



Los actantes como configuradores de culturas Aproximaciones a una antropología objetual

Caso de estudio:
El impacto de las tarjetas de
crédito en la configuración de cultura

■ Abdénago Yate Arévalo ■

Diseñador Industrial de la Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá. Magíster en Investigación en Problemas Sociales Contemporáneos del Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos – IESCO, Universidad Central. Docente de la Universidad Autónoma de Colombia. Investigador y Secretario General del grupo de investigación Polisemia Digital, Categoría D en Colciencias, adscrito a la Universidad Autónoma de Colombia. Correo electrónico: abdenagoyate@gmail.com

Los actantes como configuradores de culturas. Aproximaciones a una antropología objetual.

224

Cirafra

Abdénago Yate Arévalo

Los actantes como configuradores de culturas

Aproximaciones a una antropología objetual

Caso de estudio: El impacto de las tarjetas de crédito en la configuración de cultura

Artículo de Reflexión

Resumen

El presente artículo es un resultado de investigación de la tesis de maestría en Investigación en Problemas Sociales Contemporáneos, que desarrolla la tesis: "se crea cultura como producto de la usabilidad de actantes". Así, la investigación reflexiona sobre la cultura y su configuración a partir del consumo cultural, el cual es visto desde la óptica de la usabilidad cultural, con aproximación a una realidad socio-cultural desde el caso de estudio de la relación sujeto/tarjetahabiente con el objeto/tarjeta de crédito, en el que se visibiliza la caracterización de los actantes que permiten la configuración de sociedad desde la usabilidad cultural.

Palabras Clave

Consumo cultural, actante, actor red, usabilidad, social, problemática social, antropología objetual, cultura.

Actants as culture shapers

Approach to an objectual anthropology

Case study: the impact of credit cards in the shaping of culture

Reflection Article

Abstract

This article is the result of the research carried out for a Master's Paper on Research of Contemporary Social Problems. The thesis developed is: "Culture is shaped as a result of actants' usability." Thus, the research explores culture and its shaping by cultural consumerism, which is seen from the viewpoint of cultural usability. It approaches a social-cultural reality in a case study about the relationship between the subject/cardholder and the object/credit card in which the characterization of the actants that give shape to society from the point of view of cultural usability is highlighted.

Key words

Cultural consumerism, actant, actor network, social usability, social problems, objectual anthropology, culture



Introducción¹

n el reconocimiento a la importancia que tiene una estructura lógica en todo discurso, con el fin de que la comunicación se logre a partir del sobreentendido², y no del mal entendido, se presenta un esquema guía, y por tanto, derrotero del discurso. Primero, una breve introducción que permitirá vislumbrar y delimitar el problema de investigación, seguido del método con el que se desarrolló el proyecto. Luego, un esbozo sucinto, pero pertinente, de los elementos teóricos usados como pilares de la investigación. Desde este análisis y propuestas conceptuales, se desprende el abordaje de un caso de estudio, que permite evidenciar los elementos propuestos desde un enfoque reflexivo. Por último, algunas conclusiones que ha arrojado la investigación, a su vez que éstas se convierten en pilares para investigaciones futuras, con la especificidad requerida para cada caso.

Hemos de comenzar con una cita del filósofo Platón: *“Es imposible combinar bien dos cosas sin una tercera, hace falta una relación entre ellas que las ensamble... la mejor manera para esta relación es el todo. La suma de las partes como un todo, es la más perfecta relación de proporción”*. Esta frase logra recoger en gran manera el sentido de la tesis que se plantea en este artículo, ya que al pertenecer a un sistema, un elemento presenta características propias y aprehendidas o impuestas que permiten su relación con otros elementos que han sido o serán vinculados a dicho sistema, son características que hacen que las dinámicas de la red sean dadas por las relaciones sociales de los actantes³, o dicho de otra manera, las relaciones de los actores agenciantes. En concordancia, la sociología del conocimiento, en especial la teoría del actor red (TAR o ANT por sus siglas en inglés), propone una nueva forma de analizar las dinámicas sociales. En esta mirada se realza el principio de simetría, el cual permite ver a los actores ‘humano’ y ‘no humano’ en equidad, incluso en igualdad, al hacer referencia a su poder para participar en la construcción de sociedad. Esto permite evidenciar, en una primera instancia, la justificación, de ver la cultura como una red de relaciones, lo que a su vez permite postular la tesis: “se crea cultura como producto de la usabilidad⁴ de actantes”, que es el fundamento de este trabajo.

En este marco global, los conceptos que delimitan la investigación son: **1.** La cultura ha sido entendida como producto de la interacción de actores humanos que producen no humanos, estos últimos como materiales, objetos y servicios⁵. **2.** El consumo cultural ha sido entendido como el consumo de no humanos (objetos: bienes y servicios) por parte de humanos⁶. **3.** Los objetos han sido vistos como producto de las dinámicas socio-culturales entre los humanos⁷.

De allí, con base en la reflexión, se desprende el problema de investigación que se aborda con la siguiente pregunta: ¿El consumo cultural puede ser entendido como consumo de actores no humanos por actores humanos, si las dinámicas de las relaciones socio-culturales de la sociedad contemporánea son definidas por las redes de actantes?, o ¿Si la cultura es la interrelación entre actantes, se puede entender el consumo cultural como consumo de actores no humanos por actores humanos?

Así, otra pregunta que presenta uno de los grandes retos de esta alternativa de abordaje de las redes sociales, es: ¿cómo se analiza una relación? ó ¿cómo es el proceder, como método, para el análisis de las relaciones de actantes? E incluso ¿cómo caracterizar los actantes, si se tiene en cuenta que la observación, será un *photofinish*, y no reflejará la mutabilidad y dinamismo de los actantes?

Para ello, fue necesario hacer una primera aproximación a una realidad socio-cultural desde un caso tipo, un caso de estudio. La investigación se articula en torno a la relación sujeto/tarjetahabiente con el objeto/tarjeta de crédito. Algunos elementos de análisis son: **1)** El cambio de paradigma de ‘poder adquisitivo’ a ‘capacidad

¹ Mis más sinceros agradecimientos muy especialmente a Yuly Paulín Sandoval, y a mis colegas y amigos, Ludwig Angarita, Criseida Ferro, Alberto Lesmes y Álvaro Giraldo, por soportar mis terquedades y estar dispuestos al diálogo. De igual manera a Jaime Toro con quien las reflexiones sobre este tema arrojaron dinámicas e importantes discusiones.

² Castilla Del Pino, Carlos. *La Incomunicación*. Ediciones Península. Barcelona España. 2001.

³ Aquí, se hace necesario diferenciar actor de actante. Un actor es una singularidad dictaminada a partir de sus características endógenas, es una simulación de relaciones estáticas en tanto se configura como singularidad. Un actante es una dinámica de relaciones dadas por sus características endógenas y exógenas que se encuentra dinamizada a partir de las mutaciones, turbaciones y desarrollos fundamentados en la relación e influencia con el medio. Para profundizar más en el concepto, recomiendo la lectura de los documentos: Latour, Bruno. *La Tecnología es la sociedad hecha para que dure*. Título original: *Technology is society made durable*, en J Law (comp.). *A sociology of monsters: Essays on Power, Technology and Domination*, Routledge, Londres, 1991. pp.

de endeudamiento' ha hecho del actor tarjeta de crédito un referente de promesa de bienestar social; 2) El aprovechamiento en el sector financiero del impacto social de las tarjetas de crédito ha llevado a que ésta se popularice hasta casi convertirse en parte de la canasta familiar; 3) la caracterización del actor humano como tarjetahabiente, denota y connota una especificidad de usuario, que lo determina y pre-determina en cuanto a sus dinámicas de actuación psicosocial; y 4) la relación tarjetahabiente/tarjeta de crédito visibiliza la caracterización del actante que permite la configuración de sociedad desde la usabilidad cultural.

A partir de las reflexiones teóricas que permiten dar un sustento conceptual a la investigación, fue necesario recurrir a métodos y herramientas para la realización de los trabajos de campo y de laboratorio, lo que permitió una recopilación y posterior análisis de información, que se convierten en reflexiones y conclusiones que dan razón del logro de los objetivos planteados para la investigación. En este caso, se busca una articulación de las propuestas teóricas con una aplicación práctica de análisis de una red determinada, y para ello, el caso de estudio tiene como objetivo general indagar sobre las socialidades a partir de la intervención de la tarjeta de crédito, con el fin de caracterizar las relaciones entre actantes que configuran las prácticas sociales. Esto llevó a la construcción de algunas conclusiones, desde los actores, que de una u otra forma, ayuda a caracterizar y evidenciar a los actantes, que serán en cada contexto (tiempo y espacio) distintos gracias a su dinamismo, mutabilidad y heterogeneidad.

Metodología del proyecto

Para ser consecuente con el planteamiento del problema y el carácter teórico de las conclusiones, se llevó a cabo una exploración bibliográfica que se enmarca en una investigación de dimensión socio-crítica⁸ con carácter holístico.

El proyecto de investigación responde también a una investigación aplicada encaminada al análisis de posibles transformaciones sociales implícitas en soluciones que surgen a partir de la reflexión, auto-reflexiva, que propende por el cambio y establece una base altamente ideológica que compromete necesariamente, la postura personal del investigador. De igual forma, se asume la observación participante como el método modelo de conocimiento, donde la relación entre el investigador y los sujetos de investigación están en constante reflexión en torno al problema, ya que en distintos momentos su carácter es divergente con las realidades conceptuales y las contraponen al deber ser de los hechos a partir de reflexiones teóricas, sin olvidar los enfoques descriptivos de acontecimientos y circunstancias.

Para desarrollar el proyecto con la metodología anteriormente descrita, se utilizaron los siguientes métodos y herramientas: **a)** Análisis fotográfico, **b)** Análisis documental, **c)** Diario de campo-Street visión **d)** Talleres-conversatorios, **e)** Entrevistas. Estas herramientas permitieron indagar el caso de estudio: la influencia e impacto de la usabilidad de las tarjetas de crédito en la configuración de relaciones socio-culturales, permitiendo hacer visibles los actantes involucrados en dicha red y caracterizar reflexivamente su participación en la configuración de cultura. Y como objetivos específicos: 1) Explorar la influencia e impacto del consumo de las tarjetas de crédito en la configuración de las relaciones sociales. 2) Proponer una reflexión sobre el impacto del consumo de las tarjetas de crédito en la configuración de las relaciones sociales. 3) Explorar el impacto de las tarjetas de crédito en la configuración de cultura en la sociedad.

Actantes, actores y usabilidad

El término 'actante', fue creado originalmente por Lucien Tesnière, quién lo define: "**los actantes son los seres o las cosas que, a cualquier título y de cualquier manera que sea, incluso a título de simple figurantes y de la manera más pasiva, participan en el proceso**", usado por la semiótica para designar al participante (sea éste persona, animal o cosa⁹) en un programa narrativo. El concepto de actante tiene su uso en la semiótica

103-137. Versión Castellana: Francesco Javier Tirado en: Miguel Domènech & Francisco Javier Tirado (Comps.) *Sociología Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Editorial Gedisa Editores. Serie: Cla.DEMA Sociología. Barcelona, España. 1991.

4 La usabilidad es la relación de dinámica socializante de los actantes y los actores de la red. El uso hace referencia no sólo a un desarrollo práctico sino también a un desarrollo emocional y sensitivo, que permite establecer un referente o una aproximación que positiviza las relaciones con las cuales se pueden suplir las necesidades de índole física, fisiológica, emocional y sensitiva, morfológica, comunicativa, o cualquier otra. Por tanto, el usuario es el aquel o aquello que apropia un referente positivizado para fines de enrolamiento.

5 Naranjo, José Eduardo y Otálora, Alejandro. *El empaque como elemento portador de identidad cultural en Colombia*, Ministerio de Cultura, Becas de Investigación, Bogotá D.C., Septiembre, 2000.

6 García Canclini, Néstor. *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ed. Grijalbo S.A. México D.F. 1995.

7 Sánchez Valencia, Mauricio. *Morfogénesis del Objeto de Uso*. Cuadernos de Diseño Industrial. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Bogotá. 2001.

8 En este planteamiento, un paradigma crítico se contraponen en su enfoque a los modelos positivista e interpretativo, en tanto que no sólo se acerca a la realidad interpretándola sino también transformándola; así, su interés principal es emancipar, criticar y buscar elementos que sean potenciales para el cambio (Estévez, Arroyo, & González, pág. 38).

9 Appadurai, Arjun. *La Vida Social de las Cosas. Perspectiva Cultural de las Mercancías*. Ed. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Grijalbo S.A.; México D.F. Título Original: *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. 1991

10 Uno de los mayores exponentes del uso del concepto actantes es Algirdas Julius Greimas lingüista e investigador francés de origen lituano

11 Latour, Bruno. *La Tecnología es la sociedad hecha para que dure*. Op. Cit.

12 "La traducción es el principio de una arquitectura del saber, del pensamiento y de la recta razón que, partiendo de una fundación, asegura el modo en el que el mundo puede hacerse accesible" (Garduño, G. et. al.. *La Epistemología de la Comunicación en Michel Serres* Cinta Moebio 31: 2008. pág. 23-37. www.moebio.uchile.cl/31/garduno.html). Bruno Latour la define: "... interpretación que los constructores de hechos hacen de sus intereses y de los intereses de la gente que reclutan" (Citado en: Domènech, Miguel y Tirado, Francisco Javier (Comps.) *Sociología Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Op. Cit.). Los procesos de traducción

literaria, en la que amplía el término de personaje, porque no sólo se aplica a estos tipos de actantes, sino que corresponde al concepto de actor, definido como la figura o el lugar vacío en que las formas sintácticas o las formas semánticas se vierten. De esta manera Greimas¹⁰ plantea, primero: Los actantes son unidades autónomas, independientes y con capacidad de acción. Segundo: Los predicados representan las acciones de los actantes, están subordinados a ellos y dependen de los mismos para existir.

No obstante, Greimas se mantiene en la semiótica, dando sólo valor al actante en términos narrativos. Es un término aglutinante (un functivo) de las relaciones-funciones que aparecen en el recorrido generativo en el momento de la constitución de los enunciados de la sintaxis narrativa de superficie. Para Greimas, el actante se presenta como una posición que ocupa el agente de la acción, es decir, es la agencia. Esta definición rompe con la polaridad humano y no humano. Así, para la presente investigación un actante es una dinámica de relaciones dadas por sus características endógenas y exógenas que se encuentra dinamizada a partir de las mutaciones, turbaciones y desarrollos fundamentados en la relación e influencia con el medio¹¹.

Debido a que son relaciones, la esencia de los actantes está dada por la multiesencialidad de los actores. Ello conlleva su mutabilidad, heterogeneidad y dinámica constantes, en tanto su realidad es posible dentro de la red y las interacciones que en ella toman parte. Los actantes son las relaciones o conjuntos de relaciones.

Por otro lado, al encontrar una relación donde los elementos principales son la usabilidad y los actantes, cobra significado e importancia, la cultura, ya que permite su definición como red de relaciones entre humanos y no humanos traducidos¹² y referenciados por intereses de las dinámicas sociales, es decir, la cultura es comprendida como la relación de las relaciones entre los actores. De esta manera, se vislumbra lo que se ha conocido como consumo cultural, en cuyo caso se ha entendido como la preexistencia de una cultura que debe ser consumida por los actores humanos. Sin embargo, en esta investigación se enfatiza en cómo los cambios en la manera de consumir cultura material e inmaterial alteran o transforman los modos de relaciones sociales, y por ende la cultura misma. Por tanto, se cuestiona la unidireccionalidad del consumo cultural (No Humanos por Humanos), para pasar a un consumo de actantes por actantes. Esto sustentado en el hecho de que el consumo permite la apropiación de signos, códigos e imaginarios sociales, sean estos materiales, virtuales, humanos o no humanos. Sin embargo, al formular conceptualmente al consumidor desde su condición de usuario, desde la usabilidad, se resalta que el mecanismo de traducción, los enrolamientos logrados en la red por cada actante surgen desde el uso y no desde el consumo. Si se cambia el concepto 'consumo cultural' por 'usabilidad cultural', se permite la existencia del actante.

En estos nuevos paradigmas en que el principio de simetría se radicaliza¹³, halla lugar la propuesta teórica del actor-red. En ésta las asociaciones son heterogéneas, donde una serie de entidades humanas y no-humanas se entrelazan en pro de las traducciones necesarias para la configuración de las relaciones¹⁴, que pueden ser entendidas como relaciones de poder¹⁵, ya que el proceso de traducción para los enrolamientos está dado a partir de los intereses de los actantes.

En este sentido, la usabilidad se define como la relación de las dinámicas socializantes de los actantes, y por ende por los actores que los constituyen y componen. Cuenta con características pragmáticas, estéticas y éticas. La usabilidad hace referencia no sólo a un desarrollo práctico sino también a un desarrollo emocional y sensitivo, un desarrollo de relaciones, ya que conlleva a un sistema en que el intercambio de los elementos se da por medio de relaciones complejas, en pro de objetivos comunes e individuales.

Por otro lado, la usabilidad ha sido relacionada con el objeto¹⁶ teniendo en cuenta que algo es objeto en cuanto cuenta con objetización; pero, en esta misma dinámica, todo puede convertirse en objeto en tanto es una característica innata de la existencia de los actores que constituyen una red. Cuando se define un

objeto como: "*una cosa que sirve para alguna cosa*"¹⁷, permite la existencia de ese algo que lo convierte en objeto y lo lleva a una relación de uso con respecto a alguna otra cosa; por lo tanto, la usabilidad del objeto determina los principios fundamentales del por qué el objeto puede ser usado, o para qué puede ser usado o en qué forma, además de quién o qué lo usa, sus condiciones, sus alcances, y un sinnúmero de actos existenciales, exotéricos, endotéricos y pragmáticos, por tanto "*... no puede existir por así decirlo, un objeto para nada*"¹⁸.

Sin embargo, al hacerse evidente el reconocimiento de participación activa del objeto en la relación con el sujeto, esta participación permite que el objeto no sólo sea poseedor de características exógenas, sino que como ente constituyente podrá auto-determinarse a partir de las relaciones sociales.

Así, uno de los elementos que hacen parte del actante es la usabilidad. El uso le da sentido al actante, por tanto no existe un actante sin uso¹⁹. Por otro lado, el actante, abordado conceptualmente como representación de lo real, como una realidad dependiendo de los actores y sus intervenciones en la red, cuenta con diferentes finalidades debido a la necesidad de satisfacer sus intereses, sean éstos satisfechos por un consumo material o inmaterial. El consumo es una característica de la usabilidad del actante que permite satisfacer las necesidades heredadas, adquiridas o impuestas de los actores. De ahí se desprende la importancia de entender las diferentes finalidades que convergen en la usabilidad, ya que la existencia de ésta no depende en sí de la finalidad del actante, sino del actante en sí mismo y su relación con la red.

El actante es en esencia acción, por tanto se debe caracterizar la usabilidad dentro de los parámetros de las necesidades específicas y de los deseos colectivos, debido a que la usabilidad genera la polisémica del actante. Por tanto, el actante es móvil, heterogéneo, mutable y dinámico; de igual forma existen características y/o elementos que permiten su identificación: Condiciones de existencia, elementos constitutivos, elementos compositivos e impactos.

Las condiciones de existencia, hacen referencia a todos los elementos que permiten la configuración del actante, su desenvolvimiento y dinámica en la red; estas condiciones mínimas son: 1. Elementos que contienen componentes inmateriales y materiales, unos como sustento de los otros. El componente inmaterial es toda la función sensible y usabilidad, y el material es la positivización de la relación. 2. Para la configuración de un actante se requiere la existencia de mínimo dos actores en la relación; sin embargo, hay que recordar que todo actor también se encuentra configurado por relaciones. 3. Existencia de un interés que incentiva y determina los procesos a seguir en la traducción y el enrolamiento. 4. Pertenencia a una red, sea actual o potencial. 5. Determinación de un tiempo y espacio que permita su actuación.

Los elementos constitutivos son: 1. Lenguaje: éste puede ser gráfico, lingüístico, performántico, sonoro, y todos aquellos que permitan la comunicación. 2. Interés: es la intención, deseos y valores intercambiados en las relaciones. 3. Actores vinculados directa o indirectamente que permiten la constitución de los actantes. Y los elementos compositivos son aquellos que permiten el ordenamiento de los elementos constitutivos, que caracterizan a cada uno de los actantes.

En consecuencia, los impactos son dados por las dinámicas culturales, ya que ha de entenderse que aunque la cultura sea constituida a partir de las relaciones entre actantes, y por tanto tenga una dinámica endógena dada por las características innatas, se plantea la dinámica cultural como el movimiento generador de impactos en la propia cultura, producto de las relaciones entre los actantes; en otras palabras, la dinámica cultural, es el proceso de desarrollo activo y pluridimensional y multimedial de la cultura. Estos impactos pueden ser: 1. Enrolamiento de otros actores y/o actantes que respondan a los intereses. 2. Relación social que permite la configuración de cultura. 3. La usabilidad como herramienta en la que se sustentan las

cuentan con características que permiten que los actores se autodeterminen, con transformaciones internas constantes, continuas. "*El acto de traducción reorganiza las entidades y sus relaciones, prefigura, configura un entramado, una red. ... significa la transformación de partes, de materiales inmóviles, informes, sin sentido, en redes, en entramados móviles, con forma, con determinados sentidos.*" (LAVV, John. On Power and its tactics: a view from the sociology of science. en: The Sociological Review, 34. Versión castellana: Miguel Domènech. en: Miguel Domènech & Francisco Javier Tirado (Comps.) Sociología Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad. Editorial Gedisa Editores. Serie: Cla. DE.MA Sociología. Barcelona, España. 1998.) La traducción permite el enrolamiento, y para este último es necesario la consolidación de una 'innovación' que permita que el programa sea efectivo contra los anti-programas (Hardt, Michael y Negri, Antonio, 2004) que los actantes desarrollan, sea por su autodeterminación o por programas de enrolamiento a otra red, que son un obstáculo para la inserción en la red.

¹³ Domènech, Miguel y Tirado, Francisco Javier (Comps.). Sociología Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad. Editorial Gedisa Editores. Serie: Cla. DE.MA Sociología. Barcelona, España. 1998.

¹⁴ Las relaciones no son entes ni entidades, las relaciones se expresan mediante flujos, vectores y velocidades. Por eso la expresión de la velocidad de un flujo (el crédito, por ejemplo) es el verbo y no el sustantivo o el nombre propio. Los

agenciamientos se expresan por medio de verbos, (los créditos y las tasas de interés existen para circular, crecer o disminuir).

relaciones que permiten el proceso de traducción con el fin de lograr los enrolamientos. 4. Construcción de realidades que dependen de los contextos.

El sistema Tarjeta de Crédito

15 En los ejercicios de poder, en los resultados obtenidos, se pueden reconocer los mecanismos de control y disciplina, y en todas las relaciones en la red se requiere que un actor vincule a otro de forma que contribuya a toda la red; para ello hace uso de estrategias que permiten la traducción, que buscan las interpretaciones de los agentes reclutadores y los reclutados.

La caracterización de la dinámica cultural cuenta con elementos constitutivos y elementos compositivos, donde los primeros permiten la existencia de la dinámica cultural, y los segundos permiten las relaciones entre los primeros. Así, los elementos constitutivos son actores, actantes y contexto. Y los elementos compositivos son la usabilidad y los discursos identitarios²⁰ en los que se pueden reconocer distintos modelos de medición de las condiciones sociales, como sucede en el paso de medición de calidad de vida por bienes poseídos a capacidad de endeudamiento, que ha conllevado a que las estrategias comerciales permeen las relaciones sociales, en tanto que plantean el bienestar de la sociedad y de sus individuos; una de las herramientas de este fenómeno, es la tarjeta de crédito, en la cual se dinamizan los consumos y se hace asequible un sinnúmero de elementos de satisfacción. La tarjeta de crédito no sólo devino en un actor más de la cultura material, engrosando la ya larga lista de componentes que pertenecen a las capas tectónicas objetuales²¹, sino que se convirtió en un actor constituyente de un sistema traductor y enrolador de imaginarios sociales y conductas psicosociales, que a su vez ha llevado a que se apropie el elemento-actor tarjeta de crédito más allá de un objeto matérico y morfométrico y se establezca su configuración morfosignica²² como parte de la sociedad; en otras palabras, ha existido una asimilación, apropiación y desarrollo de las tarjetas de crédito por parte de la cultura, convirtiéndola en un actor de la red socio-cultural, en especial en las dinámicas socio-económicas, ya que este sistema, al que pertenece el dinero (como papel o metal moneda) cada día incorpora más actores que permiten la existencia de la tarjeta de crédito, y se evidencia la inserción de ésta y todos los actores que permiten su uso, como un sustituto del dinero, dentro de la cadena evolutiva del intercambio de valores.

16 El objeto es todo aquel ser material o inmaterial, constituyente de la red social, creado directa o indirectamente por las relaciones sociales, poseedor de significantes y significados activos, a partir de la usabilidad dentro de una red sociocultural.

17 Barthes, Roland. *Semántica del Objeto. Comunicación y Sociología de la Cultura*. http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntes/html/barthes_1.html. (15 de julio de 2005)

Desde un acercamiento a los discursos identitarios de las relaciones podemos ver que al nacimiento de la tarjeta de crédito se atribuía el acceso y asequibilidad de bienes de consumo por parte de los usuarios; esquema que ha sido replanteado debido a que las percepciones de los discursos identitarios de los poseedores o no poseedores, han comenzado a carecer de importancia, ya que la popularización de este actor hace modificar las percepciones sociales por parte de los actores humanos, con base en los momentos de bienestar; y se transforman en dinámicas de relaciones y momentos de uso. En otras palabras, la importancia del actor se encuentra sólo en sus traducciones y enrolamientos a partir de los agenciamientos de las relaciones con el resto de la red; así el actor como actor se desvanece en complicidad de fenómenos de usabilidad²³ deviniendo en actante.

18 *Ibidem*.

19 Cuando se habla de un actante en desuso, o un actante que no está siendo usado se puede decir que éste se encuentra en un estado de neutralidad en la red, por lo que no estamos hablando de un actante en desuso o sin uso, sino que en ese momento no está siendo usado, mas conserva sus propiedades de usabilidad, es decir, es un uso potencial. "... siempre hay un sentido que desborda el uso..." (Barthes,

La usabilidad cobra sentido a partir de los intereses que los actantes posean en un determinado espacio/tiempo. Las relaciones de red podrán encontrarse en tiempos y espacios similares, sin embargo, jamás son idénticos, no sólo por los elementos constituyentes sino por los elementos compositivos. Estos intereses permiten que el mecanismo de traducción, los enrolamientos y los elementos configuradores de los actantes, configuren culturas. En otras palabras: por medio de la usabilidad de los actantes se configura la cultura. Una cultura en la que las operaciones y relaciones desdibujan el reconocimiento de actores humanos, y se evidencian actantes con múltiples identidades dadas por relaciones entre distintos actores. Las relaciones son a nivel mundial y en distintos tiempos, debido al crecimiento de las dinámicas de relaciones de y en el mercado, apoyado por el avance tecnológico, el intercambio de valores, que conlleva a dejar de tener modelos clasistas, ya que la tarjeta de crédito contribuye a cambios en la forma en que se manejan esos intercambios tanto en tiempo como en espacio, en un sistema económico manejado por grupos y

conglomerados financieros, donde lo que se reconoce es un conjunto de actores humanos y no humanos. Estos grupos financieros agudizan la competencia por la captación de un segmento del mercado, que impacta a todos los actores sociales: económicos, políticos, civiles, ecológicos, tecnológicos, entre otros, por medio del uso de la tarjeta de crédito con la que se disminuye el porte de dinero (papel o metal moneda) minimizando riesgos por su porte, pero ocasiona otros, sean estos infundados o no, lo que mantiene la responsabilidad de su uso al tarjetahabiente, quien se hace responsable de su propio discurso identitario frente a los sistemas crediticios, en el que se evidencian las relaciones diversas y complejas entre los tres actores principales intervinientes: **la entidad emisora-crediticia, el usuario-tarjetahabiente (que puede ser persona natural o jurídica, es decir, humana o no humana) y el establecimiento afiliado. En este sentido se evidencia la participación y relación entre actores humanos y no humanos.**

Aunque se evidencian los tres actores mencionados, también surge un actor que permea los imaginarios sociales y los comportamientos: la publicidad. La publicidad se convierte en un actor manipulador (positivo o negativo) del resto de actores, por tanto es una herramienta de traducción de los fenómenos sociales y culturales. En la red en la que interviene el actor tarjeta de crédito, la publicidad se constituye en un elemento clave para el enrolamiento de otros. En este sentido el actor político debe generar sistemas legales para la protección de la sociedad y su desarrollo, desde las dinámicas del desarrollo sostenible. Las estrategias publicitarias alrededor de las tarjetas de crédito ponen de manifiesto el conjunto de signos globales con los códigos en una cultura globalizadora. Así, la inserción del actor tarjeta de crédito en un contexto social, requiere de aspectos culturales con naturaleza de interpretaciones y experiencias comunes que permiten la construcción de espacios globalizados desde manifestaciones locales y viceversa; con ello se construyen espacios que penetran y cambian costumbres, hábitos, gustos, valores, relaciones, con lo cual proliferan cadenas de nuevos lenguajes, símbolos y códigos en correlación con las nuevas realidades culturales.

Por otro lado, el proceso inflacionario se agrava por el uso de la tarjeta de crédito, debido a que las estrategias publicitarias y la competencia por segmentos de mercado de los grupos financieros, permiten que el consumo de bienes y servicios puedan incrementarse sin importar la producción de estos. Esto vislumbra los distintos intereses en el sistema y cómo se impactan los actores sociales y económicos.

Al reconocer que la inflación es un fenómeno monetario, se evidencia la semejanza en la mayor colocación de tarjetas de crédito como mayor cantidad de dinero en el mercado, o como un aumento en el ingreso nominal de los agentes, por lo que se afecta el consumo y se ejercen presiones inflacionarias que llevan al Banco Central a tomar medidas de política económica para su control, lo que impacta no sólo al mercado, sino a las dinámicas socio-culturales de los contextos, ya que la masificación y el fácil acceso a las tarjetas de crédito genera unas dinámicas más aceleradas en el mercado, lo que asegura la intervención de cada día más actores al sistema financiero, a su vez que su gran variedad tipológica intenta satisfacer los intereses de cada actor en el sistema, lo que obliga a crear nuevos hábitos de consumo, que podrán ser a niveles globales, y no se limitan a los contextos locales, con lo que se ayuda a las relaciones multiculturales, que ha sido permitida por el reconocimiento de la influencia de la cultura y la política en el sistema económico y viceversa, por lo que las sociedades son afectadas en sus desarrollos y hábitos de consumo, como lo son las relaciones por internet, que han desarrollado mecanismos y herramientas para responder a las nuevas dinámicas, creando el comercio electrónico, que se sustenta en la base de la seguridad de los actores, por lo que coexisten otros elementos que crean nuevos hábitos y relaciones, como lo son los medios electrónicos, los cajeros automáticos, a su vez que permiten mantener un control y vigilancia sobre dichos hábitos y relaciones. Esta vigilancia repercute en los temores de no controlar el porte y uso del dinero (papel y metal moneda) que se hace evidente en las percepciones de seguridad y fiabilidad de los

Roland, Op. Cit), que en el estado de no uso el sentido termina "... *precisamente teniendo el sentido de no tener ningún sentido*" (Barthes, Roland, Op. Cit)

- 20 Hall, Stuart. Cuestiones de identidad cultural. Amorrortu Editores. 2003
- 21 Bejarano, Mauricio. Umbrales del objeto. Revista del Departamento de diseño de elementos industriales. N° 1 Facultad de Artes. Departamento de diseño de elementos industriales. Diseño Industrial. Universidad Nacional de Colombia. Editorial: CIDAR. Bogotá. 1988, pp. 76-91.
- 22 Zambrano Lozano, Edward. (2003). "Introducción al Diseño Industrial". Volumen I. Primera Edición. Noviembre. Colombia. ISBN 958335544-5.
- 23 La usabilidad, en este caso, no es más que las relaciones entre los actantes, es decir, relaciones entre relaciones.

subsistemas que respaldan el sistema global. Por tanto, se han generado, y así seguirá siendo, estrategias e instrumentos que permitan la confiabilidad del sistema en general, ya que se crean antiprogramas que buscan las vulnerabilidades del sistema.

Por otro lado, los impactos sociales y ecológicos se pueden evidenciar en la cantidad de tarjetas de crédito circulantes, ya que los tarjetahabientes pueden acceder a una o más tarjetas de crédito, lo que impacta el sector productivo, en tanto los materiales y energías necesarias para su fabricación, además de la estructura de soporte de su uso, de igual manera que se incrementa la publicidad. Los impactos se hacen evidentes en saturaciones visuales por las estrategias de mercadeo, y en los niveles energéticos requeridos para sostener el sistema.

Los impactos sociales se evidencian en el reconocimiento del actor tarjetahabiente como un actor reconocido como moral y económicamente solvente, por cuanto le confiere prestigio y confiabilidad (aparente) frente a los otros actores, que hace que las relaciones puedan darse temporal o permanentemente; en ellas intervienen directa e indirectamente todos los actores de la red. Ahora bien, se debe reconocer que esta identificación no es dada por el tarjetahabiente, sino por actores que no necesariamente conocen al actor, sino que lo hacen a partir de los referentes que se logran desde otras relaciones con otros actores.

Recomendaciones

Las responsabilidades sobre la producción, financiamiento y difusión de los bienes y servicios culturales, deben ser compartidos entre el Estado, el sector privado, las organizaciones no gubernamentales y la sociedad civil desde cada uno de sus individuos, lo que debe lograr que el sector financiero sea consciente de las transformaciones que crea en el contenido y los patrones de consumo que impactan el desarrollo social y la cultura en sí misma, ya que el mundo cultural está influenciado fuertemente por los procesos económicos a escalas locales y globales, a su vez que responde a acuerdos políticos y financieros supranacionales, algo evidente en los actores emisores de las tarjetas de crédito. Todo ello tiene como resultado la imposición de signos universales, a fin de generar y responder a una nueva variedad de lenguajes que dinamizan las relaciones de los sistemas culturales, tales como las dinámicas relacionadas con la capacidad y facilidad de resolver urgencias o emergencias, donde se reconoce la poca intervención del sistema educativo en la inserción del actor en el desarrollo social, es decir, falta de educación de los actores que intervienen para hacer parte de la red.

Como invitación final, las relaciones socio-culturales deben abordarse de tal manera que el actor humano es uno más de los actores que constituye los actantes, pero estos últimos son los que permiten la construcción, desarrollo y dinamización de la red, como lo ha evidenciado esta investigación, que tiene aún mucha **tela de donde cortar**, y obviamente no es la última palabra en el tema, el cual esperamos se convierta en una base de futuras investigaciones.

G

FUENTES REFERENCIADAS

Appadurai, Arjun. *La Vida Social de las Cosas. Perspectiva Cultural de las Mercancías*. Ed. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Grijalbo S.A.; México D.F. Título Original: The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective. 1991

Barthes, Roland. *Semántica del Objeto. Comunicación y Sociología de la Cultura*.

http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntes/html/barthes_1.html. (15 de julio de 2005)

Bejarano, Mauricio. *Umbrales del objeto*. Revista del Departamento de diseño de elementos industriales. N° 1 Facultad de Artes. Departamento de diseño de elementos industriales. Diseño Industrial. Universidad Nacional de Colombia. Editorial: CIDAR. Bogotá. 1988. pp. 76-91.

Bloor, David. *Conocimiento e imaginario social*. Editorial Gedisa. Colección Hombre y Sociedad. Serie CLa. DE.MA. Sociología. Barcelona, España. 1998

Broncano, Fernando. *Mundos Artificiales. Filosofía del Cambio Tecnológico*. Biblioteca Iberoamericana de ensayo. Paidós. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Filosofía y Letras 1ra edición. México, D.F. 2000

Callon, Michel y Law, John. *On interests and their transformation: Enrolement and Couter-Enrolement*, en: Social Studies of Science, 12. Versión castellana: Núria Pastor. en: Miguel Domènech & Francisco Javier Tirado (Comps.) Sociología Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad. Editorial Gedisa Editores. Serie: Cla.DE.MA Sociología. Barcelona, España. 1998.

Callon, Michel. *Society in the Making: the study of thecnology as a tool for sociological analysis*. En: Bijker, Huges, Pinch (Comps.): The social construction of technical systems: new directions in the sociology and history of technology. MIT Press, Cambridge (Mass.) Versión castellana: José Manuel Alcaraz. en: Miguel Domènech & Francisco Javier Tirado (Comps.) Sociología Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad. Editorial Gedisa Editores. Serie: Cla.DE.MA Sociología. Barcelona, España. 1998.

Castilla Del Pino, Carlos. *La Incomunicación*. Ediciones Península. Barcelona España. 2001

Contreras, Federman. *El objeto ineluctable. ¿Cómo voy yo ahí?* Desde el jardín de Freud. Revista de Psicoanálisis. Universidad Nacional de Colombia. Escuela de Estudios en Psicoanálisis y Cultura. Facultad de Ciencias Humanas. Siglo del Hombre Editores. Bogotá D.C. 2003. pp. 174-181

Domènech, Miguel y Tirado, Francisco Javier (Comps.) Sociología *Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Editorial Gedisa Editores. Serie: Cla.DE.MA Sociología. Barcelona, España. 1998

Estévez, M., Arroyo, M., y González, C. *La investigación científica en la actividad física: su metodología*. Libro Digital.

Garduño, G. et. al. *La Epistemología de la Comunicación en Michel Serres Cinta Moebio* 31. 2008. pp 23-37. www.moebio.uchile.cl/31/garduno.html

García Canclini, Néstor. *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ed. Grijalbo S.A. México D.F. 1995

Grofoguel, Ramón. *Del Final del sistema-mundo capitalista hacia un nuevo sistema-histórico alternativo: la utopística de Immanuel Wallerstein*. En *Nómadas* N° 25, Bogotá IESCO-UC Universidad Central, Octubre, 2006. pp. 44-52

Hall, Stuart. *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu Editores. 2003

Hardt, Michael y Negri, Antonio. *Imperio*. Tercera Edición. Título original: *Empire*. Traducción de Alicia Bixio. Editorial Paidós SAICF. Buenos Aires, Argentina. 2004

Köhler, Wolfgang. *El problema de la psicología de la forma*. Facultad de Filosofía de la Universidad Complutense. Madrid. Marzo. 1998

Latour, Bruno. *La Tecnología es la sociedad hecha para que dure*. Título original: *Technology is society made durable*, en J Law (comp.), *A sociology of mosters: Essays on Power, Technology and Domination*, Routledge, Londres, 1991. pp. 103-137. Versión Castellana: Francesco Javier Tirado en: Miguel Domènech & Francisco Javier Tirado (Comps.) *Sociología Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Editorial Gedisa Editores. Serie: Cla.DE.MA Sociología. Barcelona, España.

_____ *De la mediación técnica: filosofía, sociología, genealogía*. Título original: *Technical Mediation Philosophy, Sociology, Genealogy*, en: *Common Knowledge*, 3, 1994. pp. 103-137. Versión Castellana: Francesco Javier Tirado en: Miguel Domènech & Francisco Javier Tirado (Comps.) *Sociología Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Editorial Gedisa Editores. Serie: Cla.DE.MA Sociología. Barcelona, España. 1998.

_____ *La esperanza de Pandora. Ensayos sobre la realidad de los estudios de la ciencia*. Editorial Gedisa. Barcelona. 2001

Law, John. *On Power and its tactics: a view from the sociology of science*. en: *The Sociological Review*, 34. Versión castellana: Miguel Domènech. en: Miguel Domènech & Francisco Javier Tirado (Comps.) *Sociología Simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Editorial Gedisa Editores. Serie: Cla.DE.MA Sociología. Barcelona, España. 1998.

Marquez, María Teresa. *Estilo Tecnológico: Construyendo puentes entre tecnología y cultura*. Nueva Antropología, Febrero Vol. XVIII número 60. Nueva Antropología, A.C. México, D.F. 2002

Naranjo, José Eduardo y Otálora, Alejandro. *El Empaque como Elemento Portador de Identidad Cultural en Colombia*, Ministerio de Cultura, Becas de Investigación, Bogotá D.C., Septiembre, 2000

Norman, Donald A. *La psicología de los objetos cotidianos*. Trad. Fernando Santos Fontenla. Título original: *The Psychology of Everyday things*. Editorial Nerea S.A. Madrid, España. 1990.

Rappaport, Roy A. *Ritual y Religión en la Formación de la Humanidad*. Primera edición. Título Original: *Ritual and Religion in the Making of Humanity*. Cambridge University Press. 2001

Sánchez Valencia, Mauricio. *Morfogénesis del Objeto de Uso*. Cuadernos de Diseño Industrial. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Bogotá. 2001

Schultz, Duane P. y Schultz, Sydney Ellen. *Teorías de la personalidad*. Ed. Thomson Learning. México D.F. 2002

Serres, Michel. *The Parasite*. Trans. Lawrence R. Schehr. Baltimore and London: Johns Hopkins University Press. 1982

Vila De Prado, Roberto (2000). *Las Identidades Colectivas entre la Construcción y la Deconstrucción*, en Revista Acta Académica, Universidad Autónoma de Centro América, Número 26, pp. 92-108, ISSN 1017-7507, mayo. 2000 <http://www.uaca.ac.cr/2000may/rvila.htm>

ZAMBRANO LOZANO, Edward. (2003). *"Introducción al Diseño Industrial"*. Volumen I. Primera Edición Noviembre. Colombia. ISBN 958335544-5.

Zuleta, Estanislao. *Introducción General a la Crítica de la Economía Política de Carlos Marx*. Ed. La Carreta. Segunda Edición. Diciembre. Medellín, Colombia. 1977