



josécretta.com

CONTENIDOS 12/07/2019

Guillermo Oliveto: “La clase media es pragmática y vota pensando en el consumo y la calidad de vida”

Por José Crettaz

El presidente de consultora W y especialista en consumo explicó en #TMTconversaciones por qué la clase media forma parte del ADN de la sociedad argentina; analiza sus orígenes, su evolución y desnuda sus secretos

Guillermo Oliveto es experto en consumo, presidente de la Consultora W y autor del libro *Argechip*, donde además de analizar cómo somos los argentinos, introduce el concepto de ciclo-crisis para explicar uno de los principales factores de la retracción de la clase media del 74% histórico al 45% actual.

En una charla con [#TMTConversaciones](#) pone el fenómeno social bajo la lupa y cuenta cómo vota la clase media, cuáles son los nuevos productos de consumos que la representa y qué incidencia tiene la tecnología en este grupo que todavía, según la autopercepción local, representa a ocho de cada 10 argentinos.

-¿Por qué hablamos desde hace ya mucho tiempo del mito de la clase media argentina?

-De alguna manera es parte del ADN de nuestra sociedad, de la argentinidad. Eso no es porque sí. Este es un país que se formó de manera aluvional, desde fines del siglo XIX y comienzos del siglo

XX con una gran masa de gente que arribó a una tierra nueva. Por eso, Octavio Paz decía que los argentinos descienden de los barcos. Los recién llegados comenzaban, por llamarlo de alguna manera, una carrera desde cero para ver dónde llegaba cada uno, dónde llegaban sus hijos y sus nietos. Estos inmigrantes terminaron construyendo una primera burguesía. Ahí empezó a haber diferencias como en cualquier sociedad y una búsqueda de distinción natural entre los seres humanos por ubicarse socialmente. El sociólogo Gino Germani estudió este proceso hasta los años 40 y ve una evolución de lo que él llamaba las clases altas y las clases populares. La clase alta estaba formada por una nueva burguesía compuesta por industriales, fabricantes y comerciantes que crece muy rápido, de manera casi exponencial, y más tarde tiene otro impulso con el peronismo. Así, a mediados de los años 70 casi tres de cada cuatro argentinos estaban ubicados en lo que se definía como clase media, en una sociedad que era mucho más homogénea que la actual, donde casi no había pobres. Las primeras mediciones del Indec dan cuenta de que el país tenía sólo el 4% de pobreza. Aunque la sociedad cambió, todavía mucha gente se autopercibe de clase media. De hecho, en la consultora lo medimos todo el tiempo y el resultado sigue siendo que ocho de cada 10 argentinos creen pertenecer a esta clase, aunque técnicamente son bastante menos.

“Estoy convencido de que la clase media fue un proceso emergente muy potente, de abajo hacia arriba, que hizo distintiva a la Argentina de los países de América Latina. En los últimos 20 años, el promedio de clase media en la región pasó del 20% al 35%. Han hecho lo que la Argentina hizo a comienzos del siglo XX, en el siglo XXI
”

Esto no viene de la nada. No es es un divague narcisista ni responde a la idea de que los argentinos siempre nos creemos más de lo que somos. Es parte de la memoria, de lo que fuimos y es lo que hace que la clase media sea nuestra señal de identidad. El resultado es una sociedad muy crítica y muy demandante, donde el consumo es muy relevante porque parte de esa distinción social siempre se construyó a partir de qué bienes (sobre todo portables) o qué accesos se tenían. La heladera, el televisor y más tarde la TV color se lucían en el living de las casas. La casa propia, el auto, los viajes eran otros indicadores de pertenencia. Hay una cantidad de símbolos que demuestran la importancia que tiene el consumo para esta sociedad porque funciona como constructor de identidad y verificador del lugar que se ocupa en esta sociedad que arrancó muy mezclada, se volvió muy homogénea, y luego se volvió a fragmentar. Por eso, en la Argentina la clase media es un tema de agenda permanente. En este país no ser de clase media es casi no ser.

-¿En el último tiempo, con el kirchnerismo, no hubo también una visión despectiva de la clase media?

-Fue un enorme error del kirchnerismo por esta concepción falsa de élite vs. pueblo. El mismo error que cometieron con el campo creyendo que el campo de hoy era la oligarquía ganadera de comienzos del siglo. Lo que no interpretaron era esta idea de un colectivo social donde el 80% se autopercibe de clase media y, por lo tanto, atacar es hacerlo extensivo a casi todos los argentinos. Independientemente de que tuvieran medidas que después la clase media termina reconociendo como el consumo y las tarifas. En lo que es el el indicador de precios del Indec, con el que se construye la medida de inflación y el IPC, el ponderador de las tarifas es el 10% del gasto de los hogares, por lo tanto, cuando no se pagaba

ese dinero estaba en el bolsillo de la gente y se destinaba al consumo cotidiano.

La clase media tiene claroscuros, como todo sector donde hay mucha competencia, donde la aspiración fundante es la movilidad social ascendente y el temor, también de carácter original, es volver a la pobreza, con lo cual tiene sus miserias. Yo no coincido con aquellos que plantean que la clase media fue un invento de la oligarquía para contener a los sectores populares, hacer una especie de colchón ahí en el medio y poder dominar el país. Más bien todo lo contrario, estoy convencido de que fue un proceso de emergencia muy potente, de abajo hacia arriba y no de arriba hacia abajo y que, en definitiva, hizo distintiva a la Argentina de los países de América Latina. Se invertía en la Argentina porque tenía una gran cantidad de población con un alto nivel cultural, con vocación por el consumo y con poder adquisitivo. Esto la hizo muy distinta en su momento de países como Chile y Perú. En los últimos 20 años, el promedio de clase media en América Latina pasó del 20% al 35%. Es decir han hecho lo que la Argentina hizo a comienzos del siglo XX, en el siglo XXI.

-Y la Argentina hizo el proceso inverso...

– Hoy el 45 por ciento de la población es de clase media. Este parámetro no se mueve desde 2007 (más menos está entre 44 y 47 por ciento). Hay que aclarar que la clase media no es una construcción meramente de ingresos, en la Argentina la construcción de las clases sociales tiene la lógica europea, que está basada en la capacidad de comprensión cultural. Por eso los dos valores que más se miden es nivel educativo y nivel de ocupación o empleo. Obviamente, la educación lleva al empleo y el empleo a los ingresos. Las estadísticas marcan que a mayor

educación, mayores posibilidades de empleo y, por ende, mayores posibilidades de tener mejores ingresos.

-¿Qué incide más en el retroceso de la clase media en la Argentina?

-Yo creo que la retracción de aquel 74% al 45% actual de hogares de clase media es una consecuencia de la ciclo-crisis. Como conté en mi último libro, el mayor desafío que tiene el país es romper con el karma de la ciclo-crisis, ese fenómeno que cada tanto años una crisis económica deja un montón de gente afuera del sistema a la que después le resulta difícil recuperar la movilidad social ascendente. En definitiva, cuando se mira la evolución de la pobreza se encuentra que a mediados de los 80 estaba en el 16%; en 1988 por un proceso de altísima hiperinflación, estaba en 32%, y termina en 1989 en el 47%, mientras que en 2002 alcanza el 54 por ciento.

“La retracción de hogares de clase media de aquel 74% en los años 70 al 45% actual es una consecuencia de la ciclo-crisis. Ese fenómeno repetitivo que cada tantos años una crisis económica deja un montón de gente afuera del sistema a la que después le resulta difícil recuperar la movilidad social ascendente”

Las distintas sacudidas disruptivas que tuvo la Argentina terminaron generando gran cantidad de gente bajo la línea la pobreza, de la cual sólo una parte recupera el empleo. Así se llegó al país actual, donde se tensionan ese 45% real de clase media, el 5% de clase alta, el 20% de hogares que están bajo la línea de la pobreza y el 30% de clase baja, que tiene imaginario de clase media con una demanda de calidad de vida mucho mejor que la que tiene y que representan el 32 % de la población. Exactamente igual que en

1988, pero 30 años después. Esta es la explicación de por qué la Argentina ha retrocedido y, sobre todo, frente a los países de la región.

-¿A quién vota la clase media en la Argentina?

-Existe el prejuicio de que el voto se organiza también por clases sociales y que la clase baja vota al peronismo; la media, al radicalismo, y lo poco de la clase alta vota al neoliberalismo. Yo creo que la historia ha demostrado que esto es falso. Claramente hay diversidad y para ser presidente en este país hay que poder interpelar y conectar con distintas porciones de esa pirámide social o con distintos estratos. Lo que tiene la clase media es mucho más pragmatismo que ideología y ese pragmatismo está muy vinculado con su calidad de vida, con su poder adquisitivo, con su capacidad de consumo, con su visibilidad de progreso.

En su momento fue capaz de votar a Menem, después votó a Kirchner, a Cristina y a Macri. Estas son expresiones políticas muy distintas y, sin embargo, siempre está la clase media dando vueltas por ahí. Está claro que el peronismo tiene un arraigo más popular, el radicalismo más de clase media y el Pro (que termina siendo Juntos por el Cambio) tiene más del gen radical que peronista, pero también hay peronistas. Para dilucidar el voto de la clase media antes que con los partidos políticos a mí me gusta más relacionarla con la evolución de la economía y, sobre todo, de la economía cotidiana.

“En la clase media la tecnología ha traído la mezcla de la cultura del emprendedor. Las generaciones nuevas hacen una lectura del camino propio con posibilidades de éxito y ven en el emprendedorismo una alternativa para el ascenso social”

-¿Es bueno que si hay consumo la clase media se desentienda de cuestiones éticas, como el robo de fondos públicos o la calidad de los servicios? ¿Ocurre lo mismo en otras sociedades?

-Probablemente es una mezcla. En el proceso de movilidad ascendente, el bienestar personal o familiar tiene una potencia que hace que se mire para otro lado ante ciertas cosas. Es cierto que hay otras sociedades mucho más duras con el tema la mentira. Las sociedades latinas son mucho más laxas. En este sentido se mezcla la característica del proceso de movilidad social ascendente, con una genética mucho menos rígida, que tiene esa flexibilidad para bien y para mal. La tiene para saber salir de situaciones complejas con creatividad y con recursos que otras no hubieran encontrado, pero, al mismo tiempo, tiene mucha menos rigurosidad en los procesos de largo plazo, en pensamientos para salir de la coyuntura.

La clase media dista de ser perfecta, pero es un gran activo de la Argentina porque es lo que construye un mercado interno actual o potencial muy relevante, lo que le interesa a las empresas, lo que le interesa a los inversores, lo que termina encontrando en la educación lo último en recortar en un proceso de contracción económica, donde hay fuerte arraigo en la tradición de escuela y la universidad pública. La clase media tiene un montón de valores positivos y algunas miserias como hay en cualquier estrato social y en cualquier sociedad.

-¿Cuáles serían hoy los productos iconos de la clase media argentina?

El celular, estar dentro de una gama más que de un modelo. Supo serlo el auto y aunque creo que lo sigue siendo, hoy muchos

jóvenes lo reemplazan por los viajes, que son un gran objeto de deseo, de conversación, de construcción de contenidos, ser una señal de pertenencia. ¿Dónde fuiste? ¿De qué podés hablar? ¿Qué experiencias viviste? Los otros dos productos muy relevantes son la prepaga y la educación, que se incluyen dentro de lo que es el imaginario que tiene la clase media, pero que está más cerca de lo que es la clase media-alta. La idea que tiene la gente sobre qué es la clase media está mucho más vinculada con lo que es la clase media-alta, que era esa clase media de los años 70 a la que pertenecía la mayoría.

“Los viajes se convirtieron en icono de la clase media y señal de pertenencia, sobre todo, entre los jóvenes. Son tema de conversación y de construcción de contenidos. Representan los lugares que se conocen, aquello de lo que se puede hablar y las experiencias vividas”

Después hay un deseo latente y un vínculo muy fuerte con la casa propia. En este país, por más que muchos no lo crean, dos tercios la población sigue siendo dueña la casa (grande, chica o de bajos recursos). Es se da así porque por un lado es un país de inmigrantes que llega y arraiga cuando tiene su vivienda, y por el otro es un país de ciclo crisis y se protege con la vivienda propia de los vaivenes de la economía argentina.

-¿El viaje a Disney, conociendo algunas estadísticas, tiene que ver con un aspiracional de la clase media?

– Sobre todo es un aspiracional de la clase media-alta y del techo de la clase media-baja. Fue un deseo muy concretado en una buena parte del kirchnerismo y sobre todo en la primera etapa del macrismo con de dólar barato, mucho crédito, mucha cuota y muchas empresas tecnológicas de viajes con mucha promoción.

-¿Cómo atraviesan los fenómenos tecnológicos la evolución de la clase media? ¿En qué la modifican?

-En la clase media la tecnología ha traído la mezcla de la cultura del emprendedor. En ese sentido lo novedoso es la posibilidad de progresar o ascender socialmente sin tener que entrar a trabajar en una empresa. Parece que en las generaciones nuevas hacen más una lectura del camino propio con posibilidades de éxito. Ven herramientas para hacerlo a un alcance razonablemente. Eso es una novedad que trabajo la tecnología a lo que es el ADN de la clase media. Ante la pregunta de cómo hago para seguir subiendo en la escalera del ascenso social hay una nueva posibilidad como respuesta.

-¿Qué rango de ingresos tiene que tener una persona o familia para pertenecer a alguno de los estratos de la clase media argentina?

– La clase media alta (el 17% los hogares de la Argentina al cierre de diciembre 2018) tiene un ingreso promedio por familia de \$ 80.000 pesos netos mensuales y se extiende hasta los \$ 130.000. A partir de ahí empieza la clase alta. La clase media baja tiene un ingreso de \$ 42.000 mensuales por familia. La cuenta en dólares bastante fácil. Son US\$ 1000 y US\$ 2000. Con esos números en otro país del mundo no se es clase media, pero hay que contemplar que venimos de una devaluación de más del 50% y una suba del dólar de más de 100% por eso estamos en un momento de mucha disrupción.

Los mismos ingresos en pesos el año pasado hubieran representado el doble en dólares. De todas maneras, mucha gente se sorprende con esto y desconoce que la clase media tiene abajo un 50% de clase baja y el 23% de esos hogares baja la línea de

pobreza, con familias con ingresos mensuales de entre \$ 25.000 y \$ 15.000. Por eso cuando la gente se pregunta: Cómo puede ser que con \$ 50.000 mensuales una familia sea de clase media. La respuesta es que esta clase es una construcción no sólo económica, sino cultural. Además, porque la Argentina hoy es un país de ingresos medios promedio bastante bajo.

Fuente: <http://josecretta.com/contenidos/guillermo-oliveto-la-clase-media-es-pragmatica-y-vota-pensando-en-el-consumo-y-la-calidad-de-vida/>