

CONSUMO Y ENDEUDAMIENTO: CASO PARTICULAR DE UN TIPO ESPECÍFICO DE SISTEMAS DE INTERACCIÓN ACOPLADO A SISTEMAS FUNCIONALES

*Sociólogo. Universidad de Chile.

Miguel Fernández*

Este artículo buscará alcanzar dos objetivos distintos pero complementarios. En primer lugar se esbozará un modelo sociológico de comprensión del consumo y del endeudamiento en Chile. Basados en algunos de los principales planteamientos de la sociología post funcionalista, se articulará una observación de segundo orden de las operaciones constitutivas de lo que distinguimos como *sistema económico crediticio* y se propondrá una explicación de su crecimiento exponencial en los últimos años. En segundo lugar, se distinguirá el proceso de endeudamiento como un fenómeno que se prefigura en los sistemas de interacción y que corresponde a la manifestación del acoplamiento estructural entre estos sistemas especiales y el sistema funcional económico financiero. A partir de aquella distinción se intentará contribuir al desarrollo de este ámbito siempre rico en incógnitas de la Teoría de Sistemas Autorreferenciales.

Palabras claves: Consumo - Economía - Teoría de sistemas autorreferenciales.

This article attempts to reach two different objectives which complement each other. Firstly, an outline of a sociological model to comprehend consumption and indebtedness in Chile. It is based on some of the main contributions of post functionalist sociology, articulating a second degree observation of the constitutive operations of what we call lending economic system, and it will propose an explanation of its exponential growth in the last years. Secondly, it will differentiate the process of indebtedness as a phenomenon prefigured in the systems of interaction which corresponds to the manifestation of the structural coupling of these special systems and the financial economic system. Starting with this distinction it will attempt to contribute to the development of the theory of self referential systems, always rich in unknown consequences.

Key words: Consumption - Economy - Theory of the referential systems.

EL SIGNIFICADO DEL CONSUMO EN LA SOCIEDAD CHILENA ACTUAL

Si alguna transformación revolucionaria ocurrió durante las décadas de 1970 y 1980, fundamentalmente durante los años del Régimen Militar, ésta tuvo lugar sin duda alguna en la transformación radical del sistema económico (Gazmuri; 2000: 41–64). La producción y distribución de bienes y servicios emergieron como aspectos diferenciados y autónomos dentro de la sociedad, es decir, lejos -al menos explícitamente- del alcance de alguna intervención *desde* el sistema político, asimilando pautas y prácticas de relación económica más propias de países cuyos estándares de producción y de coordinación entre el sistema político y el sistema económico los agrupa en la categoría de países *metrópoli*; este proceso se caracterizó por el diseño de políticas de alto impacto y alto costo social, “sugeridas” por un grupo de economistas formados en la Universidad de Chicago y que asesoraron directamente a la Junta Militar en la construcción del “nuevo orden” económico (Gazmuri; 2000:41-64). Así, se constituyeron durante estos años sistemas autónomos de producción, por un lado, y distribución de bienes y servicios por otro, los cuales buscan satisfacer necesidades específicas en el sistema de la sociedad. Estas necesidades serían la de constituir el lugar físico, simbólico, institucional y cognitivo en el cual se produjera el intercambio de bienes y servicios y el correspondiente flujo de dinero que sustenta dicho intercambio.

Es un supuesto de este artículo que la transformación de este espacio de intercambio se da fundamentalmente en las tres últimas dimensiones, es decir, en la simbólica, institucional y cognitiva. Para dar solamente algunos ejemplos diremos que una de las principales transformaciones en el ámbito institucional correspondería a la decisión política de levantar las regulaciones del mercado, dejando la respuesta a las preguntas qué producir, cuánto producir y a qué precio distribuir, en manos del libre ajuste de la oferta y la demanda. Así, una serie de procesos asociados pudieron desencadenarse, como por ejemplo la flexibilización del mercado de capitales y la sustitución de la incipiente industria manufacturera nacional por importaciones.

En lo que respecta a las dimensiones simbólica y cognitiva, podremos definir a la primera como las condiciones sociales que permiten que un bien sea demandado, es decir, qué hace que un bien sea considerado más valioso que otro. Sin duda que el valor monetario de ese bien adquiere relevancia, pero así mismo esa dimensión no agota el significado del valor en la vida social y económica, el cual es asignado por la sociedad en la medida que se

comunica la posibilidad de comprarlo. Estrechamente vinculado a ello se observa lo que habitualmente se entiende por *status* y las clasificaciones y distinciones sociales que surgen de la aplicación de ese concepto. Como otros similares, el *status* supone un caudal de recursos monetarios que *sostienen* el uso de cierto bien.

En cuanto a la dimensión cognitiva, ésta la consideraremos como el complemento de la dimensión *estratificadora* esbozada en el párrafo anterior y se puede observar en la medida en que los bienes y servicios se instalan en un plano de *necesidad*, es decir, no sólo connotan cierta distinción y cierta ubicación en el espacio social del consumo, sino que pasan a formar parte de la cotidianidad de un consumidor cualquiera, así como será la misma cotidianidad la que *demandará* (si algo así puede ser captado) ese bien o servicio. Este fenómeno es, desde el enfoque que asume este trabajo, generalizado *para todo bien o servicio que es puesto a disposición de los consumidores en un contexto de espacio y tiempo determinado*.

Utilizamos el concepto de necesidad como punto de partida, pero al mismo tiempo para apartarnos de él. En efecto, con la utilización de ese concepto se hace referencia a alguna incógnita dinámica de carácter netamente individual, la cual no puede ser problematizada por la sociología debido a que ella carece de los instrumentos de observación adecuados para pronunciarse sobre ella. Proponemos reemplazar esa aproximación al fenómeno del consumo afirmando que todo proceso de adquisición de bienes y servicios desata o manifiesta la armonización de *estilos de vida* emergentes, los cuales prefiguran espacios de realidad esporádicos y que se sustentan en la *movilización simultánea de capital económico y capital cultural*. La visualización de un estilo de vida emergente por parte ya sea de un individuo, familia, comunidad y por ende en la sociedad, sugiere la posibilidad de que lentamente se articulen conocimientos nuevos sobre los usos y posibilidades que *abre* ese estilo de vida. En otras palabras, en ese tiempo y espacio determinado y por tanto efímero, el bien o servicio que es *sentido* como una experiencia nueva, abre un espacio de apertura cognitiva la cual desencadena la observación de *nuevos horizontes* de consumo de bienes y servicios.

Es ese fenómeno el que identificaremos como un antecedente del acoplamiento estructural entre sistemas de interacción y el sistema económico financiero.

EL CONSUMO: EXPERIENCIA SENSIBLE, EXPERIENCIA EN EXPANSIÓN

Como ya adelantamos, las convulsiones políticas y económicas que culminan con la inserción de Chile (bajo la atenta mirada de los *viejos estandartes* claro está) en la economía mundial, “preparan el ambiente” para que cognitivamente tuviera sentido endeudarse a la escala en que en el país su población se endeuda (De acuerdo a las cifras del año 1995 emanadas por el Departamento de Estudios de la Cámara de Comercio de Santiago, entre un 35 y un 62 por ciento de los hogares de la Región Metropolitana informaban de deudas adquiridas con el sistema económico crediticio sólo por concepto de créditos de consumo). El fenómeno del endeudamiento adquiere significación solamente en un contexto de economía abierta, en la cual se prioriza una clara opción por fomentar en todas sus manifestaciones el mercado de capitales. Bien es sabido el rescate que a principios de la década ochenta realizó el Banco Central de la banca privada nacional, rescate que permitió la mantención de un sistema financiero que sufrió una falta de liquidez sin precedentes en su historia. Sin embargo, ese salvavidas palidece si se compara con las tasas de rentabilidad que posteriormente alcanzaría y que sigue alcanzando el sistema económico incluso en contextos de aguda crisis económica (Superintendencia de Bancos; 1999).

Tanto el salvataje al sistema como las altas tasas de rentabilidad alcanzadas en el volumen total de las operaciones de los distintos organismos bancarios son consecuencia de la experimentación de Chile de las ventajas y desventajas que supone su inserción en los mercados globales, situación que como indicáramos, permitió la preparación de los espacios cognitivos (en el entorno) necesarios para que entre otras cosas, se registren las tasas de endeudamiento que son observables actualmente. En otras palabras, la bonanza del sistema económico financiero supone el crecimiento de las operaciones crediticias del sistema, fenómeno que mencionaremos con más detalle en secciones posteriores. Ahora examinaremos la dimensión cognitiva y emocional del endeudamiento.

La teoría sociológica tradicional, cuyo eje de reflexión lo constituye la acción provista de sentido subjetivo, considera que el acto de endeudarse comporta una búsqueda racional. La elaboración de un contrato y de ciertas condiciones que lo regulan indica incuestionablemente la operación de una racionalidad en el más estricto sentido weberiano del término. Efectivamente el

acto contractual de endeudarse se concreta después de que se han valorizado los costos y los beneficios y si se ha determinado que aquellos beneficios superan los costos asociados a la deuda. Sin embargo ella (muy influida en este aspecto por la teoría económica) no ha dado un lugar de relevancia a la evaluación emocional que se halla detrás del consumo. Para consumir es imprescindible la experimentación de vivencias que hagan sustentable el disfrute de un bien o servicio posible de consumir, es decir, en algún momento de la vida de los consumidores los bienes o servicios *deben* constituir un horizonte nuevo y abierto de posibilidades de goce y de cierta, incluso, plenitud. Esa apertura de horizontes de experiencia sensible y corporal es la base para el despliegue de cualquier tipo de consumo (Marx: 1971: TI 106). Por eso mismo, el consumo es un atributo experiencial cuantificable sólo a partir de las dinámicas crecientes o decrecientes de apertura de nuevos horizontes de experiencia y por ende, de consumo.

En el contexto de la modernidad radical, en donde el industrialismo constituye uno de los pilares que soporta las relaciones sociales (Giddens; 1999), experiencia y consumo habitan espacios de interacción comunes y que se refuerzan entre sí, no importando el orden de implicancia que los relaciona. Desde un punto de vista lógico, es incluso demostrable (si es que se puede hablar de algo así) las relaciones de equivalencia que vinculan experiencia y consumo de bienes y servicios (Bourdieu; 1997).

La forma que asume esta correspondencia entre experiencia y consumo es lo que queremos problematizar como un fenómeno de acoplamiento estructural entre órdenes de complejidad diferentes, o entre sistemas sociales con características diferentes. Al indicar la *forma*, nos referimos a la relación que se establece entre dinero y experiencia, al ser el dinero el mecanismo mediante el cual se adquieren los bienes y servicios en la sociedad. El consumo describe una movilización de experiencias que sustenta, y que es sustentada por, la búsqueda del soporte material de esas experiencias. El lector se preguntará (posiblemente) por cuál de ambos aspectos es condición del otro: la respuesta es que, al ser una relación, ambas condiciones están implícitas en la operación de este mecanismo. En efecto, sin una movilización de las experiencias, de los matices de aprendizaje de nuevas sensaciones generadas por el consumo, no se produce la búsqueda de mayores cantidades o disponibilidades de dinero; así mismo, sin que el presupuesto considere una mayor cantidad de recursos

destinado a la *compra de experiencias*, tampoco se puede *disponer* de nuevas experiencias.

En otras palabras, ni la mayor cantidad de dinero disponible *necesariamente* desencadena más consumo, ni la experiencia de nuevas sensaciones o la apertura de nuevos horizontes emergentes de experimentación *necesariamente* desencadenan la búsqueda de más dinero. Es desde esta observación que se perfila una primera elaboración de un modelo de comprensión de estos fenómenos en Chile y en cualquier región del mundo en que se den las condiciones que a continuación se enumeran:

- Participación en la economía global.
- Sistema económico financiero y sistema económico crediticio claramente diferenciados e independientes (diferenciación funcional de la sociedad).
- Existencia del medio-código dinero que permite la adquisición de bienes y servicios.

Como lo hubiéramos señalado en otro momento, esto es una total perogrullada, pero desde otro adquiere un potencial altamente perturbador para la sociología: aunque suene un poco pretencioso, es lo que intentaremos esbozar hacia el final de este trabajo. En efecto, desde nuestro particular punto de vista la movilización de posibilidades de consumo constituye un ejemplo de fenómeno autopoietico debido fundamentalmente a que es una relación formada por dos elementos como lo son el dinero y las experiencias sensibles que, insistimos, no necesariamente *deben* estar relacionados y que, por eso mismo, uno es condición del otro y viceversa. Pero su condición de autopoietico va más allá: desde la sociología no existe (hasta el momento) un mecanismo de observación de segundo orden que permita indicar el *por qué se produce esta* (en principio) *curiosa relación*; y es curiosa sólo por su improbabilidad, improbabilidad que se ve reflejada en forma más que fehaciente por las tres condiciones expuestas en el párrafo anterior que, al menos, se deben dar para que este mecanismo autopoietico opere. (El apelativo *curiosa* no es azaroso. Tal vez en el contexto de nuestra historia como país, la operación de este mecanismo no es curiosa debido fundamentalmente a la habituación que este fenómeno produce. Es tan recurrente que se vuelve cotidiano, de sentido común, pero su improbabilidad sistémica es tan alta que resulta asombrosa la potencia y difusión que alcanza).

SISTEMA FUNCIONAL. SISTEMA DE INTERACCIÓN. MEDIACIONES.

En esta sección abordaremos la pregunta por el marco hipotético de este artículo: que la movilización de posibilidades de consumo es un fenómeno autopoiético que enlaza (acopla en lenguaje de la teoría) dos niveles distintos de complejidad ordenada, a saber, un sistema funcional como es el sistema económico financiero, y específicamente el sub-sistema económico crediticio, con un número *indeterminado* de sistemas de interacción, cada uno en su especificidad contextual pero que evidencian una pauta común: la simultánea correspondencia entre experiencias nuevas, sensaciones, emociones (y el placer vinculado a ellas) con la búsqueda por sustentar a través de dinero la *novedad* de esa experiencia.

Es notable cómo un número indeterminado de sistemas de interacción, constituidos en un contexto de doble contingencia, permiten o soportan las operaciones de un sistema funcional de la sociedad. Esto es así porque los sistemas de interacción sustentan la visualización de experiencias nuevas y es en los sistemas de interacción donde adquieren significado lo que conocemos por *emociones* o *sensaciones*, las cuales son experimentadas por los sistemas psíquicos pero se *canalizan a través de la comunicación*. La comunicación de esas *emociones* desencadena forzosamente procesos de selección de, entre otras cosas, bienes o servicios (puestos a disposición de la sociedad por los respectivos sistemas funcionales parciales). En otras palabras, los sistemas de interacción indican, a modo de prefiguración, los *tipos de bienes y servicios que son relevantes para la sustentación de las nuevas experiencias de vida*; y esto es así porque los sistemas de interacción *muestran posibilidades*, cualquiera sean éstas. Los sistemas de interacción, anclados en sus mecanismos autopoiéticos específicos, permiten visualizar la gama de bienes y servicios que están dispuestos para el consumo, pero que necesariamente deben ser seleccionados por el eventual consumidor de acuerdo a los particulares marcos emocionales emanados *desde, y que adquieren y constituyen sentido en*, los sistemas de interacción.

En otras palabras, mediante un proceso autorreferido como es el marco de emociones y de sensaciones que adquieren y constituyen sentido solamente en un contexto interaccional particular, se despliegan las condiciones para la operación del mecanismo autopoiético que caracteriza al consumo. De esta forma, las acciones y las vivencias (Luhmann; 1998) que distinguen a

los consumidores se acoplan con las prestaciones específicas del sistema económico crediticio, constituyéndose estos sistemas de interacción en entornos del sistema económico crediticio y éste en entorno de los sistemas de interacción, los cuales seleccionan diversos bienes y servicios congruentes con las vivencias y acciones que son *puestas a disposición* de y en los sistemas de interacción (Bourdieu; 1997).

Ahora bien, dadas las condiciones expuestas anteriormente, se desprende que la apertura de posibilidades de consumo corresponde a un fenómeno altamente contingente, debido a que al menos en teoría, su comunicabilidad alcanza a vastos sectores de la sociedad. La dinámica de movilización del consumo es permanentemente reforzada a través de los medios de comunicación de masas, ya que ellos a su vez pueden sustentar sus operaciones a través de la venta de espacios publicitarios. Siendo más explícitos aún, la industria del entretenimiento, fundamentalmente la televisiva, sencillamente no podría existir sin la venta de espacios publicitarios, los cuales se instalan todos los días en una inmensa mayoría de los hogares del país. Es allí donde la apertura de posibilidades de experimentación nuevas se encaja en la percepción cotidiana y se vuelve una potencial materia de conversación. De allí que la emergencia de realidades comunicativas sustentadas en la percepción de bienes y servicios susceptibles de ser consumidos se sitúe intensamente en las comunicaciones de la sociedad. La conversación sustenta autopoiéticamente a los sistemas de interacción (Robles; 2002) y es en ellos donde se inicializa la movilización del consumo.

Ahora, la pregunta a responder es la siguiente: ¿a qué sistema de la sociedad corresponde el consumo? Esta pregunta, basados en la argumentación anterior, puede ser contestada con dos respuestas. Efectivamente, el consumo es un fenómeno autopoiético, y por tanto comunicativo, que permite la visualización por parte del consumidor del código *deudor/no deudor*, y por ende, acercarse a los organismos que *venden créditos* de cualquier tipo para, qué otra cosa, *comprar dinero* y por medio de él comprar experiencias que fueron seleccionadas como relevantes. De allí se sigue claramente que la apertura de posibilidades de consumo pueda ser considerado como *el* fenómeno autopoiético constitutivo del sub-sistema funcional económico-crediticio, ya que canaliza, desde la inespecificidad y vaguedad, la conversación en los sistemas de interacción hacia dinámicas operativas programadas y previstas tanto por el sub-sistema económico-crediticio como por otros sistemas

parciales de la sociedad. (Es obvio que la condición de deudor, en caso de no cumplirse los requerimientos de plazo y de tasas de interés impuestas por los organismos crediticios, puede sustentar la autopoiesis de otros sistemas funcionales de la sociedad que inicializan sus operaciones cuando el deudor entra en la categoría de *moroso*; es el caso del sistema judicial o de los *organismos estigmatizadores* como DICOM, por ejemplo).

Sin embargo, al ejercer una *presión de selectividad* (Robles; 2002) sobre los sistemas de interacción, el consumo se constituye en un *condicionamiento extracontextual* (Robles) que se inserta como una unidad de comunicación que re-ingresa permanentemente en la comunicación de los sistemas de interacción. Desde esta perspectiva, el consumo *también* es observable como elemento comunicativo que prefigura así mismo la conversación en los sistemas de interacción al ser este mecanismo un *modulador y/o amplificador potencial de experiencias*, las cuales también pueden ser tematizadas contingentemente por los sistemas de interacción. Así se inicializan dos procesos constitutivos de sistemas sociales, uno altamente estandarizado como el sub-sistema económico-crediticio, el(los) otro(s) altamente inespecífico(s), vago(s) e indexical(es) (Robles) como son los identificados como sistemas de interacción.

Ahora bien, debemos hacer mención aunque sea muy parcialmente de las complejas relaciones que vinculan los distintos medios-códigos que se manifiestan en el ámbito del consumo. Éste pone a disposición de la interacción dos elementos distintos como son el dinero y los horizontes siempre abiertos de experimentación de sensaciones, muchas de las cuales son desconocidas. De acuerdo a la teoría, el dinero es un medio de comunicación simbólicamente generalizado que enlaza las *vivencias de ego* con las *acciones de alter* (Luhmann), es decir, y en este caso particular, conecta las operaciones autopoieticas constitutivas de los sistemas de interacción con lo que en el entorno de los sistemas de interacción *está disponible*: como veíamos, el consumo *expande* posibilidades de vivencias de ego y las hace congruentes con las acciones del entorno, lo que equivale a decir *con las acciones del sistema económico crediticio*.

Observando la relación desde el sentido inverso, el endeudamiento corresponde a una *operación* (acción) del sistema económico financiero, ejecutada a través del ámbito de operaciones crediticias del sistema, operación que es percibida por los sistemas de interacción como una *vivencia*. Este enlace

es el que el sistema económico financiero transforma en capital, es decir, en un diferencial positivo de dinero que se acumula, soportando y dinamizando las operaciones del sistema. Así, el endeudamiento adquiere las características de una unidad de comunicación, sustentada por medio del dinero, que *permite* la autopoiesis de dos tipos de sistemas sociales: el sistema económico financiero genera utilidades que expanden sus posibilidades comunicativas tanto hacia el mismo endeudamiento como a otro tipo de inversiones; por otro lado, los sistemas de interacción visualizan horizontes de experimentación contingentes y expansivos, los cuales son siempre tematizados a través de la conversación. Estas últimas reflexiones distan evidentemente de ser una formulación acabada; solamente son la formalización de los pasos iniciales para *una* problematización de las relaciones de acoplamiento entre distintos niveles de complejidad ordenada. En la siguiente sección, reservada para las conclusiones, se intentará la formulación inicial de un marco hipotético que apunte hacia esa dirección.

CONCLUSIONES ¿HACIA UN MARCO HIPOTÉTICO?

Como primer punto, los niveles de endeudamiento observados en el país no pueden ser explicados por la adquisición de status, por la necesidad o la imitación. Eso significaría presuponer que la sociedad presenta o evidencia una estructura determinada, la que en algún momento se completaría para dar paso a otra estructura, o a otro modelo que vinculará a las personas de acuerdo a sus posibilidades de endeudarse y de consumir. Eso no es lo que ocurre, ya que el endeudamiento es una herramienta de financiamiento puesta a disposición de la sociedad, la cual por medio de la comunicación puede percibir esa herramienta como relevante y así sustentar estilos de vida emergentes. Es una diferencia sutil, pero fundamental.

Así, la emergencia de estilos de vida posibles de sustentar a través del endeudamiento cataliza los procesos autopoieticos del sistema económico financiero a través de lo que distinguimos como *consumo*, vínculo sólido y creciente entre la conversación de los sistemas de interacción y las prestaciones y operaciones del sistema económico financiero. Este fenómeno social corresponde a un proceso dinámico que articula la disponibilidad de dinero y las indefinidas posibilidades de consumir. Dadas ciertas condiciones en las redes comunicativas que operan en la sociedad, la interacción se canaliza hacia la observación del código *deudor/no deudor*, con lo cual se da inicio a lo que se

conoce como el acoplamiento entre un sistema de interacción específico, con sus mecanismos autopoieticos contextuales, y el sistema funcional económico financiero con sus secuencias autopoieticas estandarizadas o programadas. En otras palabras, la movilización y diversificación del consumo *distingue entornos* que previamente no habían sido previstos.

Dadas las condiciones particulares de los fenómenos descritos, éstos despliegan, y a su vez contextualizan, el medio-código de comunicación simbólicamente generalizado dinero. Es ese despliegue y contextualización lo que se ha descrito a lo largo de este trabajo como un fenómeno de acoplamiento estructural entre órdenes de complejidad diversos. El despliegue lo *realiza* el sistema económico financiero al obtener utilidades por la venta de dinero. La contextualización la *realizan* los sistemas de interacción al utilizar el dinero como sustento para la apertura de nuevos ámbitos de experiencia, los cuales no hacen más que expandir las posibilidades sensoriales. De este modo, distintos tipos de operaciones, o lo que es equivalente a realidades diversas, autorreferidas y, posiblemente, intraducibles una respecto de la otra, son posibles por el concurso de *un tipo de medio de comunicación simbólicamente generalizado* como es el dinero.

Entonces, ¿cómo ciertas comunicaciones efímeras, co-presenciales y altamente contextualizadas se acoplan a, y así mismo permiten, las selecciones de los sistemas funcionales? Desde el lado opuesto de la distinción ¿cómo las operaciones de los sistemas funcionales expanden las posibilidades de conversación en los sistemas de interacción? Nuestro planteamiento es que un ámbito muy sugerente por su riqueza de respuesta para estas interrogantes se abre a través de eventuales nuevos desarrollos posibles para la Teoría de los medios simbólicamente generalizados. Al enfocar su preocupación en las coordinaciones que se establecen entre los sistemas, la teoría avanza en la descripción de medios de comunicación que están a disposición de sistemas parciales de la sociedad, los que por la naturaleza o características de los sistemas observados, asumen una forma estable y permanente. Esto es así debido a las *estructuras temporales* (Luhmann; 1998: 71) que evidencian los sistemas funcionales parciales de la sociedad; las funciones, prestaciones y la autorreflexión que constituyen las estructuras temporales de los sistemas funcionales suponen que la comunicación proveniente del sistema *restringe* los horizontes de posibilidades de selección de los sistemas en el entorno (Luhmann; 1998: 92).

Pero como hemos visto, si los sistemas de interacción *expanden* posibilidades de selección y esa expansión, en principio al menos, no reconoce límites ¿cómo entonces estas posibilidades de los sistemas de interacción paulatinamente transitan hacia una restricción asociada a la presencia y operación de estas estructuras temporales? La respuesta hipotética que sugerimos basados en las aproximaciones al consumo y del endeudamiento consiguiente es que el fenómeno de acoplamiento estructural entre sistemas de interacción y sistemas funcionales desarrolla un ámbito de comunicación que alterna sucesiva y selectivamente la transitoriedad de la conversación y la permanencia temporal de las estructuras constitutivas de los sistemas funcionales. Esta alternancia o armonización es posible gracias, enfocados en el caso particular que hemos analizado en este trabajo, a la construcción de medios-códigos accesorios de comunicación simbólicamente generalizados: en este contexto, el medio-código accesorio es el del endeudamiento (*deudor / no deudor*) que se construye *a través* de un medio-código de comunicación generalizada previamente existente como es el dinero. Así, los sistemas de interacción reconocen operacionalmente el endeudamiento como una posibilidad (vivencia) y el sistema económico sustenta nuevas operaciones a través de la *puesta en venta* de dinero (acción).

Hemos utilizado intencionalmente el lenguaje de la teoría de los medios simbólicamente generalizados en su formulación luhmanniana porque consideramos que la problematización de las relaciones de acoplamiento entre sistemas funcionales y sistemas de interacción puede ser observada teóricamente y con alto rendimiento descriptivo a través del enfoque en la producción de medios de comunicación accesorios, que adquieren elaboración y generalización creciente como mecanismos que permiten la coordinación entre sistemas sociales con dimensiones temporales muy distintas e, incluso, divergentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Bourdieu, Pierre. La Distinción. Bases y criterios sociales del gusto. Editorial Taurus; Madrid, 1997.
- Cámara de Comercio de Santiago. Departamento de Estudios; 1995.
- Gazmuri, Cristián. La Persistencia de la Memoria. Reflexiones de un civil sobre la Dictadura. RIL Editores; Santiago, 2000.
- Giddens, Anthony. Consecuencias de la modernidad. Alianza Universidad; Madrid, 1997.
- Marx, Karl. El Capital. Crítica de la economía política. Fondo de Cultura Económica, Tomo I; México, 1971.
- Luhmann, Niklas. Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia. Editorial Trotta; Madrid, 1998.
- Maturana, Humberto; Varela, Francisco. De máquinas y seres vivos. Editorial Universitaria; Santiago, 1997.
- Robles, Fernando. Sistemas de interacción, doble contingencia y autopoiesis indexical. Cinta de Moebio N°15, diciembre de www.moebio.uchile.cl; 1992.