

EL COMPORTAMIENTO SICOLOGICO DE LAS FAMILIAS DE
INGRESOS BAJOS FRENTE A SUS NECESIDADES*

El consumo individual y el familiar no son iguales, aún cuando el poder de adquisición lo sea. Reflejan gustos diferentes sobre aspectos menores, bien entendido, pero también una jerarquía de los valores, una concepción de la vida. Ese comportamiento, esa actitud resulta de decisiones propias, también de influencias recibidas de los seres más cercanos, de el grupo social. El término grupo social puede ser entendido tanto en su expresión más limitada (la colectividad de escalera, el equipo de trabajo), como en su dimensión más amplia, para familias de ingresos bajos: la clase obrera.

Ahora bien, es inegable que el comportamiento de la familia de ingresos bajos frente a sus necesidades en 1960, ha tenido la influencia de dos fenómenos que tenemos que analizar independientemente de su poder de adquisición:

El desarrollo de concentraciones residenciales o de trabajo que envuelve, más y más el ser humano en la solidaridad de actitudes, de reflejos colectivos.

El desarrollo de una civilización del consumo, es decir, un tipo de régimen, de sistema, de modo de vida que considera al hombre como un elemento de consumo para el desarrollo de la producción, sin considerar una ordenación, una jerarquía en la satisfacción de las necesidades. ¹

* Sacado de un documento del M.L.O. - Estudios Obreros, No. 39

¿No se considera a las familias de ingresos bajos en el desarrollo de la nación?

Esos dos problemas intervienen en la utilización del poder adquisitivo en la familia. Casi podemos decir que, progresivamente, la familia de ingresos bajos no tiene libertad en cuanto a la utilización de su poder adquisitivo. Fuerzas que ella no controla intervienen en su adquisición de bienes de consumo y de equipo.

Tratemos de analizar.

Desde la revolución industrial (siglo 19) y en los primeros tiempos los hombres han luchado ante todo por satisfacer sus necesidades primarias, biológicas: nutrición, vestimenta, vivienda. Pero, según el aumento en la producción y en el progreso técnico, el aumento en el producto nacional y el alza del nivel de vida se han hecho evidentes, se han considerado otros bienes como importantes. Unos son la satisfacción más perfecta de las necesidades primarias (por ej.: agua corriente en la casa), otros son la satisfacción de bienes de tipo cultural, y a los cuales pueden responder el aparato de radio o televisión.

Un número precedente de Estudios Obreros² nos ha mostrado la evolución de los gastos de consumo del francés, tanto en valor como en volumen.

Ahora bien, en 1960, la evolución de los gastos de consumo depende de la presión que se ejerce sobre todos los consumidores, y que tiende a hacerles comprar cosas consideradas como bienes secundarios: (o "comodidades") refrigeradora, automóviles, aparatos de televisión, tocadiscos, transistores, aparatos eléctricos de uso doméstico, etc...³. Ese fenómeno concierne igualmente a las familias de ingresos bajos, les

incumbe de manera particular por motivos bien diversos, acerca de los cuales reflexionaremos.

1/ Está claro que esta afirmación es particularmente cierta para los países de "civilización occidental:" Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Suecia, Francia, Alemania. Su actitud es así, tanto respecto a sus propios habitantes como ante los países sub-desarrollados a los cuales envían más productos manufacturados que equipo de desarrollo que le garantizaría, a la larga, un producción por sus propios medios encaminada a satisfacer sus propias necesidades. Eliminemos, sin tardarnos demasiado, esa dependencia económica que es una de las causas de los actuales movimientos de emancipación de los pueblos en estado de desarrollo.

2/ "A través de los circuitos de la Distribución." "Estudios Obreros" No. 38. Pedirlo en M.L.O. 15, Rue de Chabrol; Paris X (el ejemplar cuesta .50 N F)

3/ El término "bienes secundarios" exige una clasificación para establecer prioridades, urgencias. Es evidente que la aspiradora de polvo ocupa otro lugar que el transitor...

UNA PRESION COLECTIVA

Se podría decir que los consumidores franceses son demasiado vulnerables con respecto a los diversos bienes que se le ofrecen, aunque tengan un precio de compra elevado: refrigeradora, televisión, auto, etc... Esas verdaderas "epidemias" son el resultado de una presión colectiva que se ejerce sobre ellos, y cuyos elementos constituyentes parecen ser:

- La atracción propia de estos bienes o comodidades secundarias.
- Las técnicas de venta.
- La dependencia del grupo social
- La influencia de la sociedad

1) La atracción propia de los bienes secundarios o comodidades:

Esos bienes secundarios citados anteriormente, son la expresión misma de una era de la comodidad. Son agradables a la vista, son las joyas de la época moderna y sus poseedores se enorgullecen de mostrarlos a parientes y amigos. Es impresionante comprobar que los fabricantes conociendo ese gusto del público, se dedican a embellecer el exterior sin cambiar nada a los órganos motores. Pensemos por ejemplo, en los refinamientos a que se llega en la empuñadura de una nevera...

2) Las técnicas de venta

Hay particularidades que se añaden a los métodos clásicos de publicidad: radio-periódico - cine - carteles, etc...

- Las tiendas de exposición y de venta.
- Los puestos en las ferias de exposición.

No daremos el número, su densidad, facilitados por la multiplicidad de marcas (salvo los automóviles).

- El crédito, ampliamente utilizado en los sectores de venta.
- Las reducciones en el precio de compra permitidas por la casa de descuento o "discount-house," o por medio de la participación en tal o cual agrupación. (un comprador es más vulnerable cuando se sabe beneficiario de una bonificación.)
- Los vendedores de aparatos eléctricos de uso doméstico, que los ponen a disposición por muchas horas o días, aprovechándose de que una familia quiera equipar su casa con equipo moderno al mudarse a una casa nueva y las facilidades de préstamo de las Cajas de subsidio familiar (aparatos eléctricos de uso doméstico solamente).

3) La dependencia del grupo social

Se ha dicho a menudo que el grupo no es meramente la unión de individuos. Sea de manera espontánea, esté organizado en vista de un objetivo propio, el grupo tiene una personalidad con sus costumbres, sus caracteres, su influencia. El grupo tiene distintas dimensiones: grupo familiar, banda de adolescentes, habitantes de una misma ciudad, trabajadores de la misma empresa, comunidad de argelinos en tal o cual localidad de Francia, clase obrera que representa aspectos diversos.

Las concentraciones juegan un papel importante en la formación, la multiplicidad y la intensidad de la vida de los grupos. En consecuencia, trabajadores y familias de ingresos bajos participan en la vida del grupo social al sufrir esas influencias.

Nos parece, pues, importante comprobar la influencia del grupo social en las familias de ingresos bajos en cuanto a la adquisición de bienes secundarios se refiere. Algunas observaciones nos ayudarán.

Tomemos el ejemplo del aparato de televisión:

En el trabajo, por la mañana, comentarios colectivos acerca de las emisiones de la noche anterior: lucha libre, consultas sentimentales, los juegos olímpicos, etc... El que no tiene televisión está alejado de la conversación.

La madre de familia sabe que tal o cual vecino tiene televisión. Ella lo ha visto en la sala, ya ha visto algunos programas. Por medio de la imagen se comprenden mejor muchas cosas y eso alivia la soledad del ama de casa.

Los niños tampoco escapan a la atracción que ejerce el televisor. Miremos cómo aplastan la nariz contra la vitrina de la tienda de televisores para ver tal o cual emisión, o cómo se agrupan frente a un bar donde haya un televisor para los clientes, o cómo responden a la invitación del pequeño camarada para ir a ver televisión a su casa una noche.

De esta manera la televisión, implantada en el grupo social, entra poco a poco en el seno de esa familia, que no la posee, pero que piensa en ella constantemente, que habla de ella. El contagio actúa, la "epidemia se extiende."

Debemos notar el carácter particular de la sensibilidad de la familia de ingresos bajos ante la presión del grupo social. Mencionemos la influencia de los niños sobre sus padres.¹

4) La influencia de la Sociedad

Los poderes públicos, los grandes servicios públicos contribuyen a dar publicidad a los bienes secundarios, sea por sus iniciativas, sea por su actitud de "dejarlos hacer."

El Estado organiza el crédito en esos sectores, desarrolla la idea de que un fuerte mercado interior facilita las ventas en el extranjero, la exportación etc.² Su actitud es característica en cuanto respecta al automóvil; el gobierno cede ante la presión de los distintos intereses que representan ese medio de locomoción y que tiene raíces en todas las clases sociales. Ahora bien, su actual impotencia ante ese fenómeno y su incapacidad de resolver, el problema de la construcción de viviendas, son las dos fases de una opción hecha por los Gobiernos después de la Liberación (desde el 1945).

El estado optó por la industria automovilística, a través de inversiones y otras medidas, y no por la industria de la construcción. Es normal que, 10 años después, la gran masa de los franceses opte por el automóvil y no por la vivienda ya que todo contribuye a esa

1/ Pensemos en la publicidad hecha para los niños de modo que éstos insten a sus padres a comprar ... los juguetes que vienen en algunas cajas de alimentos, etc.

2/ El Estado podría aumentar las ventas de aparatos eléctricos en el extranjero y en el mercado interior, favoreciendo por ejemplo, la concentración técnica. ¿Por qué decenas de marcas de refrigeradoras, si no existen más que tres motores de comprensión? La misma cosa en cuanto a las máquinas de lavar con un costo de producción y de distribución bien alto...

decisión: las costumbres, las disposiciones financieras, etc... y la escasez de viviendas.

A través de esos hechos trágicos para las familias de ingresos bajos, para todos los débiles, se comprende demasiado bien cómo las decisiones económicas y políticas comprometen la vida de los hombres por décadas. Eso demuestra también que el poder no debe estar en las manos de los representantes de la producción, inspirados únicamente en un interés financiero. Reflexionemos solamente en la composición de nuestro Consejo Económico y Social (alrededor de 200 miembros). Los representantes de la producción tienen 3/4 de los escaños (sindicatos patronales y agrícolas, organizaciones sindicales obreras). Los consumidores tienen diez representantes para hacer valer su necesidad: 8 por la UNAF (Unión Nacional de Asociaciones Familiares) y dos por las cooperativas de consumo.

Un gran servicio público como el E.D.F. (Electricidad de Francia) es en eso, similar al Estado.

Preocupado en vender su electricidad, es un excelente punto de apoyo para todos los fabricantes de aparatos eléctricos y sus revendedores. Los grandes locales de exposición de la E.D.F., donde se muestran todas las clases de aparatos y la publicidad, por medio de cartelones o por la prensa del E.D.F., contribuyen a eso. Pero, ¿es que los consumidores tienen un escaño en el Consejo de Administración del E.D.F., empresa nacionalizada?...

Llegamos a las motivaciones de esas adquisiciones. Son diversas, de naturaleza diferente, pero frecuentemente intervienen juntas, en grados diferentes en el comportamiento de las familias de ingresos bajos.

LAS MOTIVACIONES

1) Poseción de bienes secundarios, índice de promoción social.

En nuestra época importa más la promoción individual que la colectiva; por signos exteriores se demuestra y se afirma el ascenso en la escala social. El individuo se forma una personalidad por medios exteriores (y que todo el mundo puede poseer...)

El rico se enorgullece en poseer tal o cual bien, que indica una promoción en la escala social, y compraría otros en la medida que los demás empiecen a poseer los que él ya tiene, a fin de mantenerse siempre en la cúspide de la escala... Por ejemplo, esto explica el que los parisinos cambien tan rápidamente de automóvil, porque en París el fenómeno de la promoción social juega un papel importante.

El pobre, el frustrado se libra de su complejo social, de su puesto "al final de la escala," al poseer un bien secundario que lo haga igual a los otros al menos en apariencia. Es el precio de una Sociedad que no sabiendo ordenar los valores, da falsos objetivos a los hombres, Y esto tiende a disfrazar el sufrimiento de las familias de ingresos bajos. "Ellos no son desdichados, tienen un auto, un televisor, o una nevera."

2) Poseción de los bienes secundarios, medios de evasión

En ciertos casos, la poseción de los bienes secundarios permite el olvido de las dificultades cotidiana; constituye una "compensación psicológica," una verdadera vía de escape. De ahí la preocupación por

el tiempo disponible y por los bienes que lo hacen concreto como el auto y la televisión, que permiten encontrar la libertad y las posibilidades de cultura que no son dadas por el trabajo, o por la vivienda pequeña, mal equipada, o por la concentración de viviendas que fatiga con sus ruidos, olores, promiscuidad y ruptura con la naturaleza.

En otra época, el comedor era una pieza "sacrosanta," poco utilizada, pero limpiada con cuidado por la madre de familia, porque ella se identificaba con esa pieza. En 1960 tal parece que los distintos bienes dan a la mujer, en su hogar, un sentimiento de vida más feliz, aún cuando esto no sea cierto.

De todos modos, se entra ahí en los misterios del alma humana que busca encontrar en algún objeto poseído una prolongación de sí...

3) Poseción de bienes secundarios, engrandecimiento de la vida familiar

Es un hecho reconocido que las comidas han jugado un papel importante en la vida familiar. Para la clase obrera, las comidas, de los domingos o días de fiesta, son los medios de comunicación, de intercambio entre los miembros de una misma familia. Cada uno recibe tanto afecto como bizcocho o buen vino.

Otros bienes son considerados como medios de mantener y desarrollar la vida familiar, ahora que el impulso natural de los padres es el de conservar a los niños cerca de ellos, con ellos, para asegurar su educación---aunque ésta no sea la manera más eficaz. Es innegable que la televisión responde plenamente a esta preocupación, porque los niños sucumben más fácilmente a la atracción de este medio moderno de retenerlo en la casa. Igualmente el auto es el medio ideal para transportar la familia al campo y para responder, dentro de la unidad familiar,

a los gustos y aspiraciones de cada uno: padre, madre y niños...

(Es un medio de asegurar la unión familiar)

Reparemos también en que las tareas domésticas son un punto central en la vida del ama de casa y que intervienen en el ambiente familiar, en su desarrollo. Ahora bien, la existencia de los aparatos eléctricos de uso doméstico, la penetración del progreso técnico en las engorrosas tareas de segundo orden, resulta en una verdadera promoción. Promoción de las tareas domésticas ante la sociedad, promoción de la mujer en su propia zona de actividad. Resulta en una promoción sensible de las relaciones en el hogar, entre la mujer y su esposo y sus niños. Por eso tantas mujeres aspiran a poseer los aparatos eléctricos, porque son un elemento de liberación material y moral.

Aunque hayamos clasificado estas motivaciones, no debemos olvidar que ellas intervienen conjuntamente en el compartimiento de las familias de ingresos bajos.

Las Familias de Ingresos Bajos desarrollan un sentimiento proletario a causa de los Bienes Secundarios.

Hemos mostrado las múltiples relaciones que hay entre los bienes secundarios que están en el mercado y la vida de las familias de ingresos bajos. Ahora vamos a formular una pregunta que admite muchas respuestas: ¿Es la existencia de los bienes secundarios en el mercado la ocasión de liberación o de proletarización de estas familias?

Sabemos lo positivo de estos bienes en la vida familiar, pero sabemos que su presencia no resulta del inventario de las necesidades

familiares que deberían ser satisfechas con prioridad. Estamos en una economía de mercado, una civilización del consumo y no en una economía de las necesidades. Hay que vender lo que se produce, esa es la preocupación de los economistas y de los políticos. Señalemos también que las familias de ingresos bajos tendrán dificultad en hacer triunfar su punto de vista en el país, pues son minoritarias.

Las compras, el consumo, el equipo del hogar son testimonios de un estilo de vida de acuerdo a la escala de valores que uno quiere alcanzar en su vida personal familiar y social. Ahora bien, si el mercado no satisface las necesidades familiares de primer orden y si otros bienes se colocan en su lugar, a causa de la presión colectiva, esto da lugar a una desviación de las responsabilidades a las que deben hacer frente padres y madres de familia. Esto se arriesga a no ser más "ellos mismos" (enajenarse), en una disminución de la responsabilidad de la familia de ingresos bajos, lo cual es una forma de sentirse proletario.

Esta civilización del consumo es característica de la uniformación de las necesidades. Hay ahí un fenómeno de masas, sin que se distingan la responsabilidad y las necesidades de cada uno. Esto nos parece grave ya que la vida familiar necesita zonas de intimidad, de libertad, para garantizar la educación de los niños, para contribuir a la afirmación de la personalidad de sus miembros. ¿Para qué tanta investigación sobre un tipo de pedagogía activa más respetuosa de la personalidad del niño como tal y de la de cada uno, si a los hombres de mañana sólo se ofrece un mundo uniforme?

Si las dos reflexiones que se acaban de hacer son exactas, es verdad que la atracción de los bienes secundarios crea dificultades enormes para todas las familias de ingresos bajos que no gozan de un poder adquisitivo lo suficientemente grande como para adquirir dichos bienes.

A causa de la presión colectiva, analizada anteriormente, las familias de ingresos bajos adquieren esos bienes, al precio de dificultades sin medida, enfrentándose a nuevas dependencias. Se hacen dependientes del organismo de crédito que no deja ningún margen de seguridad o de libertad, dependientes del patrono que les "adelanta" parte del sueldo, dependientes moralmente cuando la mujer, la madre de familia vuelve a trabajar profesionalmente no importa cuáles sean las condiciones.

Resulta en un condicionamiento de la libertad de las familias con un poder adquisitivo débil, resulta en el empequeñecimiento de su vida personal (sin que estas familias resientan ese condicionamiento ya que obtienen a cambio bienes de comodidad). Ya no existe la seguridad, la tranquilidad de espíritu, "la serenidad," en el sentido noble del término.

Y, más aún, quedan muchas familias que no pueden adquirir esos bienes secundarios o que sólo poseen muy pocos. Siguen apreciándolos en casa del vecino, en la tienda de exposición y de venta. Hay un nuevo sector de producción, de progreso, del cual no se benefician, del cual son apartados voluntariamente por una sociedad que produce,

produce para los que pueden comprar.

En conclusión si se quiere dar el golpe de gracia al desarrollo de un nuevo tipo de proletariado no se debe sólo tratar de fomentar un poder adquisitivo más grande sino también estimular una economía ordenada que responda a las necesidades de los más débiles. De todos modos, eso establece las dimensiones de nuestra responsabilidad militante y de las organizaciones obreras.

Pierre Boucault

20821