

Emociones en Beneficiarias de Programas de Transferencias Condicionadas de Ingreso: Perspectivas del consumo en una mirada sobre la necesidad y el deber.

Valentin Starosta.

Cita:

Valentin Starosta (2021). *Emociones en Beneficiarias de Programas de Transferencias Condicionadas de Ingreso: Perspectivas del consumo en una mirada sobre la necesidad y el deber*. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-074/516>

Emociones en Beneficiarias de Programas de Transferencias Condicionadas de Ingreso: Perspectivas del consumo en una mirada sobre la necesidad y el deber

Valentín Starosta - Grupo de Estudios sobre Políticas Sociales y Emociones (GEPSE)

1.1 Resumen

El presente trabajo centra su estudio en las emociones relacionadas con la acción del consumo de beneficiarias de la “Asignación Universal por Hijo” y el programa “Ciudadanía Porteña”¹, ambos son los Programas de Transferencia Condicionada de Ingresos² más proliferantes en la zona de la Provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En primer lugar el texto establece definiciones teóricas acerca de este tipo de políticas sociales, las prácticas de consumo pertinentes y la Sociología de los Cuerpos y las Emociones que enmarca este escrito. Luego se presenta un análisis realizado en base a entrevistas con beneficiarias de los mencionados programas, este desarrollo se centra primero en las emociones asociadas con la acción de consumo de las beneficiarias, en segundo lugar específicamente en los conceptos de necesidad y deber desarrollados en las percepciones de las entrevistadas, y por último en las emociones vertidas en relación con la capacidad de compra y los montos percibidos por las beneficiarias a través de los PTCI. En base a esta investigación se comparten en última instancia algunas reflexiones finales sobre los ejes trabajados.

1.2 Introducción

En las últimas décadas los PTCI proliferan como política social estatal en muchos Estados latinoamericanos: “Durante los últimos veinte años, los PTCI se han posicionado como los programas sociales de “combate” a la pobreza más utilizados por los gobiernos latinoamericanos, expandiéndose no sólo en cantidad (por su masividad), sino también por su extensión...” (Chahbenderian, 2017, p. 76). Específicamente el Estado argentino comienza a implementar estos programas a partir de los '90 con el “Plan Trabajar” y en mayor medida luego de la crisis del 2001 a partir del plan “Jefas y Jefes de Hogar Desocupados”³. En la actualidad, si bien hay discusiones al respecto de su clasificación, la

¹ A partir de ahora AUH y CP para referirse a la Asignación Universal por Hijo y la Ciudadanía Porteña respectivamente.

² A partir de ahora PTCI para referirse a los Programas de Transferencia Condicionada de Ingresos.

³ Los datos son recuperados de la base de datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) referente a programas de protección social no contributiva, estos programas enmarcan: Programas de Transferencia Condicionadas de Ingresos, Pensiones Sociales y Programas de Inclusión Laboral y Productiva.

AUH⁴ y el CP⁵ se ubican como sucesores de las mencionadas iniciativas, siendo los dos programas de mayor envergadura en la Provincia de Buenos Aires y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires⁶ respectivamente:

El presente trabajo encauza sus desarrollos teóricos a partir de las perspectivas de beneficiarias de los mencionados programas en relación a la acción del consumo. Se busca profundizar en las emociones que se manifiestan en la acción de consumir por medio de este tipo de ingresos teniendo en cuenta lo que ellos permiten, sus limitaciones y sus influencias en las prácticas. Esto se analizará a partir de cada una de las entrevistas realizadas para este trabajo.

El texto se inscribe en la perspectiva de la Sociología de los Cuerpos y las Emociones que según Scribano (2012) involucra:

“la aceptación de que si se pretenden conocer los patrones de dominación vigentes en una sociedad determinada, hay que analizar: cuáles son las distancias que esa misma sociedad impone sobre sus propios cuerpos, de qué manera los marca, y de qué modo se hallan disponibles sus energías sociales. (p. 102)”

Esta mirada sociológica es elegida para así problematizar las vivencias expresadas por beneficiarias de PTCI en relación a los efectos de la acción de consumo.

Al respecto de los programas pertinentes para este trabajo, ANSES (2012) señala que la AUH persigue objetivos vinculados a: “las distintas esferas del desarrollo infantil, creando una retroalimentación entre el aumento en el poder adquisitivo del hogar (y su consecuente mejora en la alimentación), el acceso a la educación y la salud.” (p. 18), mientras que según la Legislatura de la CABA el programa CP tiene como objetivo:

“Efectuar una transferencia de ingresos a los integrantes de los hogares beneficiarios. La prestación se dirige a sostener el acceso a la alimentación de los beneficiarios así como a promover el acceso a la educación y protección de la salud de los niños, niñas, adolescentes y su grupo familiar, la búsqueda de empleo y reinserción en el mercado laboral de los adultos. “ (Ley Nro. 1878, 2005)

⁴ La Asignación Universal por Hijo para Protección Social (AUH), por su parte, es creada en octubre de 2009 por medio del Decreto N°1602/09 y se incorpora al Régimen de Asignaciones Familiares establecido por la Ley 24.714, como componente no contributivo (Dettano, 2020, p. 134).

⁵ CP brinda un subsidio mensual que se entrega a través de una tarjeta magnética precargada, emitida por el Banco Ciudad y Cabal, que puede utilizarse únicamente en los comercios adheridos para la adquisición de alimentos, productos de limpieza e higiene personal, útiles escolares –a partir del año 2008– y combustible para cocinar, y está condicionado al cumplimiento por parte de los hogares beneficiarios de obligaciones en educación y salud (MPT, 2011).

⁶ El programa Ciudadanía Porteño es exclusivamente para habitantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en ese marco, es junto con la Asignación Universal por Hijo uno de los dos PTCI de mayor alcance en la ciudad.

Interiorizandonos en la relación que surge entre el Estado y las beneficiarias, por medio de estos programas, se abre un espacio de reflexión y estudio de las situaciones generadas por esta modalidad de transferencia. El recorrido presentado a continuación hará eje en las beneficiarias de estos programas. Haremos hincapié en el análisis de las emociones relacionadas con la acción del consumo, en las nociones de necesidad y deber que surgen de las beneficiarias en relación a los usos de los PTCI y en las percepciones de las beneficiarias respecto a los montos percibidos a partir de las transferencias.

1.3 Consideraciones Teóricas

Siguiendo a Dettano (2020), entendemos a la Sociología de los Cuerpos y las Emociones como un abordaje que considera una intervención sobre los sentidos y sobre el mundo, explicando los problemas sociales a partir de los modos en que los sujetos asumen responsabilidades y sus propias condiciones de carencia, y como una perspectiva que aprehenda el modo en que el mundo social es sentido por parte de los sujetos, y como esos sentires regulan sus prácticas y sus mecanismos de soportabilidad en contextos profundamente desiguales.

Para comprender los conceptos que dialogan con el eje emocional de las personas que perciben PTCI, también es menester adentrarnos en cómo entendemos estas intervenciones del Estado que tanta injerencia tienen en las trayectorias de los individuos.

Consideramos al Estado como un actor capaz de regular y ponderar las situaciones determinadas como un problema social, esa capacidad se lleva a cabo a través de sancionar distintas políticas sociales, que, según Dettano, Sordini y Chahbenderian (2019), definen las condiciones de producción y reproducción de la vida entendiendo que este mismo Estado define quienes merecen ser asistidos.

En este sentido retomamos como en las políticas sociales de los últimos tiempos se da: “una combinación entre lo público y lo privado; entonces, mientras el estado se ocupa de combatir la pobreza, el individuo se encuentra solo y en algún sentido “responsable” de su situación” (De Sena, 2018, p. 10), la misma autora señala las intervenciones del Estado como ubicadas en torno a la asignación de recursos y redistribución de los mismos. Bajo esta última modalidad se encuentran los PTCI⁷. Los dos programas de esta índole más populares en la región del AMBA son la “Asignación Universal por Hijo” y el programa “Ciudadanía Porteña”, modalidades bajo las cuales el Estado brinda dinero y una tarjeta precargada respectivamente, con la condición de cumplir ciertos requisitos para poder seguir percibiendo el cobro correspondiente mes a mes. Los dos programas en cuestión

⁷ Los denominados PTCI, pueden ser caracterizados como una transferencia monetaria o no monetaria a hogares con menores a cargo a cambio del cumplimiento de contraprestaciones (Dettano, 2020)

responden a la condicionalidad explícita en esta modalidad de política social a partir de solicitar certificaciones escolares y chequeos médicos de los hijos y las hijas de quienes perciben el programa.

Generalmente, estas estrategias se aplican para intervenir sobre los sectores con menores ingresos económicos de la población. En años recientes la modalidad de transferencias condicionadas de ingreso ha sido una de las opciones más elegidas para intervenir en estos sectores. A partir de las condicionalidades el Estado busca asegurar una certificación de ciertos parámetros que se relacionen con cambios en las condiciones de vida, según los objetivos propuestos por este tipo de políticas.

El análisis de este tipo de políticas sociales conlleva una exploración en los hábitos de consumo de quienes perciben estos ingresos (monetarios o no monetarios) y en las emociones que conlleva el acto mismo de comprar, las consecuencias de lo que se elige y lo que no, así como las emociones y sensaciones generadas a partir de los montos percibidos. Recuperando nuevamente a Dettano, Sordini y Chahbenderian (2019) es interesante analizar cómo estas nuevas modalidades han transformado a muchos individuos en consumidores y en receptores de créditos, generando así un crecimiento en el consumo de estos sectores. Los resultados propulsados por estos PTCl no son menores, ya que son intervenciones que han tenido amplio alcance y cobertura⁸.

De este modo, se modifican enormemente las prácticas de consumo y los modos de percibir y sentir de los beneficiarios de estos programas, ya que estos alteran composiciones de ingreso y también implican una mayor injerencia del Estado en la vida de las personas. El recorrido bibliográfico realizado indica que estas transferencias son mayoritariamente utilizadas para el consumo del día a día o para el pago de deudas⁹, esos hábitos en el gasto conllevan también una cierta integración a una sociedad que se mueve alrededor de la acción de consumir, consumir nos hace “ser alguien” y se vincula a una nueva concepción de lo que implica la ciudadanía (Cena y Chahbenderian, 2012; Scribano, 2009). Siguiendo esta lógica, esta investigación busca entender algunas de las emociones que conlleva asociado el consumo. Este último se encuentra cargado de significación sociológica por sí mismo, pero en este caso nuestro abordaje se va a centrar en la influencia que ejercen las PTCl en las prácticas de quienes las perciben.

La sociedad de consumo, analizada numerosas veces en torno al disfrute inmediato y a la búsqueda del placer, se manifiesta en estas situaciones en formas más complejas cuando el mismo consumo es mediado por la injerencia del Estado, y cuando su elección se presenta de manera más racionalizada por la menor disponibilidad de recursos.

⁸ Por ejemplo, la AUH alcanza 3.923.040 beneficiarios en junio de 2019 según datos de la ANSES.

⁹ En el caso de tarjetas precargadas, como la del programa CP, y otros mecanismos con menor margen de acción es solamente posible utilizar lo percibido por el PTCl para el consumo de ciertos productos de compra inmediata.

La acción de comprar integra a todos los sujetos que tienen la posibilidad de consumir, ya sea producto de la venta de su fuerza de trabajo o ya sea por producto de subsidios estatales (Cena y Chahbenderian, 2012), como en el caso del programa AUH o el CP. También es interesante agregar a esta visión puntos de vista teóricos como el de Wilkis (2017) que ve a estos programas como una “política de rehabilitación” donde el dinero es una herramienta para incluir estos sujetos al mercado y reactivarlos como consumidores necesarios en el conjunto de la economía.

A partir de la Sociología de los Cuerpos y las Emociones es importante conjugar las prácticas habituales del modo de producción capitalista con las vivencias que las personas experimentan a través de las mismas. En este sentido, las entrevistadas de esta investigación manifiestan acciones que no son simplemente decisiones utilitarias, sino que presentan entramados complejos que se expresan de distintas maneras. El análisis de este trabajo busca explorar las percepciones de los individuos que fueron entrevistados para adentrarse en los dispositivos de regulación de las sensaciones que el capitalismo dispone (De Sena y Scribano, 2014).

La acción del consumo tomada como eje para esta investigación implica el detenimiento en las vivencias y emociones presentadas por los individuos, buscando localizar componentes en relación a la expresión de la frustración, la tristeza, el alivio, la satisfacción, la alegría, etc.

Los abordajes elegidos que fueron profundizados a lo largo de esta sección tienen como objetivo trascender explicaciones reduccionistas de las intervenciones del Estado. Se propone un análisis centrado en las vivencias de estos individuos tal como ellos las manifiestan.

1.4 Consideraciones metodológicas

La sección correspondiente al desarrollo analítico está basada en estrategias cualitativas de investigación que fueron aplicadas en un trabajo de campo basado en entrevistas en profundidad. En base a ellas pretendemos conocer las percepciones de quienes fueron alcanzadas por las entrevistas para adentrarnos en el sentido de sus vivencias tal cual fueron relatadas por estas participantes.

En el contexto del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio, establecido a finales de marzo de 2020 en toda la República Argentina, se decidió modificar las entrevistas en profundidad cara a cara por una metodología de entrevistas virtuales por el servicio de chat de Facebook. Estas entrevistas “online” se inscriben en la metodología de etnografía virtual, entendiendo a ésta como: “una etnografía estructurada en torno a casos concretos dentro y fuera de la red, vinculados entre sí por medio de complejas relaciones mediadas por

artefactos tecnológicos” (Domínguez Figaredo, 2007, p. 59) y asumiendo que la etnografía virtual implica una dislocación espacial y temporal en la cual las participaciones del investigador pueden ser más intermitentes, a veces interrumpidas por otras actividades que se desempeñan en el “mundo offline” (Sordini, 2017).

El presente trabajo reunió 52 de las entrevistas realizadas en el primer semestre del 2020 por miembros del Grupo de Estudios de Políticas Sociales y Emociones coordinado por Angélica De Sena y establecido en el Instituto Gino Germani.

2.1 Emociones en la acción del consumo: felicidad y satisfacción

En la primera parte del análisis nos centramos en las emociones manifestadas por las entrevistadas en cuanto a la acción del consumo que realizan, ya sea por medio del dinero de los PTCI o por recursos obtenidos de otras fuentes como el trabajo. Entendemos al consumo en tanto proceso influido por varios factores y por tanto abonamos la definición de García Canclini (1999) que lo señala como: “el conjunto de factores socio-culturales en qué se realizan la apropiación y los usos de los productos.” (p. 34).

Entrevistada 17¹⁰

A mi me hace feliz ir a comprar al mercado, llegar al changuito, llegar a la caja con el changuito lleno de mercadería, esas cosas me ponen contenta.

La felicidad aquí es medida en términos de capacidad de consumir lo que se quiere consumir, un “changuito lleno” genera felicidad entendida como un disfrute inmediato que alivia los males a partir de la acción de comprar. De Sena y Scribano (2014) nos señalan esa conexión entre consumo, disfrute y objetos que funciona, al igual que las adicciones, liberando momentos de contención/adecuación a partir de reemplazar ausencias auto-generadas a través del consumo. Esa sensación de falta implica una búsqueda de la “felicidad” mediada por los bienes que deben ser adquiridos. Las beneficiarias de PTCI perciben aquí una doble dificultad en base a que el comprar es necesario para generar un “alivio”, pero al mismo tiempo los montos percibidos implican “miedo” porque la plata “se va”.

Entrevistada 24

Pregunta: que sentiste al ir a comprar?

¹⁰ Tanto las preguntas como las respuestas citadas a lo largo del trabajo fueron transcritas gramaticalmente tal cual fueron recuperadas de la conversación en el servicio de chat de Facebook.

Respuesta¹¹: Una sensación de alivio y miedo a la vez... porque es plata que se va y quería administrarla bien

“En una sociedad de consumidores todos tienen que ser, deben ser y necesitan ser "consumidores de vocación", vale decir, considerar y tratar al consumo como una vocación.” (Bauman, 2007, p. 80-81), la única alternativa válida es participar a través del consumo, y las PTCI juegan entonces un rol importante en garantizar ese tipo de participación por parte de sus receptores. Tal como lo manifiesta la siguiente entrevistada, se confiere cierto status a partir de tener la posibilidad de comprar: el comprar para los hijos y las hijas sienta las bases para un futuro mejor, y disponer de dinero propio para pagar implica, según las percepciones vertidas, un “sentirse bien”.

Entrevistada 4

P: ¿Para que dirías que te sirve comprar las cosas que compras? ya sean alimentos, cosas para la casa, para los chicos o lo que sea.

R: Para que no anden tocando no que no necesitan o no anden pidiendo en la calle
Yo pedía cuando era chica

P: Y ahora que tenés la posibilidad de comprar o pagarlo vos, ¿Cómo te sentís?

R: Me siento bien porque no le toco nada a nadie y puedo comprarle los útiles a mis hijos así que ir al colegio que estudien lo que yo no pude.

Del mismo modo, cuando el dinero percibido por los PTCI no alcanza para suplir esa necesidad de consumo, se genera un sentimiento de impotencia o tristeza en las beneficiarias del programa, pero ese sentimiento no responsabiliza a otros individuos o instituciones, sino que internaliza el fracaso como propio y genera, en el caso de esta entrevistada, una impotencia por no haber podido brindar mejores condiciones materiales para ella misma y para sus hijos.

Entrevistada 2

P: ¿Cómo te sentís cuando esas cosas que necesitas no las puedes comprar?

R: Me resigno y a la vez mal.

P: ¿Es como esa impotencia de la que me hablaste antes?¹²

R: Si es una impotencia que me hace reflexionar porque no fui una profesional o porque no estudié un poco más para darle una vida mejor a mis hijos y a mí

¹¹ A partir de ahora P como acrónimo de Pregunta y R como acrónimo de Respuesta.

¹² Refiere a la siguiente cita de la entrevistada: **R:** Cambio en cantidades ya que el monto sigue igual y todas las cosas aumentaron de precio. Yo con ese monto traía tres bolsas antes y ahora sólo uno y hay mucha diferencia

P: ¿Y qué sentís con eso que está pasando? **R:** Impotencia. De no poder hacer nada.

Entendemos como las vivencias de las entrevistadas son expresadas en esta díada de frustración o satisfacción según la posibilidad de consumir, en estos casos las emociones asociadas al consumo se encuentran intrínsecamente relacionadas con el logro del bienestar de los hijos e hijas propios.

La AUH y el CP orientan el consumo y las contraprestaciones hacia garantizar cierta calidad de vida en los hijos y las hijas de quienes perciben el programa, esto se hace piel en muchos de los relatos de las madres beneficiarias, donde las emociones vividas al consumir están estrechamente asociadas al bienestar de otros, de este modo se entablan relaciones sociales en torno al consumo como mecanismo de transmisión de afecto y cariño hacia los hijos (Cena, Chahbenderian, D´hers y De Sena, 2014).

Entrevistada 1

P: ¿Cómo te sentís cuándo podés comprar las cosas que necesitas para tu hija?

R: Y la verdad que bien xq como mamá no me gusta que ami hija le falte nada

P: ¿Y a veces podés comprar algo que es porque lo querías? más allá de la necesidad de comida, limpieza o cosas para tu hija.

R: Si zapatillas para mi nena

Que es lo que le compro de marca xq es lo que más le dura

P: ¿Qué sensación te genera poder comprarlas?

R: Me lo e feliz xq apesar que tuve que criar la sola...le puedo dar lo que a ella le hace falta

Sin la ayuda del padre

No solo hay una satisfacción en poder comprar lo que se percibe como necesario para la subsistencia, sino en poder hacerlo “sin la ayuda” de otros. En el caso de la mujer citada recientemente, se canaliza el disfrute que podría ser brindado por el acto de comprar “porque lo quiera” en la “felicidad” que genera poder permitirse otros bienes para “su nena”, como las zapatillas que son mencionadas. Poder cubrir todo ese rango de artículos que consideran fundamentales para otros implica en muchos de estos casos “satisfacción” o “felicidad”. La acción del consumo, en las beneficiarias de los PTCl que fueron entrevistadas, también se relaciona con el disfrute y el placer, pero el disfrute y placer aparecen cuando se garantiza el bienestar de los hijos e hijas.

Entrevistada 9

P: ¿Y qué sentís haciendo estas compras?

R: Satisfacción de saber que mal o bien puedo cubrir las necesidades básicas de mis hijos.

Entrevistada 16

P: ¿Y qué te pasa por la cabeza cuando vas a comprar ?

R: Felicidad de poder consentirlos

Los PTCI brindan también la posibilidad de vivenciar emociones asociadas al consumo a partir de la asignación de ciertos modos que permiten “soportar de mejor manera”: “Se observa que en esta “religión” se hallan ciertos mandatos que asocian consumo con felicidad y resignación, siendo funcionales a la “soportabilidad” de la vida en tanto posibilitan una “vía de escape”. (Cena et al., 2014, p. 232-233). En este sentido el consumo canaliza emociones de satisfacción, alegría, tristeza o frustración siempre en base a si es posible “consumir” para garantizar el bienestar de otros.

En las entrevistas se menciona poco el comprar exclusivamente para el disfrute, ya que las percepciones vertidas se asocian siempre con la compra de bienes por una necesidad de subsistencia. La sociedad del consumo, sobre la que teoriza Bauman (2007), se centra en el placer y el disfrute inmediato, pero es interesante analizar, a partir de la próxima sección del trabajo, como en estos casos el disfrute se encuentra cuando se satisfacen necesidades primarias relacionadas con el cuidado de los hijos y las hijas.

2.2 La necesidad y el deber

A lo largo de todas las entrevistas aparece un discurso signado por nociones de las entrevistadas en relación a una autopercepción de la acción del consumo basada principalmente en las nociones de “Necesidad” y “Deber”,¹³ entendiendo que este último surge como necesidad de cumplir con determinados mandatos subjetivados como los más relevantes para las personas entrevistadas.

En relación con lo visto en el apartado anterior, es preciso ahondar en estas categorizaciones porque indican prácticas y formas de vivir fuertemente influenciadas por el cuidado del otro, en adscripción a los objetivos de los PTCI. En las percepciones de beneficiarias, como las dos que son citadas a continuación, se manifiesta la internalización de un discurso en el cual debe gastarse el dinero solo en “lo que corresponde” ya que lo que no es comprado para suplir necesidades básicas implica “malgastar”.

Entrevistada 10

No sé si quiero comprar otras cosas que no sean para la casa, siempre quiero comprar cosas para progresar en la casa y no malgastar.

¹³ Ambos conceptos en mayúscula solo esta vez con el objetivo de introducirlos teóricamente.

Entrevistada 3

P: ¿y además de las cosas de alimentación y otros gastos para los chicos, te puedo preguntar en qué otras cosas gastas tu dinero? (sea cobrado por la auh o por tu trabajo).

R: Gasto en pagar en wifi, en comprar cosas para la casa. Gas, agua.

P: ¿Y qué sensación o sentimiento te produce cuando gastas el dinero en estas cosas? O emociones.

P: No sé ,creo que es lo que corresponde.

Estas aseveraciones se repiten en muchas de las entrevistas cuando se les pregunta a las beneficiarias cómo se sienten al comprar y qué emociones asocian al consumo. Se percibe que hay usos correctos del dinero de los programas (e incluso otros ingresos) basados en satisfacer las necesidades básicas y en el cuidado de los hijos y las hijas, se “debe” o “corresponde” comprar solo lo necesario. Se asume que hay gastos “correctos” que las mujeres madres titulares han internalizado y comunicado en sus narraciones, aparecen así modos y prácticas esperables a partir de los cuales se es “buena madre” o “buena destinataria” (Dettano, 2020).

Así se presentan modos y haceres correctos que han sido internalizados por mujeres madres titulares en su acción del consumo. A partir de esto, las prácticas realizadas se encuentran impregnadas de esa idea suprema de lo que es necesario y de lo que se debe hacer con el dinero. Los ingresos no pueden ser derrochados en banalidades ya que su “buen uso” debe ser destinado al bienestar de los hijos e hijas en materia de alimentación y su educación, o, recién en última instancia, en otras cosas necesarias para el hogar. La maternidad se encuentra en estos casos exclusivamente asociada a los cuidados de otros, estas políticas conllevan visiones que consideran a las madres como corresponsables, junto con el Estado, del logro de ciertos objetivos sociales (De Sena, 2013), las emociones y sentires se vivencian bajo una responsabilidad asumida que implica satisfacciones, tristezas o frustraciones en función de si se satisfacen las necesidades de quienes se tiene a cargo.

Así es como el consumo relacionado con el disfrute o el placer instantáneo se ve tensionado en estas narraciones de las entrevistadas, no hay lugar para sus propias preferencias cuando siempre se debe priorizar el bienestar de otros. Prima aquí el sentido de utilidad y de la necesidad que pueden tener los hijos y las hijas.

Entrevistada 3:

P: ¿Con qué objetivo comprás lo que comprás?

R: Porque lo necesito. Si o si algo útil.

Entrevistada 36

cuando le compro las cosas que nesecita mi hija me quedo trankila que no le falta nada

También es pertinente indagar, al respecto de estas percepciones, de qué manera opera el cobro de PTCI cuando casi todas las beneficiarias de los mismos son mujeres madres, y cuando los mismos programas las designan como únicas beneficiarias posibles. La feminización de las políticas sociales juega una tarea importante donde el Estado asume que ese rol es concerniente casi exclusivamente para ellas, asumiendo así una asistencia para ciertos sectores con la (casi) certeza de que quienes reciben la ayuda destinen los montos recibidos para el cuidado de sus hijos, las mujeres cumplen con las contraprestaciones y centrar las transferencias en ellas parecería garantizar que la totalidad del beneficio se destina a las necesidades de reproducción de sus hijos e hijas (De Sena, 2014).

Las emociones relacionadas con las prácticas de consumo que se han analizado aparecen en consonancia con estos planteos, y esto no solo se manifiesta en la acción de comprar, sino que la internalización de este “deber ser” también aparece señalado en algunos casos como una diferenciación entre las acciones propias “correctas” y los consumos de otras personas beneficiarias de programas sociales que gastan en artículos inútiles o en cosas innecesarias.

Entrevistada 16

P: ¿Y creés hay otras personas que priorizan otras cosas?

R: Las personas banas prefieren gastar ese dinero en cosas que no son útiles hasta para mantener sus vicios las ocupan

Entrevistada 12

Hay gente q realmente nesecita ,pero hay mucha gente q se drogan y tienen hijos ,,y cobran ,,lamentablemente ,tendrian q mandar una asistente social ,para ver q realmente se use bien el dinero.. Aki vino x varios años la asistente social...pero desp ya no mas

El pedido de una regulación frente a los que “usan mal el dinero” que hace esta última entrevistada resume esta idea de que los montos percibidos por los PTCI deben ser

utilizados solo para cumplir con las necesidades de los hijos y las hijas. Las contraprestaciones mismas de los programas buscan orientar los consumos hacia las necesidades primeras de quienes están a cargo de las beneficiarias. En este sentido, estas condicionalidades, junto con la auto-regulación de las madres, re-significan la acción del consumo transformándola casi exclusivamente en un medio para cubrir necesidades básicas, principalmente de otros. Se observa desde las narrativas manifestadas en las entrevistas como las prácticas de consumo no se orientan por el placer o por el disfrute, sino en base a comprar lo que corresponde y lo que los hijos y las hijas necesitan.

2.3 Los montos percibidos y la capacidad de compra: del alivio al “no alcanza”

A lo largo del trabajo de campo analizamos diferentes percepciones del consumo en relación con diversas emociones, y principalmente nos centramos en nociones del consumo relacionadas con la necesidad y deber que se vivencian a partir de tener que hacerse cargo del cuidado de otros. Bajo estas presiones se conforman prácticas deseables que se hacen piel, en el cumplimiento de ellas mucho tienen que ver los montos percibidos a través de los PTCI.

La AUH y el CP aparecen en varios de los discursos de las beneficiarias como indispensables para sostener los consumos mínimos que garanticen la subsistencia, son un ingreso necesario para comprar “lo esencial” y cubrir las necesidades de los hijos.

Entrevistada 48

la asignacion para mi es algo con lo que cuento todos los dias y es para mis hijos, yo se que sino hice lo suficiente dinero un mes, se que tengo esa plata para lo esencial, se que aunque me falte o no llegue en muchas cosas, su parte y sus necesidades estan cubiertas.

Entrevistada 9

P: Y cómo te sentís cobrando la asignación?

R: Bien, porque es una ayuda a que no les falta nada a mis hijos, obviamente que también trabajo. Entre todo mal o bien no nos falta nada.

Lo más importante parece ser que “no falte nada”, en referencia a los artículos básicos para la subsistencia de los que componen el grupo familiar de la beneficiaria. La complementariedad (o no) con un empleo, los precios que se encarecen y los imprevistos implican que estas beneficiarias implementen estrategias para hacer qué la plata “dure más”

o que “alcance” para lo que se requiere comprar (De Sena y Scribano, 2014). Diferentes testimonios de las beneficiarias identifican dificultades que se dan por la escasez de los montos percibidos.

Entrevistada 24

imagínate no es gran cosa tampoco lo q te dan pero te ayuda tampoco no subsistis un mes con 2700 xchico

Entrevistada 2

Uno necesita comprar electrodomésticos para la casa más allá de que con esa plata no abastece ni para terminar de comprar lo esencial en la casa.

Entrevistada 49

P: ¿Y qué sensación o emociones te produce cuando gastas el dinero en todo esto que me contas?

R: Te voy hacer sincera me pone mal triste porque para algunos días tengo para otros no tengo para darle a mi bebé

Porque me encantaría tener un sueldo donde yo me sienta feliz que cada día me gano el mango y poder llegar a finde mes con plata para mi bebé y no tener que estar angustiada todo el tiempo
A ver si tengo o no para darl

En percepciones como las de estas tres entrevistadas, se ejemplifica cómo, si bien los PTCl vuelcan a las beneficiarias al consumo, también generan situaciones complejas ya que estos programas no otorgan el dinero suficiente para paliar todas las necesidades que el grupo familiar tiene que cubrir.

Aunque el rol como consumidoras sea limitado por los montos, para algunas beneficiarias contar con estos programas puede llegar a presentarse como un “alivio”, algo que ayuda a “seguir adelante” o una forma de tener algo con lo que se “puede contar”.

Entrevistada 2

En lo personal no quisiera depender de planes sociales pero hoy por hoy es lo único que me ayuda a seguir adelante y más en esta situación tan difícil que es de esta pandemia que no se acaba.

Entrevistada 19

Cuando me cargan la tarjeta de el, siento alivio de saber que puedo contar con eso, ojo, no me gusta depender de planes sociales ni mucho menos siento orgullo de

tenerlo, pero hasta que pueda conseguir trabajo yo, no niego que es un alivio contar con ese dinero para la comida o ropa y calzado para el

Ese alivio es importante, pero también implica que la compensación frente a fallas en la inclusión económica se ha desplazado a una inserción básica y parcial en las dinámicas del consumo (De Sena y Scribano, 2014). No hay una incorporación al mercado laboral directa, ni un ingreso que pueda suplir al salario, sino que se incluye a poblaciones a partir de “accesos al consumo”. Con la suma brindada por estos PTCl algunas entrevistadas plantean que a veces “no se puede comprar nada de lo que hubiera gustado”, mientras que otras se lamentan por el hecho de que sean ingresos no provenientes de un empleo.

Entrevistada 2:

P: ¿Y cuándo sí llegás a hacer esa compra de eso que necesitabas?

R: Y que te puedo decir con esa suma no puedo comprar nada de lo que a mi me hubiera gustado para mi familia y yo.

Entrevistada 4

P: ¿Qué sensación te genera igual poder disponer de ese dinero de la AUH?

Bagancia

R: Me da xq cuand tuve mi primer hijo a los 16 años tenia que ir a cosechar algodón para comprale su yogur y pañal soy de chaco

Si

P: ¿Y antes cuando tenías trabajo, y aparte el dinero del programa, te sentías igual?

R: Tenia q sudar para los necesario y las zaptillas

No

Las percepciones de las beneficiarias en relación a los montos percibidos se manifiestan en expresiones que van desde el alivio hacia la frustración por la escasez de los montos. Los PTCl parecen lograr cierta integración de las beneficiarias al circuito del consumo, pero no siempre logran que sus beneficiarias puedan suplir todas las necesidades que manifiestan.

3.1 Algunas reflexiones finales

A lo largo del trabajo desarrollamos diferentes recorridos en relación a las emociones relacionadas con el consumo en beneficiarias de PTCl. Hemos buscado analizar

cómo se manifiestan estos sentires en relación a la acción de consumir, en las percepciones de las entrevistadas en relación con la necesidad y el deber, y en las vivencias relacionadas con la capacidad de compra que otorgan estos programas. Centrándonos en estos ejes profundizamos en cómo estas políticas sociales de transferencia monetaria estatal impregnan las vivencias de quienes las perciben. La inserción al mercado de consumo, generada a través de los PTCI, se manifiesta en emociones que se producen de acuerdo a la capacidad de estos programas de permitir cierta integración económica y social, y de las limitaciones provocadas por el percibir recursos escasos.

Estos ingresos implican la introducción de ciertos sectores a ciertas lógicas consumistas, pero en las percepciones de las entrevistadas vemos también cómo estos mecanismos revisten también diversas dificultades. A lo largo del trabajo ahondamos en las percepciones de necesidad y deber, y si bien el consumo posibilitado por los PTCI permite satisfacer ciertas necesidades, también resulta, en varios casos, en angustias por no disponer de los suficientes ingresos para comprar lo requerido. Esto incide también en las prácticas de “lo que se debe hacer”, ya que la percepción de contar con montos limitados se materializa en un discurso fuertemente signado por comprar solamente cosas “que correspondan”, siempre en pos del cuidado de los otros, principalmente los hijos y las hijas.

Los programas permiten una integración de las beneficiarias en los modos consumistas perseguidos por el grueso de la sociedad. Al mismo tiempo esa integración parece darse de manera limitada, reforzando las diferencias entre quienes persiguen el consumo en la clave del disfrute inmediato y del placer, y quienes consumen para su subsistencia y la de quienes están a su cargo (Halperin Weisburd et. al., 2011; Cena et. al., 2014).

El análisis de las prácticas de consumo bajo el marco de la Sociología de los Cuerpos y las Emociones re-significa lo que podría ser visto puramente como un mecanismo de inclusión económica. Los sentires vertidos por las madres beneficiarias en las entrevistas expresan no solo satisfacción por ser incluidas en el mercado de consumo, sino también muchas frustraciones relacionadas con la presión que implica la completa responsabilidad por sobre las prácticas del.

Las emociones manifestadas nos permiten re-pensar las prácticas de consumo que se desarrollan a partir de los PTCI, ahondar en los sentires de las beneficiarias y así comprender las vivencias reales que se producen a través de este tipo de políticas sociales.

4.1 Bibliografía

- ANSES (2012) *La asignación universal por hijo para protección social en perspectiva. La política pública como restauradora de derechos*. Observatorio de la Seguridad Social, Administración Nacional de Seguridad Social, Buenos Aires, Abril 2013.
- ARAGÓN, R., GIL-LACRUZ, M. y MATUTE, S. (1998) “Aproximación teórica al estudio de las necesidades sociales y la participación comunitaria [Theoretical approach to the study of social needs and community participation]”. En *Revista de Relaciones Laborales*, Nro. 6. pp. 97–104.
- BAUMAN, Z. (2007); *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- CENA, R., y CHAHBENDERIAN, F. (2012) “El crédito y el consumo como "condiciones" de contentar y contener a las poblaciones expulsadas”. En *Boletín Onteiken, Estudios sobre Acción Colectiva y Conflicto Social CIECS-CONICET*. Año: 2012. pp. 37 - 37
- CENA, R., CHAHBENDERIAN, F., D’HERS, V., y DE SENA, A. (2014) “Programas de atención a la pobreza y consumo: lógicas circulares de satisfacción/insatisfacción”. En Angélica De Sena (Ed.), *Las políticas hechas cuerpo y lo social devenido emoción: lecturas sociológicas de las políticas sociales*. pp. 223-249. Córdoba: Estudios Sociológicos Editora/Universitas. Editorial Científica Universitaria.
- CEPAL-ONU (2016) *Base de datos de programas de protección social no contributiva, División de Desarrollo Social, CEPAL*. Recuperado de <https://dds.cepal.org/bpsnc/ptc>
- DANANI, C. (2004) “El alfiler en la silla: sentidos, proyectos y alternativas en el debate de las políticas sociales y de la Economía Social”. En Danani C. (compiladora): *Política social y economía social: debates fundamentales*. Editorial Altamira. Buenos Aires.
- DE SENA, A. (2011) “Promoción de microemprendimientos y políticas sociales: ¿universalidad, focalización o masividad?, una discusión no acabada”. En *Pensamiento Plural/Pelotas*. Nro. 8. pp. 5-36.
- DE SENA, A. (2013) *Sobre algunas feminizaciones y las políticas sociales. X Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- DE SENA, A. (2014) “Las mujeres ¿protagonistas de los programas sociales? Breves aportes a la discusión sobre la feminización de las políticas sociales”. En: De Sena (comp.), *LAS POLÍTICAS HECHAS CUERPO Y LO SOCIAL DEVENIDO EMOCIÓN*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.

- DE SENA, A. (2018) "A modo de introducción". En: De Sena (comp.), *La intervención social en el Siglo XXI: Transferencias condicionadas en el orden global*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.
- DE SENA, A. y SCRIBANO, A. (2014) "Consumo Compensatorio: ¿Una nueva forma de construir sensibilidades desde el Estado?". En *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*. Nro. 15 (6). pp. 65-82.
- DETTANO, A. (2020) "Las políticas sociales desde una sociología de las emociones: un estudio de las prácticas de consumo de sus destinatarias". En *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*. Nro. 85. pp. 129-147, Recuperado de <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/adettano.pdf>
- DETTANO, A., SORDINI, M. V., & CHAHBENDERIAN, F. (2019) "Social Policies, Conditional Cash Transfer Programs and Types of Indebtedness: Possible Articulations in Twenty First Century Argentina". En *Advances in Social Sciences Research Journal*. Nro. 6(5). pp. 276-292.
- Ley N° 1878. Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, 1 de diciembre de 2005.
- DOMÍNGUEZ-FIGAREDO, D.(2007) Sobre la intención de la etnografía virtual. Sánchez-Gómez, M. y Revuelta Domínguez, F. (Coords.) Metodología de Investigación Cualitativa en Internet [monográfico en línea]. En *Revista Electrónica de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Nro 1 (8). Universidad de Salamanca Extraído el 24 / 11 / 2017 desde http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_08_01/n8_01_dominguez_figaredo
- GARCIA CANCLINI, N. (1999) "El consumo cultural: una propuesta teórica". En Sunkel, Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá.
- SCRIBANO, A. (2009) "Políticas de las emociones y los cuerpos: Realidades, teorías y caminos de indagación". En *Boletín Onteaiken*. Nro. 8 (4). Córdoba, Octubre de 2009.
- SCRIBANO, A. (2012) "Sociología de los cuerpos/emociones. En *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*. Nro 10 (4). Diciembre 2012-marzo de 2013. Argentina. ISSN: 1852-8759. pp. 93-113.

- SORDINI, M. (2017) El uso de internet en relación a los programas sociales. En *Boletín Científico Sapiens Research*. Nro. 7.
- WILKIS, A. (2009) "Circuitos económicos y diferenciación social. Un estudio sociológico sobre la circulación de ayuda hacia las clases populares en Buenos Aires". Presentado en el *Congreso 2009 de la Asociación de Estudios Latinoamericanos*. Río de Janeiro.
- WILKIS, A. (2017) *The moral power of money: morality and economy in the poor people life*. Stanford: Stanford University Press.
- WILKIS, A. and HORNES, M. (2017) "Negociando la inclusión al mercado de consumo". *Civitas*, Porto Alegre. Nro. 1(17), p. 61-78, jan.-abr. 2017. *Dossiê: Finanças e sociedade*.