, bienestar o éxito. Estos resultados apoyan nuestra hipótesis de que el dinero –dentro del modelo neoliberal– define tanto las cosas materiales como las inmateriales y se convierte así en un elemento eje para significarse como individuo.

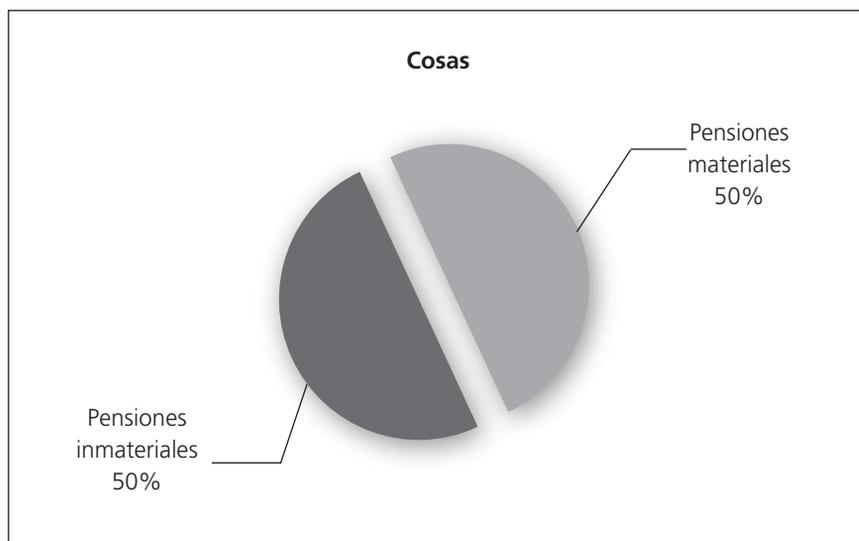


Gráfico 1. La valoración del dinero: cosas materiales e inmateriales.

Las respuestas a la pregunta de lo que los encuestados asocian con la idea de ‘tener dinero’ son aún más claras. Un 77% afirma que el dinero es indispensable no solamente para crear un patrimonio, sino adicionalmente proporciona triunfo, tranquilidad y estabilidad social garantizando un estatus social deseado. En esta categoría de ‘bienes’ queda patente que el valor del dinero va mucho más allá de lo material. El dinero significa sobre todo aquellos bienes inmateriales que son deseables para una construcción positiva y socialmente valorada del yo.

De las anteriores respuestas podríamos inferir una tendencia generalizada de los encuestados a posicionarse en el polo del ‘tener’, sin embargo, en la pregunta 3 el posicionamiento de los sujetos se dio en la dirección contraria. Un 79% contestó que en México sigue siendo posible hacer su suerte o tener éxito sin necesidad de tener dinero y sin tener relaciones influyentes. Llamamos esta categoría ‘validez de autenticidad’. Aquí se apunta hacia la idealización de un modelo identitario en el que prevalecen los valores y el ‘ser’ triunfa sobre el ‘tener’.

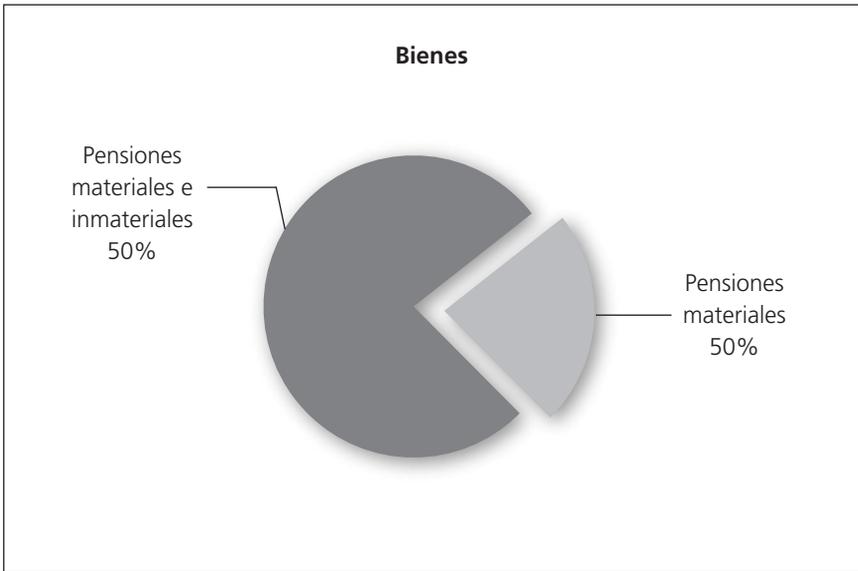


Gráfico 2. La valoración del dinero: bienes materiales e inmateriales.

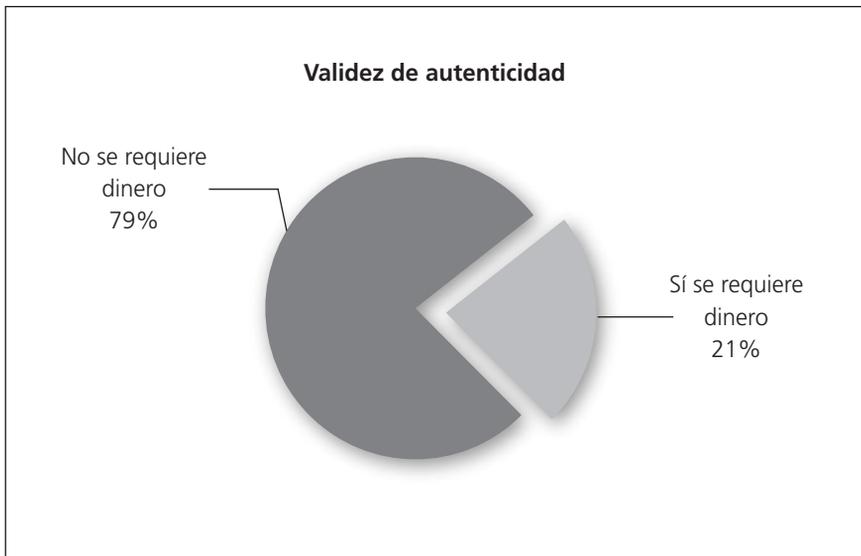


Gráfico 3. Validez de autenticidad: la valoración de 'ser'.

La totalidad de las valorizaciones atribuidas al dinero, obtenidas en las encuestas aleatorias cualitativas a mexicanos jóvenes, las representamos a continuación en categorías dentro de una matriz de impacto cruzado. En el eje vertical y horizontal de la tabla colocamos las categorías de significación más recurrentes identificados con la valorización del dinero. Ordenamos la incidencia que tiene una categoría en relación con las otras variables. Le otorgamos valores del 0 al 1. Otorgamos un 0, si carece de incidencia y 1 si tiene incidencia.

Las variables dominantes son 'ser' y 'tener', por tener el menor y el mayor número de incidencias, respectivamente. Así forman un binomio conceptual de dos polos en oposición. Como categoría neutra resaltamos a 'mérito' porque tienen igual número de incidencias que no-incidencias. Estos resultados representados en la matriz concuerdan con lo que algunos teóricos ya identificaron como la valorización central del dinero en nuestras sociedades actuales (Bauman, 2006; Giddens, 2000; Galbraith, 1992; Toussaint, 2003; Brichs, 2008; Baudrillard, 2011; Sasse, 2017).

Esta matriz de relaciones binarias, si bien apunta hacia primeros resultados sobre la valorización social del dinero, sigue siendo muy limitada si deseamos entender la estructura compleja de la valorización del dinero porque la matriz no permite representar la interrelación de todos los conceptos al mismo tiempo. Ingresamos los datos de la matriz a la plataforma PAJEK que nos posibilita ahora ver mejor la complejidad interaccional de todas las categorías. Cada categoría adquiere ahora un tamaño en relación a las demás categorías. La red compleja resultante refleja las interrelaciones de la estructura interna del sistema de la ideología del dinero. Estas relaciones no son recíprocas. Algunas categorías de valorización tienen mayor número de relaciones con respecto a las demás categorías, formando nodos más prominentes, como por ejemplo los conceptos de 'tener', 'cosas' y 'bienes'. Esto significa que el número de preferencias conceptuales hacia esas categorías es mayor sobre la combinación del resto de las categorías. Podemos

Tabla 1. Matriz de impacto cruzado: valorización social del dinero.

	MONEDA	TALENTO	INGENIO	IMAGINACIÓN	HABILIDAD	ASTUCIA	BIENES	FORTUNA	HABER	SUERTE	COSAS	SER	TENER	VALOR	MÉRITO	LEGALIDAD	VALIDEZ AUTENTIFICIDAD	JACTANCIA	EXAGERACIÓN MENTIRA	MEDALLA	REALIDAD	APARIENCIA	PREMIAR	TRIUNFAR
MONEDA	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1
TALENTO	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1
INGENIO	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1
IMAGINACIÓN	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
HABILIDAD	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1
ASTUCIA	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
BIENES	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
FORTUNA	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
HABER	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
SUERTE	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
COSAS	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
SER	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
TENER	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
VALOR	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
MÉRITO	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
LEGALIDAD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1
VALIDEZ AUTENTIFICIDAD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
LACTANCIA	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1
EXAGERACIÓN MENTIRA	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1
MEDALLA	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1
REALIDAD	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0
APARIENCIA	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1
PREMIAR	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1
TRIUNFAR	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0

observar también que las categorías de ‘ser’, ‘validez de autenticidad’ y ‘legalidad’ tienen un tamaño mucho menor, sus relaciones son débiles en la estructura interaccional de la red de valorización. Nuevamente, la categoría más equilibrada en cuanto a su interrelación con las demás es ‘mérito’:

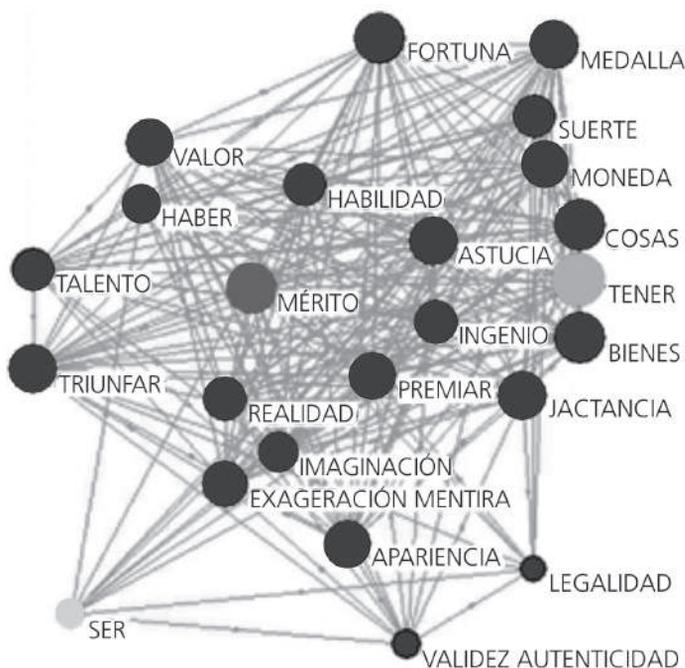


Gráfico 4. La red interaccional de la estructura compleja conceptual del dinero.

De los resultados obtenidos en la encuesta (Gráficos 1, 2 y 3), representadas en la matriz de impacto cruzado y el Gráfico 4 emerge ahora un continuo de relaciones conceptuales entre la categoría de menor número de relaciones conceptuales (‘ser’) y la categoría de mayor número de relaciones conceptuales (‘tener’) que se mapea a continuación sobre un continuo conceptual identitario (Pfleger, 2015; Pfleger, 2016), lo que nos permite visualizar la tendencia de una transición conceptual o *shift* identitario de los valores del ‘ser’ hacia los valores del ‘tener’:

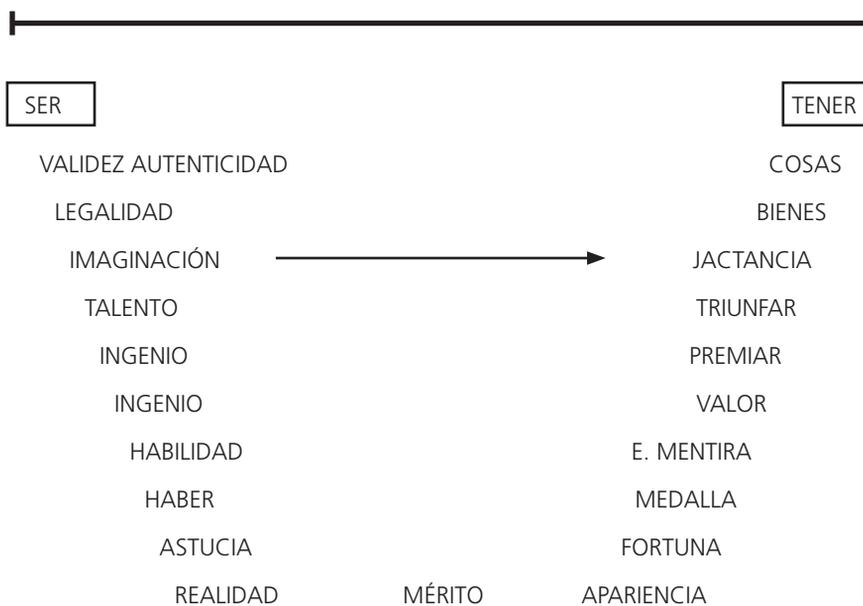


Gráfico 5. Continuo conceptual del 'ser' y el 'tener'.

En el continuo conceptual representamos el 'ser' y el 'tener' como dos polos en una relación sistémica de oposición (Talmy, 2002; Pflieger, 2015, 2016). Esta relación de oposición provee una dinámica de fuerzas (Talmy, 2002) en la que los individuos se sienten atraídos conceptualmente hacia uno u otro polo. De esta manera se posicionan conceptual y discursivamente de acuerdo a la fuerza que más les atrae o repele conceptualmente, identificándose con las categorías de uno u otro polo. En el centro del continuo cognitivo tenemos a 'mérito' que representa una fuerza neutral, esto es, no mueve sustancialmente el posicionamiento identitario de los agentes (Cruz Bueno, en preparación). Todas las demás categorías se ordenaron en la vecindad de los polos a los que pertenecen. De esta manera podemos apreciar como el dinero permea muchos otros sistemas conceptuales y se relaciona con ellos (apariencia, triunfo, habilidad, bienes o cosas, entre otros) generando una red con una fuerza ideológica notable.

6. Discusión

El estudio exploratorio apoya nuestra argumentación de que la ideología del dinero fomenta una paulatina transición del 'ser' al 'tener'. El patrón recurrente en la encuesta es que un gran número de individuos se significa a sí mismo y su lugar en la estructura social a partir de las posesiones materiales y, sobre todo, inmateriales que tiene o que desea tener. El "querer" (*want*) sí parece triunfar sobre el "necesitar" (*need*) en México y el 'tener' o 'no tener' se convierten en el elemento clave del estatus social del individuo. De ahí podemos inferir que no solamente la cultura del consumo se encuentra firmemente arraigada en la sociedad mexicana, si no que ha alcanzado ya a los valores tradicionales que se asocian con el 'ser' de una persona.

Por supuesto tenemos que acotar que la transición identitaria de un polo conceptual a otro nunca es ni sencilla ni lineal porque siguen existiendo conflictos existenciales en lo que respecta a los valores deseables en el modelo social identitario. A partir de ahí se generan rupturas que pudimos mostrar en la encuesta: muchas personas siguen pensando en la posibilidad de un mundo en el que la felicidad y el bienestar se logren mejor a través de valores, el talento o las habilidades, y no a través del dinero y las relaciones sociales influyentes.

Y aunque los datos no deben ser sobreinterpretados, es sorprendente como en un estudio exploratorio inicial ya se manifiesta la dominancia conceptual de la ideología neoliberal en cuanto a la construcción identitaria. Después de más de tres décadas de normalización del modelo neoliberal en México, se perciben claramente sus efectos sobre la sociedad que se encuentra transitando identitariamente de valores tradicionales hacia valores fincados en tener dinero.

Los lazos sociales se subsumen a ideales neoliberales sumergiéndose a la subjetividad en un culto al yo, a la individualidad. Si bien todo cambio social es paulatino y nunca lineal, podemos ver el impacto en la construcción identitaria que modifica tanto la subjetividad individual

como el entorno social y cultural llevando a la sociedad mexicana hacia una “cultura de la satisfacción” individualizada (Galbraith, 1992).

Reflexiones finales

La valorización del dinero ha llegado al corazón de la sociedad mexicana. Pero no solamente aquí podemos observar como la pérdida de los valores sociales tradicionales como familia, trabajo o comunidad se ha acelerado. El individuo se desprende cada vez más de sus nexos colectivos y de sus raíces de identidad a favor de la búsqueda de felicidad efímera centrada en los bienes materiales para significarse.

Todos los conceptos identitarios parecen seguir la ruta financiera transformando la concepción de los sistemas educativos, relaciones de poder, estructuras familiares, medios de comunicación, relaciones productivas, la concepción del salario, incluso la concepción de la cultura y la cosmovisión del hombre. Desde estas sociedades ideologizadas por el dinero se desprestigia al trabajo, se alaban los significantes de ‘apariencia’ con el resultado de la emergencia de una colectividad monetizada y líquida (Bauman, 2006) en la que se tergiversan el sentido de las relaciones entre los individuos. Se permite la explotación y la reducción de la vida humana a una competencia perenne en la acumulación de bienes.

Los programas del neoliberalismo socavan a las familias de clase media, manteniéndolas en un constante temor al descenso social. Las familias se centran, en consecuencia, exclusivamente en esfuerzos que responden al porvenir individual.

La individualización y una superestructura social debilitada llevan a la homogeneización de ideas que produce una reducción de la diversidad de formas y estilos de vida. Esta reducción del concepto de una colectividad basada en la diversidad impide asimismo exitosos movimientos comunitarios, dejando las decisiones sociales relevantes a la merced de los intereses económicos de las grandes empresas.

Lo que cuenta para el individuo es lo que propone el sistema del dinero, esto es, el valor del mercado en todas las esferas de la vida. Eres lo que tienes.

Referencias

- Bauman, Z. (2006). *La modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Barsalou, L. (2012). The human conceptual system. En M. Spyvey et al. (coords.) *The Cambridge Handbook of Psycholinguistics*, (pp. 239-258). Cambridge: CUP.
- Bastardas-Boada, A. (2012). *Complexity perspectives on language, communication and society*. London: Springer.
- Baudrillard, Jean (2011). *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI.
- Beck, U. (2002). *Libertad o capitalismo. Conversaciones con Johannes Willms*. Buenos Aires: Páidos.
- Castaingts, J. (2002). *Simbolismos del dinero: antropología y economía una encrucijada*. Barcelona: Anthropos.
- Castaingts, J. (2015). *Dinero, trabajo y poder. Una visión de la economía actual latinoamericana para no economistas y economistas*. Barcelona: Universidad Autónoma Metropolitana/Anthropos.
- Cesarman, V. E. (1982). *Hombre y entropía. Termodinámica social*, Vol. 2. México: Ediciones Gernika.
- Cordova, A .R. (2015). *Socioeconómica: Hacia una nueva generación de instrumentos de modelado en cómputo para el diagnóstico económico, la planeación prospectiva y el pensamiento a futuro*. En: http://www.ingenieria.unam.mx/sistemas/PDF/Avisos/Seminarios/SeminarioV/Sesion11_RamonCordova_25may15.pdf
- Cruz Bueno, E. (en preparación). La construcción de los *frames* identitarios de mujeres Madres Solteras Cabezas de Hogar (MSCH). En: S. Pflieger, *Lenguaje y construcción de la identidad: Una mirada desde diferentes ámbitos* (coord.). México: ENALLT, Universidad Nacional Autónoma de México.

- Davies, B. & Harré, R. (1990). *Positioning: The Discursive Production of Selves. Journal for the Theory of Social Behavior*. 20 (1), 43–63.
- Duménil, G. & Lévy D. (2007). *Crisis y salida de la crisis. Orden y desorden neoliberales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dussel, E. (2014). *16 Tesis de economía política: interpretación filosófica*. México: Siglo XXI.
- Esquivel, G. (2015) OXFAMMEXICO, Desigualdad Extrema en México: Concentración del Poder Económico y Político. En: http://www.oxfamMexico.org/sites/default/files/desigualdadextrema_informe.pdf.
- Fromm, E. (2007). *Del tener al ser*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Galbraith, J. K. (1975). *El dinero. De dónde viene a dónde va*. México: Ediciones Diana.
- Galbraith, J. K. (1992). *La cultura de la satisfacción*. Madrid: Ariel.
- Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.
- Guillen, R.H. (2005). *México frente a la mundialización neoliberal*, México: Ediciones Era.
- Guillén, R.H. (2003). *Orígenes de la crisis en México 1940/1982*, México: Ediciones Era.
- González, R. (2012). *Tenemos la pareja para que nos alcanzó*. México: Mina Estrella Editorial.
- Harris, M. (1997). *Cannibals and Kings: The Origins of Cultures*, New York: Vintage.
- Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO) (2016), *Compara Carreras 2016*. Recuperado de: http://imco.org.mx/banner_es/compara-carreras-2016/.
- Kahnemann, D. (2011). *Thinking fast and slow*. New York: Strauss & Giroux.
- Matus, C. (1990). *Planificación de situaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- Morin, E. (2004). *El método 5. La humanidad de la humanidad. La identidad humana*. Madrid: Cátedra.

- Oliva Mendoza C. (2013). *Semiótica y capitalismo Ensayos sobre la obra de Bolívar Echeverría*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- OXFAM (2016). OXFAMMEXICO, "Una economía al servicio de 1. En: <http://www.oxfamMexico.org/sites/default/files/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-es.pdf>.
- Pfleger, S. (coord.) (2018) *Lenguaje y construcción de la identidad: Una mirada desde diferentes ámbitos*, México: ENALLT, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pfleger, S. (2016). *Solo vemos lo que miramos. Aspectos de la relación de cultura, cognición social y lenguaje, y algunas implicaciones para el diálogo intercultural en la educación superior*, México: CELE, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Piketty, T. (2013). *El capital en el siglo XXI*. Paris: Seuil.
- Raphael, R. (2014). *El mirreynato. La otra desigualdad*, México: Planeta.
- Sasse, B. (2017). *The vanishing American adult*. New York: St. Martin's Press.
- Simmel, G. (2013). *La filosofía del dinero*. Madrid: Ediciones Capitán Swing.
- Talmy, L. (2002). *Towards a cognitive semantics*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Tajfel, H. & Turner, J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. En: S. Worchel, W. G. Austin (eds.). *Psychology of intergroup relations*, (pp. 7 -24). Chicago: Nelson-Hall.
- Toussaint, E. (2003). *La bolsa o la vida: Las finanzas contra los pueblos*. Cuba: Ediciones Ciencias Sociales.
- van Dijk, T. A. (2006). *Discourse and manipulation*. Amsterdam: John Benjamins.
- van Dijk, T. A. (1998). *Ideology. A multidisciplinary approach*. London: Sage.