

FJG

FUNDACIÓN JAIME GUZMÁN

GRUPOS MEDIOS

Nº 273 | 19 de junio 2019



RESUMEN EJECUTIVO

El Presidente Sebastián Piñera lanzó, en el mes de mayo, el programa “Red Clase Media Protegida”, el que busca a apoyar a este segmento en los ejes de Trabajo, Salud, Pensiones, Seguridad Ciudadana, Educación, Vivienda y Tercera Edad. Sin embargo, a la hora de definir qué es la Clase Media, nos encontramos con que el origen de la palabra tiene un valor doctrinariamente marxista y que, además, definirla a través de ingresos es solo una aproximación reduccionista.

En el presente Ideas y Propuestas se propone debatir acerca del concepto de Grupos Medios, los que se caracterizan por el esfuerzo y mérito. Al hacer políticas públicas, se debe considerar que se trata de un segmento social bastante heterogéneo y ubicuo, como quedará consignado en el presente texto.

I. INTRODUCCIÓN

En mayo de 2019, el Presidente Sebastián Piñera lanzó el programa “Clase Media Protegida”, el que cuenta con seis pilares fundamentales que buscan mejoras en las siguientes materias: Salud, Seguridad Pública, Trabajo, Educación, Vivienda, y Tercera Edad vulnerable. Cada uno de estos ejes tiene como objetivo “decirles a las familias de clase media que, cuando tengan que enfrentar un accidente en el ciclo de la vida, no van a estar solas, que una mano solidaria, oportuna y eficaz las va ayudar a enfrentar estos accidentes, a ponerse de pie nuevamente y volver a caminar”, tal como lo señaló el mandatario en un discurso en la comuna de Estación Central. Este plan tiene su origen en una de las promesas de campaña, y apunta hacia una política en la que deberán colaborar 10 ministerios y siete reparticiones públicas. Sin embargo, al aproximarse al concepto de *Clase Media*, nos encontramos con algunos límites difusos que dificultan la tarea de definir un concepto al respecto.

Una primera aproximación a la realidad chilena supone comprender que por lo menos entre el 60% y 70% de los chilenos entrarían en este segmento de la sociedad, según lo consignó el entonces Ministro de Desarrollo Social, Alfredo Moreno¹. Por otro lado, tenemos la acepción que realiza el Banco Mundial, el que señala que “la clase media son hogares que tienen una baja probabilidad de caer en la pobreza pero no son ricos. Se han definido como ganancias entre US\$ 13 y US\$ 70 por día (PPA de 2011)”². Además, hace la distinción entre la pobreza extrema (que viven con menos de US\$1,90 por día) y la línea de pobreza (que fluctúa entre US\$ 5.50 y US\$ 3.20 diarios)³. Sin embargo, lo que hasta ahora nadie ha observado es que, al igual que la pobreza, la *Clase Media* es multidimensional, y hablar de ella únicamente en términos de ingresos es un acercamiento reduccionista a la realidad.

¹ <https://bit.ly/2VL4V91>

² <https://bit.ly/2tpjnX9>

³ *Ibidem*.

II. ¿CLASE MEDIA? GRUPOS MEDIOS

Antes de entrar a caracterizar la *Clase Media*, conviene definir qué significa *Clase Social*. Según la Real Academia Española (RAE), Clase Social es un “conjunto de personas que pertenecen al mismo nivel social y que presentan cierta afinidad de costumbres, medios económicos, intereses, etc.”. Por otro lado, para ese mismo Diccionario, *Clase Media* es un “conjunto social integrado por personas cuyos ingresos les permiten una vida desahogada en un mayor o menor grado”.⁴ Sin embargo, esta definición está lejos de su origen, que nos remonta al marxismo clásico. Si bien previo a Karl Marx encontramos diferentes distinciones de las capas de la sociedad (estamentos, castas), no se tenía en estas clasificaciones la concepción de *clase*.

En la Revolución Francesa se observa, gracias al alzamiento de la burguesía, una incipiente identidad de los sectores sociales que, entonces, buscaron equiparar su poder político al del clero y la nobleza. Marx fue quien señaló que la “historia de la humanidad ha sido de *“luchas de clases” (Klassenkämpfe)*, concibiendo así que siempre habrá antagonistas: opresores y oprimidos.

El origen de esta *lucha de clases*, según el marxismo, se encuentra en quien controla el capital y los medios de producción. De este modo, en la dialéctica materialista, la burguesía oprime al proletariado o clase obrera a

través de la plusvalía (comprar la fuerza del obrero a cambio de una ganancia para el burgués). Como consecuencia de ello, la clase oprimida busca rebelarse instaurando una *dictadura del proletariado* la que lleva a la anulación de las *clases sociales*, es decir, al régimen comunista. Para solucionar esta constante pugna debe desaparecer la propiedad privada y la producción social. Y como dijo Lenin en 1914 “toda lucha de clases es una lucha política” (p.54).

Hablar de clases es suponer que existe un conflicto entre una clase dominada y otra dominante. El marxismo concibe tres clases sociales: la burguesía, el proletariado y el *lumpemproletariado*. La burguesía es la clase media acomodada, que es dueña del comercio y ostenta los medios de producción. La nobleza -que tenía poder político, pero carecía del económico- al buscar ser financiada, integró la clase burguesa, por lo que según la concepción marxista, juntas están opuestas al proletariado (la clase obrera trabajadora, la clase baja), que solo tiene para ofrecer su fuerza de trabajo. El *lumpemproletariado* -según Marx y Engels en *La Ideología Alemana* (1845)- serían aquellos que no tienen conciencia de clase y que se verían beneficiados de la burguesía o aristocracia, por lo que no buscarían llegar a una revolución como sí lo desea el proletariado.

⁴ <https://bit.ly/2ISiQ8T>



Foto: trabajemos.cl

El comunismo marxista, que buscó distanciarse del socialismo burgués, quiso conquistar a la población obrera, generando un partido de masas. José Ortega y Gasset en *La Rebelión de las Masas* (1929) –publicado en numerosos artículos en el periódico español “El Sol”– analiza a la masa en un contexto de masificación de los medios de comunicación como la radio, el cine y la televisión, que fueron influyendo en la producción cultural y homogenizando a las personas. Ortega y Gasset propone la existencia de un *hombre-masa*, equivalente a muchedumbre.

“El concepto de muchedumbre es cuantitativo y visual. Traduzcámoslo, sin alterarlo, a la terminología sociológica. Entonces hallamos la idea de masa social. La sociedad es siempre una unidad dinámica de dos factores: minorías y masas. Las minorías son individuos o grupos de

individuos especialmente cualificados. La masa es el conjunto de personas no especialmente cualificadas. No se entienda, pues, por masas, sólo ni principalmente «las masas obreras». Masa es el «hombre medio». De este modo se convierte lo que era meramente cantidad –la muchedumbre– en una determinación cualitativa: es la cualidad común, es lo mostrenco social, es el hombre en cuanto no se diferencia de otros hombres, sino que repite en sí un tipo genérico. ¿Qué hemos ganado con esta conversión de la cantidad a la cualidad? Muy sencillo: por medio de ésta comprendemos la génesis de aquella. Es evidente, hasta perogrullesco, que la formación normal de una muchedumbre implica la coincidencia de deseos, de ideas, de modo de ser, en los individuos que la integran.” (Ortega y Gasset, 1929, p. 12)



Foto: pixabay.com

Ortega y Gasset escribió en pleno período entre guerras, tras la Depresión Económica de 1929, “los locos años veinte”, y la ejecución del New Deal. En el horizonte, se aproximaba el auge de los fascismos y los regímenes totalitarios en Eurasia: el nazismo de Hitler, el fascismo de Mussolini, y el comunismo soviético de Lenin y luego de Stalin. Entonces “de repente todo está lleno de hombres” nos diría el premio Nobel de Literatura, el socialista Elias Canetti. Desde otra perspectiva, el historiador español Juan Pablo Fusi dice que hablar de la *edad de las masas* sería positivo, liberador, donde no se define en una clase social o económica, sino más bien en un grupo heterogéneo, y complejo. Esta época se caracteriza por un aumento demográfico muy acelerado y por una estructura social, política y económica inorgánica y fragmentada. Vemos que aparece el ocio y las vacaciones gracias a la comunicación, tanto por la modernización del transporte como de los medios de comunicación. Que una mayoría se sienta representada por la masa, genera que las personas quieran diferenciarse de otras, por lo que buscan identificarse a través de la

música, la moda y la educación, las que se masifican al igual que las libertades civiles y políticas. Nacen los Medios de Comunicación Masivos, con el fin de propagar las ideas políticas a la masa, por lo que en una primera etapa aparecen teorías como: “*la Aguja Hipodérmica*” (inyectar y saturar a la masa con determinado contenido); la teoría “*Two step flow y de los líderes de opinión*” (donde estos últimos guían la opinión pública), y “*la Agenda Setting*,” entre otras.

Como se expuso anteriormente, referirse a “*clases sociales*” tiene una raíz inherentemente marxista. Asimismo, no debe validarse ni normalizarse un concepto de lucha en la sociedad, con una fuerte y clara carga ideológica. De esta manera, creemos más correcto emplear los términos de grupos o segmentos de la sociedad. En otras palabras, no se debe fomentar la expresión “*Clase Media*” para aludir a un segmento medio de la sociedad como sino que, más bien, debe hablarse de Grupos Medios, pues son varios los grupos, heterogéneos con intereses y necesidades distintas, que componen esta gran fracción de la sociedad.

III. GRUPOS MEDIOS EN CHILE

Al indagar en la literatura internacional, advertimos que los Grupos Medios tienen varias características. Una de las primeras aproximaciones al concepto de *Clase Media* – en adelante Grupos Medios– es comprender que estamos ante una categoría que tiene valor en sí misma, a la que le es inherente un capital cultural. Se ubica entre dos extremos, por un lado, una elite económica y, por otro, trabajadores que sólo tienen su fuerza de trabajo (Giddens, 1982). Por lo general, cuando pensamos en una política pública destinada a un determinado segmento o estrato de la sociedad, se hace el corte por ingresos. En Chile, lo observamos en la herramienta denominada Ficha de Protección Social que busca dar incentivos o subsidios a las personas en condición de pobreza. Si bien, es un método que sirve para focalizar a un segmento en relación con sus ingresos, vemos que no es suficiente a la hora de hablar de Grupo Medio de la sociedad. Estadísticamente, el Grupo Medio es el centro de una muestra. En una distribución simétrica hay tres medidas (la media, mediana y moda) que coinciden con el mismo valor. Cuando se segmenta a la sociedad, exclusivamente en términos de sus ingresos, estas tres medidas no coinciden con el centro de la muestra y, por

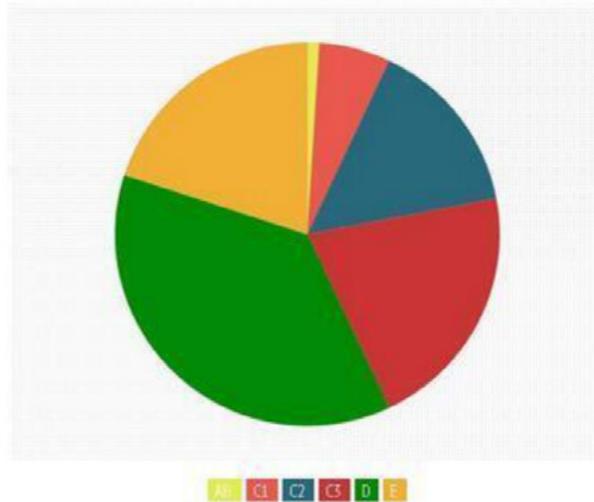
lo general, la media suele verse fácilmente alterada cuando aparecen números en los márgenes estadísticos, desviándose de la mediana (Espinoza y Barozet, 2008).

La encuesta CASEN 2017⁵ analiza la sociedad según decil de ingreso, donde el decil I representa al 10% más pobre y el decil X representa al 10% más rico del país. No obstante, en la muestra de ese año no se señala cuántos hogares o personas constituyen cada decil. Por tal motivo, este acercamiento de la realidad, sólo por índices de ingresos, complejiza la caracterización de los Grupos Medios. Por otro lado, tenemos la clasificación según la capacidad de consumo de los grupos sociales, que nace desde una concepción del marketing y es ampliamente utilizada a nivel internacional. Este enfoque divide a la sociedad en segmentos socioeconómicos que van del “A” al “E”. Para el caso chileno, se segmenta en 5 grupos:

- ABC1** Élite y clase media alta
- C2** Clase media media
- C3** Clase media baja
- D** Sectores populares
- E** Sectores pobres

⁵ Se menciona el estudio del año 2017, pues el próximo sondeo, con datos del 2019, será llevado a cabo durante los meses de noviembre 2019 y enero 2020.

Grupos socioeconómicos



Fuente: Asociación de Investigadores de Mercado.

En Chile, el grupo A y B es bastante menor, por lo que se le agrega el grupo C1 (Clase media alta), el que sería el segmento con mayor capacidad de consumo. Según esta clasificación, el grupo medio se encuentra en el segmento C2 y C3. Sin embargo, en el siguiente gráfico, se observa que la mayor cantidad de población se concentra en el grupo D (37%) y E (20%), que representan al 57% de la población. Entonces, encontramos en esta categorización la dificultad de definir los grupos medios, exclusivamente, en torno a la capacidad de consumo de los grupos socioeconómicos, pues no considera el capital educacional, cultural, entre otros.

Entonces ¿qué diferencia a los grupos populares de los sectores medios? Vemos que una aproximación desde el ingreso o la capacidad de consumo es útil, pero a la hora de una comprensión más profunda, vemos que aparecen puntos importantes a considerar. El aporte de Barnejee & Duflo (2008) es considerable al integrar a la discusión el tipo de trabajo y salario que reciben las personas. Si bien tanto los grupos medios como el grupo popular tienen ingresos, el último suele trabajar día a día, o esporádicamente, sin contrato o con uno de corta duración, lo que no le asegura una protección social, ni de empleo. Los grupos medios, por su parte, sí tienen contrato de trabajo, por lo que tienen seguros relacionados a éste, y tienen un ingreso permanente en el tiempo. Este aspecto, para estos investigadores, es clave para definir los Grupos Medios.

Por otro lado, como señala Gayo, Teitelboim y Méndez (2013) este grupo medio se diferencia de los grupos populares y altos por su considerable participación y consumo en el mundo cultural. Por un lado, tenemos la globalización y, por otro, las personas buscan el sentido de individualización. Entonces, podemos hablar de una cultura de clase media. Según estos investigadores tienen la preferencia por:

asistir a exposiciones de pintura y fotografía,
ir al teatro y a espectáculos de ballet y danza,

el gusto por las músicas clásica o la ópera, la folclórica, el rock y las baladas románticas, las actuaciones de malabarismo y títeres, la asistencia frecuente al cine, y dentro de los tipos del mismo, prefieren los dramas, el cine arte y las películas históricas, leen libros regularmente, siendo sus estilos preferidos las novelas, los libros de autoayuda y los de tecnología y ciencia, van a museos de arte, históricos y de ciencia, ven televisión con frecuencia, pero menos que la clase obrera, poseen artesanías, pinturas originales, esculturas, grabados y libros de colección, son selectivos leyendo los diarios, prefiriendo las secciones de opinión y de cartas al director, junto a las de noticias internacionales, política nacional y la dedicada a la economía y el mundo laboral, escuchan música en la radio, manifiestan una mayor preferencia relativa por las revistas de diseño y decoración, actualidad política, cultura y artes, y las científicas y tecnológicas, utilizan internet para comunicarse y buscar información, destacan por el número de libros que poseen, viajan dentro y fuera de Chile, visitan sitios patrimoniales, ferias de artesanía, asisten a conferencias, van a parques de diversiones y zoológicos, y realizan actividades deportivas. (Gayo, Teitelboim y Méndez (2013)



Foto: t13.cl

Es importante entender que este segmento en Chile tiene como características que son heterogéneos, ubicuos, y tienen movilidad entre ellos. Este grupo se compone mayoritariamente por profesionales, directivos y los conocidos como trabajadores de cuello blanco (administrativos, de oficina). Tienen tendencia a lo estético, es decir, no sólo consumen bienes para suplir una carencia, sino que buscan dar un valor agregado a las cosas.

Pero, además, se debe entender que no es un grupo estático, está en constante movimiento, ya sea cultural, social, y económico. Fácilmente pueden ascender o

descender en estos aspectos, por lo que el mérito y el esfuerzo suelen ser principios arraigados en este segmento. En pocas palabras, estamos ante personas conscientes que pueden vivir alguna adversidad y les puede afectar su bienestar.

Otro aspecto para considerar es que los estilos de vida de las familias de los Grupos Medios son heterogéneos. Así, no es lo mismo pertenecer a este grupo viviendo, por ejemplo, en Antofagasta que en Osorno, lugar que significativamente más caro para habitar. Tampoco lo es si es una familia numerosa o si un miembro de la familia vive con alguna enfermedad o discapacidad.

EJES DE APOYO



Fuente: Ministerio del Desarrollo Social, 2018.

IV. RED CLASE MEDIA PROTEGIDA

En la historia de nuestro país, siempre se ha buscado avanzar en sacar a Chile de la pobreza. Si bien es un camino por el que se debe continuar, los Grupos Medios se han sentido olvidados por los distintos gobiernos, pues no reciben beneficios –como bonos– y saben que lo que han logrado tener y construir es fruto de su mérito y esfuerzo. Sin embargo, ante la adversidad se sienten desamparados ante cualquier ayuda por el Estado Subsidiario chileno. La Administración Piñera captó esta preocupación de la ciudadanía, por lo que lanzó el programa “Red Clase Media Protegida” en mayo de 2019 que, como ya se explicó, busca avanzar en seis ejes: Trabajo, Salud, Pensiones, Seguridad Ciudadana, Educación, Vivienda y Tercera Edad.

En el aspecto laboral, se busca fortalecer el seguro de desempleo, que cubra lagunas previsionales, mejorar las capacidades del Sence (con el fin de capacitar en este aspecto a los desempleados) y crear ferias laborales. En Salud, se apunta a fortalecer Fonasa y las Isapres, por lo que se creará el Plan de Salud Universal. También, se pretende crear un seguro de salud ante enfermedades

catastróficas, el que ponga un límite al gasto en estas situaciones. Al respecto, el Presidente de la República señaló que “Todo gasto que supere ese monto máximo será cubierto por el seguro de salud para esa enfermedad catastrófica. El valor será equivalente al 40% del ingreso familiar anual per cápita del grupo de familia, por beneficiario, por año”. En materia de delincuencia, se fortalecerá el programa de apoyo a las víctimas. En educación, se busca llevar la gratuidad a la formación técnico profesional, mejorar el CAE reemplazándolo con el Sistema de Financiamiento Solidario de la Educación Superior (SIFS). En Vivienda, se persigue aumentar el número y monto de los subsidios. En relación a la Tercera Edad, se presenta un subsidio y seguro de dependencia para adultos mayores no valentes, más un segundo piso del actual Pilar Solidario.

Por último, cabe mencionar que se podrá postular y acceder a estos servicios desde la página www.clasemediaprotegida.cl, a la que se podrá ingresar con el RUN y la misma clave que se utiliza para los trámites del Registro Civil.

V. CONCLUSIONES

1) Los Grupos Medios representan entre el 60% y 70% de la sociedad chilena. Vemos que es un grupo heterogéneo, ubicuo, con constante movilidad social, económica y cultural. Se caracterizan a asistir a actividades culturales, shows, conciertos, cine. Sin perjuicio de ello, entenderlos solamente por sus ingresos es una visión reduccionista, pues no es lo mismo vivir en una de las principales ciudades del país que en el campo, donde el metro cuadrado es significativamente más caro. Tampoco lo es si un miembro de la familia vive con alguna enfermedad o discapacidad a que todos gocen de plena salud.

2) El plan Red Clase Media Protegida va en el sentido correcto, pues lo que se han ganado los Grupos Medios ha sido en base de su esfuerzo y mérito. En esta línea, debemos destacar como punto clave de este programa el seguro en salud ante casos catastróficos, donde la vida y la salud priman, toda vez que es indigno e impresentable que, por un caso de salud, la familia chilena quede endeudada.

3) Finalmente, invitamos al lector a ser consciente de la genealogía de las palabras, pues hablar de “clases” involucra, generalmente, referirse a una lucha, un antagonismo entre distintos estratos de la sociedad, por eso, se invita usar bien el lenguaje, empleando la expresión correcta, cual es Grupos Medios.

BIBLIOGRAFÍA

- Giddens (1982) *Class Structuration and Class Consciousness*, en Giddens y Helds (editors), *Classes, Power, and Conflict*, University of California Press, Berkeley, p. 157-74.
- Banco Mundial (s,f) *LAC Equity Lab: Pobreza*. En: <http://www.bancomundial.org/es/topic/poverty/lac-equity-lab1/poverty>
- Banerjee y Duflo (2008) *What is Middle Class about the Middle Classes around the World?*, en *Journal of Economic Perspectives* vol. 22 num. 2 2008. pp. 3-28.
- Emol (2019) *De qué hablamos cuando hablamos de clase media*. <https://www.emol.com/noticias/Nacional/2019/05/23/948730/De-que-hablamos-cuando-hablamos-de-clase-media-Expertos-abren-debate-tras-anuncio-de-Pinera.html>
- Espinoza, V. y Barozet, E. (2008) *¿De qué hablamos cuando decimos “clase media”?* Perspectivas sobre el caso chileno. Instituto de Políticas Públicas UDP. En pdf en: https://www.researchgate.net/publication/238746073_De_que_hablamos_cuando_decimos_clase_media_Perspectivas_sobre_el_caso_chileno
- Gayo, Modesto, Teitelboim, Berta, & Méndez, María Luisa. (2013). EXCLUSIVIDAD Y FRAGMENTACIÓN: LOS PERFILES CULTURALES DE LA CLASE MEDIA EN CHILE. *Universum (Talca)*, 28(1), 97-128
- Marx y Engels (2018) *El Manifiesto del Partido Comunista*. Ediciones Libertador, Argentina.
- Marx y Engels (2014) *La ideología alemana*. AKAL, Argentina.
- Ministerio de Desarrollo Social (2017) *CASEN 2017*. Observatorio Social, en pdf en: http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/Resultados_ingresos_Casen_2017.pdf
- Ministerio de Desarrollo Social (2018) *Informe de Desarrollo Social 2018*, en pdf http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/storage/docs/Informe_de_Desarrollo_Social_2018.pdf
- RAE (s,f) *Clase Social*. En: http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=HEJVGXhRDXX2R0kENc8#clase_social
- Ortega y Gasset, J. (1984) *La rebelión de las masas*. Alianza, Madrid.



Capullo 2240, Providencia.

www.fjguzman.cl

 /FundacionJaimeGuzmanE

 @FundJaimeGuzman

 @fundacionjaimeguzman