



## LIBRO El chip argentino

Los sectores medios bajo la lupa. Guillermo Oliveto traza un retrato de un nuevo actor social: el "ciudadano consumidor". Para comprenderlo, es preciso entender también la manera de actuar de la clase que distingue a la sociedad argentina.



### MAGDALENA ENTREVISTA A DANIEL SABSAY

**"Una vergüenza para el país".** Para el constitucionalista, el carácter de procesado de Amado Boudou es más que una "curiosidad legal". Si bien la Constitución no prevé que deba dar un paso al costado, se trata de una falta de ética ciudadana.

### PEPE ELIASCHEV

**La ingenuidad de Sabella**

Contratapa

## ESPIA - el país en OFF -

- Insaurralde, el candidato de la discordia...
- Oscar Parrilli y su tesoro mundialista.
- Empresario se hizo el karateca y perdió.
- Aldo Rico: boda, fiesta y luego al quirófano.
- Política y sociedad: las fotos de la semana.

### DEBUT DIPLOMATICO CON TRES CELEBRACIONES EN UNA MISMA SEMANA

En marzo de este año asumió como embajador de Colombia en Argentina y esta semana fue el anfitrión por partida triple de la celebración por los 204 años de la independencia de su país, en Buenos Aires: en el Parque Rivadavia, en la Plaza



Alejandro y Patricia Navas Ramos.

San Martín y en el piso que ocupa frente a Plaza Alemania. Ese domicilio, destinado a todos

los diplomáticos colombianos está en el mítico edificio donde Amalita Fortabat tenía el famoso triplex que, a su regreso de París, ocupará su hija Inés Lafuente dejando a su vez su piso -también en el mismo edificio- a su hija menor Amalía Amoedo. Pero eso es cotilleo de copropietarios nomás. Así con estos tres actos oficiales...

## LIBRO

# Aspiraciones medias

## El consumo de la clase social más argentina



**P**ara entender por qué para los argentinos es tan importante el consumo, hay que comprender primero un rasgo esencial de su identidad: la condición de reconocerse y autodefinirse como una sociedad de clase media. Qué significa eso es una pregunta cuya respuesta tiene múltiples aristas. Comprender el peso de la clase media en la Argentina es prácticamente comprender la argentinidad.

Por lo tanto, no es un tema sencillo. Entraña la dificultad propia de los "absolutos". Responder a ¿qué es la clase media para los argentinos? es un desafío de carácter filosófico. Algo así como responder a ¿qué es la felicidad? o ¿qué es la belleza? Como toda concepción ambigua, difusa, inasible, tiene sentido comenzar por distinguir lo que no es antes que lo que es. De hecho, es la propia sociedad la que responde en estos términos cuando se la indaga sobre las condiciones básicas que definen a la clase media.

Para los argentinos, ser de clase media es no ser ni "rico" ni "pobre". No "estar salvado" ni tampoco vivir en la marginalidad. No pertenecer a la histórica clase alta de origen terrateniente ni al grupo de personas que viven en la pobreza. No ser inculco ni ignorante. No tener mayordomo, ni chofer ni seguridad privada. No poder darse el lujo de dejar de trabajar a una edad temprana. No estar imposibilitado de una potencial movilidad social ascendente, ni tampoco "inmunizado" frente al riesgo de una movilidad social descendente. Definiéndose, como es natural a todo espacio central, a través de sus extremos y resultando éstos tan tajantes,

es lógico que la clase media argentina sea un espacio tan amplio que resulte capaz de albergar a casi todos. Si bien técnicamente en la actualidad sólo el 47% de las familias argentinas puede definirse como de clase media (...) si se los indaga de manera directa, son muchos más los que creen pertenecer a este complejo, ambiguo y difuso conjunto social: el 80% de los argentinos dice ser de algún tipo de clase media. Se debate actualmente en la sociología cómo definir al segmento inmediatamente inferior a la clase media típica. ¿Debe denominarse "clase media baja" o "clase baja superior"? Por ingresos, correspondería asignarles el

clase media en Argentina que aún muchos ciudadanos que los demás considerarían "ricos" se ven a sí mismos como de "clase media alta", ya sea por pudor, por no ser del todo conscientes de la distancia que los separa del resto o porque la gran mayoría proviene de familias que alguna vez fueron clase media. Del mismo modo, muchos de los que viven por debajo de la línea de la pobreza, por historia, por acervo cultural, por herencia o por la citada memoria se autodefinen como de "clase media baja".

En nuestro país la clase media es, antes que nada, un imaginario colectivo, un lugar de pertenencia que ordena y tranquiliza, que construye sentido. En la Argentina, no ser de clase media es prácticamente equivalente a "no ser". Coincidió con las apreciaciones que en este sentido realizó el historiador Ezequiel Adamovsky en su libro *Historia de la clase media argentina*. Valioso y muy recomendable aporte el de este investigador sobre un tema del que, en general, se habla mucho más de lo que se estudia y profundiza. "Allí donde existe, la clase media, más que una clase social unificada por sus propias condiciones objetivas de vida, es un conglomerado de grupos diversos que han adoptado una identidad subjetiva de clase media, es decir que piensan de sí mismos que pertenecen a la clase media. Más que nada, clase media es una identidad (...) Identidad que se fue abriendo paso de a poco y que se apoyó en una serie de valores, ideas e imágenes de la sociedad argentina que se fueron haciendo presentes en las primeras décadas del siglo XX (...) Esta clasificación no se deriva de las estadísticas sino que involucra un universo mental que no puede darse por supuesto solo a partir de los cambios numéricos".

Da cuenta Adamovsky de dos elementos centrales sobre la clase media en Argentina. El primero, su condición de piedra basal de nuestra identidad, lo que garantiza la relevancia del objeto de estudio. Y el segundo, su carácter ambiguo, difuso, errático, algo que a la trascendencia del fenómeno agrega la complejidad de su análisis. Dos aspectos que bien cabría recordar cada vez que se introduce a la clase media en el discurso público, ya sea para interpellarla, para provocarla, para aglutinarla o para denostarla. Se está tocando allí una fibra esencial de la argentinidad que cuesta mucho comprender. Invocar a la clase media es siempre abrir una especie de caja de Pandora. Es muy difícil predecir qué saldrá de ella. Cuando ante los cacerolazos del 13S y el 8N de 2012 al-

Para algunos argentinos pertenecer es no "estar salvado" ni vivir en la marginalidad

título de "clase baja superior" pero, en muchos casos, una buena parte de los miembros de este estrato social provienen de familias que históricamente fueron de clase media, tienen una educación más que razonable y sobre todo tienen memoria de clase media. En este ambiguo y difuso segmento conviven individuos que claramente podrían definirse, desde lo cultural, como pertenecientes a la clase media, aunque desde el punto de vista económico corresponde ubicarlos dentro del techo de la clase baja.

Tan compleja es la definición de la

◀ **Título**  
Argenchip. ¿Cómo somos y cómo pensamos los argentinos?

◀ **Autor**  
Guillermo Oliveto

◀ **Editorial**  
Atlántida

◀ **Género**  
Economía

◀ **Primera edición**  
Abril de 2014

◀ **Páginas**  
368

### Datos sobre el autor

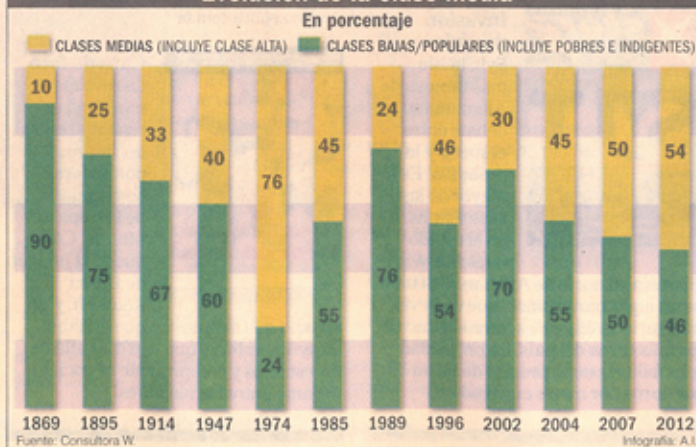
◆ Nació en Morón. Se crió y educó en Castelar, provincia de Buenos Aires. Reside en la ciudad de Buenos Aires desde 1997.

◆ Es asesor estratégico y especialista en sociedad, consumo, marcas y comunicación.

◆ Presidente de la Consultora W.

◆ Asesora empresas y organizaciones en áreas tales como identidad y posicionamiento de marca, estrategia de comunicación y estructura del discurso público, entre otras.

### Evolución de la clase media



## Aspiraciones medias

usados y por lo tanto ajenos a su convocatoria?

La clase media argentina expresa una gran paradoja. Por un lado, es una denominación de inusitada potencia con la que se identificaron millones de personas, capaz de aglutinar lo disperso, incluso lo contradictorio. Un barniz que, a cierta distancia, permite ver como homogéneo aquello que apreciado de cerca luce por demás heterogéneo. Sin embargo, la concepción de clase media es a su vez algo frágil, y por ende, muy sensible. Siempre a punto de entrar en conflicto, con el afuera o hacia dentro. La contradicción, la ambivalencia, el cuestionamiento y hasta el enfrentamiento son dinámicas propias de su diversidad. La clase media argentina es un magma volátil, esquivo, engañoso. Fueron muchos los que creyeron haber ganado para siempre su lealtad y terminaron sintiéndose una y otra vez traicionados por ella. Desde marcas históricas de productos de consumo masivo y celebrities del espectáculo hasta partidos y procesos políticos varios. Sucede que este cuerpo social es ante todo leal a sí mismo, a un estilo de vida que siempre es más una búsqueda que un punto de llegada, que está en constante mutación como consecuencia natural de su ubicación "en el medio".

Todo lo que está en el medio aspira a ir hacia arriba y teme ir hacia abajo. Ese es su karma. Y su condición más primaria. Al ser antes una construcción simbólica que un cuerpo social fáctico, la clase media argentina habita mucho más el mundo de los ideales que el de los elementos tangibles. Y allí radica la enorme dificultad que entra-

ña su registro. Las tradicionales definiciones de "clase obrera" o "élite" o "los ricos" o "los pobres" son mucho más simples de caracterizar. Es sencillo identificar por características laborales, culturales o económicas en cuáles de esos casilleros se ubica cada individuo. Por el contrario, en la Argentina la clase media es un "querer ser" y un "deber ser". ¿Cómo se define eso? ¿Qué profesiones lo tipifican? ¿Cómo es esa gente? ¿En qué barrios vive? ¿Cuántos son sus ingresos familiares mensuales? ¿A qué partidos políticos votan? ¿Cuál es su ideología básica? ¿Qué valores defienden? ¿Qué consumos son prototípicos? ¿Hay marcas de clase media? ¿Qué tipo de discurso genera más empatía? Hay ciertas respuestas para cada una de estas preguntas. No estamos hablando de algo invisible sino todo lo contrario. La clase media en la Argentina está por todos lados. Pero esas respuestas entrañan siempre una cuota de falibilidad. Si

la clase media argentina es en esencia más una imagen que un objeto concreto, su reflejo puede ser uno hoy y otro mañana.

Tiene un núcleo de valores, códigos y búsquedas estables que expresan su esencia. Pero estos aspectos no son siempre bien decodificados y suelen conducir al error propio de todo estereotipo.

Se repite el ensacillamiento en ciertos clichés que achatan el análisis y empobrecen la lectura, perdiéndose de vista lo más importante. Ese núcleo no lo es todo.

Las expresiones que de él se desprenden pueden modificarse de modo vertiginoso. El núcleo sigue siendo el mismo, pero lo que lo evidencia totalmente diferente. La clase media argentina es un cuerpo social no fijado que en su superficie presenta elementos siempre volátiles y maleables. Allí radica la mayor dificultad para lidiar con ella. Como colectivo social, un día puede clamar por el orden y el control y al siguiente por la libertad y



El Fiat 600 y la casa propia fueron íconos de los deseos argentinos



**MANIFESTACIONES.** Por un tiempo la población tolera ciertas irregularidades, pero después se une y autoconvoca con reclamos como la seguridad y el trabajo.

la autogestión.

Puede enamorarse de la globalización y el neoliberalismo, así como de la producción nacional y el regreso del Estado, incluso tolerar la corrupción en alguna dosis durante algún tiempo hasta que un día de repente la transforma en su gran causa de unión y lucha.

Por ello, quienes en nuestro país logran sintonizar con el tono y el modo que en ese momento específico tiene la clase media, suelen llevarse el "premio mayor". Ya sea que se trate de un éxito televisivo, una obra de teatro aclamada, una canción que se vuelve hit, una publicidad de la que se habla

en la calle, una marca que "hay que tener" o un presidente que por fin nos conducirá al país que tanto soñamos.

Si para nosotros "ser de clase media" es directamente "ser", resulta lógico que premiemos todo aquello que nos interpela en nuestra condición, que nos afirma en nuestra identidad y que, por sobre todas las cosas, nos confirma que somos lo que queremos ser dándonos así la cuota de tranquilidad que tanto anhelamos. Anhelo que es hijo de la natural intranquilidad propia de lo no fijado, de aquello que por estar siempre en movimiento conlleva un riesgo implícito e inherente: se puede subir, sí, pero también bajar.



**EXPECTATIVAS.** Entender cómo funciona el consumo en nuestro país es comprender la argentinidad. La clase media es parte de la "identidad nacional".



*Argenchip. ¿Cómo somos y cómo pensamos los argentinos?* de Guillermo Olivetto es el resultado de diferentes análisis e investigaciones del autor sobre cómo el consumo atraviesa todas las áreas de lo cotidiano y cómo las marcas llevan a comprender a los ciudadanos como consumidores. Aquí el capítulo 4: qué significa ser de clase media y "cómo todo lo que está en el medio aspira a ir hacia arriba y teme ir hacia abajo".



LA FAMILIA FALCON



LOS CAMPANELLI



LOS BENVENUTO



LOS ARGENTO

**REFERENTES.** Más allá del paso de los años, la televisión y un esquema de familias tipo: una constante es que buscan mantener su nivel económico o ascender.

gunos funcionarios del gobierno nacional salieron a criticar públicamente a los participantes diciendo que eran integrantes de la clase media más preocupados por Miami que por su propio país, ¿eran plenamente conscientes del sentido que tiene para nuestra socie-

dad esta clasificación? ¿A quiénes les hablaban? ¿De quiénes hablaban? ¿No era éste un argumento más propio de la tradicional polarización elite/pueblo que de una oposición clase media/pueblo francamente mucho más difícil de verificar en los hechos concretos

de la vida cotidiana argentina? ¿Qué parte del pueblo se autoexcluye de la categorización de clase media? Similar cuidado deberían tener otros discursos políticos de carácter opositor que pretenden abrazarse rápidamente a la clase media sin reparar del todo en

cuánto tienen en común sus propuestas, sus códigos y su estética con los valores que enarbola este colectivo social. ¿Tan seguros están de que los argentinos de clase media se identifican con ellos? O, por el contrario, ¿no estarán sintiéndose de algún modo