

Revista de la CEPAL

Director
RAUL PREBISCH

Secretario Técnico
ADOLFO GURRIERI

Secretario Adjunto
GREGORIO WEINBERG



NACIONES UNIDAS
COMISION ECONOMICA PARA AMERICA LATINA

SANTIAGO DE CHILE / DICIEMBRE DE 1981

Revista de la
C E P A L

Número 15

Santiago de Chile

Diciembre 1981

S U M A R I O

Desarrollo y equidad. El desafío de los años ochenta. <i>Enrique V. Iglesias.</i>	7
Problemas y orientaciones del desarrollo. <i>Centro de Proyecciones Económicas de la CEPAL.</i>	49
Acerca del consumo en los nuevos modelos latinoamericanos. <i>Carlos Filgueira.</i>	75
Reflexiones sobre la industrialización exportadora del sudeste asiático. <i>Fernando Fajnzylber.</i>	117
Estrategia de desarrollo y empleo en los años ochenta. <i>Víctor E. Tokman.</i>	139
El concepto de integración. <i>Isaac Cohen Orantes.</i>	149
Diálogo acerca de Friedman y Hayek. Desde el punto de vista de la periferia. <i>Raúl Prebisch.</i>	161
Algunas publicaciones de la CEPAL.	183

Acerca del consumo en los nuevos modelos latinoamericanos

*Carlos Filgueira**

El principal objetivo de este artículo es estudiar qué papel ha jugado el consumo en las estrategias económicas y políticas que han seguido recientemente los países del cono sur de la región. En el centro de su análisis el autor coloca una aparente paradoja, cuyo sentido procura desentrañar: por un lado, en estas sociedades existe un crecimiento considerable del consumo de bienes duraderos y otros artículos 'sofisticados', provenientes sobre todo de la importación, el que suele ser presentado como una manifestación del éxito de aquellas estrategias; por otro, en las mismas sociedades existe tanto una creciente desigualdad en la distribución de la riqueza y del ingreso como un deterioro de la cobertura de las necesidades básicas de los estratos más pobres.

Para aclarar esta paradoja, el autor comienza por un análisis crítico del significado que el consumo suele tener en la teoría económica e insiste en la necesidad de tomar en consideración sus aspectos sociológicos, que lo convierten en un punto de confluencia importante de las dos disciplinas. A continuación explora la información estadística disponible para describir los patrones de concentración y difusión del consumo de bienes duraderos, en especial para el caso chileno, y finaliza con una síntesis de sus proposiciones principales. Entre estas últimas sugiere que las nuevas y a veces paradójicas pautas de consumo que adoptan los distintos estratos sociales en aquellas sociedades sólo pueden ser comprendidas en el marco de tendencias globales que impulsan hacia la creación de formas de organización social, donde la relativa ausencia de otras maneras aceptadas de realización personal y participación social otorgan al consumo 'moderno' un papel central en los planes de vida personales y en los principios de integración social.

*Consultor de la CEPAL y Director del Centro de Informaciones y Estudios del Uruguay (CIESU).

I

Introducción

1. Durante las últimas décadas, América Latina conoció una profunda transformación de sus estilos de vida y pautas de consumo. Un sostenido proceso de difusión de objetos materiales, propio de las sociedades industrializadas, hace difícil reconocer en los umbrales de la década del 80 la situación de la región 30 años antes.

Este proceso, sin duda, no ha sido un fenómeno aislado; forma parte en realidad de un proceso mucho más general de desarrollo económico y modernización social que la región registra sobre todo a partir de la segunda guerra mundial.

Como lo señalara reiteradamente la CEPAL, a pesar de que el crecimiento económico de la región no alcanza niveles suficientes ni los estilos de desarrollo vigentes pueden resolver los problemas de extrema pobreza y precariedad de las condiciones de vida de vastos sectores de población, América Latina en su conjunto reveló uno de los índices de mayor dinamismo si se lo compara con el de las otras regiones del tercer mundo.

Otros indicadores, más simples y conocidos, evidencian la magnitud de este proceso. El crecimiento urbano experimentado en apenas tres décadas indica que uno de los rasgos tradicionalmente atribuidos a la región —su carácter predominantemente rural— está tendiendo a desaparecer. Al igual que la urbanización, las transformaciones operadas en la educación conocen en este período uno de los más espectaculares crecimientos jamás registrados durante el proceso histórico por alguna otra sociedad conocida durante un período tan breve. Y, por último, con respecto a la estructura social, la expansión de las clases medias urbanas en las últimas décadas ha sido de tal magnitud que en la década del 80 algunos países están alcanzando, y aun superando, la proporción de integrantes de las clases medias existente en los países desarrollados, en tanto que otros se aproximan rápidamente a estos niveles.

La difusión de los nuevos estilos de vida y consumo está entonces estrechamente asociada a la naturaleza cada vez más urbana y terciaria

rizada de la estructura social. A su vez, los nuevos hábitos de consumo moderno están determinados cada vez más por la presencia protagónica de las clases medias en expansión. Sus estilos de vida, al mismo tiempo que adoptan pautas de comportamiento semejantes a las de las clases medias en los países desarrollados, se propagan también hacia los estratos más bajos.

Con el acortamiento de las distancias físicas y culturales producido por la expansión de los medios de comunicación física, y sobre todo por los medios de comunicación de masas, no existe prácticamente ningún espacio físico o social, por más aislado que sea, que no haya experimentado en alguna medida, el impacto de los estímulos de consumo moderno.

Han cambiado con ello los hábitos más arraigados en las esferas tradicionales del comportamiento del consumo: la alimentación, vivienda y vestimenta. Las formas de recreación requieren cada vez más la posesión de bienes materiales, se modifican las formas de relacionamiento social en función de los bienes, y simultáneamente se asiste a las más variadas estrategias familiares que tienden a responder a las nuevas preferencias y gustos. Las expectativas y aspiraciones para el ciclo de vida se redefinen en función de la prioridad consumista y de este modo se transforman las motivaciones básicas hacia el trabajo, la familia y los hijos.¹

En especial, los bienes materiales, por constituir la parte más manifiesta de la cultura, adquieren cada vez más el carácter de un verdadero sistema de información que otorga significado a todo lo que rodea al individuo. Se trabaja y se vive cada vez más en función del consumo.

Pero no todos los países de América Latina experimentaron este proceso con la misma profundidad y rapidez. Como la región no constituye una unidad, sino un conjunto heterogéneo de países, la expansión de la 'sociedad de con-

sumo' actuó en cada caso de manera muy diversa.

Como regla general, el sostenido proceso de difusión de pautas de consumo al que se hizo referencia, integró los estilos dominantes de desarrollo latinoamericano. Y en la medida en que estos estilos tuvieron continuidad, también la tuvo la difusión de los modelos consumistas. Sin embargo, no siempre esta difusión obedeció a un proceso continuo y gradual.

En la década de los años setenta, en algunos países latinoamericanos, la difusión de los nuevos estilos de consumo se vio rápidamente incrementada por la categórica ruptura con los modelos antes vigentes. Los países del Cono Sur, donde se realizan experiencias estabilizadoras, demuestran cómo, durante un breve período, la ruptura con las políticas tradicionalmente seguidas con respecto a los estilos de desarrollo previos llevó a una transformación profunda en todos los aspectos de la vida social, económica y política.

Con referencia a los estilos de consumo, éstos se vieron afectados por la confluencia de diversos factores que tendieron a generar condiciones favorables a la emergencia de una sociedad de consumo antes desconocida. La creciente concentración del ingreso que deriva de los modelos de estabilización, la apertura económica que favorece la importación de bienes baratos para el consumo, sumados a la ideología general de los nuevos sistemas que legitiman el consumismo como una meta prioritaria, tendieron a alterar drásticamente los estilos de vida y de consumo.

La literatura económica ha demostrado suficientemente el significado que tuvo la reorientación económica de los nuevos modelos estabilizadores en estos cambios. Empero, no se trata sólo de medidas y políticas económicas. De hecho, las nuevas orientaciones comprenden una vasta concepción acerca de la moralidad y solidaridad sociales, basadas en el resurgimiento del liberalismo individualista, en una reafirmación del principio de la soberanía del consumidor y en el reencuentro con la idea del Estado prescindente.

Las nuevas economías de mercado son, pues, algo más que economías; son sociedades donde los intereses materiales, económicos y políticos no se pueden separar de las ideas que

¹J. Graciarena, "Creación intelectual, estilos alternativos de desarrollo y futuro de la civilización industrial", trabajo presentado al Simposio sobre Creación Cultural e Intelectual en América Latina, organizado por la Universidad de las Naciones Unidas y el Instituto de Investigación Social de la Universidad Nacional Autónoma de México, y realizado en México entre el 23 y 28 de abril de 1979 (hay versión mimeografiada, 1980).

procuran darles sentido, además de reforzar y justificar estos intereses. Desde este punto de vista, son tan reales como los intereses mismos.

Por ello, el fenómeno del consumismo en los nuevos modelos difícilmente pueda ser percibido como una continuidad sin rupturas. Además, permite comprender mejor por qué razones los problemas de la 'sociedad de consumo', tradicionalmente identificados con problemas propios de los países desarrollados, adquieren para América Latina importancia creciente y nuevas connotaciones.

2. Desde diversos círculos académicos e intelectuales, como así también a partir de las inquietudes de organismos y foros internacionales, algunos de los viejos problemas planteados hace treinta años por Galbraith, en su estudio sobre la sociedad opulenta, han adquirido nueva vitalidad y significación.²

Fue decisivo para ello el cuestionamiento hecho por el Club de Roma algunos años después acerca de las consecuencias que sobre el modelo de crecimiento de la sociedad industrial tiene el agotamiento de los recursos naturales. A partir de entonces, la polémica suscitada permitió propuestas de la más diversa índole, aunque ganó terreno la idea de que la formulación inicial acerca del agotamiento de los recursos en realidad no era un problema estrictamente tecnológico o productivo.

Numerosos trabajos posteriores demostraron que existen diversas alternativas de mundos lógicamente posibles, donde la organización social, política y productiva podría enfrentar exitosamente el problemático destino de la 'sociedad industrial'. Utopías en algunos casos o ejercicios teóricos en otros, ambas variantes tuvieron la virtud de desplazar el problema de la forma de explotación de los recursos naturales, hacia sus determinantes sociales y políticas. En todos los casos, sin embargo, las características consumistas o la 'sociedad de consumo' sobre las que se asientan las formas tecnológicas depredatorias estuvieron siempre en el centro de los análisis.

Los estudios referidos a los estilos de consumo en América Latina tampoco pudieron estar al margen de esta polémica y fueron por

ello profundamente influidos por la problemática de los países más desarrollados.

Hasta podría afirmarse que el análisis de la difusión de la sociedad de consumo en América Latina tiene por ello otro carácter. No puede evadirse del sentimiento, por muchos compartido, de que la civilización industrial está llegando al fin de una etapa, cerrando un ciclo que requiere en forma urgente e inescapable, cambios de considerable magnitud.³

Desde luego que este retorno al estudio del consumo influido por la forma como se define la problemática en los países desarrollados no deja de plantear algunas dificultades. En primer lugar, por razones obvias que derivan de las diferencias de contextos. El término 'sociedad de consumo' es plenamente aplicable a sociedades con economías industriales maduras, pero su extensión a los países del tercer mundo no puede hacerse mecánicamente. En segundo lugar, porque el carácter crítico del enjuiciamiento a los estilos consumistas, ha enfatizado con frecuencia la censura moral, convirtiéndose así más en un juicio subjetivo y valorativo que en una categoría analítica. Y por último, porque los términos 'sociedad de consumo', o consumismo, aparecen como conceptos globalizantes e imprecisos.

La 'sociedad de consumo', el 'consumo superfluo' y otras denominaciones similares que la literatura emplea con frecuencia, pocas veces aparecen con una significación definida. En ciertos casos parecen referirse a formas generales para denominar un tipo de civilización particular, la 'sociedad industrial'; en otros, como una caracterización de los rasgos esenciales de un sistema —el capitalista—; o bien, para ciertos autores, como manifestaciones enfermizas o patológicamente desviadas de algo que en rigor podría no serlo.

Por lo tanto, no carecen de relevancia las interrogantes que pueden plantearse acerca de

³M. Wolfe, *Nuevas reflexiones sobre el desarrollo* (El CEPAL/DS/VP/182), 1978; J. Medina Echavarría, "América Latina en los escenarios posibles de la distensión", *Revista de la CEPAL*, N.º 4, 1977; Dag Hammarskjöld Foundation, *Another Development*, Uppsala, 1979; *Proposiciones para un nuevo orden internacional*, Club de Roma, Guanajuato, México, 1975; Naciones Unidas, *Declaración y programas de acción sobre el establecimiento de un nuevo orden económico internacional*, 1974; R. Falk, *A Study of Future World*, The Free Press, 1975.

²J. K. Galbraith, *La sociedad opulenta*, trad. de Carlos Grau Petit, Barcelona, Ed. Ariel, 1960.

estas denominaciones. El consumismo, supuestamente característico de la sociedad contemporánea, ¿es un mero epifenómeno de los modelos vigentes, o es en cambio una característica estructural? ¿Cuáles son sus conexiones con la estructura productiva, la inversión, y el ahorro? ¿En qué medida están arraigados los estilos de consumo y cuál es la dinámica de su transformación? ¿Bajo qué condiciones y cuáles son los factores y requisitos necesarios para su transformación?

Responder a estas preguntas no es tarea fácil; implica opciones de naturaleza teórica aún no suficientemente claras en la bibliografía, y según se responda en uno u otro sentido diferentes serán los caminos que abren a la indagación futura.

3. La ética consumista se originó en los países capitalistas avanzados difundándose gradualmente dentro y fuera de ellos; fue incorporando de manera creciente nuevos sectores y clases sociales y penetró con diferentes ritmos en las sociedades del tercer mundo.

La situación actual de los países desarrollados refleja de este modo la plena vigencia de una ideología consumista que, a través de un prolongado proceso, ha orientado su crecimiento; por eso, puede afirmarse que sus problemas contemporáneos son resultado de su propia madurez.

Desde luego que esta situación no podría ser ajena a la forma como se introduce la noción de consumismo o de 'sociedad de consumo' en América Latina.

Puesto que la emergencia y el significado de los conceptos está tanto geográfica como ideológicamente condicionado, la literatura acerca del consumismo ha reflejado por sobre todo una problemática específica de las sociedades avanzadas. Por ello, no es mero azar que el consumismo haya adquirido recientemente un significado con relación a la problemática de los límites externos y sociales al crecimiento.

Para la teoría de los límites físicos, el derroche, como expresión patológica del estilo de consumo moderno, se vinculó de este modo a la naturaleza depredatoria de las técnicas y modalidades productivas, en tanto que con relación a los límites sociales, expresó el alto costo económico y el carácter improductivo de la competencia por bienes de prestigio como así también

la erosión de las bases de legitimidad y consenso.⁴

Pero el derroche en los países avanzados se conjugó con un crecimiento y dinamismo económico excepcionales, mientras que en América Latina y países del tercer mundo en todo caso la ecuación fue distinta: derroche sin, o con escaso crecimiento.

Por ello, si en los países más avanzados la noción de consumismo adquirió sentido con relación a las interpretaciones de los límites físicos y sociales, en América Latina se trata, además, del problema de los límites que impone a la acumulación.

La CEPAL desde sus orígenes otorgó una preferente atención a la imitación de las pautas de consumo moderno y cómo ellas se relacionaban con el desarrollo económico. Recientemente, a través de los trabajos de R. Prebisch sobre el capitalismo periférico este aspecto adquirió renovada vitalidad.⁵

No obstante, no parece suficiente la readecuación del consumismo a una realidad que, como la de América Latina, difiere de la de los países desarrollados. Subsisten en el plano conceptual algunas interrogantes mayores con respecto a qué se entiende por consumismo o 'sociedad de consumo'.

Percibida como la expresión de un comportamiento económico basado en el consumo excesivo, en la satisfacción de 'necesidades superfluas' o 'bienes de lujo', se cae inevitablemente en juicios de valor, relativos y arbitrarios, que en el mejor de los casos pueden describir pero no explicar la situación. Otra cosa es en cambio si se percibe el consumismo como una articulación de ideas y motivaciones que configuran una ideología.

Si el consumo pertenece al orden del mundo material o de los objetos, el consumismo —como el ascetismo weberiano— pertenece al orden de los valores y de las ideas. Por ello, sólo adquiere sentido cuando se le considera como una ideología o una ética particular.

No siempre, ni en todas las sociedades conocidas, los objetos materiales adquirieron la misma importancia decisiva ni el carácter de

⁴F. Hirsch, *Social Limits to Growth*, Cambridge, Harvard University Press, 1979.

⁵R. Prebisch, *Capitalismo periférico. Crisis y transformaciones*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981.

una motivación primaria para la acción. Tampoco siempre las preferencias se organizaron en torno a los bienes materiales, como ocurre plenamente en las sociedades industriales o en la difusión que adquieren en los países subdesarrollados.

Es probable que algunas implicaciones de la noción de consumismo como ideología sean obvias, aunque parece conveniente señalarlas.

Por lo pronto es claro que el consumismo no puede considerarse como un mero epifenó-

meno. Tampoco como una manifestación sin vida propia, salvo como reflejo de las necesidades de la estructura productiva, y mucho menos como un tipo de orientación fácilmente modificable. Más importante aún es que el consumismo así definido no se restringe al comportamiento real de aquellos sectores o clases privilegiados que tienen acceso efectivo a los bienes superiores, sino que se define por la difusión más amplia de expectativas y valores que orientan la acción.

II

Factores sociales en la difusión de los estilos de consumo

No deja de llamar la atención del sociólogo que estudia cómo el pensamiento económico ha encarado el análisis del comportamiento del consumidor, pues hasta hace muy pocos años la *decisión individual de consumir y las preferencias* por ciertos bienes de consumo hayan sido considerados actos que se realizan con independencia de las decisiones de los demás. No menos sorprendente ha sido también otro de los supuestos básicos de la teoría económica: que el consumo alcanzado en un momento dado es reversible en el tiempo. (Douglas e Isherwood, 1979).⁶

El conjunto de conocimientos prácticos acumulados por las agencias de propaganda, los investigadores de mercado y los empresarios deseosos de colocar sus productos, acerca de la incidencia de las relaciones sociales sobre el consumo, sólo ocupa un lugar significativo en la teoría económica a partir de la década de los años cincuenta.

Muchos de los patrones de consumo y ahorro parecían inevitablemente irracionales o erráticos, en la medida en que los principios socio-psicológicos del comportamiento del consumidor siguieron sujetos a la visión del consumidor racional, lo que suponía: a) preferencias relativamente fijas y consistentes por bienes de consumo perfectamente estableci-

dos; b) un alto grado de conocimiento de los productos; c) decisiones determinadas sólo por los ingresos; d) sustituibilidad de productos determinados por la elasticidad relativa; y e) el comportamiento individual e independiente del comportamiento de otros consumidores.

Pocos podrían sostener hoy en día la plena vigencia de estos principios básicos del comportamiento del consumidor. La evolución del pensamiento económico al respecto ha registrado cambios sucesivos derivados de la introducción de nuevos principios y leyes —por ejemplo, el principio de la disminución de la utilidad marginal de Marshall, la ley psicológica fundamental de Keynes, la teoría de la preferencia de Pareto y Schicks o la teoría del ingreso permanente de Friedman— tendientes a establecer los fundamentos del comportamiento económico por el añadido de nuevas hipótesis y supuestos más complejos. En todos los casos, sin embargo, la búsqueda de supuestos más satisfactorios para explicar el valor surgió en campos ajenos a la economía. Y no podría ser de otra forma, puesto que la teoría del valor —como lo sostuvo Durkheim en su polémica con los economistas a principios de siglo— corresponde a una dimensión esencialmente social. Los objetos materiales valen no sólo por sus propiedades físicas intrínsecas, sino también por el valor socialmente atribuido a ellos.⁷

⁶M. Douglas e Isherwood, *The World of Goods*, Londres, Allen Lane, 1979.

⁷E. Durkheim, *Journal des Economistes*, 6.^a Serie, XVIII, 1908.

A fines de la década del 40 las interpretaciones dominantes sobre el comportamiento del consumidor se vieron cuestionadas por dos tesis alternativas. O. Morgenstern y J. S. Duesenberry propusieron nuevas formas de comprender la dinámica de la demanda. Más aún, en sus escritos se propone un cuestionamiento radical a la forma como la teoría convencional percibía la generación de las necesidades y cómo éstas se transforman en demandas. El problema de la teoría del valor estaba entonces en el tapete.

O. Morgenstern⁸ y J. S. Duesenberry⁹ sostuvieron en sus escritos la necesidad de modificar uno de los supuestos esenciales de la teoría estática de la demanda del consumidor implícita en la interpretación económica dominante: el principio de la independencia de los consumidores. En resumidas cuentas, la preocupación de estos autores los llevó a sostener que las curvas de demanda no son resultado de la simple adición del comportamiento de los consumidores considerados individualmente. El principio de no aditividad se ajustaría mejor a cualquier tipo de comportamiento en el consumo, no solamente al comportamiento individual, sino también al de las empresas. Tal principio se funda en las influencias recíprocas del comportamiento propias de la competencia, interacción social y formas de sociabilidad, influencias introducidas como factores explícitos que explicarían la "anormalidad del comportamiento de la demanda agregada"; y aquí Duesenberry incorpora por vez primera la noción de "efecto demostración".

En esta forma se retoma una línea de preocupación que ya estaba implícita, aunque no desarrollada, en trabajos anteriores que identificaban comportamientos 'inesperados' o poco claros de la estructura de la demanda agregada. Así, H. Liebenstein¹⁰ señala que Melvin Reder en su estudio de la teoría de la economía de bienestar llamaba la atención sobre ciertas incongruencias entre teoría y experiencia: "Exis-

te otro tipo de repercusión externa que ha sido tomada muy poco en consideración —o nunca— en las controversias de la economía de bienestar. Lo mismo ocurre cuando la función de utilidad de un individuo contiene, como variables, las cantidades de bienes consumidos por otras personas. Sólo la falta de conocimiento de la bibliografía preexistente pudo llevar a Reder a afirmar que ella no había sido tomada en cuenta con anterioridad. Entre aquellos que consideraron previamente este problema están J. E. Meade, A. C. Pigou, H. Cunyngame, y John Rae".

Sólo a partir de la formulación de Duesenberry los 'problemas' e 'incongruencias' dejan de ser tales para convertirse en una propuesta de revisión teórica. Así, se posibilita por primera vez, en forma sistemática, la consideración de los aspectos sociales que, desde una perspectiva económica convencional, antes quedaban fuera de sus alcances.

La teoría del comportamiento del consumidor de Duesenberry constituye, en realidad, la primera formulación sociológica acerca del consumo. El hombre como ser social fue uno de los más significativos aportes de la teoría económica del consumidor, pues antes la teoría económica convencional había apelado a supuestos de la psicología individual, según los cuales la decisión de consumo operaba en forma atomizada y segregada de la sociedad.

A ello debe agregarse, posteriormente, otra formulación complementaria que también representará un considerable avance teórico. A partir de las formulaciones iniciales de la antropología cultural, la noción del consumo como una consecuencia relativamente autónoma de los ingresos inmediatos, dio lugar a la noción de 'consumo normal', término introducido por Margaret Reid (1934), pero que no se incorporará al pensamiento económico hasta la formulación de M. Friedman acerca del 'ingreso permanente'.¹¹

Si en la formulación de Duesenberry el ahorro constituía una categoría residual resultante de 'lo que quedaba' luego de la decisión de consumir, para Reid, el ahorro es una previ-

⁸O. Morgenstern, "Demand theory reconsidered", en *The Quarterly Journal of Economics*, febrero de 1948.

⁹J. S. Duesenberry, *Income, Saving and the Theory of Consumer Behaviour*, Cambridge, Mass., 1949.

¹⁰H. Liebenstein, "Bandwagon, Snob and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand", en *The Quarterly Journal of Economics*, mayo de 1950, N.º 2.

¹¹M. Reid, *Economics of Household Production*, Nueva York, 1934. M. Friedman, *A Theory of Consumption Functions*, Princeton, Princeton University Press, 1957.

sión para el futuro y por lo tanto no se comprende el comportamiento del consumidor sin conocer cuál es a largo plazo la lógica del complejo ahorro-consumo.

Cualquier estrategia familiar de consumo no será por lo tanto resultante de los ingresos exclusivamente transitorios; estará determinada sobre todo por las expectativas —reales o imaginarias—, las actitudes y las ideologías acerca de la vida de la familia y el sentido atribuido a un proyecto de vida socialmente condicionado.

Con los conceptos de 'consumo normal' e 'ingresos transitorios y permanentes' se abre el campo a un tipo de análisis del consumo que no supone una interpretación unicausal sólo dependiente del ingreso transitorio. Por otra parte, se afirma también la idea de que las pautas de consumo adoptadas no pueden ser fácilmente modificadas por las variaciones de los ingresos a corto plazo.

1. El efecto demostración

El efecto demostración expresado en su forma más simple establece que cuando los individuos tienen conocimiento de bienes materiales o no materiales, o bien a estilos de vida superiores o percibidos como tales —ya sean objetos que satisfacen viejas necesidades o bien crean otras nuevas—, aumenta la probabilidad de que se sientan insatisfechos con sus propios niveles. En la medida en que se amplía el conocimiento de estos bienes y por consiguiente también se amplía el de los símbolos y valores que se asocian a su uso, surgen nuevas necesidades y se incrementa la demanda por su consumo.

De este modo el efecto demostración opera de 'arriba hacia abajo' a través de mecanismos sociales donde las formas de interacción social, el liderazgo y la propaganda juegan un papel fundamental.

La forma de estratificación social que posee la sociedad contemporánea se vuelve por lo tanto el marco donde operan fenómenos de difusión de aspiraciones de consumo y, consecuentemente, de actitudes y comportamientos especiales que penetran desde las capas más altas hasta las más bajas. Cuanto mayores son las diferencias de nivel de vida entre estratos, mayor es la visibilidad entre ellos; y cuanto

menores son las barreras de carácter adscriptivo más eficiente es el efecto demostración.

En ciertas sociedades, como ocurre en la moderna donde se conjugan una serie de factores (alta movilidad física, baja segregación residencial, relaciones laborales heterogéneas, manifestaciones externas del comportamiento y demostración social del estilo de vida propio), el efecto demostración tiende a tener mayor vigencia. De la misma forma también tendrá más vigor cuando no existan normas sociales que establezcan deberes y derechos distintos para diferentes sectores sociales, clases o estratos. El efecto demostración por último implica, como es bien conocido, un 'liderazgo social no formalizado' proveniente de los niveles superiores de la estratificación social que actúan como guía y orientación de las aspiraciones y expectativas de las capas más bajas.

La moda. Aunque la moda como fenómeno social no puede confundirse conceptualmente con el efecto demostración, es frecuente que éste adquiera la forma característica del comportamiento de la moda. La moda constituye un aspecto del comportamiento social donde lo nuevo representa un valor social *per se*, con características muy especiales. La aceptación de la moda como fenómeno social no implica una relación personal entre algún modelo y sus imitadores, de allí su carácter informal, aunque la característica más señalable de la moda es que tiende a crear un sistema estratificado entre los que la adoptan —según su rapidez de expansión— de acuerdo al prestigio relativo que confiere a sus seguidores.¹²

El efecto demostración adopta con frecuencia esta pauta, al atribuir a los estratos con niveles más altos y formas de consumo más sofisticadas, una superioridad en el liderazgo y un prestigio asociado a ello que aparece como un valor intrínseco de todo sistema estratificado moderno. Sus rasgos más señalables son: a) la misma difusión de la moda obliga a un proceso permanentemente cambiante de los objetos y estilos de consumo que es tanto más rápida cuanto mayor sea su difusión hacia abajo. Y cuanto mayor el éxito en la difusión de nuevas pautas y estilos determinados por la

¹²P. Heintz, "La moda como fenómeno social", en *Curso de sociología*, EUDEBA, Buenos Aires, 1968.

moda, tanto mayor será la velocidad con que pierden vigencia los signos de identificación que caracterizaba a sus imitadores. Ejemplifican este tipo de comportamiento múltiples objetos materiales y estilos de comportamiento que al masificarse rápidamente dejan de ser signos distintivos. Los lugares preferidos de recreación y veraneo, por ejemplo, que adquieren súbita fama pero que al masificarse pierden rápidamente el sello de prestigio que tenían inicialmente, es un ejemplo de ello. El monopolio de la moda es, por lo tanto, sumamente precario, y nuevos bienes o estilos deben ser introducidos reiteradamente para mantener las distancias iniciales; b) existe un efecto compulsivo de la moda en el sentido de que su no aceptación implica quedar al margen de lo normativamente correcto. Hay por tanto sanciones sociales que van desde el ridículo a la manifestación socialmente evidenciada del fracaso social cuando no se puede permanecer dentro de lo considerado como superior y más prestigioso;¹³ c) la participación en las formas de consumo impuestas por la moda no responden necesariamente a un compromiso explícito asumido por sus seguidores. El valor social impuesto por la moda puede no sentirse como un compromiso con dicho valor, aunque no por ello pierde su carácter socialmente compulsivo. En este sentido la moda corresponde con frecuencia a determinantes originados por un sentimiento de inseguridad y deficiencia que recurre a la conducta de la moda como forma característica de compensación por canales de prestigio social (caso típico de la moda femenina).¹⁴ En general, por este mismo motivo la moda se asocia a formas profundamente competitivas de interacción donde se registran exiguos grados de solidaridad. Constituye uno de los fenómenos sociales más extremos en donde se pone de manifiesto la excesiva individuación de la sociedad contemporánea.

El efecto demostración como mecanismo de difusión de aspiraciones y expectativas, puede así adquirir la forma de moda y comprender a los determinantes que acaban de verse en

la medida en que la misma adquiere mayor vigencia en la sociedad moderna. El fenómeno social de la moda como caso particular del efecto demostración, si bien ha sido históricamente de naturaleza elitista y restringido a círculos reducidos, adquiere con la masificación de la sociedad contemporánea un carácter cada vez más general e intencional. Desde este punto de vista la moda contribuye a entender cómo, dadas ciertas condiciones, se generan necesidades alrededor de ciertos valores emergentes, y cómo la misma se basa en procesos de interacción social.

La propaganda. Ya se ha visto que ciertas transformaciones que forman parte de la sociedad contemporánea traen aparejadas una intensificación de los contactos y formas de exposición al conocimiento de otras formas de consumo, como así también la legitimidad creciente de un sistema de valores igualitarios donde la autorrealización en el acceso a los bienes es normativamente común a todos los individuos, cualquiera sea su situación social, étnica, religiosa o económica. De todos modos, la forma contemporánea que adquiere el efecto demostración y las manifestaciones actuales de la moda no podría explicarse satisfactoriamente si no es observando el papel que le cabe a la propaganda.

La consecuencia más señalable de la propaganda sobre el efecto demostración es su capacidad de prescindir del contexto físico o del contacto directo entre los diferentes niveles y estilos de consumo, posibilitando así la difusión de mensajes concretos entre todos los niveles sociales. En la práctica el efecto que tiene la propaganda consiste, sobre todo, en su capacidad de soslayar mecanismos limitados por las interacciones sociales y omitir etapas propias de los procesos de difusión interpersonales.

Existe una diferencia de naturaleza entre las formas como operaba el efecto demostración en sociedades más tradicionales —con escasos recursos de propaganda—, y cómo lo hace en la sociedad contemporánea. La experiencia inmediata de los sectores sociales más bajos y más marginales dentro del sistema históricamente estuvo restringida al ámbito de interacción física cotidiana de su contexto de pertenencia (pequeña comunidad, ciudad, etc.), o eventualmente a contactos esporádicos, ya sea

¹³V. Leymore, *Hidden Myth: Structure and Symbolism in Advertising*, Heinemann, Londres, 1975.

¹⁴A. Cohen, *Custom and Politics in Urban Africa*, University of California Press, Berkeley, 1969.

con otros estratos a través de la movilidad física o bien por la presencia de individuos de otros contextos en el suyo propio. Así la *movilidad física* fue el elemento básico —y requisito previo— de la apertura mental hacia nuevas formas y estilos de consumo, mientras que este aspecto adquiere una naturaleza diferente cuando se trata de la *movilidad psicológica* que puedan brindar los medios modernos de comunicación de masas, donde los estímulos (periódicos, radio, televisión) son parte integrante de la vida doméstica cotidiana.

Pero más importante aún es el hecho de que las formas modernas de la propaganda y el desarrollo de los medios de comunicación de masas constituyen un elemento más que *se agrega* al efecto demostración, pero que no sustituye las formas restantes, sino que las refuerza y se refuerzan mutuamente en sus efectos.

El poder multiplicador de los modernos medios de comunicación de masas y de la propaganda están, por otra parte, en relación directa por otras características que poseen; así:

a) *Intencionalidad*

A diferencia de otros procesos de difusión basados en la interacción personal, la propaganda tiene un carácter intencional. La emulación y las aspiraciones de consumo que pueden derivar de la exposición de estilos diferentes, tal como la concebía Duesenberry, no tenían un carácter necesariamente manifiesto por parte de los estratos líderes del proceso; más aún, tampoco es difícil identificar comportamientos de las clases altas claramente reservados o 'privados' sin un objetivo explícito de difusión de sus patrones de consumo. La moda como fenómeno social tiene en cambio una característica intencional, y los medios de comunicación de masas a través de la propaganda son los instrumentos básicos para su difusión.

b) *Estructuración*

Las formas interpersonales de difusión de las pautas de consumo no son necesariamente estructuradas *a priori*. Los estímulos que reciben los niveles inferiores de la estratificación social cuando existe una exposición a los estilos superiores se estructuran en forma relativa-

mente espontánea. Con frecuencia originan formas estereotipadas de imitación que incluso escasa relación guardan con el modelo original. La propaganda, en cambio, por el hecho de ser intencional, transmite mensajes con alto grado de estructuración y con significados simbólicos precisos. Articulada alrededor de la relación entre los bienes materiales y formas de prestigio, la propaganda apela al conocimiento profundo de la psicología del consumidor, a sus motivaciones y frustraciones, y a sus necesidades de sentirse más poderoso o más reconocido por sus semejantes.¹⁵

c) *Abstracción*

Los marcos de los mensajes difundidos por la propaganda moderna son notablemente abstractos y por lo tanto despersonalizados. Ahora bien, como este aspecto ya fue antes considerado, no requiere por ahora mayor atención.

d) *Canales de difusión*

Las vías por las que se transmite la propaganda son cada vez más efectivas, tanto por el tipo de medio de comunicación masiva como por la sofisticación y conocimiento instrumental sobre la que se basan. No es preciso ser alfabeto para estar expuesto al efecto demostración generado por la propaganda contemporánea, como tampoco se requiere un esfuerzo conscientemente dirigido.

Para Galbraith (1960),¹⁶ la propaganda constituye el "efecto dependencia" de la sociedad moderna; es por excelencia el instrumento para crear necesidades derivadas de otra necesidad: el crecimiento constante de la producción como forma de perpetuar el sistema. Para otros autores, la función de la propaganda es vista en forma más modesta, y constituye apenas una forma legítima y necesaria de competencia. Por último, para otros sólo se la reconoce en su función informativa básica.¹⁷

¹⁵G. Katona, *The Powerful Consumer Psychological Studies of the American Economy*, Nueva York, Hillbrook, 1970.

¹⁶J. K. Galbraith, *op. cit.*

¹⁷J. K. Galbraith señala que "las formas institucionales de la publicidad y la técnica de ventas establecen el enlace más directo entre la producción y las necesidades. No pue-

Las necesidades de información derivadas de la proliferación de bienes y servicios modernos, así como la competencia entre firmas y las necesidades de expansión permanente de la estructura productiva, explicarían el extraordinario crecimiento de la propaganda en la sociedad capitalista avanzada.¹⁸ Sin embargo, la interpretación de Galbraith se inclina hacia las determinantes económicas, lo que deja incompleta su explicación. Es fácil entender la necesidad 'perentoria' de las firmas de recurrir a la propaganda como forma de crear nuevas necesidades tendientes a asegurar su expansión productiva, pero en cambio es difícil atribuir un carácter omnipotente a la propaganda ajeno a las orientaciones dominantes de la sociedad. Si el poder de la propaganda es tan determinante, ello ocurre porque otro tipo de mecanismos operan socialmente para predisponer a la aceptación de lo nuevo. Esta aceptación, como fue discutida en el punto precedente referido a la moda, tiene que ver con el hecho de que lo nuevo en la sociedad contemporánea es un valor social, aunque esto históricamente no haya sido siempre así y ni las sociedades llamadas tradicionales como tampoco ciertas clases sociales fueron siempre permeables a la innovación o a la moda.

El alto grado de individuación que G. Germani identifica en sus estudios sobre la sociedad postindustrial y los fenómenos afines, han establecido, como bien se sabe, que el cambio es la norma socialmente legítima de las

den ajustarse al criterio de la determinación independiente de los deseos, ya que su objetivo primordial es el de crearlos —el de dar vida a unas necesidades que anteriormente no existían. Ello se consigue gracias a la actuación del productor de los bienes o a las órdenes que éste imparte. Existe una amplia relación empírica entre lo que se invierte en la producción de bienes de consumo y lo invertido en la elaboración de los deseos que se experimenten por esa producción. Un nuevo artículo de consumo debe ser introducido con una adecuada campaña publicitaria para despertar el interés por el mismo. El camino hacia una expansión de la producción debe ganarse con una conveniente expansión del presupuesto de publicidad. Los desembolsos que se realicen en la fabricación de un producto no son más importantes, de acuerdo con la estrategia de la empresa comercial moderna, que los desembolsos que se efectúan para elaborar una demanda para ese producto". (Ibidem.)

¹⁸E. Heimann, *Teoría social de los sistemas económicos*, trad. de Santiago Martínez Habe, Tecnos, Madrid, 1968, cap. X.

formas contemporáneas de sociabilidad moderna. La 'acción efectiva' y no 'prescriptiva' propia de ésta no sólo establece criterios para el cambio como algo normal, sino que también admite el cambio de estos criterios.¹⁹

La formación de necesidades dentro de la ideología consumista no es por lo tanto un proceso unilateral que sólo puede verse desde el ángulo económico de las necesidades de expansión productiva; está plenamente incorporada a la sociedad contemporánea como un valor central intrínseco, en tanto que el fenómeno social de la moda es la forma predominante de actuar de este valor central y la propaganda su nexo más directo con la estructura productiva.

En síntesis, los procesos de interacción social que caben en líneas muy generales bajo el concepto de efecto demostración y su exacerbamiento por parte de la propaganda, permiten explicar algunos de los comportamientos aparentemente erráticos de la estructura de la demanda. La expansión y penetración crecientes de los bienes durables considerados como expresión de un estilo de consumo moderno, sólo adquiere sentido sobre la base de un principio de no aditividad de las demandas individuales.

2. La extensión del efecto demostración

Las derivaciones teóricas del concepto de efecto demostración introducido por Duesenberry, no se han limitado meramente al campo de los sistemas estratificados nacionales; sus proyecciones permiten aplicar la misma noción al campo de las relaciones internacionales. Considerado como unidad de los países —y no de los individuos—, la difusión de estilo de consumo propio de los más desarrollados hacia los de menor desarrollo, permite caracterizar estructuras de la demanda de estos últimos que no necesariamente responden al desarrollo de las fuerzas productivas domésticas. La difusión internacional de pautas de consumo se expresa así con la misma tendencia identificada a nivel de la estratificación individual; la estructura del consumo se adelanta a la producción.

"Del curso del progreso técnico surgen

¹⁹G. Germani, "Democracia y autoritarismo en la sociedad moderna", en *Crítica y Utopía*, Buenos Aires, N.º 1, 1979.

constantemente nuevos productos que modifican las formas existentes de vida y con frecuencia se convierten en necesidad. En los países más pobres tales bienes son a menudo importados, por no producirse en el país; pero no es ésta la única dificultad. La dificultad principal es que la presencia o el mero conocimiento de nuevos bienes y nuevos métodos de consumo tiende a elevar la propensión general a consumir. Aparecen nuevos bienes nacionales o importados, que se vuelven parte del nivel de vida, se hacen indispensables o cuando menos apetecibles, y se desean activamente en la medida que sube el nivel de vida. Deberíamos distinguir aquí entre dos sentidos del término 'nivel de vida': primero, nivel simplemente en el sentido de aspiración, la norma que uno aspira, la vara de medida; segundo, nivel o patrón en el sentido de lo que un país o una comunidad puede permitirse sobre la base de sus propios esfuerzos productivos. Algunos artículos de consumo suntuario bien pueden ser parte del nivel de vida de un país en el primer sentido, pero no en el segundo."²⁰

Al igual que con respecto a la estratificación individual, el efecto demostración en el marco internacional está condicionado por:

a) las diferencias de estilo de vida material y no material entre las unidades consideradas (en este caso países); y

b) la exposición al conocimiento de estas diferencias.

La evolución del breve período histórico que comprende la expansión del capitalismo mundial en las áreas subdesarrolladas, demuestra que ambos factores han tendido a incrementar en forma excepcional.

La brecha existente en los países más avanzados correspondiente a la comunidad capitalista occidental en materia de ingresos, desarrollo tecnológico, educación, salud y estilos de consumo, ha experimentado un incremento secular ampliando las distancias entre desarrollo y subdesarrollo. De la misma forma la creciente interrelación económica, social y política a nivel planetario, y tanto las interacciones individuales como los medios de comunicación impersonales —no sólo limitados éstos a la pro-

paganda— han aproximado culturas y sociedades extremadamente diferentes de manera que han disminuido las barreras al conocimiento y a la exposición entre los diferentes estilos de vida. El proceso de descolonización iniciado sobre todo posteriormente a la Segunda Guerra Mundial tendió a eliminar en el plano internacional las barreras adscriptivas destruyendo gradualmente la legitimidad de las distinciones internacionales de 'castas'. Todo ello contribuyó a generalizar el estilo dominante de vida, en particular el de los países europeos y más aún el de los Estados Unidos, más allá de las fronteras que los separaban de los países más rezagados e incluso de los países socialistas.

Las consecuencias que se derivan de estas consideraciones son sin duda significativas para el estudio de la capacidad de ahorro y acumulación en los países subdesarrollados. Si se admite la relevancia de la estructura de la demanda y que la misma puede crecer en forma relativamente autónoma con respecto al crecimiento de la estructura productiva, el incremento del ingreso real en los países subdesarrollados no sería necesariamente el indicador más válido para evaluar el proceso de avance. Mucho más importante sería el ingreso relativo, dado que la capacidad de ahorro sería mucho más un factor dependiente de ésta que del ingreso absoluto.

"Un aumento del ingreso relativo en los países industrialmente atrasados no es simplemente cuestión de aumentar la productividad en ellos; es cuestión de disminuir la diferencia entre su nivel de ingreso y el de los países avanzados."²¹

A pesar del incremento absoluto de los ingresos reales, la capacidad potencial de ahorro es contrarrestada por una mayor propensión a consumir. Por otra parte, esta propensión no sólo se relaciona con la acumulación, sino que puede tener relación directa con los niveles de endeudamiento externo y otros factores económicos. Por lo tanto, las implicaciones de la teoría de la difusión internacional de los estilos de consumo no se limitan a los efectos que tiene sobre el ahorro y la acumulación; implica directamente las determinantes de la evolución de la

²⁰R. Nurkse, *Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries*, Oxford, Basil Blackwell, 1953.

²¹R. Nurkse, *op. cit.*

balanza de pagos, los efectos de la inversión externa, préstamos y subvenciones internacionales, como también tiene derivaciones respecto a las políticas tendientes a la formación de capital, como por ejemplo los limitados efectos que podrían tener las restricciones a la importación sobre el ingreso y el ahorro u otras

medidas de política comercial. También en la esfera social y política, las consecuencias que se derivan de la teoría contribuyen igualmente a explicar fenómenos 'crónicos' de inestabilidad política en América Latina, así como también sobre la expansión creciente de las funciones del Estado.

III

Patrones de concentración y expansión del consumo de bienes duraderos en América Latina

Se admite generalmente que la expansión del consumo de ciertos objetos materiales —duraderos— constituye un tipo de indicador que permite caracterizar, con un razonable grado de aproximación, la difusión de pautas de consumo moderno o capitalista. Puede aceptarse este supuesto, aunque sin perder de vista que tal opción estuvo determinada principalmente por restricciones operativas derivadas generalmente de una simplificación intencional, no ajena a la escasa disponibilidad de información empírica.

Si existe genéricamente un síndrome del consumo contemporáneo, en todo caso, el mismo sólo comprende parcialmente los bienes de carácter duradero. El estilo de vida contemporáneo requiere en forma creciente un conjunto de bienes materiales que se incorporan al hogar como elementos básicos del consumo, son propiedad y se usan individualmente; empero su posesión sólo constituye una parte del mismo. El uso del tiempo y en particular las formas de recreación y el empleo del tiempo libre —cada vez más importantes en las formas de consumo moderno— son parte también de los estilos de comportamiento que se definen a través de diversos servicios y actividades, los que, como regla general, requieren directa o indirectamente, bienes materiales. Pero aquí no siempre se trata de la posesión individual de bienes.

A su vez, para caracterizar el síndrome consumista el análisis no puede limitarse al *tipo* de bienes o servicios demandados, sino también a las formas que adquiere su uso. La elevada sustituibilidad o circulación de un mismo bien

en sus diferentes versiones, el reemplazo periódico de un objeto determinado por su versión más moderna y perfeccionada constituyen otro de los rasgos característicos del consumo contemporáneo. La moda es en este sentido, como ya se dijo, el fenómeno social que mejor ejemplifica su naturaleza. Por ello, el carácter durable que poseen ciertos bienes desde el punto de vista físico —o de su vida útil— no coincide necesariamente con su carácter duradero en términos sociales. En los estilos de vida contemporáneos, la durabilidad social tiende a ser menor que la durabilidad material.

Por último, también conviene recordar que además del *tipo* de bienes que están comprendidos en el confort moderno del hogar importa considerar su *número*. La acumulación del mismo tipo de objetos o artefactos, la duplicación, cuando no la abundancia de ciertos objetos materiales, son ya lugares comunes en la estrategia familiar del consumo.

Cuando se mide la participación en el consumo moderno a través de la *posesión* de bienes duraderos, se puede estar subestimando los efectos de la elevada sustituibilidad, y cuando se lo hace a través del *gasto*, lo mismo puede ocurrir con el número de bienes. No existe por lo tanto un indicador perfecto para expresar sintéticamente el consumo moderno. En todo caso, la participación del gasto en bienes duraderos —o su posesión— son medidas aproximadas e indirectas.

Sólo si se admite la hipótesis de que existe una estrecha asociación entre el tipo de objeto consumido y los estilos de vida, puede admitirse que como indicador 'proxy' del estilo de

consumo moderno son válidos una serie de bienes que en forma simplificada se clasifican como de uso duradero. Los gastos dedicados a su consumo, o bien la posesión de estos bienes, han sido convencionalmente la forma más frecuente de medir la difusión de los estilos modernos de consumo.

1. La estructura de la demanda

Digamos en primer lugar que la forma que adquiere la demanda por bienes duraderos en América Latina se corresponde con bastante aproximación al poder económico indicado por los ingresos. Como regla general, la distribución de estos bienes sigue de cerca la distribución del ingreso y la refleja. No sería correcto, sin embargo, suponer por ello un comportamiento homogéneo para todos los tipos de bienes duraderos, puesto que existen variaciones significativas en su difusión según factores económicos como los precios unitarios o factores sociales como las preferencias. El comportamiento que evidencian las curvas de concentración de ciertos bienes de alto valor relativo, como por ejemplo el automóvil, no tiene ninguna semejanza con el de otros bienes duraderos de uso doméstico. A su vez, ciertos bienes que se vuelven en forma rápida 'necesidades prioritarias' tienden a difundirse hacia abajo incluso en forma más igualitaria que los ingresos.

La gran diversidad advertida en América Latina en el comportamiento de los gastos dedicados a bienes duraderos permite señalar un hecho que parece conveniente tener en cuenta desde el inicio: la relación positiva entre *ingresos* y *consumo de bienes duraderos* expresa apenas una relación de determinación de un factor sobre otro, pero nada dice sobre su intensidad ni tampoco sobre las múltiples formas que puede adquirir esta relación. En términos estadísticos esto se puede traducir en diferentes formas de relación (rectilínea-curvilínea), diferentes intensidades de la correlación, o bien diferentes pendientes de la recta de regresión. La interpretación convencional de los determinantes del consumo ha señalado acertadamente que cuanto más elevados son los ingresos, más probable es encontrar un mayor gasto en bienes duraderos. Pero cuando se quiere analizar la difusión de bienes, comprobar esta

relación positiva no es suficiente, pues ella apenas constituye un punto de partida.

En segundo lugar, la difusión de bienes duraderos registrada en la región durante las últimas décadas es bastante más amplia que la pauta altamente concentrada que suponía algunas interpretaciones. La insuficiencia dinámica de la demanda atribuida a la alta concentración del ingreso en el decil superior no se verifica totalmente. La estructura del consumo en América Latina registra una difusión significativa de los bienes duraderos en los estratos medios-altos, medios y aun bajos, que corresponde más bien a una distribución continua que a una dicotomía. J. R. Wells indica, por ejemplo, que del total de las unidades familiares encuestadas en la muestra de domicilios efectuada en Brasil en 1972, con una cobertura nacional, el 70% de los hogares poseían radio; un 49%, máquina de coser; un 53%, cocina eléctrica o a gas; un 32%, televisores, y un 31%, heladera. Aún más significativas son las cifras cuando la observación se desplaza desde la estructura estática de la posesión de bienes duraderos a la dinámica del proceso de difusión. El estudio de Wells demuestra que gran parte del dinamismo de la demanda durante el período 1967-1968 y 1974 estuvo basada en los grupos sociales que perciben de 1 a 2 salarios mínimos. "En este grupo los propietarios de heladeras pasaron del 34.5 al 56.6%, y de televisores, del 20.9 al 57.7%. Cuando se considera globalmente el crecimiento de estos bienes, el estudio para Guanabara indica también que la proporción de familias que poseían heladeras crece de un 50 a un 76% y la de televisores, de un 25 a un 72%, además estos incrementos se localizan en el primer caso en el 60% inferior de la distribución de la percepción de ingresos, y en el segundo caso en el 80%."²²

La difusión registrada de bienes de uso duradero es, por otra parte, relativamente independiente y no guarda relación tanto con el incremento de los ingresos durante el período considerado como con el incremento del salario real. Mientras que las rentas urbanas en Brasil, para los estratos de ingreso cuya renta

²²J. R. Wells, *Subconsumo, tamanho de mercado e padrões de gastos familiares no Brasil*, San Pablo, Brasil, Estudos CEBRAP, N.º 17.

real estaba situada en el 70% inferior de la muestra, experimentó un crecimiento de una tasa promedio de 1% al año, el acceso a bienes de carácter duradero en estos estratos logra aumentar en forma significativa. Y este fenómeno tampoco es ajeno al sector rural. En el período 1959-1970 en Brasil la propiedad de radios por ejemplo se multiplica por cuatro y la posesión de heladeras casi por tres.²³

Otro país que comparte algunos rasgos semejantes a la situación de Brasil es México, donde la estructura y la distribución de los gastos dedicados al consumo de bienes duraderos sigue una pauta igualmente concentrada, pero con una tendencia a difundirse hacia los estratos medios de carácter continuo. Con todo, la difusión de duraderos en México no alcanza a tener la misma magnitud que en Brasil. El decil de perceptores de ingresos más altos concentra el 32% de los gastos volcados al consumo de bienes durables (aparatos y artefactos), en tanto los siguientes deciles concentran respectivamente un 29, 14, 10, 7 y 3%. Un 60% aproximadamente de los gastos dedicados a estos bienes se concentra entonces en el 20% de los hogares más ricos, un 84% en el 40% de los hogares de nivel de ingreso más alto, en tanto que menos de un 10% de los gastos corresponde al 50% de los hogares de nivel inferior.

Cuando se procura distinguir variaciones dentro de la región, un caso extremo lo constituye la situación de algunos países correspondientes a los niveles de modernización más avanzados y con pautas más igualitarias en materia de distribución del ingreso; Argentina es, en este sentido, probablemente el caso más extremo. El comportamiento con respecto al consumo de bienes duraderos en Argentina demuestra que los gastos se distribuyen con valores modales de forma tal que la suficiencia dinámica de la demanda por bienes industrializados de carácter duradero, se localiza precisamente en las clases medias, media baja y baja. La cobertura urbana de las encuestas de hogares para el año 1963, que comprende aproximadamente el 80% de la población total del país,

evidenciaba que el consumo medido por el gasto dedicado a diversos aparatos y objetos domésticos como heladeras, lavarropas, calefactores y cocinas, aspiradoras y combinados, registraba un comportamiento claramente distinto al demostrado en los países más rezagados y de nivel medio. Entre los deciles 5º y 8º se concentra casi el 50% de los gastos dedicados a la adquisición de aparatos de televisión, de heladeras y lavarropas; un 35% de los gastos dedicados a calefactores y cocinas, y un 40% de los gastos dedicados a radios y aspiradoras, mientras que el decil más alto comprende un 9%, 10%, 20% y 12%, respectivamente, en este tipo de bienes. El proceso de difusión de duraderos en la Argentina es probablemente indicativo de lo que ocurre en otros países latinoamericanos cuyas pautas de desarrollo y modernización son similares. En particular con respecto al Uruguay, país para el cual no se dispone de datos similares, y también sin duda, aunque con menor intensidad, para Chile. Son estos tres países precisamente los que iniciarán en la década de los años setenta el experimento de una economía liberal a partir de un grado relativamente alto de modernización del consumo.

En tercer lugar, otro aspecto que merece señalarse a partir de los estudios conocidos sobre distribución del consumo se refiere a la distinción urbano-rural. Los efectos concentradores y las consecuencias claramente excluyentes que implica la distribución del ingreso sobre las pautas de consumo de los bienes duraderos, está fuertemente influida por el elevado porcentaje de sectores rurales marginados en su gran mayoría de los beneficios del desarrollo económico. La situación de la familia urbana registra un comportamiento claramente más igualitario y una distribución más continua de la difusión de los bienes de carácter duradero. En los contextos urbanos, donde predominan las ocupaciones en el sector secundario y terciario, la penetración del uso de bienes duraderos alcanza prácticamente a toda la clase media y a importantes sectores de clase baja. Además de los estudios ya referidos, los trabajos realizados dentro del programa de ECIEL sobre los patrones de consumo e ingresos, demuestran que, como regla general y a pesar de la importante heterogeneidad de la región, la mayor parte de los países presentan una baja concen-

²³J.R. Wells, "The Diffusion of Durables in Brazil and its Implications for Recent Controversies Concerning Brazilian Development", en *Journal of Economics*, Cambridge, 1977.

tración de gastos dedicados a estos bienes, a la vez que una distribución claramente continua según la estratificación social. Los estudios para ciertas ciudades de América Latina arrojan los resultados que aparecen en el cuadro 1. Con variaciones atribuibles, por una parte, al nivel relativo de desarrollo y modernización de estos países, y por otro también a problemas operativos derivados de las diferentes clasificaciones de los bienes duraderos, las evidencias son útiles para sostener la interpretación de una suficiencia dinámica de la estructura urbana más alta de la supuesta.

primario y el crecimiento acelerado de las ocupaciones típicas de la clase media u ocupaciones de carácter no manual. Las proyecciones del crecimiento urbano para la década del 80 en América Latina, como así también el crecimiento de los sectores medios, indican que se continúa transformando la estructura socio-económica de la región de manera que favorezca una creciente incorporación al consumo.²⁴ Unido esto a la reducción de los costos unitarios de los bienes duraderos, aparecen razones adicionales que hacen suponer que las tendencias indicadas por Welss para Brasil, han debi-

Cuadro 1

ESTRUCTURA DEL GASTO POR PERCENTILES

Rubro	Percentiles										
	10	20	30	40	50	60	70	80	90	95	100
Bienes duraderos ^a	3.10	4.23	5.57	12.49	11.31	10.83	10.08	12.74	15.97	11.76	10.63
Bienes duraderos ^b	2.95	3.65	3.98	11.22	6.71	10.54	9.72	9.89	17.95	14.13	9.70
Electrodomésticos ^c	0.91	4.84	12.64	8.09	6.24	10.90	13.26	5.91	8.03	-	29.17
Cristalería, vajilla y utensilios domésticos ^c	1.16	5.37	9.95	16.40	6.37	13.12	8.06	6.40	19.14	-	14.04

Fuente: ECIEL, Estudio sobre patrones de consumo e ingresos.

^aChile (Gran Santiago) 1968-1969.

^bVenezuela (Urbana-Caracas y Maracaibo) 1970.

^cColombia (Pasto, Manizales, Bucaramanga, Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla), 1970.

En cuarto lugar, las tendencias registradas en la mayor parte de los datos presentados, por el solo hecho de estar referidas aproximadamente a una década anterior, no contemplan las transformaciones operadas durante los últimos años, y cuyas tendencias, de acuerdo a otros indicadores continuaron expandiendo hacia abajo el acceso y posesión de bienes duraderos. Tampoco pueden desconocerse en ese sentido los efectos favorables que provienen tanto de las transformaciones que se operan en la estratificación social como también de una tendencia regular a la reducción de los precios relativos de los productos industriales. En ese sentido las transformaciones que experimentó la estructura de estratificación social en América Latina en el transcurso de la década 1960-1970 apoyan la bien conocida tesis de la importante mengua de la población ocupada en el sector

do continuar operando para una creciente penetración de los bienes duraderos en las capas medias y bajas.

Por último también se ha podido conocer algo más con respecto al gasto volcado en bienes duraderos con relación en los gastos alternativos en otros rubros, en particular con respecto a la atención de la vestimenta y alimentación. Como regla general la proporción de gastos familiares dedicados a la alimentación y a las necesidades básicas tiende a reducirse en la medida en que crecen los niveles de renta.²⁵ Sin embargo, a pesar de registrarse esta regula-

²⁴C. Filgueira y C. Geneletti, *Estratificación ocupacional, modernización social y desarrollo económico en América Latina* (CEPAL/VP/DS/185), noviembre 1978.

²⁵C. Filgueira, *Consumo y estilos de desarrollo* (CEPAL/DS/VP/190), Santiago, Chile, 1979.

ridad, -el comportamiento de las proporciones relativas dedicadas a gastos de bienes duraderos y de alimentación, no corresponde a una relación claramente negativa: los gastos dedicados a los bienes duraderos crecen rápidamente sólo en los tramos inferiores de ingreso para estabilizarse rápidamente, lo que indica un adelanto relativo en las demandas por bienes de carácter moderno derivadas de una estrategia de readecuación de los gastos familiares.

En este sentido las evidencias plantean algunas dudas acerca de las supuestas consecuencias que podría tener la elevación de los ingresos de los estratos más bajos. Como se procuró demostrar en otros trabajos, no existen elementos para sostener que dadas las carencias notorias en materia de alimentación y vestuario en los estratos más bajos, cualquier incremento en sus ingresos que se pudiera lograr por vía redistributiva aseguraría un acceso más pleno a las necesidades básicas de subsistencia.²⁶ El comportamiento evidenciado por una demanda creciente por bienes de carácter duradero indica más bien que, salvo en los niveles más extremos de pobreza, cualquier incremento de los ingresos puede orientarse hacia otro tipo de demandas que no sean los componentes más elementales de las necesidades humanas que caracterizan su indigencia.²⁷ Y tal vez el punto más importante que resta por señalar es que los valores básicos y dominantes de las orientaciones consumistas en la sociedad contemporánea no aseguran que una redistribución de las rentas que favorezcan a los sectores más postergados, altere en forma significativa las preferencias o gustos dominantes ni la prioridad otorgada a los bienes duraderos.

²⁶Un estudio reciente de la FAO expresa que "según las informaciones que dispone la FAO sobre la reacción de los consumidores ante cambios en su ingreso disponible para consumo (GCP consumo agrícola/gastos de consumo privado), la elasticidad media del consumo agrícola respecto al GCP debería haber sido de alrededor de 0.25 en el período 1963/1975, en circunstancias que en la realidad histórica fue de sólo 0.11". El estudio de la FAO atribuye estos resultados principalmente a la concentración del ingreso, aunque resulta difícil imaginar un impacto de tal magnitud. Probablemente también están influyendo en esta sobreestimación de la elasticidad, los cambios en las preferencias del consumo. Véase FAO, *La agricultura hacia el año 2000, problemas y opciones en América Latina*, Roma, agosto 1980.

²⁷C. Filgueira, *op. cit.*, 1979.

Lustig en su estudio sobre México confirma estas consideraciones cuando afirma: "Otro resultado que merece destacarse es que de acuerdo con los resultados obtenidos para las elasticidades ingresos estimadas una redistribución hacia los grupos de ingreso más bajo de las familias urbanas y, sobre todo de las metropolitanas, llevaría a un aumento proporcionalmente mayor en el gasto que estos grupos efectúan en *moderno* que en *primario* y *tradicional* (esto se ve reflejado en las magnitudes relativas de las elasticidades estimadas). Es decir, que para aquellas familias que se encuentran en el estrato de 0-1 000 pesos (aproximadamente el 20 y el 10% más bajo que las familias urbanas y metropolitanas, respectivamente) tenderían a sustituir proporcionalmente bienes básicos (como los alimentos, que componen el rubro más importante de *primario* y *tradicional*) por bienes no básicos o 'de lujo' (como son los de consumo duradero) a medida que sus ingresos aumentan. Este hecho resulta sorprendente desde el momento que se parte del supuesto que las familias urbanas más pobres no han cubierto efectivamente sus necesidades básicas; este fenómeno bien puede explicarse mediante la intensidad con que opera el 'efecto demostración' (es decir la emulación de patrones de consumo de otros estratos más altos) y la eficacia de la propaganda en los centros urbanos. Ello implica que una mera redistribución del ingreso no garantiza un mejor nivel de vida (en términos de nutrición, por ejemplo) si el mayor poder adquisitivo de las familias pobres lo absorben los bienes no básicos, fenómeno que en América Latina es bien conocido como el caso del 'refrigerador vacío'".²⁸

2. Consumo, ahorro y endeudamiento

El segundo punto que corresponde discutir no se refiere ya al consumo sino al comportamiento con respecto al ahorro. La información que existe al respecto es aún más escasa, y las dificultades para elaborar un diagnóstico satisfactorio del comportamiento respecto al ahorro requiere necesariamente una aproximación

²⁸N. Lustig, "Distribución del ingreso, estructura del consumo y características del crecimiento industrial", en *Comercio Exterior*, México, Vol. 29, N.º 5, mayo de 1979.

más modesta en sus alcances. Dos son los aspectos del ahorro que aparecen como relevantes para su interpretación dentro del complejo ahorro-consumo-inversión. El primero de ellos se refiere al nivel general de ahorro, o sea a la cantidad de los ingresos desviada de las necesidades de consumo presentes. El segundo tiene relación con la forma del ahorro en el sentido de su uso posible. Las formas a las que puede orientarse el ahorro son muy diversas, y algunas de ellas pueden representar inversión propiamente dicha, pero otras no. Incluso en el caso de la inversión algunos autores han distinguido entre capital productivo y capital consuntivo.²⁹ Este segundo aspecto del análisis del ahorro dentro del complejo ahorro-consumo-inversión no es por ahora central al análisis aquí encarado, aunque sí el primero.

La cantidad de ingresos que puede orientarse al consumo o alternativamente al ahorro, tuvo una formulación ya clásica en el trabajo de Keynes. El balance entre los gastos dedicados al consumo y ahorro jugaba un papel central en su teoría del equilibrio: la 'ley psicológica fundamental' acerca de la propensión marginal al consumo establecía que con un aumento del ingreso real no se incrementaría proporcionalmente la cantidad absoluta dedicada al consumo, de forma tal que se ahorrará una mayor cantidad absoluta.

Los resultados empíricos del comportamiento del ahorro con relación al crecimiento de los ingresos sin embargo no confirmó la hipótesis y produjo, sobre todo, considerable desconcierto cuando el análisis no contemplaba solamente una situación estática y global, sino que procuraba registrar las tendencias dinámicas y desagregaciones de diversa naturaleza. En América Latina, al igual que en los países desarrollados, la estructura del ahorro con relación a los ingresos corresponde a las expectativas más obvias: los hogares de ingresos más elevados ahorran proporcionalmente más que los más bajos; y prácticamente la casi totalidad del ahorro personal del país se concentra en los estratos más altos. Sin embargo, nos encontramos nuevamente con una relación aparentemente simple que puede oscurecer otro tipo de relaciones diferentes y hasta opues-

tas. Algunos autores que han procurado desentrañar el conjunto de tendencias opuestas que operan en la relación entre el consumo y el ahorro, han señalado el comportamiento particular de la relación cuando el análisis se efectúa tomando en cuenta la dimensión temporal.

a) Históricamente existe una tendencia a la reducción del porcentaje de familias y hogares que ahorran; y esta reducción no parece ser un fenómeno privativo de los países más desarrollados. "Las estimaciones de Kuznets por décadas, partiendo de los años 1880 muestran un gran aumento del ingreso nacional real, pero ningún aumento de proporción que se haya convertido en capital. Por el contrario, entre los años 1890 y 1920, cuando el ingreso real se elevó en más de un 300%, hubo una ligera tendencia a la baja en el coeficiente de ahorro nacional."³⁰

Por otra parte, como lo señala el mismo Nurkse, existe un conjunto de evidencias que, en principio, parecen resultar curiosas. En el período comprendido entre 1917 y 1919, la familia urbana media en Estados Unidos tenía un ingreso promedio de 1 500 dólares anuales según precios de 1941, y ahorraba 120 dólares lo que equivale aproximadamente a un 8%; en 1941, esta familia media no ahorraba prácticamente nada. Igualmente, la información correspondiente al presupuesto de hogares que abarca el período 1900-1941 indica que con un ingreso promedio de 2 000 dólares por año una familia a los precios de 1941, ahorraba aproximadamente un 18% a principios de siglo y apenas un 3% en 1941. Obviamente, la conclusión que se deriva de esta información no permite suponer que si alrededor de 1940 el 75% de las familias norteamericanas no ahorraban absolutamente nada, esto no se debía presumiblemente a que eran demasiado pobres para ahorrar. Más bien las tendencias indicadas estarían demostrando que las sollicitaciones y estímulos de las familias para gastar aumentaron considerablemente durante ese período; como así también la creación de nuevas necesidades y demandas 'básicas' por nuevos bienes de consumo percibidos como superiores y de creciente valorización social. Paralelamente, en la medida en que disminuye el porcentaje relativo de

²⁹R. Prebisch, *op. cit.*

³⁰R. Nurkse, *op. cit.*

ahorro, tienden a crecer las formas de endeudamiento. La compra a plazos, a préstamo y otros diversos procedimientos para obtener bienes materiales y niveles de consumo que están por encima de los ingresos percibidos, constituye la contraparte de la mengua relativa del ahorro.

Con referencia a América Latina, los estudios referidos a la estructura del gasto familiar en la ciudad de San Pablo demuestran que el fenómeno del endeudamiento a través del pago de cuotas a crédito se encuentra plenamente extendido entre los estratos medios, medios bajos y bajos de manera que constituye un fenómeno bastante generalizado. "Mientras el promedio para todas las familias llega a 14.4%, las familias que perciben ingresos extremadamente bajos —de 2 a 6 salarios mínimos— registran un 10.7% que alcanzaba a 13.5 para quienes tienen niveles de ingreso entre 6 y 8 salarios mínimos. Y luego la distribución se estabiliza para los niveles de ingreso más altos, sin superar en ningún caso más de un 18%."³¹ La información aportada por los estudios de ECIEL para Río de Janeiro en el período 1977-1978, indica que el porcentaje dedicado al pago de compras a crédito y al pago de préstamos ocupa un lugar bastante importante en la estrategia familiar de consumo. Un 15% aproximadamente del gasto dedicado a los bienes duraderos más artículos para el cuidado personal, se destina al pago de compras a crédito y préstamos. Cuando se considera la distribución de hogares según percepción del ingreso, se advierte que son las clases medias y medias bajas las que absorben la mayor parte de los gastos orientados al pago de compras a crédito y de préstamos. Los deciles 4, 5, 6 y 7 son los que concentran los mayores porcentajes y alcanzan, en el pago de compras a crédito, a un 53% del total de gastos destinados a este rubro, y con respecto al pago de préstamos un 62% aproximadamente.

La diferencia entre las orientaciones consumistas dominantes por lo tanto no sólo reducen los niveles absolutos y relativos del ahorro, sino que crean situaciones claramente deficitarias. Por otra parte, estas pautas de endeuda-

miento parecen ser cada vez menos dependientes de situaciones coyunturales tanto colectivas como individuales para transformarse en patrones estables y relativamente institucionalizados de comportamiento económico.

b) Las relaciones entre ahorro y consumo familiar analizadas desagregadamente de acuerdo al carácter urbano-rural de los contextos de pertenencia de la unidad familiar presentan también comportamientos aparentemente contradictorios. La escasa información que se dispone para América Latina, y a pesar de sus limitaciones, posee sin embargo un valor adicional por la consistencia de los resultados. Un estudio efectuado por la CEPAL (1973) indicaba una clara correlación entre la característica más o menos moderna de los contextos de pertenencia de las unidades familiares y el comportamiento del ahorro.³² En las grandes ciudades como San Pablo y Caracas, el porcentaje relativo de ahorro en relación al ingreso percibido era menor que el que se registraba en las localidades urbanas de menores dimensiones y para los contextos rurales. En los grandes conglomerados urbanos de Venezuela el nivel medio de ingreso con que las familias comenzaban a ahorrar era cuatro veces superior al de las rurales. Y de la misma manera con respecto a la relación entre gastos y endeudamiento; mientras en las ciudades mayores los ingresos estaban un 10% por debajo de los gastos totales (un 16.5% en Caracas), en las localidades más rezagadas —rurales— el ahorro superaba en un 10% el ingreso mensual. "Una tendencia similar muestra la comparación de los antecedentes sobre las ciudades del Brasil de distinto grado de desarrollo económico. Así en San Pablo el ahorro familiar empezaba con un ingreso medio anual de poco más de tres veces el nivel a partir del cual ya se registraba superávit en Belén (Pará). Ello significa que sólo el 3% de las familias ahorraban en el primer caso contra cerca de un 70% en el segundo. En total, la relación entre ingreso medio anual y el gasto correspondiente arroja un ahorro claramente positivo en Belén y la inclusión de rubros tales

³²CEPAL, "Distribución comparada del ingreso en algunas grandes ciudades de América Latina y los países respectivos", en *Boletín Económico de América Latina*, 1973.

³¹J. R. Wells, *op. cit.*, 1976.

como la adquisición de automóviles que tiene alta ponderación en los gastos, plantea dudas acerca del signo del ahorro medio total en San Pablo. Estos hechos —que se repiten en otras ciudades— parecen indicar que la influencia positiva que debería ejercer el mayor ingreso personal medio en el área metropolitana sobre la formación de capital quedaría contrarrestada por el elevado nivel de consumo.”³³

La hipótesis keynesiana de la relación entre el ahorro y el incremento de los ingresos resulta difícil de sostener a la luz de estas evidencias. Sin embargo, el punto más importante que aquí interesa no radica tanto en la crítica a

la escasa capacidad explicativa de la ley psicológica fundamental, crítica que por otra parte ha sido reiterada *in extenso* en diversos trabajos, sino más bien en las implicaciones que el comportamiento real del ahorro y el endeudamiento tienen sobre la inversión y el consumo. El comportamiento demostrado por las unidades familiares sugiere nuevamente serias dudas con respecto a los efectos redistributivos del ingreso como forma de reorientar el consumo y liberar recursos para la inversión. La redistribución del ingreso a lo sumo puede aparecer como una condición necesaria pero no suficiente para que ello ocurra.

IV

El consumo en los modelos de estabilización

A mediados de la década de los años setenta, un conjunto de países de América Latina iniciaron drásticas transformaciones en materia de políticas económicas. Chile, Argentina y Uruguay fueron los que llevaron más lejos los modelos denominados ‘de apertura’. También, aunque en forma más parcial, ciertas políticas y medidas de corte monetarista derivadas de orientaciones liberales aparecieron igualmente en otros países de la región.

Este tipo de políticas no ha constituido, por supuesto, algo nuevo en América Latina, aunque sí lo es la profundidad con que se ha llevado a cabo el marco institucional donde tiene lugar, al igual que su permanencia y continuidad. De hecho se trata de algo más que meros cambios sectoriales o parciales en algunos aspectos de la estructura económica. La orientación global que le da sustento ha implicado mucho más que eso y podría afirmarse que más que una transformación económica constituye “un cuerpo autocontenido y consistente de ideas que conforman una ideología. Proporciona una explicación del pasado y un conjunto de reglas de acción que deberán conducir a la sociedad en dirección de un modelo ideal, utópi-

co, cuyo funcionamiento está regido por la eficiencia y la objetividad de las relaciones económicas privadas”.³⁴

La emergencia de los nuevos modelos debe considerarse, sin duda, como uno de los cambios más significativos que se introducen en oposición a los modelos tradicionales latinoamericanos y sus repercusiones, tanto internas como externas, trascienden el ámbito de lo económico para remitir a una vasta concepción de la sociedad toda como modelo de organización social y política. Cualquiera sea la denominación que se adopte —modelos liberales, monetaristas o de estabilización económica—, las políticas adoptadas y las medidas concretas han girado siempre alrededor de tres elementos básicos: a) la privatización de la economía; b) la liberalización de los mercados; y c) la apertura al exterior. Para lograrlo se ha recurrido a medidas tendientes a la liberalización de precios acompañada de un fuerte control de los salarios y de una restricción a la actividad sindical. Todo ello ha hecho que una de las resultantes más importantes de los nuevos modelos hayan sido los cambios en los agentes económicos y en las formas de articulación po-

³³CEPAL, *op. cit.*, 1973 y D. Félix, “Progreso técnico y desarrollo socioeconómico en América Latina” (CEPAL/CONF.53/L.2), Santiago de Chile, 1974.

³⁴Frenkel, R., “Las recientes políticas de estabilización en Argentina: de la vieja a la nueva ortodoxia”, CEDES, 1980.

lítica. Carecería de sentido detenernos en la especificación de los modelos y sus particularidades puesto que existe una extensísima bibliografía al respecto.³⁵

Particularmente, con referencia al análisis del consumo, existe una amplia gama de medidas y políticas adoptadas por cada país que establecen diferencias de magnitud considerable; así por ejemplo, el grado de apertura de las economías al sistema internacional presenta variaciones significativas entre países de donde diferentes características y estructuras de la demanda.³⁶

En Chile, por ejemplo, los aranceles a la importación fueron reducidos drásticamente entre 1973 y 1979; y a través de un proceso de reducciones sucesivas, los aranceles descendieron a partir de 1973 desde un máximo de 60% a 35% y 18%, hasta llegar en 1979 a un 10% en prácticamente todos los artículos importados. El proceso seguido en Chile es mucho más extremo y no se reproduce en idénticos términos en Argentina y Uruguay, donde la rebaja de los aranceles aparece más controlada en virtud de una protección más sostenida a la producción local.

Por otra parte, la estructura de la demanda también quedará fuertemente condicionada por otros factores: el grado en que los estilos han resultado más o menos concentradores del ingreso, la política relativa al uso del excedente y el avance diferencial de la privatización en todas las esferas.

Las consecuencias de la política de apertura a la importación se manifiestan con extraordinaria celeridad en la composición y volumen de las importaciones; en particular los bienes de consumo duradero y ciertos rubros como bebidas, tabaco y perfumería, experi-

mentan al cabo de pocos años un crecimiento notable como puede apreciarse en los cuadros 2 y 3 referidos a Chile y Uruguay. Por su parte, Argentina experimenta un incremento de la misma naturaleza. Según lo señala la CEPAL en el informe referido a este último país, en el período 1976-1979 los bienes de consumo ven crecer su participación en el valor y composición de las importaciones, desde 65 millones de dólares en 1976 a 660 en 1979. En 1970 su participación correspondía a un 4.9% del total de importaciones en tanto que en 1979 su valor porcentual es de 9.9. Sólo en este último año, la tasa de crecimiento de la importación de bienes de consumo alcanzó un valor de 211.3.

Chile constituye, sin duda, el caso más extremo donde el 'experimento' ha profundizado las transformaciones más que en otros países; por ello precisamente se aproxima más al caso típico ideal que resume los rasgos de los modelos de esta naturaleza. Uruguay y Argentina, con las particularidades de su política económica, demuestran que los efectos sobre la estructura de la demanda no se hacen sentir en forma tan significativa (véanse los cuadros 2 y 3).

Por estas razones, y a ellas podrían agregarse otras menos sustantivas, en la discusión que sigue en las próximas páginas, las consideraciones sobre consumo tendrán teóricamente en cuenta el modelo más puro de economía abierta y la mayor parte de las referencias empíricas se referirán al modelo chileno.³⁷ Ahora bien, de acuerdo a lo expresado en la sección primera los modelos aperturistas pueden considerarse como netamente consumistas.

Como es bien sabido, uno de los supuestos básicos que orienta los cambios introducidos en la política económica estabilizadora radica en la importancia atribuida a la apertura como forma de permitir y favorecer la importación de bienes de capital necesarios para la inversión. A su vez se postula que ello obliga al incremento de la eficiencia al imponer a la producción nacional condiciones de competencia con los

³⁵Además de los diversos documentos oficiales que sirvieron de fundamento y justificación de las nuevas estrategias liberales, el pensamiento económico, social y político en América Latina ha profundizado su estudio al punto que haría redundantes mayores consideraciones al respecto. Para mencionar sólo algunos de los principales trabajos, recuérdese que la CEPAL, a través de varios estudios publicados en la *Revista de la CEPAL*, ha prestado una atención especial al análisis de los nuevos modelos, así como otros estudios realizados por CIEPLAN (Chile); CEDES (Argentina); CINVE y CIESU (Uruguay).

³⁶Aldo Ferrer, "La economía internacional desde una perspectiva latinoamericana", en *Estudios Internacionales*, año XIII, N.º 49, enero-marzo de 1980.

³⁷De los tres países considerados Chile es el único que cuenta con información suficiente para un análisis del consumo de tipo 'casi experimental'; en 1969 y 1978 se realizaron dos encuestas sobre Presupuestos Familiares del Gran Santiago. Además del Estudio de ECIEL sobre Ingresos y Gastos Familiares, 1968-1969.

precios internacionales. Sin entrar a discutir la pertinencia de estos supuestos para los fines implícitos, existe otro hecho que sí tiene que ver con el hilo de la argumentación previa. Una de las consecuencias más importantes de las medidas adoptadas es que las mismas tienden a incrementar la distancia entre el perfil de la demanda y la estructura productiva. Es más fácil la expansión de cierto tipo de comportamiento económico que otros; y la mayor facilidad radica precisamente en la capacidad de expansión del consumo de bienes importados que el rodeo más largo que implican la inversión y capitalización productivas. Foxley (1980) señala en su estudio sobre la economía de libre mercado en Chile, los diferentes ritmos con que crecen las exportaciones e impor-

taciones durante el período 1970-1978.³⁸ De su análisis se desprende que en un lapso de ocho años el éxito logrado en materia de exportaciones no tradicionales permitidas por las nuevas políticas económicas se ve contrarrestado por un crecimiento de los bienes de consumo, sobre todo por los de consumo no alimenticio.

En el período 1970-1978 las exportaciones no tradicionales y semitradicionales se multiplican por 2.7; la importación de bienes durables se multiplica por 2.1, en tanto que la importación de bienes de capital se mantiene prácticamente estancada. En 1978 los efectos positivos de la expansión de las exportaciones basados en productos de carácter no tradicional, se ven contrarrestados en parte por la demanda de bienes de consumo que alcanzan a un 62.5% de la exportación no tradicional. Esta es la misma proporción (aun mayor) que la registrada en 1970 (60.0%). Si las exportaciones totales decrecen en términos absolutos (de 2 216.1 a 2 105.2), las importaciones crecen al multiplicarse por un coeficiente de 1.4. El éxito obtenido por la misma política de exportaciones no tradicionales no agrega en realidad ningún superávit significativo como podría esperarse, más aún, de acuerdo a las tendencias advertidas se reduce cualquier acumulación potencial. Los mecanismos actuantes para que tenga lugar este proceso son diversos y sólo se pueden comprender dentro del proceso más general de cambio que está implícito en el conjunto global de las nuevas estrategias de apertura e inserción en el mercado internacional.

1. Por qué el incremento del consumo

a) En principio, una medida como la reducción de aranceles a la importación no debería tener necesariamente como consecuencia incentivar el consumo. En Inglaterra, por ejemplo, la política de estabilización no ha tenido estos resultados. Si ello ocurre en América Latina es porque como antes se señaló, la transmisión consumista a través del efecto demostración ocurre siempre que: 1) exista disparidad entre los niveles de consumo entre

Cuadro 2

CHILE: IMPORTACIONES DE BIENES DE CONSUMO (Millones de dólares de 1977)

	1970	1978	Tasa de crecimiento
Manufacturas de cuero y peletería	1.3	3.4	161.5
Bebidas alcohólicas importadas	0.6	11.9	1 883.0
Tabaco, cigarrillo y puros importados	7.7	9.4	22.1
Prendas de vestir, textiles para el hogar y alfombras	24.1	91.0	277.6
Productos fotográficos y cinematográficos	7.8	10.3	32.1
Calzado, sombreros, paraguas y quitasoles	2.0	7.3	265.0
Instrumentos de música y óptica	4.3	9.6	123.3
Juguetes, juegos y artículos de recreo	3.4	22.6	564.7
Productos de perfumería y tocador (sólo cosméticos, colonia y perfumes)	0.1	6.6	6 500.0
Aparatos de televisión blanco y negro y color	0.7	56.3	7 942.9
Receptores de radio	4.6	28.7	523.9
Automóviles y motos	19.0	40.6	113.7
<i>Total</i>	<i>75.6</i>	<i>297.7</i>	<i>293.8</i>

Fuente: R. Ffrench-Davis, "Políticas de Comercio Exterior en Chile: 1973-1978", mimeografiado, (CIEPLAN), noviembre 1979; Instituto Nacional de Estadísticas, III Encuesta de Presupuestos Familiares, v. III, mayo 1979.

³⁸A. Foxley, "Hacia una economía de libre mercado: Chile 1974-1979", en Colección Estudios CIEPLAN, N.º 4, Santiago de Chile, 1981.

Cuadro 3

URUGUAY: CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES
(1976 = 100)

	Dólares			
	1976		1979	
Televisión (85-15-01-12)	100	(25 052)	2 668	(668 566)
Radiograbadores (85-15-02-19)	100	(200 190)	1 745	(3 443 403)
Tocadiscos-grabadores (92-11-01/02)	100	(409 729)	206	(845 332)
Aparatos de relojería (91.01)	100	(2 555 310)	153	(3 930 332)
Juguetes-deportes (97)	100	(262 982)	681	(1 792 136)
Máquinas y aparatos eléctricos	100	(19 139 000)	208	(39 886 000)
Bebidas y tabaco	100	(7 553 000)	250	(18 912 000)
Óptica, cinematografía*	100	(4 564 000)	282	(12 896 000)

Fuente: Banco de la República, Sector Estadística.

*Incluye aparatos médico-quirúrgicos.

diferentes países y estratos; y 2) exista conocimiento de estas diferencias.

Con el levantamiento de las restricciones a la importación, que en un momento anterior mantenían inaccesible o controlada la difusión de los bienes superiores, se incrementa la disponibilidad real de estos bienes y se produce una creciente diferenciación (estratificada) de los nuevos productos importados. Empero, no se trata meramente de las consecuencias derivadas de los precios unitarios —relativamente más bajos— de los bienes importados, sino que resulta también de otras características reales o simbólicas a éstos atribuidas. Calidad, variedad, utilidad y presentación, son apenas algunas; pero más importante aún es que los mismos están asociados a símbolos de lo moderno y 'lo nuevo' propio de sociedades que gozan de mayor prestigio. Muchos de estos bienes poseen, sin duda, una fuerte carga valorativa derivada del sentimiento de su postergación en el tiempo: bienes y objetos muy deseados, que ya formaban parte de un mundo simbólico con sus estilos propios y sus modas, y al cual difícilmente se podía llegar antes.

b) Por otra parte, la introducción de los nuevos bienes no es un fenómeno ajeno a otros procesos que lo acompañan; existe paralelamente un exacerbamiento de la competencia por colocación de sus productos. La propaganda, realizada en función de cualquiera de las necesidades ya señaladas: expansión producti-

va o competencia, adquiere en este contexto nuevas dimensiones. Visto desde el exterior, se libera un nuevo mercado que es posible captar y esta necesidad no es sólo fruto de las medidas de política económica doméstica.³⁹

En primer lugar, en condiciones de una apertura creciente, puede esperarse una expansión cuantitativa de la propaganda a través de los diversos medios de comunicación de masas. Un indicador aproximado que permite evaluar la magnitud del cambio son los gastos e inversiones dedicados a ella. El crecimiento de la inversión destinada a la propaganda en Chile entre 1966 y 1980 aparece registrado en el estudio de R. Salinas (1979) referido a la expansión de los medios de comunicación en Chile y confirma las expectativas.⁴⁰

Ahora bien, la cifra correspondiente a la inversión en propaganda para 1970 en miles de dólares fue de 23 430 y aumentó en 1980 a 126 000, aunque el 90% de este incremento se produjo en sólo seis años (entre 1974 y 1980). Mientras los gastos dedicados a inversión en propaganda alcanzaban a 0,45 del producto

³⁹Aunque no sea nuestro objetivo de análisis, tampoco puede escapar a estas consideraciones el efecto decisivo que juega la situación de recesión mundial y el creciente proteccionismo adoptado sobre todo por los países más desarrollados.

⁴⁰Raquel Salinas Bascourt, "Chilean Communication under the Military Regime, 1973-1979", en *Current Research on Peace and Violence*.

bruto de 1974, esta cifra llega en 1980 a 1.05 y alrededor de 1977 la inversión realizada en propaganda alcanza aproximadamente a un 9% de la inversión total.

En segundo lugar, la propaganda no sólo crece como lo prueban los recursos destinados a la inversión, sino que tiende a concentrarse en los canales y medios de comunicación de masas más eficientes. De modo que los medios más tradicionales (radio y periódicos) tienden a ser sustituidos por otros más modernos y efectivos (los primeros pierden en un año un 7.25% en la participación total).

Durante los años 1977-1978 el desplazamiento que experimenta la inversión dedicada a propaganda entre los diferentes medios de comunicación de masas en Chile demuestra la participación creciente de los canales más eficientes; televisión, cine y revistas son, en este orden, los medios que más se incrementan (véase cuadro 4).

En tercer lugar, la propaganda centrada en cierto tipo de artículos, bienes y servicios, también tiende a concentrarse. Apenas un conjunto reducido de los mismos —no más de 10— concentran aproximadamente el 50% de la inversión total en propaganda, en cada uno de los medios de comunicación de masas (véase el cuadro 5), lo que demuestra el predominio de los bienes duraderos y otros objetos muy valorizados; y entre ellos el conjunto de bienes duraderos modernos (electrodomésticos, TV, radio, automóvil, etc.) y los productos de cuidado personal ocupan un porcentaje importan-

te. También deben mencionarse aquí otros servicios que comprenden actividades esenciales para los nuevos modelos, en particular los bancos y financieras, y otros como la educación que resultan de las políticas privatistas.

En cuarto lugar, otro cambio significativo se refiere a la estructura que adoptan las empresas de propaganda y sus relaciones con las empresas transnacionales. La concentración de empresas es también un hecho señalable; baste recordar que 12 empresas controlan la mayor proporción de gastos dedicados a propaganda. Coincidente con la penetración del capital financiero, de empresas transnacionales y de grupos locales vinculados a éstas en otras esferas de la actividad económica, la concentración de las empresas de propaganda debe ser vista entonces como un reflejo del mismo fenómeno. Si bien existen en Chile aproximadamente 200 agencias de propaganda, de las cuales 38 tienen características más estables y son afiliadas a la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP), el volumen mayor de capitales orientados a las actividades de propaganda corresponde a empresas que están en estrecho contacto con ellas, son subsidiarias, o bien

Cuadro 5

CHILE: CONCENTRACION DE LA INVERSION EN PROPAGANDA, SEGUN RUBROS, 1980
(Porcentajes)^a

	TV	Revis- tas	Prensa
Electrodomésticos, televisores, radios, cocinas, refrigeradores, etc.	7.6	7.1	4.6
Artículos de tocador, perfumiería, etc.	8.7	19.3	
Bebidas, tabaco, etc.	12.3	4.8	
Alimentos especiales	8.2	-	
Chocolates y caramelos	6.2	-	
Automóviles, motos y accesorios	-	10.1	15.0
Constructoras e inmobiliarias	-	-	10.2
Bancos, AAP, financieras	6.8	10.7	9.5
Institutos y colegios	-	-	4.0
Oficiales	-	-	4.2
Otros	50.2	48.0	52.5
<i>Total</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Grafic Matic International Corporation.

^aIncluye sólo porcentajes superiores al 4%.

Cuadro 4

CHILE: INVERSION EN PROPAGANDA SEGUN MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS, 1977-1978
(En porcentajes)

Medios	1977	1978
Diarios	47.98	43.30
Revistas	5.44	6.35
Televisión	33.71	38.07
Radio	9.74	7.17
Cine	1.27	2.73
Otros	1.86	2.38
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Grafic Matic International Corporation.

mantiene relaciones económicas con empresas productivas transnacionales o con poderosos grupos económicos nacionales.

Por último, esta articulación empresaria tiene además consecuencias con respecto a la eficiencia y modernización de los estímulos consumistas hasta el punto que podría pensarse que la etapa de afianzamiento y consolidación de las técnicas modernas de *marketing* sólo está en sus inicios.⁴¹

Por lo arriba expuesto, los medios modernos de comunicación de masas en el nuevo contexto de apertura al exterior a través de la vinculación con el mercado internacional y formas tecnológicas más avanzadas, logra entonces niveles de 'sofisticación' e instrumentos de estímulo al consumo que se trasladan directamente a través de las empresas transnacionales desde los países de origen de los mismos productos importados.

A partir de la consideración de estos cuatro aspectos puede comprenderse mejor por qué la difusión de los estilos de vida externos también está condicionada por los efectos adicionales de la propaganda. El desarrollo de los medios de comunicación de masas constituye, sin duda, un componente orgánico de los modelos de apertura, y evidencian sectorialmente los mismos rasgos de la modernización perceptible en otras esferas.

c) La exposición creciente a estímulos que provienen de sociedades más desarrolladas, a través de la reducción de aranceles y de mensajes de propaganda intencionalmente estructurados para difundir esos modelos, influye, como se ha visto, sobre la eficacia con que funciona el efecto demostración. A ello se agregan algunas consecuencias no previstas derivadas de las políticas de apertura que también inciden sobre la difusión de formas modernas de consumo.

Esta difusión se ha ampliado por dos vías: por una, a través de la movilidad física internacional; y por otra, a partir de la difusión de instrumentos de comunicación.

Una nota común de los modelos de apertura es que se incrementa la frecuencia de viajes al exterior como un componente más del estilo

consumista (recreación y ocio propios del estilo moderno), los viajes al exterior y el turismo internacional constituyen en parte una manifestación de este estilo aunque también se ve favorecido por las relaciones de precios internos y externos motivados por la política seguida en materia de tipo de cambio. Durante las últimas décadas, particularmente en los países del cono sur, se ha asistido a una movilidad física internacional integrada por un creciente flujo turístico hacia los países más desarrollados, en particular, Estados Unidos y Europa. La proliferación de agencias de turismo, planes de viaje al exterior y sistemas especiales de tarifas y modalidades de financiación del turismo, adquirió dimensiones antes desconocidas y sólo comparables a la extraordinaria variedad que existe en los países desarrollados. Este proceso constituyó, sin duda, otro poderoso estímulo al consumo ya sea por la adquisición directa de bienes en el extranjero o derivado del conocimiento directo de los estilos de consumo propios de estos países.

Por otra parte, la penetración gradual de bienes y objetos materiales no tuvo en todos los casos la misma consecuencia sobre el efecto demostración. Mientras que algunos de los bienes constituyen objetos de consumo que no poseen efectos multiplicadores sobre la exposición a los estímulos de consumo, otros en cambio tienen como resultado una difusión casi exponencial. Precisamente un número considerable de bienes, que están entre los que más se difunden, lo constituyen objetos que permiten una creciente exposición a la propaganda y a los mensajes consumistas. Si se piensa que en Chile, durante el período 1970-1978, el incremento de los gastos dedicado a la adquisición de televisores creció de 0.7 millones de dólares a 56.5, se puede tener una idea del fenómeno considerado. Casi un 10% del tiempo de la televisión en Chile, según datos del National Council of Television mencionados por Salinas en el trabajo ya citado, corresponde a tiempo dedicado a la propaganda, en tanto que un 60% del tiempo corresponde a otras formas de esparcimiento (filmes, series, etc.), entre las que también se cuentan programas que transmiten estímulos consumistas.

d) En cuarto lugar, el marco institucional dominante donde se lleva a cabo la penetración

⁴¹Ibidem, p. 19.

de bienes de consumo (apertura al mercado internacional, propaganda y medios de comunicación de masas), tiene la particularidad de ser un contexto de participación limitada.

Como se sabe, la afirmación de la individualidad en sociedades con sistemas abiertos y pluralistas, se realiza frecuentemente a través de una multiplicidad de canales de participación: comunal, política, artística, cultural, gremial, sindical, etc. Formas asociativas de diversa naturaleza y con grados variables de institucionalización están presentes cotidianamente en las actividades relacionadas al trabajo, cultura y recreación, y conforman los principales canales de inserción del individuo en la sociedad. Esta inserción, por lo demás, no se limita a la participación 'cara a cara' en relaciones asociativas ni para ello se requiere siempre pertenecer como miembro de un grupo. Otras formas más despersonalizadas de participación en corrientes de opinión, o marcos de ideas 'referenciales', las que se expresan a través del pluralismo de la prensa, radio, literatura, para no mencionar obviamente la política, constituyen también algunos de los nexos más importantes entre el individuo y la sociedad. En la medida en que se estrechan estos canales de participación, sólo quedan el trabajo y el consumo como las únicas o principales vías de relación entre el individuo y la sociedad.

Las formas características de la participación simbólica restringida a través de marcos abstractos de orientación, agudizan la importancia que adquiere el consumo como forma de realización del individuo en la sociedad. De acuerdo al carácter más participativo o excluyente de los modelos importa señalar entonces las consecuencias que esto tiene desde el punto de vista de la expresión de la individualidad en el medio social. No se trata solamente, como ya se ha visto antes, de la aceptación de las pautas de consumo como derivación de la presión propagandística o de la exposición creciente a otras formas de estilos de consumo. Se trata aquí del exacerbamiento de la necesidad de expresar qué se es en términos de la posesión y adquisición de objetos y bienes materiales. Si el trabajo, como una de las esferas esenciales de la participación del individuo en la sociedad se vuelve, como ocurre en la sociedad moderna, cada vez más una actividad que en sí

misma no representa una gratificación directa —pues ésta deriva de lo que se puede lograr con el beneficio-ingreso— el carácter central que pasa a ocupar el éxito posible en la carrera por adquirir nuevas formas y pautas de consumo, se vuelve un 'potencializador' eficaz de las aspiraciones y expectativas por mayores niveles de consumo.

e) Por último, y no menos importante que los puntos anteriores, importa también considerar aquí, qué papel juega la ideología general del sistema con respecto al consumo; hasta qué punto la ideología legitimadora coincide con la meta consumista. Cuando el modelo de sociedad valoriza sobremanera como metas y logros de la sociedad ideal que se quiere construir, la posesión y adquisición de bienes materiales, el conjunto de fuerzas antes analizadas adquieren mayor coherencia ideológica. Los estímulos que se difunden desde la radio, la televisión, los periódicos, el comportamiento manifiestamente consumista de los estratos más altos, la movilidad física internacional, adquieren así, con una ideología manifiesta y consistentemente consumista, el carácter de una norma de conducta.

2. La concentración del consumo

Las medidas económicas adoptadas por los nuevos modelos aperturistas han sido calificadas como 'concentradoras'. Y en la medida que los modelos han profundizado sus transformaciones se ha producido una creciente redistribución regresiva del ingreso. Analizadas las pautas de distribución de la renta, las conclusiones fácticas que pueden derivarse del comportamiento real de la distribución del ingreso en los países que han llevado a cabo políticas de apertura ortodoxa indican que los modelos han sido concentradores.

En Argentina la participación del salario en el ingreso total decreció desde un 48% en 1975 a un 35% en 1979. En Chile el proceso concentrador ha sido algo distinto; entre 1970 y 1975 el salario real conoce un descenso de casi un 40% para recuperarse luego en 1979. La participación relativa del salario en el ingreso total decrece entre 1970 y 1976 de 52% a 41% y se registra en 1979 una recuperación hasta una cifra cercana al 45%.

Los resultados de la concentración del ingreso en Chile indicados en el cuadro 6 demuestran que durante el período comprendido entre 1969 y 1978 la participación en el ingreso total afectó negativamente al 80% de los hogares y sólo el 20% de los perceptores de más altos ingresos experimentó un incremento.

En Uruguay, por último, tomando como base 100 el quinquenio 1968-1972, el salario real conoce un descenso de aproximadamente un 40% en 1978; y la concentración del ingreso sigue la pauta indicada en el cuadro 7.

Cuadro 6

CHILE: DISTRIBUCION DEL INGRESO, GRAN SANTIAGO

Hogares	Porcentaje del ingreso total	
	1969	1978
20% más pobre	3.74	3.70
20% medio bajo	7.65	7.36
20% medio	12.10	11.68
20% medio alto	20.12	19.96
20% más rico	56.39	57.30
	100.00	100.00

Fuente: Resultados citados en Cauas y Saieh (1979). Tomado de René Cortázar, "Distribución del ingreso, empleo y remuneraciones reales en Chile, 1970-78", en *Estudios CIEPLAN*, N.º 3, junio de 1980, p. 12.

Y con respecto a la concentración del consumo, si bien no se dispone de datos comparativos para los tres países, puesto que sólo Chile tiene datos suficientes derivados de las dos encuestas de consumo realizadas en 1969 y 1978, los resultados aquí encontrados, con todas las dificultades de generalización que ello implica, son también notablemente coincidentes con el síndrome concentrador de los modelos.

En Chile, por ejemplo, las dos encuestas de presupuesto familiar realizadas en el período 1968-1969 y 1977-1978 con una cobertura para el Gran Santiago, indican en forma más clara la concentración de la riqueza. Como puede apreciarse en el cuadro 8, sólo el 20% de los hogares correspondientes a perceptores más altos ve crecer la proporción del gasto dedicado al consumo. El segundo quintil permanece prácticamente estancado y desciende el 60% inferior de los perceptores de ingreso.

Las estimaciones efectuadas por R. Cortázar, referidas al consumo medio mensual por hogar a partir de estas dos encuestas, en pesos de 1979, indican además que el consumo promedio por hogar se ha mantenido prácticamente incambiado.⁴² El deterioro total de un 60% de los hogares del Gran Santiago se traduce en un mejoramiento absoluto del 20% más alto y escaso en el segundo quintil más alto (véase cuadro 9).

⁴²R. Cortázar, "Distribución del ingreso, empleo y remuneraciones reales en Chile, 1970-78", en *Estudios CIEPLAN*, N.º 3, Santiago de Chile, 1980.

Cuadro 7

DISTRIBUCION DEL INGRESO
(Porcentaje de ingresos derivados del trabajo - Montevideo 1962-1979)

Porcentaje población	1962		1968		1973		1976		1977		1978		1979	
	Porcentaje	Ac												
-5	1.44		0.68		0.87		0.70		0.59		0.61		0.54	
10	3.47	3.47	2.13	2.13	2.43	2.43	2.00	2.00	1.66	1.66	1.79	1.79	1.61	1.61
20	4.94	8.41	3.97	6.10	4.10	6.53	3.52	5.52	2.92	4.58	3.23	5.02	2.94	4.55
30	5.88	14.29	5.10	11.29	5.15	11.68	4.68	10.10	3.83	8.41	4.20	9.22	3.85	8.40
40	6.80	21.09	6.21	17.41	6.19	17.87	5.63	15.73	4.78	13.19	5.20	14.42	4.75	13.15
50	7.80	28.89	7.38	24.95	7.32	25.19	6.83	22.56	5.86	19.05	6.29	20.71	5.76	18.19
60	8.94	37.83	8.74	33.53	8.62	33.81	8.23	30.79	7.16	26.21	7.61	28.32	6.96	25.87
70	10.34	48.17	10.40	43.93	10.24	44.05	10.01	40.80	8.86	35.07	9.28	37.60	8.49	34.36
80	12.17	60.34	12.64	56.57	12.41	56.46	12.48	53.28	11.26	46.33	11.63	49.23	10.63	44.99
90	15.01	75.35	16.08	72.65	15.81	72.27	16.45	69.73	15.33	61.66	15.52	64.75	14.21	59.20
100	24.65	100.00	27.35	100.00	27.73	100.00	30.27	100.00	38.34	100.00	35.25	100.00	40.80	100.00
+5	15.24		16.96		17.48		19.24		27.60		24.60		31.06	

Fuente: Alicia Melgar, *Datos básicos para el estudio de la distribución del ingreso*, CLAEH, Montevideo, 1980.

Cuadro 8

CHILE: DISTRIBUCION DEL CONSUMO EN EL GRAN SANTIAGO

Hogares	Consumo medio mensual por hogar (pesos de 1979)		Porcentaje del consumo total	
	1969	1978	1969	1978
20% más pobre	5 953	4 112	7.6	5.2
20% medio bajo	9 243	7 354	11.8	9.3
20% medio	12 219	10 754	15.6	13.6
20% medio alto	16 058	16 527	20.5	20.9
20% más rico	34 857	40 328	44.5	51.0
Promedio	(15 666)	(15 815)	100.0	100.0

Fuente: INE, *Encuestas de Presupuestos Familiares*. Cifras nominales deflactadas por el Índice de Precios al Consumidor en Cortázar y Marshall (1980) Tomado de René Cortázar, "Distribución del ingreso, empleo y remuneraciones reales en Chile, 1970-78", *op. cit.*, p. 10.

Cuadro 9

ESTRUCTURA DEL GASTO SEGUN QUINTILES (GRAN SANTIAGO) 1969-1978

Rubro	I		II		III		IV		V	
	1969	1978	1969	1978	1969	1978	1969	1978	1969	1978
Alimentación	52.2	59.3	44.9	56.0	44.1	53.2	36.1	47.6	28.7	32.1
— Cereales, féculas, lácteos, huevos	17.2	23.4	14.3	19.4	12.9	16.8	11.0	14.0	7.1	7.9
— Otros	35.0	35.9	30.6	36.6	31.2	36.4	25.1	33.6	21.6	24.2
Vestimenta, calzado	8.5	5.6	10.4	7.2	11.4	7.9	13.1	8.0	13.3	7.7
Vivienda	25.4	17.9	26.3	14.7	27.5	15.9	30.9	18.1	35.9	20.1
— Gastos centrales	23.1	15.7	24.2	12.6	25.3	12.7	27.7	14.8	30.2	14.0
— Operación y servicios	2.3	2.2	2.1	2.1	2.2	2.4	3.2	3.3	5.7	6.1
Transporte	3.7	5.6	3.1	6.5	3.4	6.9	3.8	8.5	4.8	15.9
Durables y esparcimiento ^a	2.5	4.1	5.9	6.6	6.1	6.7	6.0	7.4	7.0	8.8
Cuidado personal	1.8	1.8	2.3	2.0	2.4	2.0	2.5	2.8	2.6	1.9
Salud	1.2	1.8	1.3	2.0	1.3	2.2	1.3	2.8	1.5	4.1
Educación	0.4	0.7	0.4	0.9	0.7	1.4	0.9	2.1	1.5	4.0
Otros	4.2	4.4	5.4	4.3	3.6	3.8	5.4	3.7	4.7	5.5

Fuente: III Encuesta de Presupuestos Familiares, INE, 1978, ECIEL, Estudio sobre Patrones de Consumo e Ingreso 1969, The Brookings Institution.

^aIncluye muebles, accesorios, decoraciones y enseres del hogar.

Hechas las salvedades del caso en cuanto a la imposibilidad de generalizar este comportamiento del consumo tanto a la Argentina como al Uruguay, los datos indirectos sobre el salario real y la distribución funcional del ingreso en estos dos países parecen confirmar un comportamiento similar. Los resultados evi-

denciados por la comparación de las dos encuestas de consumo en Chile revelan las consecuencias de la concentración del ingreso según la posibilidad adquisitiva real en materia de consumo. Puesto que difícilmente pueda atribuirse el descenso experimentado en los gastos de los estratos más bajos a un incremento

del ahorro u otros destinos alternativos de los recursos familiares, el cuadro 9 registra con precisión un deterioro absoluto de las posibilidades de gastos reales por parte de los estratos medios y bajos.

3. La estructura del consumo

El análisis de la difusión de los bienes duraderos metodológicamente siempre se ha hecho tomando porcentajes horizontales donde la base 100 está constituida por el total de gastos destinados a cada rubro. Si bien este tipo de análisis es útil para conocer dónde se localiza la demanda de un bien o un servicio en particular, nada nos dice en cambio sobre la estrategia de gastos de cada estrato de perceptores de ingresos. Por ello tampoco agrega ninguna información significativa para conocer las preferencias o la valoración relativa que se hace de los diferentes rubros de consumo en cada nivel de la estratificación social. Un análisis vertical del cuadro básico (gastos dedicados al consumo según rubros distribuidos por niveles de percepción de ingreso), ofrece en cambio la información adecuada para conocer las estrategias de consumo en cada nivel de perceptores de ingresos.

El cuadro 9 expresa la estructura del gasto según quintiles para los años 1969 y 1978 respectivamente,⁴³ e indica algunas de las principales transformaciones atribuibles al nuevo modelo:

Primero. Alrededor de 1978 con relación a 1969, fue la alimentación uno de los rubros más afectados por los cambios experimentados, tanto en la estructura global como según quintiles. Como promedio para todos los hogares los gastos dedicados a alimentación crecen de un 31.6% a un 41.8% durante este período. Inicialmente podría pensarse que se trata de una

estrategia familiar tendiente a incrementar la participación de la alimentación en el presupuesto familiar.

Sin embargo, esto no es así en todos los casos. El incremento porcentual de los gastos de alimentación que se registra en todos los niveles económicos disfraza de hecho comportamientos muy diferentes. En primer lugar, porque el crecimiento en la proporción de gastos que los más pobres destinan a la alimentación, no implica un crecimiento absoluto; en realidad los hogares del quintil más bajo efectuaron en 1978 menos gastos absolutos en alimentación que en 1969. El 52.2% de los gastos en alimentación en 1969 en el quintil más bajo correspondía a un ingreso medio mensual de 5 953 pesos (pesos de diciembre de 1979); aproximadamente esto arroja un gasto mensual en alimentación de 3 107 pesos. Pero en 1978 el 59.3% del gasto en alimentación corresponde a un ingreso medio mensual de sólo 4 112 pesos, o sea, 2 437 pesos gastados en alimentación. En segundo lugar, y por las mismas razones, en el quintil más alto el incremento porcentual de la alimentación corresponde a un incremento absoluto mucho mayor: en 1969 el gasto en alimentación era de 10 000 pesos, en 1978 es de 12 936. En tercer lugar, porque el aumento de los gastos dedicados a alimentación se ve muy afectado por los cambios en los precios relativos experimentados en este período entre los productos alimenticios, los productos industriales y los importados. En particular, durante el período 1969-1978 se advierte una clara tendencia a un crecimiento desproporcionado de los precios relativos de los productos alimenticios con relación a los bienes duraderos y sobre todo a los productos importados. La información aportada por el Índice de Precios al por Mayor indica que en el período 1974-1980 el crecimiento de los productos agropecuarios, industriales e importados, siguió pautas muy diferentes. Mientras que los productos agropecuarios crecieron, con referencia a una base 100 para 1974, hasta 5 734 en diciembre de 1979, los productos industriales llegaron en esta fecha a un valor de 4 453 y los importados a 3 917. La relación de precios de los productos de origen agropecuario y los productos importados es de 1.7 a fines de 1979 y entre los productos agropecuarios e industriales es de 1.3.

⁴³Debido a las diferentes fuentes de los cuadros, los quintiles se ordenan, en un caso (ECIEL), de acuerdo a los ingresos, mientras que en las Encuestas de Presupuestos Familiares, se hace a través de los gastos. Estas diferencias no son, sin embargo, significativas si se comparan los quintiles extremos dado que la correlación entre gastos e ingresos es muy alta. Por ello, la distribución del gasto en la encuesta de ECIEL es muy semejante a la encontrada en el cuadro 8; el quintil inferior registra una participación de 7.9% y los siguientes, 11.1, 14.8, 24.1 y 42.3%, respectivamente.

Tomando como ejemplo el quintil inferior correspondiente a los perceptores de ingresos más bajos, si bien el porcentaje dedicado al consumo de alimentos crece, en términos absolutos se deteriora en casi un 20%. En coincidencia con los resultados de Foxley (1980) en el cuadro 10 que se transcribe, se advierte un deterioro del consumo básico en alimentación para los hogares que perciben los ingresos más bajos equivalentes a una reducción de un 20% aproximadamente en términos reales, dentro del período 1969-1978.⁴⁴ Igualmente puede apreciarse a partir del cuadro 10 que también cambia en los estratos más bajos la composición de la alimentación. La canasta familiar tiende a incrementar los gastos en alimentos como harinas, cereales y féculas con relación a otros productos como carnes, frutas y vegetales.

A pesar de que las variaciones en los precios relativos de los diferentes rubros alimenticios no permitan inferir directamente el significado real de los porcentajes, de todas formas, el comportamiento de los dos subrubros alimenticios indica que: a) existe una tendencia que hace que la elasticidad de los alimentos más pobres (harinas, féculas, etc.) se reduzca, o sea que la proporción del gasto en estos rubros disminuye más cuanto más alto es el nivel de la estratificación; y b) ocurre lo contrario con los rubros alimenticios más ricos; la proporción del gasto tiende a igualarse para los diferentes quintiles.

Mientras que los alimentos más pobres demuestran una tendencia de la elasticidad que los caracteriza más como necesidades imprescindibles, con respecto al consumo de car-

Cuadro 10

CHILE: CONSUMO DE PRODUCTOS BASICOS POR HOGARES
(Pesos de junio de 1978)

	Quintil I			Quintil V		
	Consumo		Variación porcentual	Consumo		Variación porcentual
	1969	1978		1969	1978	
Harinas y féculas	387.6	406.8	5.0	778.6	719.6	-7.6
Carnes	357.9	219.1	-38.8	1 543.5	1 627.2	6.0
Aceites	105.4	71.2	-32.4	269.4	201.0	-25.4
Lácteos y huevos	138.9	106.1	-23.6	618.3	641.5	3.8
Vegetales y legumbres	144.0	97.5	-32.3	257.9	197.4	-23.5
Azúcar	97.0	73.4	-24.3	191.8	154.2	-19.6
Energía y combustibles	227.3	181.8	-20.0	501.6	641.1	27.8
Transporte urbano	129.8	102.9	-20.7	277.8	284.5	2.4
<i>Total</i>	<i>1 587.9</i>	<i>1 258.8</i>	<i>-20.7</i>	<i>4 430.0</i>	<i>4 466.5</i>	<i>0.8</i>
<i>Porcentaje del consumo total</i>		<i>49.9</i>			<i>18.0</i>	

Fuente: INE, Encuesta de Presupuestos Familiares, 1969 y 1978.

⁴⁴La estimación de la canasta familiar sobre la cual se calculan los gastos efectuados por los hogares, corresponde a la 'familia promedio', que como es obvio, no representa adecuadamente la estructura del consumo de los más bajos ingresos. Más importante aún, la estructura del gasto según rubros de la 'familia promedio', sobre la cual se estima el costo de vida en 1978, equivale a familia de clase media alta y está ubicada entre los quintiles superiores cuarto y quinto. Es por esta razón que las estimaciones del IPC no resultan satisfactorias para interpretar correctamente los resultados del incremento relativo experimentado por los gastos dedicados al consumo alimenticio en el período 1969-1978.

ne, vegetales y frutas, el comportamiento se aproxima más al de los bienes 'de lujo'.

Segundo, de los cuadros mencionados se puede obtener una segunda evidencia. Contrariamente a lo que ocurre con la alimentación, para toda la población descende de manera regular la proporción de gastos dedicados a vivienda y vestimenta. En cambio, con respecto a todos los demás rubros, los resultados indican

que crece en forma regular la proporción de gastos dedicados al consumo de bienes duraderos, recreación, transporte, educación y salud. Los gastos que demandan algunos rubros como el caso del transporte, pueden ser atribuidos principalmente a factores exógenos al proceso derivados del incremento mundial de los precios del petróleo en el período considerado. Pero la proporción de gastos destinados a bienes duraderos y recreación parece en cambio obedecer a una presión sostenida por un consumo mayor de bienes y servicios modernos. Con respecto a la educación y a la salud el incremento evidenciado por la proporción de gastos es de difícil interpretación puesto que bien puede obedecer a una presión igualmente significativa por el acceso a bienes indispensables —o considerados como tales en el caso de la educación— o bien a políticas de privatización las que, dentro de los lineamientos de los modelos aperturistas, tienden a un retiro creciente del Estado como entidad básica de prestación de ciertos servicios.

Tercero, la reasignación interna de los presupuestos familiares, privilegiando, como se ha visto, ciertos rubros de consumo y postergando otros, tampoco indica como en el caso de la alimentación, si la participación mayor de cierto rubro de consumo en el presupuesto global familiar mejora en términos reales.

Cuando se analizan las diferencias anteriores en relación a las cifras absolutas destinadas al consumo medio mensual de cada rubro según quintiles se encuentran cambios de considerable magnitud.

En el estrato más pobre, la participación decreciente del rubro vivienda y vestuario en el presupuesto familiar total corresponde a un deterioro absoluto mayor que el indicado por la reducción porcentual.

Por su parte, los rubros de gastos que se incrementan en el presupuesto familiar de las familias más pobres, no indican todos un comportamiento similar en términos adquisitivos reales.

Los bienes duraderos y gastos de esparcimiento crecen en términos absolutos de 150 pesos a 170, los gastos dedicados a salud lo hacen desde 71 pesos a 74, en tanto que los gastos en educación crecen de 24 pesos a 29.

En la práctica sólo existe un rubro de con-

sumo que en los estratos más pobres crece en términos absolutos significativamente: los bienes de carácter duradero y los gastos de esparcimiento.

En el estrato más alto la participación decreciente de vivienda y vestuario corresponde también a variaciones en los gastos absolutos. La vivienda representaba un gasto de 10 526 en 1969 en tanto que en 1978 desciende a 8 065 pesos. Vestimenta y calzado a su vez lo hace desde 4 635 pesos en 1969 a 3 062 en 1978.

El incremento mayor en términos absolutos también corresponde al rubro duraderos y esparcimiento; crece desde 2 439 pesos promedio por hogar, hasta 3 548 en 1978. La educación desde 522 pesos hasta 1 612, en tanto que la salud lo hace desde 522 a 1 652 pesos.

Mientras que la estructura del gasto familiar en los estratos más bajos demuestra un deterioro absoluto de la alimentación, de los gastos básicos dedicados a vivienda, vestimenta y salud, se incrementan sobre todo los gastos destinados a bienes de consumo duraderos y a diversas formas de recreación. En el otro extremo, si bien se produce un incremento relativo y absoluto de la alimentación en términos de gastos, y seguramente se mantienen los niveles de calidad y suficiencia de este rubro, decrece proporcionalmente el conjunto de gastos dedicados a vestimenta y vivienda, y aumentan en menor proporción los gastos orientados al consumo de bienes y servicios modernos. A ello se agrega, en los estratos altos, un elevado incremento de la participación de los rubros educación, salud y transporte, obviamente determinado este último por la posesión del automóvil.

Los efectos concentradores no se hacen sentir, por lo tanto, en igual forma sobre cada uno de los rubros de consumo. La mayoría demuestra que las diferencias entre el estrato más alto y el más bajo como promedio se han duplicado en el período considerado, pero en los casos más extremos la relación entre cada unidad monetaria gastada por el estrato más alto y el más bajo alcanza a cuadruplicarse (véase el cuadro 11).

Los tres rubros que más se concentran durante el período 1969-1978 son, pues, transporte, salud y educación. El primero puede ser atribuido a factores ajenos a las transformacio-

Cuadro 11

RELACION DE GASTOS ABSOLUTOS ENTRE
LOS ESTRATOS V Y I SEGUN RUBROS
DE CONSUMO

Rubros de consumo	Gastos estrato V/Gastos estrato I	
	1969	1979
Alimentación	3.21	5.31
Vestuario y calzado	9.16	13.30
Vivienda	7.00	10.95
Transporte	9.04	27.88
Duraderos y esparcimiento	16.20	20.87
Cuidado personal	5.47	10.32
Salud	7.35	22.34
Educación	21.75	55.62

nes derivadas de las nuevas políticas, no así con respecto a los dos últimos.

Tanto la salud como la educación, que ya presentaban valores de elasticidad relativamente altos en 1969 (0.844 para la salud y 1.210 para la educación) crecen significativamente en 1978.⁴⁵ Mientras la diferencia porcentual indicada por el cuadro 10 variaba entre 1.2 y 1.5 entre los estratos extremos para la salud, y entre 0.4 y 1.5 respecto a la educación, estas diferencias se incrementan notablemente; crecen entre 1.8 y 4.1 para la salud y entre 0.7 y 4.0 para la educación.

También aquí el comportamiento de ambos rubros estaría indicando que se han vuelto cada vez más bienes 'de lujo'.

Con respecto a los bienes duraderos y de esparcimiento, los resultados indican un incremento de la desigualdad —ya elevada en el momento inicial— pero que no adquiere las proporciones de otros rubros de consumo. Estos resultados provienen de un comportamiento muy disímil del conjunto de bienes agregados en esta categoría. Así, por ejemplo, la alta concentración en 1978 está muy influida por el rubro *automóvil*, en tanto que el comportamiento de otros bienes, como se verá en seguida, aparece distribuido más igualitariamente.

⁴⁵P. Musgrove, *Consumer Behavior in Latin America, Income and Spending of families in ten Andean Cities*, The Brookings Institution, 1978.

En síntesis, el comportamiento sistemático de todos los rubros de consumo familiar en el período 1969-1978 demuestra no sólo el fuerte efecto concentrador, sino también el tipo de bienes y servicios que más afectado quedó por el proceso regresivo.

Por último, conviene recordar que las desigualdades evidenciadas por la comparación entre los estratos bajo y alto corresponden a desigualdades extremas dentro de la muestra de hogares analizada. Es mucho más alta que la que se advierte obviamente entre quintiles adyacentes y oculta también ciertos fenómenos de desconcentración parcial que ocurren en algunos tramos de la estratificación.⁴⁶ De cualquier forma, también es cierto que las desigualdades advertidas entre los quintiles I y V tampoco reflejan la desigualdad global de la sociedad, puesto que la encuesta sólo estudiaba el Gran Santiago. Para resumir estas consideraciones, digamos que el gasto orientado a bienes duraderos parece, en términos generales, acompañar al ingreso, pero está muy afectado por otros factores: demuestra que la presión por formas de consumo de carácter moderno puede producir un incremento en los gastos dedicados a estos rubros, sin que crezca el ingreso e incluso cuando empeora.

Por otra parte, la estructura del gasto familiar evidenciada en el cuadro 9 permite confirmar otro hecho: en la medida en que mejoren los ingresos de los estratos bajos —admitida la hipótesis de una movilidad ascendente—, la orientación de los gastos del consumo no necesariamente se volcaría a la satisfacción más plena de las necesidades básicas.

Las consideraciones que hemos deducido de los cuadros precedentes se manifiestan en la estructura del gasto y en su concentración para cada rubro de consumo. Este es el tipo de análisis horizontal, al que antes se aludió y a él se hará referencia a continuación.

La estructura del gasto según rubros para los diferentes niveles de ingreso permite una aproximación bastante satisfactoria para cono-

⁴⁶Entre el estrato más alto (V) y el que le sigue (IV) se registra a veces cierta desconcentración. Su magnitud no obstante es sumamente reducida; así, por ejemplo, los gastos en educación se computan: por cada unidad gastada por el estrato IV, el V gastaba 5.6 unidades; y en 1978, 4.9.

cer la difusión de los bienes duraderos. El comportamiento del consumo para el caso de Chile, a través de las mismas encuestas que se analizaron, demuestra una alta concentración del gasto, la que aumenta cuanto menos esencial o indispensable es el tipo de rubro considerado.

Veamos esto por partes: en primer lugar, contrariamente a lo que podría esperarse de acuerdo a la alta concentración del ingreso y al proceso recesivo de la parte de los presupues-

tos familiares dedicados al consumo, se comprueba que la difusión de bienes duraderos y de actividades de recreación correspondientes a un estilo de vida moderno, es considerablemente alta en algunos bienes. (Véase el cuadro 12.) Sin duda esta situación no es sólo fruto de los cambios operados como consecuencia de los nuevos modelos; Chile, al igual que Argentina y Uruguay, había iniciado ya mucho antes un proceso sostenido de modernización de las pautas de consumo.

Cuadro 12

GRAN SANTIAGO: CONCENTRACION DE BIENES DE CONSUMO, SEGUN QUINTILES DE INGRESO, 1978

	Bajo I	II	III	IV	Alto V	Total
Alimentación	7.3	16.0	18.7	19.1	40.9	100.0
TV (blanco y negro)	9.9	22.7	27.4	21.3	18.9	100.0
Tocadiscos	1.0	9.0	27.3	27.1	40.0	100.0
Radio portátil	9.3	16.0	23.5	18.2	32.9	100.0
Perfumería y tocador	6.6	12.0	16.8	24.9	39.7	100.0
Refrigerador	2.5	9.8	17.8	26.2	45.0	100.0
Radios	0.1	11.0	11.1	22.9	54.9	100.0
Aspiradoras	0.0	0.0	2.3	39.7	58.0	100.0
Instrumentos musicales y óptica	1.1	5.5	13.5	20.3	59.6	100.0
Juguetes y artículos de recreo	2.1	5.7	8.9	22.3	61.0	100.0
Grabadores	0.0	13.4	3.2	20.3	63.0	100.0
Cocinas	2.0	18.0	2.0	10.6	68.0	100.0
Total aparatos de sonido	5.6	16.0	18.7	19.1	40.9	100.0
Tabaco y otros importados	0.0	0.2	3.6	4.5	91.7	100.0
Automóviles y motos	0.0	0.0	0.0	2.6	97.4	100.0
TV (color)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: INE, Encuesta de Presupuestos Familiares, 1978. (Foxley, 1980).

Como comparación, y para relativizar el análisis, puede adoptarse la concentración de la alimentación como marco de referencia puesto que es tradicionalmente uno de los rubros menos concentrados.⁴⁷

Algunos bienes como los refrigeradores, cocinas, tocadiscos y radios, demuestran una difusión considerablemente elevada. Sólo el 20% inferior está excluido en la práctica de los

gastos dedicados a estos rubros, en tanto el 20% que le sigue demuestra una participación relativamente baja. Sin embargo, para un conjunto bastante amplio de bienes duraderos, la participación alcanza al 60% superior de la estratificación social. La televisión en particular sorprende por su comportamiento: es el rubro menos concentrado de todos, incluso menos que la alimentación, confirmando así todo lo dicho en páginas precedentes respecto al papel central que ocupa la difusión de este bien;⁴⁸ no ocurre

⁴⁷No debe perderse de vista que los datos que se analizan no se refieren a la totalidad del país, sino a la cobertura urbana del Gran Santiago, y de allí que la concentración encontrada resulte menor que la correspondiente a la totalidad del país.

⁴⁸Nótese a propósito que la concentración de los gastos dedicados a un bien en expansión rápida se corresponde

lo mismo con la televisión en colores ni con otros rubros de alto valor unitario.

Si se tiene en cuenta que una distribución igualitaria comprendería valores de 20% en cada celda, el rubro global que comprende todos los aparatos de recreación (televisión, radio, grabadores, etc.), demuestra una distribución mucho más igualitaria que la distribución del ingreso en la estructura general del consumo.

Otros rubros más 'sofisticados', de mayor valor unitario, o menos accesibles como los productos importados: tabaco, licores, equipos de sonido, grabadores, instrumentos de música, juguetes, equipos cinematográficos, se encuentran en cambio más concentrados en el 40 o aun en el 20% de perceptores de mayor ingreso.

Un aspecto adicional que no puede perderse de vista, y que en parte explica la considerable difusión de los duraderos, es que los precios unitarios varían considerablemente según calidad y características. En realidad, la difusión 'hacia abajo' de los duraderos es más importante y menos concentrada que la que registran normalmente los gastos dedicados a cada rubro; y ello se debe a la creciente estratificación que se produce entre los bienes favorecida por la apertura de la importación. En un sondeo al azar efectuado en 14 casas comerciales del centro de Santiago en octubre de 1980 (5 grandes, 5 medianas y 4 pequeñas), la variación encontrada entre los precios unitarios de un mismo bien difería considerablemente. Así, por ejemplo, se comprobó que los precios unitarios de los aparatos de televisión en color presentaban variaciones aproximadas de 2 a 1; los aparatos de televisión en blanco y negro más caros multiplicaban su precio por 4 con relación a los más baratos; las radios portátiles al igual que las radios de mesa y las cocinas por 5; los relojes por 25; las radiograbadoras por 4; los equipos de sonido por 3; los tocadiscos por 20; y grabadores por 10. Si se tiene en cuenta además que la comercialización generada por la política financiera de los modelos de apertura ha incrementado el

comercio en prestaciones (los plazos varían entre 6 y 24 meses según el valor unitario del bien), y que el mercado de bienes usados incrementa las diferencias de precios de un mismo tipo de bien en algunos casos a más del doble, es posible obtener una idea aproximada de las variaciones relativas en el acceso a estos bienes.

En la práctica, pues, y aunque las diferencias de ingresos de los hogares puedan llegar a ser extremadamente importantes (tal como pudo apreciarse en los cuadros 8 y 9), esto no significa que la difusión diferencial de los bienes duraderos mantenga la misma proporción que las diferencias de ingresos. Con respecto a un considerable número de bienes duraderos, dos hogares con diferencias significativas de ingresos podrían disponer virtualmente de la misma cantidad de bienes aunque sus diferencias de calidad y otras características hicieran de uno de ellos una versión empobrecida, menos actualizada o más mediocre que la de los otros.

Por último, cuando se comparan las distribuciones de bienes duraderos entre 1969 y 1978, se tiene la impresión de que la difusión de estos bienes es mayor actualmente que en 1969 y que la expansión hacia abajo ha operado en forma sostenida para múltiples artículos y bienes de consumo.⁴⁹

En segundo lugar, la extraordinaria concentración del consumo, donde la demanda de ciertos bienes se restringe a un reducido sector (el 20% más alto), se puede encontrar más fácilmente en otros aspectos del comportamiento del consumo (véase el cuadro 13). Los indicadores del consumo que mejor registran la pauta concentradora de los modelos aparecen, por supuesto, en algunos rubros como la posesión del automóvil, restringido prácticamente a un 20% de los hogares, y en una serie de actividades de recreación y ocio asociadas al estilo de vida moderno. El deporte en sus formas más onerosas; la demanda por clases para diversas

con el concepto de difusión en términos de posesión del bien. De hecho en una coyuntura de este tipo, la concentración de gastos refleja más bien el impacto de los estratos que están recuperando la distancia con los que tradicionalmente ya lo poseían.

⁴⁹A estos efectos la comparabilidad entre las encuestas de hogares entre 1969 y 1978 se complica considerablemente, puesto que los datos disponibles para 1969 desagregan la concentración de gastos en salarios mínimos y no en quintiles. El estudio de ECIEL, efectuado a partir de estas encuestas, si bien permite reducir a quintiles una distribución por deciles, ofrece, sin embargo, las dificultades de comparabilidad de los rubros tal como están agregados.

Cuadro 13

GRAN SANTIAGO: CONCENTRACION DE GASTOS SEGUN QUINTILES DE INGRESO, 1978

	Bajo I	II	III	IV	Alto V	Total
Entretenimientos y espectáculos	0.8	2.7	6.8	18.2	71.0	100.0
Equipos deportivos	0.0	3.3	6.4	7.2	83.0	100.0
Lecciones diversas	0.0	3.2	0.0	8.8	88.0	100.0
Viajes y hoteles	1.5	0.0	2.0	12.8	82.5	100.0
Arriendo equipos de deportes	0.0	0.0	0.0	13.3	86.7	100.0
Educación	1.2	3.0	6.9	15.0	74.0	100.0
Matrícula pública	2.3	7.0	10.0	16.1	64.6	100.0
Matrícula privada	0.0	0.1	5.3	13.7	81.6	100.0
Salud	2.8	5.6	9.1	18.0	64.0	100.0

Fuente: INE, Encuesta de Presupuestos Familiares, 1978.

actividades como danza, deportes, recreación, etc.; la participación en espectáculos y entretenimientos; el consumo doméstico fuera del hogar, en restaurantes, lugares de diversión; y los gastos dedicados a viaje y consumo de hotelería, se concentran decididamente en el 20% de perceptores de ingreso más alto. A esto habría que agregar el consumo evidenciado en el cuadro 12 por bienes importados de alto valor unitario, como la televisión en color, los equipos de sonido, y bebidas y tabaco importado.

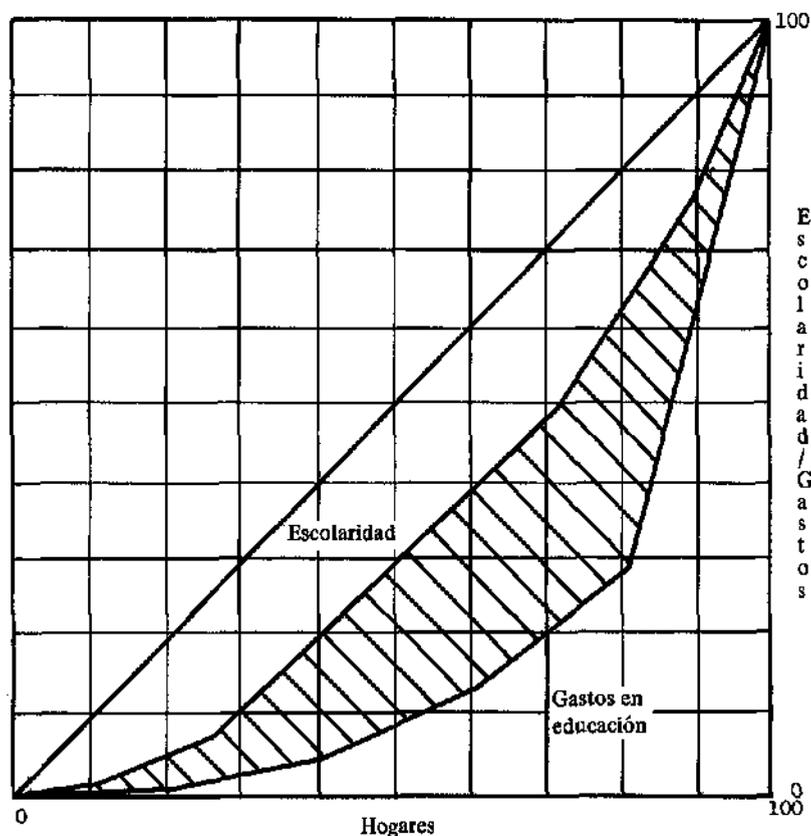
La educación por su parte resulta uno de los gastos más concentrados de todos los rubros de consumo de los hogares. En principio no puede sorprender esta pauta puesto que la escolarización es altamente concentrada y el acceso a la enseñanza primaria, media y universitaria, se distribuye en forma desigual. De donde podría sostenerse la hipótesis de que la concentración en el gasto educacional estaría reflejando simplemente la desigualdad de acceso a los diferentes niveles escolares, y por lo tanto no agregaría mucho a uno de los rasgos más conocidos de las desigualdades en la región. Sin embargo, la importancia que adquiere la educación como un filtro de acceso a un 'bien escaso' y que constituye esencialmente un bien 'posicional', queda en evidencia a partir de las curvas de desigualdad indicadas más adelante (véase el gráfico 1). Como allí puede apreciarse, la desigualdad en materia de escolarización es mucho menor que la de los recursos que los hogares destinan individualmente a perpetuar

el privilegio social que se transmite a las nuevas generaciones. El índice Gini encontrado para el año 1960 para las desigualdades de escolarización en Chile, alcanzaba una cifra de 34.⁵⁰ El índice Gini para los costos institucionales era en ese periodo de .46, lo que refleja la desigualdad adicional que se agrega a la escolarización cuando se consideran los costos diferenciales de cada ciclo de enseñanza. Por su parte, la desigualdad evidenciada por los recursos que los hogares vuelcan a la educación alcanza valores equivalentes a un índice de Gini de .68, en 1978.

Sin duda, la privatización de la enseñanza —aspecto éste también comprendido dentro de la política general de los modelos— tiene repercusiones sobre estos resultados. Como indicador global, la matrícula privada está visiblemente más concentrada que la pública, tal como se puede apreciar en el cuadro 13. Por ello, entre 1969 y 1978, resulta previsible que la concentración de los gastos en educación experimente una reducción leve hacia los estratos medios altos, atribuible a la privatización creciente que corresponde a las políticas educacionales. El Estado no se define ya por sus funciones educativas ni como un servicio de interés social. Una leve desconcentración más un crecimiento general de los gastos dedicados

⁵⁰C. Filgueira, "Expansión educacional y estratificación social en América Latina", CEPAL-UNESCO-PNUD, Buenos Aires, 1978.

Gráfico 1

CHILE: CONCENTRACION DE AÑOS DE ESCOLARIDAD (1970)
Y GASTOS EN EDUCACION (1978)

Fuente: C. Filgueira, "Expansión educacional y estratificación social en América Latina", *op.cit.*, 1977; INE, *Encuesta de presupuestos familiares*, *op.cit.*, 1978.

a educación, visible en todos los quintiles de perceptores de ingreso, confirman la fuerte presión derivada de un bien altamente valorizado que se vuelve cada vez más competitivo en la esfera privada.

Por su parte la salud, aunque adquiera un comportamiento algo diferente, también sigue una pauta semejante, aunque la concentración en este caso tiende a crecer mucho más que en educación.

Por último, la estructura que evidencian los gastos en los nuevos modelos, en la medida en que concentra crecientemente el ingreso, tiene consecuencias también directas sobre una demanda de servicios característica de los estilos de consumo modernos. Los estratos superiores, y en particular el 20% de perceptores

más altos, requieren actividades terciarias que tienen su origen en la expansión de las pautas de su estilo de vida. Los efectos que ello tiene sobre la estructura del empleo como factor dinámico de una demanda por actividades de servicio contribuye a reforzar una estructura terciarizada. Este aspecto ha sido señalado como un rasgo característico de los modelos aperturistas y aparece con toda claridad en la conformación de la estructura sectorial de la población económicamente activa. Chile puede constituir también en este sentido un ejemplo extremo de las tendencias de una apertura rápida y profunda; en 1978 casi un 20% de los gastos dedicados por los estratos más altos de ingreso (20%) se orienta a dinamizar la demanda de servicios del sector terciario.

Los gastos dedicados por el estrato más alto a servicios generales del hogar, gastos que requieren la posesión del automóvil (sin incluir reparaciones y mantenimiento), servicios recreativos diversos, consumo fuera del hogar en restaurantes, hoteles y sitios de diversión, acontecimientos sociales domésticos, reparaciones varias (vivienda, artefactos, etc.) servicio doméstico, servicio de cuidado personal y enseñanza, comprenden aproximadamente el 20% del total que a los gastos de consumo dedican esos hogares.

El incremento del empleo en el sector servicios registrado entre 1970 y 1977 (desde un 26.0 a un 34.7%, según A. Foxley) no es por lo tanto fruto exclusivo del crecimiento de actividades en el sector informal de baja productividad resultante de la creación 'artificial' de ciertas ocupaciones; resulta también de una demanda dinámica de los sectores más altos. El 40% de los perceptores de ingresos más altos a través de sus gastos en estos servicios demandan actividades que equivalen al gasto total del 40% de perceptores de ingreso más bajos.

V

Resumen y consideraciones finales

El capítulo precedente estuvo dedicado a mostrar las principales pautas de comportamiento que adopta el consumo en los modelos de estabilización económica. El objetivo de este último capítulo es, por una parte, resumir las principales tendencias encontradas, y por otra, dejar planteados algunos de los problemas teóricos que derivan del comportamiento del consumo en los nuevos modelos.

1. En este trabajo los patrones de comportamiento del consumo han sido percibidos, en primer lugar, como resultado de un tipo particular de estrategia de crecimiento caracterizada por el adelanto del consumo con respecto a la producción. Por este motivo, los modelos de estabilización económica pueden situarse dentro de una categoría general de sociedades rezagadas que, cuando procuran efectuar el 'descuento histórico', incrementan la distancia existente entre la capacidad productiva real y los niveles de bienestar material expresados en el consumo.

Sintetizando las principales características que adopta el consumo en los modelos aperturistas, digamos que las evidencias empíricas registradas por el análisis precedente, demuestran un comportamiento que se expresa por:

a) un crecimiento espectacular del consumo de bienes modernos, principalmente bienes duraderos y objetos materiales, 'artículos sofisticados' de consumo para el hogar, la recreación y el cuidado personal, al igual que

alimentos, bebidas y tabacos, todos ellos correspondientes a niveles y estilos de consumo propios de los países más desarrollados;

b) un cambio drástico en el origen de los productos consumidos que provienen ahora principalmente del exterior; de este modo la importación se convierte en el mecanismo por excelencia que permite el cambio de los patrones de consumo;

c) una difusión creciente de los estilos de vida modernos y de cierto tipo de bienes hacia los estratos medios, medios bajos y bajos, particularmente en aquellos artículos y rubros de costos unitarios más reducidos;

d) una creciente desigualdad en la asignación de gastos orientados al consumo de bienes básicos como son la alimentación, calzado, vestuario y vivienda, proceso que conduce a un deterioro de la canasta familiar y a una insuficiente cobertura de las necesidades básicas en los estratos más bajos;

e) todo ello, claro está, dentro de un proceso regresivo de distribución del ingreso y concentración creciente de la riqueza.

Los capítulos anteriores al análisis del consumo en los modelos de estabilización económica, en especial los capítulos segundo y tercero, procuraron establecer un marco interpretativo que permitiera explicar este tipo de pautas. En particular, se procuró sugerir algunas ideas para explicar la aparente contradicción de un sistema que a la vez que tiende a una desigual-

dad creciente en materia de ingresos y posibilidades de satisfacción de las necesidades básicas, permite una considerable difusión hacia abajo de bienes de tipo moderno.

Para ello fue necesario inicialmente insistir en la dimensión social del fenómeno del consumo dada su estrecha relación con la teoría del valor, y por lo tanto como campo específico de intersección entre la economía y la sociología. Esto a su vez condujo a la necesidad de discutir críticamente algunos de los supuestos básicos del 'comportamiento racional del consumidor' proponiendo alternativamente, como elementos explicativos que permitiesen interpretar esta aparente contradicción, ciertos mecanismos de la dinámica social extraídos principalmente de la teoría sociológica y de la antropología cultural.

Esta ligera referencia a los puntos centrales del presente trabajo permitió caracterizar de otra forma el fenómeno del consumo en los modelos de estabilización, pero además, permitió discutir desde otra óptica algunas de las principales interpretaciones formuladas sobre los modelos.

Sólo interesará aquí hacer referencia a las dos interpretaciones dominantes que han procurado aportar pruebas del éxito o fracaso de los modelos tal cual éstos se expresan a través del consumo.⁵¹

Los defensores de los modelos aperturistas han puesto énfasis en la expansión, hacia abajo, de los bienes duraderos y estilos de consumo modernos. La amplia literatura científica, periodística y oficial ha sostenido que como principales puntos a contabilizar en el 'haber' de la nueva estrategia, deben ser considerados los bienes duraderos, como expresión de una

⁵¹Aquí nos referimos exclusivamente a los aspectos del consumo, sin desconocer, sin embargo, que la polémica estuvo centrada mucho más en el campo de la economía. Las virtudes y los logros de los modelos, de acuerdo a sus defensores, parecen haber consistido principalmente en el saneamiento de las economías, el éxito en la política de exportaciones no tradicionales, la recuperación económica indicada por el crecimiento del PIB, saldos favorables en la balanza de pagos, y, en algunos casos, el abatimiento de los índices de la inflación. La literatura crítica, en cambio, ha señalado como los problemas más salientes de los modelos: el deterioro del empleo, la desigualdad económica, el endeudamiento externo, un descenso de las tasas de inversión, el déficit de la balanza comercial, la destrucción de la capacidad industrial doméstica y a la vez una terciarización improductiva.

nueva meta a alcanzar y en parte ya en vías de concretarse. Se presenta la difusión de bienes electrodomésticos, en particular la televisión, radios, aparatos para el hogar de la línea blanca, y otras formas de consumo propias de los estilos modernos, como una de las evidencias más notables del éxito de los modelos.

En cambio, para otros desde una perspectiva crítica, importa considerar los efectos concentradores desde el punto de vista de los ingresos y las necesidades básicas. En este caso los indicadores del consumo ponen énfasis en la accesibilidad a bienes indispensables, en particular a los rubros alimenticios, satisfacción de necesidades de vivienda y vestuario y, sobre todo, en el deterioro creciente de la canasta familiar y en los requerimientos indispensables de atención de la salud. Aquí, como es obvio, las conclusiones son otras y los modelos de estabilización económica aparecen enjuiciados como extremadamente concentradores y conducentes a una pobreza creciente. Son éstos, sin duda, algunos de los 'costos sociales' más evidentes y sobre los cuales la bibliografía tanto ha insistido.

Sin embargo, tanto la literatura 'crítica' como la 'apologética' no pueden superar el 'diálogo de sordos' porque en cualquiera de las interpretaciones más extremas, se parcializa el análisis, restringiéndose en uno y otro caso sólo a determinadas áreas del consumo consideradas aisladamente.

Es cierto que la difusión y penetración de cierto tipo de bienes duraderos y objetos importados en las capas medias y bajas constituye uno de los rasgos más claros que expresan una nueva estructura del consumo; pero ello no puede ser adoptado *a priori* como un indicador seguro de la 'buena salud' de los modelos.

Como es bien sabido, solamente en las sociedades más desarrolladas el consumo de bienes modernos, y las formas de recreación y ocio características del 'welfare state', constituye un fenómeno que se concreta *a posteriori* de una cobertura satisfactoria de las necesidades básicas. Ello no ocurre en los países en desarrollo, y sistemáticamente todos los estudios sobre el consumo coinciden en señalar que mientras continúan siendo notoriamente deficitarios los niveles globales de alimentación, salud y vivienda, el consumo de bienes durade-

ros y la presencia de artefactos modernos en gran parte de los hogares deficitarios es ya un lugar común.

Por su parte, también es correcto, y así se ha visto en el capítulo precedente, que entre los 'costos sociales' de los modelos de estabilización está comprendida la creciente precariedad de los niveles de consumo básico y aumento de la desigualdad. Sin embargo, a pesar de ello, las consecuencias sociales que resultan de la vigencia de los nuevos modelos apenas se limitan a estas manifestaciones, y otras, tal vez más importantes, sobre las que se volverá, se pierden de vista.

2. En la práctica no hay una verdadera contradicción en el comportamiento que adopta el consumo como respuesta a las nuevas condicionantes económicas, sociales y políticas. Tal vez no existe nada nuevo que no pueda ser ilustrado por experiencias anteriores.

Cuando la literatura crítica hace hincapié en la desigualdad creciente en materia de necesidades básicas, señala de hecho un problema que ya había sido señalado en los estudios antropológicos de las sociedades en rápido proceso de monetarización. El estudio del pasaje de las sociedades en transición desde economías de subsistencia a economías de mercado, o influidas en forma creciente por la economía monetaria moderna, había demostrado que:

"En general el efecto de los cultivos comerciales o de la economía basada en los salarios sobre la nutrición ha sido la de disminuir su nivel, al perturbar el equilibrio alcanzado en las economías de subsistencia, presentando a los alimentos procesados como 'de prestigio', limitando el volumen y calidad de los cultivos de subsistencia en favor de los comerciales o el tiempo destinado a la preparación y preservación de los alimentos para el consumo doméstico" ... "la gente puede no sólo dilapidar su dinero por casi cualquier objeto nuevo, sino que el gasto desacostumbrado de un tipo emulativo puede llevar a la decadencia moral y a la pérdida permanente".⁵²

Como regla general, los niveles básicos de

alimentación y subsistencia se resienten siempre que los estímulos utilitaristas y de consumo moderno irrumpen a través de procesos acelerados y profundamente desquiciadores. El estudio ya clásico realizado por la American Geographical Society en 1953, demostró que del total de comunidades primitivas estudiadas (209), apenas un 6% presentaban déficit significativos en materia de alimentación en todos los niveles (calórico, etc.); apenas un 3%, dietas insuficientes sólo en materia de calorías; y el 91% restante, niveles plenamente satisfactorios para las características y formas de vida habituales de las comunidades. Mientras tanto, la mayor parte de las regiones del tercer mundo incorporadas totalmente o casi totalmente a la economía de mercado, sobre todo algunas regiones de África, Asia y en parte América Latina, indicaban siempre niveles insuficientes en materia alimenticia.⁵³

Aunque no se trate en nuestro caso de economías realmente de subsistencia, ni de la rápida irrupción de un proceso de monetarización de la economía a partir de estados extremadamente primitivos —situación que sólo podría darse en subsectores de los países que estudiamos—, lo cierto es que el proceso de apertura propio de los modelos de estabilización económica guarda un estrecho paralelismo con los ejemplos a los que se hizo referencia. Las preferencias y 'gustos' por lo nuevo en contextos con alto grado de desintegración social conducen a transformaciones importantes en la composición de la estructura y estrategias de consumo, en detrimento, por lo general, de la preferencia por los bienes tradicionales o aquellos percibidos como tales.

Si algún interés tiene el haberse detenido a considerar estos ejemplos, es porque los mismos ponen en evidencia que lo verdaderamente complejo —y sin duda dramático— de la situación de precariedad creciente en estas situaciones no deriva mecánicamente de procesos de concentración del ingreso y de empobrecimiento de los niveles más bajos de la estratificación social. En la práctica, la literatura 'crítica' sólo recoge parcialmente algunas de las consecuencias más obvias de los modelos de

⁵²E. E. Hoyt, "Money Economy and Consumption Patterns", en N. Smelser (ed.), *Reading on Economic Sociology*, Prentice Hall Inc., 1965.

⁵³American Geographical Society, *Study in Human Starvation, Atlas of Diseases*, Nueva York, 1953.

apertura sin poder avanzar mucho más allá al respecto. Existen otras consecuencias que, cuando se percibe el comportamiento del consumidor a través de determinaciones más complejas que los ingresos, orientan el diagnóstico en otro sentido. Entendemos que estas consecuencias se expresan sobre todo en el campo de las relaciones sociales y de la política.

3. Los nuevos patrones de consumo que se consideran resultantes de los nuevos modelos, son sin duda la parte más tangible y evidente del nuevo comportamiento social inducido, pero, tampoco debe olvidarse que sólo constituyen una parte de las actitudes y tensiones emergentes en la sociedad que de hecho implican todas las esferas del comportamiento. Es este complejo de relaciones, de valores y significaciones sociales el que otorga sentido al comportamiento peculiar que adopta el consumo.

De acuerdo a lo considerado en los capítulos precedentes, los modelos aperturistas implican una transformación radical no sólo del comportamiento económico, sino también de las formas básicas de relacionamiento de los individuos entre sí y con las instituciones y la sociedad global; y sobre todo implican un cambio en las modalidades de competencia y solidaridad que conforman el sustento moral del sistema. La discusión efectuada en el capítulo segundo, trató de apuntar precisamente a los principales cambios operados en este sistema. Los estímulos utilitaristas generalizados por una creciente presencia de la empresa privada, favorecida por las medidas económicas y bendecida por la legitimidad que le otorga la ideología dominante, la dependencia creciente de las formas más 'sofisticadas' de la propaganda, la vigencia de formas restrictivas de la participación social y la desvalorización del sentido del trabajo como realización *per se*, contribuyen para que el horizonte de orientación individual y la identidad personal se organice alrededor del consumo, la moda y las formas de emulación.

La meta por alcanzar niveles cada vez más elevados de consumo material se torna el objetivo existencial último y el principio fundamental del trabajo. Cada vez más, se trabaja para consumir, disminuye la gratificación derivada del trabajo y de este modo desaparecen los estímulos para la creatividad, los que son susti-

tuidos por una pasividad y ritualismo crecientes. La gratificación que podría derivarse del sentimiento compartido de participar y contribuir al desarrollo de la comunidad y sociedad, es desplazada hacia mecanismos abstractos, impersonales y 'autorreguladores' que se supone son los encargados de transformar la competencia individual exacerbada, en solidaridad social. Pero el individuo es ajeno a ello y no existe un compromiso gratificante en su realización.

La imitación es el principal estímulo para la acción y el consumo el indicador del éxito logrado, del prestigio y reconocimiento social de los demás y por ello de la propia satisfacción.

El grado de individualización y atomización aumenta con la falta de mecanismos e instituciones mediadoras entre el hombre y la sociedad, y el sentimiento de desamparo encuentra en el consumo la satisfacción de las tensiones básicas y necesidades psicológicas fundamentales.

La posesión de bienes materiales que opera como un sistema de información con contenidos simbólicos precisos, es capaz de absorber estas tensiones pero sin resolverlas, antes bien hace necesario el cambio continuo y reiterado de nuevos objetos materiales como formas de compensar el sentimiento permanente de pérdida.

Este proceso no sólo afecta el nivel individual, sino que las transformaciones llegan a afectar las instituciones básicas de la sociedad. Como lo señala J. Graciarena, el nuevo estilo consumista resultante de los modelos de profundización del capitalismo introduce modificaciones en la naturaleza y sentido de las instituciones sociales, incluso en aquellas más estables como la familia.

"La prioridad consumista disminuye la deseabilidad del 'hogar burgués'. La antaño acogedora casa burguesa es reemplazada por el departamento y la hospitalidad se desplaza hacia el restaurante o el club. El cambio de estilo de vida centrado en el hogar burgués espacioso y confortable del pasado crea fricciones intrafamiliares, particularmente entre padres e hijos, lo que aumenta la brecha abierta por el conflicto generacional" ... "El nuevo estilo de utilitarismo es ahora individualista antes que familista. Se reduce el horizonte temporal

del hombre de negocios a su esperanza de vida y con ello el motivo para ahorrar. Un versátil e intenso consumismo de corto plazo sustituye a la antigua frugalidad puritana de neta inspiración familista.⁵⁴

La familia urbana de clase baja—incluso la familia marginal y campesina— queda igualmente afectada por la prioridad consumista, aunque en otro sentido.

Si en la familia burguesa existe un creciente desestímulo al ahorro, en la familia de menores recursos existe en cambio un poderoso estímulo para endeudarse o comprometer ingresos futuros—reales o esperados—, para sacrificar el consumo de los bienes básicos y la reorganización interna en función de los bienes de consumo modernos. Ciertos integrantes de la familia de clase baja están más expuestos a la persistencia de la propaganda y de los nuevos estilos consumistas. En particular son los jóvenes los más propensos a identificar en el mundo de los objetos materiales sus necesidades psicológicas básicas, de allí que el conflicto intergeneracional también se vea agudizado por la desigual incidencia de los estímulos consumistas dentro de la misma familia. La presión de la propaganda no sólo encuentra en las subculturas juveniles uno de sus más importantes clientes, sino que tiende a dar forma y contenido a estas subculturas ofreciéndoles un cuerpo integrado de símbolos y representaciones.

La profundidad con que se lleva a cabo en el seno de la familia una transformación conflictiva que busca adaptarse a las nuevas condiciones es difícil de evaluar con los elementos disponibles, pero por lo pronto existen evidencias de cambios importantes en las relaciones y roles familiares. La división interna del trabajo familiar, la participación femenina fuera del hogar, la interrupción prematura de los estudios—sobre todo por parte de las niñas y jóvenes de clase baja—, son apenas algunas de las consecuencias más visibles de un conjunto de procesos encadenados de readecuación de la estructura familiar a la nueva situación. Paralelamente a estas manifestaciones—como los estudios sobre estrategias de sobrevivencia de las

clases bajas en los modelos de estabilización económica lo confirman— se están produciendo transformaciones aún más importantes en la esfera de la estructura interna de autoridad, poder y legitimidad intrafamiliares.

4. Es en el contexto de las ideas expuestas en los puntos precedentes donde seguramente adquiere, a nuestro entender, su real dimensión la problemática social de los modelos. Más allá del mero reconocimiento de la concentración creciente y del deterioro de la satisfacción de las necesidades básicas, el comportamiento que adquiere el consumo en estos modelos forma parte, sin duda, de una readecuación compleja de la matriz social en su totalidad.

Se explica así por qué pueden existir más televisores a la vez que un deterioro de las necesidades básicas. Si el sistema pasa a basarse en el principio de la responsabilidad individual del consumidor y en su 'libre elección'—el sistema es lo que los consumidores quieren que sea—, difícilmente podría aguardarse un comportamiento diferente del encontrado.

Pero las implicaciones de este último principio—que forma parte del sustento ideológico de los nuevos modelos— tienen implicaciones, como ya se señaló, en el campo de la política.

Dos parecen ser las principales derivaciones que merecen destacarse para terminar con estas consideraciones finales.

En primer lugar, el individualismo consumista que se encuentra en la base de las nuevas propuestas de las 'economías sociales del mercado' requiere, como cualquier otra ideología, un cuerpo de ideas relativamente consistente que le otorgue legitimidad al margen de sus justificaciones técnicas o tecnocráticas. Este requisito no es específico de estos modelos, por supuesto, y forma parte de cualquier sistema de sociedad conocido. Pero siempre que se producen cambios radicales en la organización de la sociedad toda, la necesidad de fundamentos ideológicos del sistema emergente se torna un requisito urgente e inescapable. No puede extrañar entonces que la búsqueda de este cuerpo de ideas, que se basa en una nueva moral social centrada en el principio de la libertad económica, en el principio de la soberanía del consumidor y en la prescindencia del Estado como parte activa, en resguardo de la distribución y eficacia social, haya conducido al redescubri-

⁵⁴J. Graciarena, *Creación intelectual, estilos alternativos de desarrollo y futuro de la civilización industrial* (mimeo), 1980.

miento de la reflexión ética y filosófica de los teóricos del liberalismo individualista y sin duda entre ellos Friedrich von Hayek ocupa un lugar destacado.

Seguramente el punto más notable de esta búsqueda de fundamentos éticos lo ofrecen las implicaciones con respecto a la relación entre libertad individual y libertad política. La reducción de esta última a una razón puramente instrumental —o prudencial— más que a un principio rector, dentro del pensamiento del liberalismo individualista, establece el vínculo más obvio entre un liberalismo económico prioritario y una democracia política secundaria.

El segundo aspecto vinculado a las manifestaciones políticas de los nuevos modelos es de otra naturaleza y se refiere a las consecuencias del consumismo sobre la legitimidad del sistema.

Aquí también parece necesario medir cuidadosamente las consecuencias probables del incremento del consumo moderno y de la difusión de bienes materiales. El énfasis puesto por la perspectiva crítica sobre los aspectos regresivos de los modelos, sobre todo en lo que respecta a los 'costos sociales', tampoco puede descuidar, a la vez, otras manifestaciones del consumo. Además de los sectores que se bene-

fician plenamente con la reordenación distributiva operada por los modelos, habría que conocer con mayor precisión las repercusiones que la penetración masiva de bienes modernos tiene sobre las clases medias y bajas, y sobre diferentes sectores y subsectores de éstas que se perjudican o benefician en forma desigual con las transformaciones inducidas por los modelos.

Incluso si se admite que las medidas económicas que intentan favorecer un consumo moderno sin trabas ni proteccionismos sólo haya obedecido a razones económicas y no políticas —afirmación ésta por lo demás bastante discutible—, no puede dudarse que la expansión del consumismo puede llegar a jugar un importante papel en la legitimación del sistema. Si los nuevos modelos son capaces o no de mantener una continuidad en la política de expansión del consumo moderno, constituye ya otra pregunta que muy difícilmente puede responderse por anticipado. Parece, de todas maneras, que en la medida en que las experiencias estabilizadoras sigan afirmándose, los requerimientos para sostener los niveles de consumo alcanzados y su creciente expansión serán cada vez mayores, y en caso contrario, profundamente frustrantes y conflictivos.