



SEPARACIÓN DESMENTIDA, PAUTA OFICIAL TABÚ Y EL MISTERIO DEL 7D

POR QUÉ LOS MEDIOS PROTEGEN A TINELLI



noticias.perfil.com

NOTICIAS DE LA SEMANA

ISSN 0328430
Año XXXIII. N° 1872.
10 de noviembre del 2012.
Revista: \$ 22
(recargo al
interior: \$ 1).
Uruguay: \$ 140.
Chile: \$ 1.900.
USA: US\$ 4.60.
España: € 5,5.



OBAMA II
Por Chomsky,
Castañeda, Neilson
y Paul Auster

CLASE

REBELIÓN DE LA

VIOLADA

[La peor pesadilla de Cristina]

Un impactante 8N decretó el "fin de luto" presidencial en las calles de todo el país. Cómo la grieta social promovida por el Gobierno terminó dividiendo su propia alianza de poder. El ataque de nervios y los reproches al entorno.

Anticipo: Noticias accedió a la película de
Kirchner. Oda panfletaria. Máximo insólito.





La clase media hoy

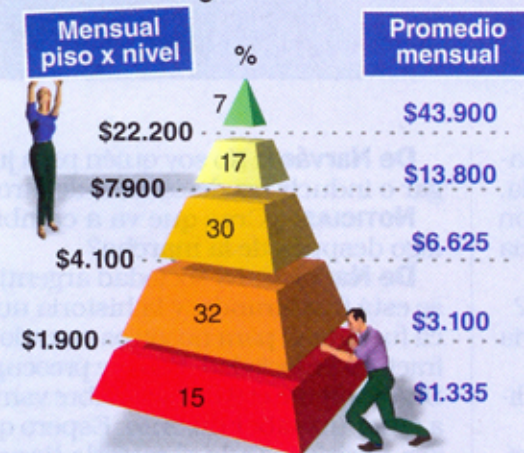
Es el lugar de pertenencia de la mayoría de los argentinos. La movilidad social ascendente como aspiración e identidad.

Si bien técnicamente solo el 47% de las familias argentinas pueden definirse como de clase media –los niveles socioeconómicos “C2” y “C3” (ver gráfico)–, si se los indaga de manera directa, son muchos más los que creen pertenecer a este complejo, ambiguo y difuso conjunto social. El 90% dice ser de algún tipo de clase media. Para los argentinos ser de clase media es no ser ni rico ni pobre. No estar salvado y tampoco vivir en la marginalidad. Defini-

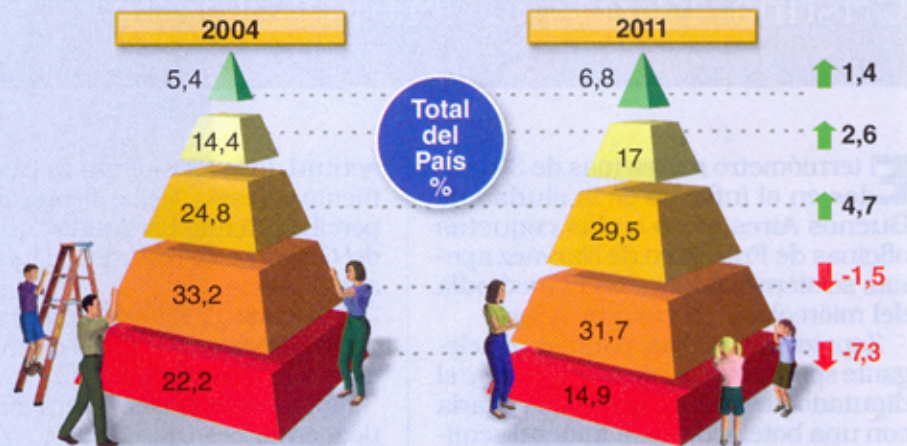
país de clase media. El experimento de la segunda mitad de los '90 cambió drásticamente aquella observación, especialmente con el veloz y fuerte deterioro del tejido productivo y por la reestructuración y reducción del sector público. El efecto empezó a hacerse más notoria en los grandes centros urbanos. La recesión del '99 al 2001, y la posterior explosión del 2002, llevaron al país al inédito nivel de 55% de la población bajo la línea de la pobreza y al 25% de desempleo.

Pirámide social argentina 2011

Ingreso familiar



Estructura de nivel socio económico



Clase: ■ Top (ABC1) ■ Media alta (C2) ■ Media típica (C3) ■ Media baja (D1) ■ Baja (D2/E)

Fuente: Consultora W

da a través de sus extremos, es lógico que represente un espacio tan amplio que resulte potencialmente capaz de albergar a casi todos.

De hecho, la sociología debate cómo definir al segmento inmediatamente inferior –a la clase media baja, el “D1”–. Por ingresos, corresponde asignarles el título de “clase baja superior”, pero, en muchos casos, una buena parte de los miembros de ese nivel social proviene de familias históricas de clase media. Tan compleja es la definición que aun 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 integraron esa clase. 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”.

La clase media argentina es, antes que nada, un imaginario colectivo, un lugar de pertenencia que ordena y tranquiliza, que construye sentido. No ser de clase media es prácticamente equivalente a “no ser”. La fragmentación social es un hecho relativamente nuevo. Hasta los '80, la Argentina seguía siendo una excepción en Latinoamérica, ese extraño

Desde entonces, con la recuperación de la economía y del empleo, se retomó la movilidad social ascendente aunque más como un proceso de recuperación que de ampliación de nuevos integrantes. Ese alentador proceso, hoy por hoy, ha perdido fuerza. Y es de esperar que si la economía crece a valores más moderados en los próximos años (3 o 4% promedio anual), la pirámide social futura se asemeje bastante a la actual. Lo que consolidaría una organización social estructuralmente fragmentada. Un país que contiene a “varios países” adentro, muy distintos uno del otro.

Ese imaginario que tiene anclajes en la realidad y también en la memoria, se nutre de hechos concretos, pero sobre todo, de símbolos. Entre los tradicionales: poder comprar la marca preferida, ir al cine una vez por mes, pintar el frente de la casa cada tres años, una semana de vacaciones en Mar del Plata cada verano, etc. Y entre los recientes, comprar la moto, las zapatillas importadas o acceder a la tecnología (celular, internet y computadora personal). De todos esos símbolos, el más importante, y el que está por encima del resto, es tener trabajo.

*ESPECIALISTA en Tendencias Sociales y de Consumo. Consultora W.