



El consumo y los cambios en la sociedad contemporánea

José Joaquín Brunner
Escuela de Gobierno
Universidad Adolfo Ibáñez

www.brunner.cl

Sesión 2

Chile: Hacia una sociedad de consumo



Planteamiento

- Interesa entender en qué entorno se producen y desarrollan en Chile las bases de una sociedad de consumo
- En Chile dichas bases se producen por el efecto combinado de los procesos de modernización y de globalización
- Modernización tiene lugar a lo largo del siglo XX (“modernización larga”) y se acelera en las últimas décadas por su incorporación a los procesos de globalización (“modernización corta”)

Chile: ¿un país moderno?



- **El Sueño Chileno. Eugenio Tironi, Editora Taurus**
¿Qué viene ahora? En los 80 fue la ruptura con un orden económico burocrático. En los 90 fue el quiebre con un sistema político autoritario. Después el 2000 vino la emancipación de un orden cultural oligárquico y conservador. Chile es ya una sociedad moderna, siguiendo el modelo liberal característico de los Estados Unidos. ¿Cuál será la cuarta ruptura? Esto es lo que trata de responder Eugenio Tironi en este nuevo libro.



- **Chile Actual: Anatomía de un Mito, Editorial LOM**
Este lúcido y valiente análisis de la actual sociedad chilena, es el libro más vendido de los últimos tiempos y el primero que desenmascara en profundidad el "transformismo" del Chile post-dictadura, bajo cuyos aparentes éxitos económicos permanecen latentes las amenazas a la democracia.

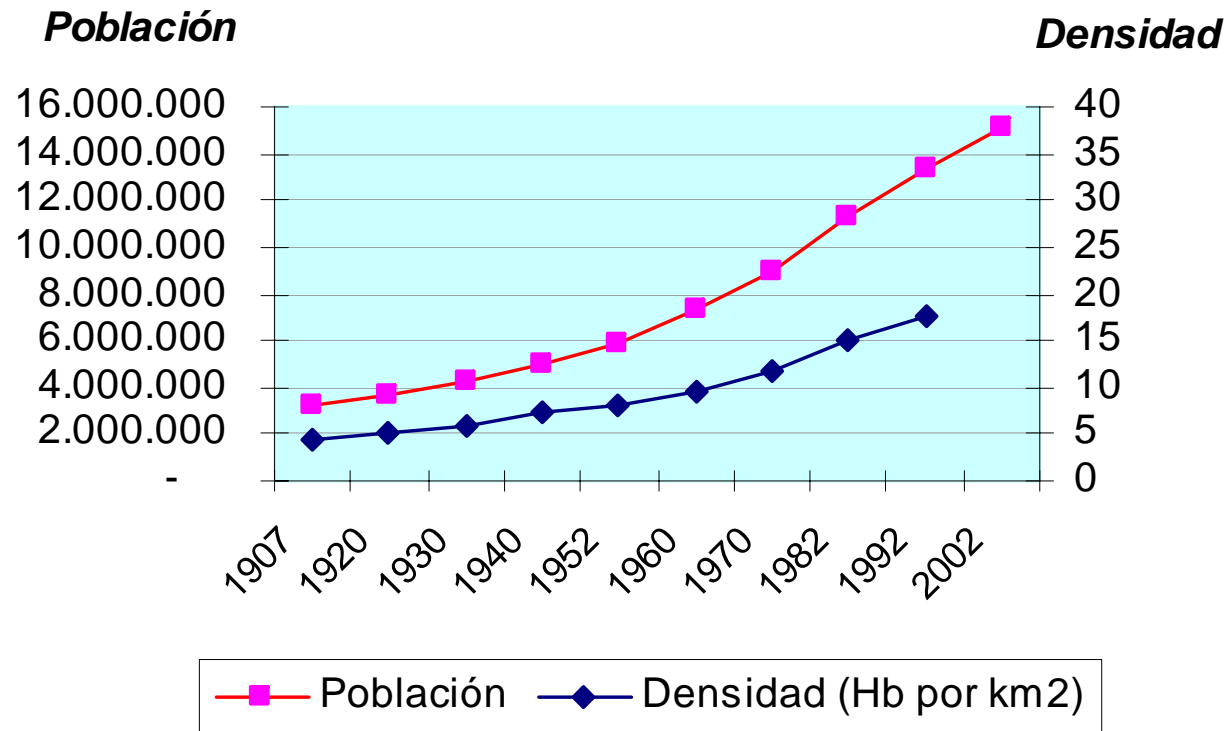
Modernización larga: siglo XX

Demografía
Urbanización
Alfabetización
Escolarización
Ingresos
Bienes públicos
Transporte
Comunicación
Política
Ideologías



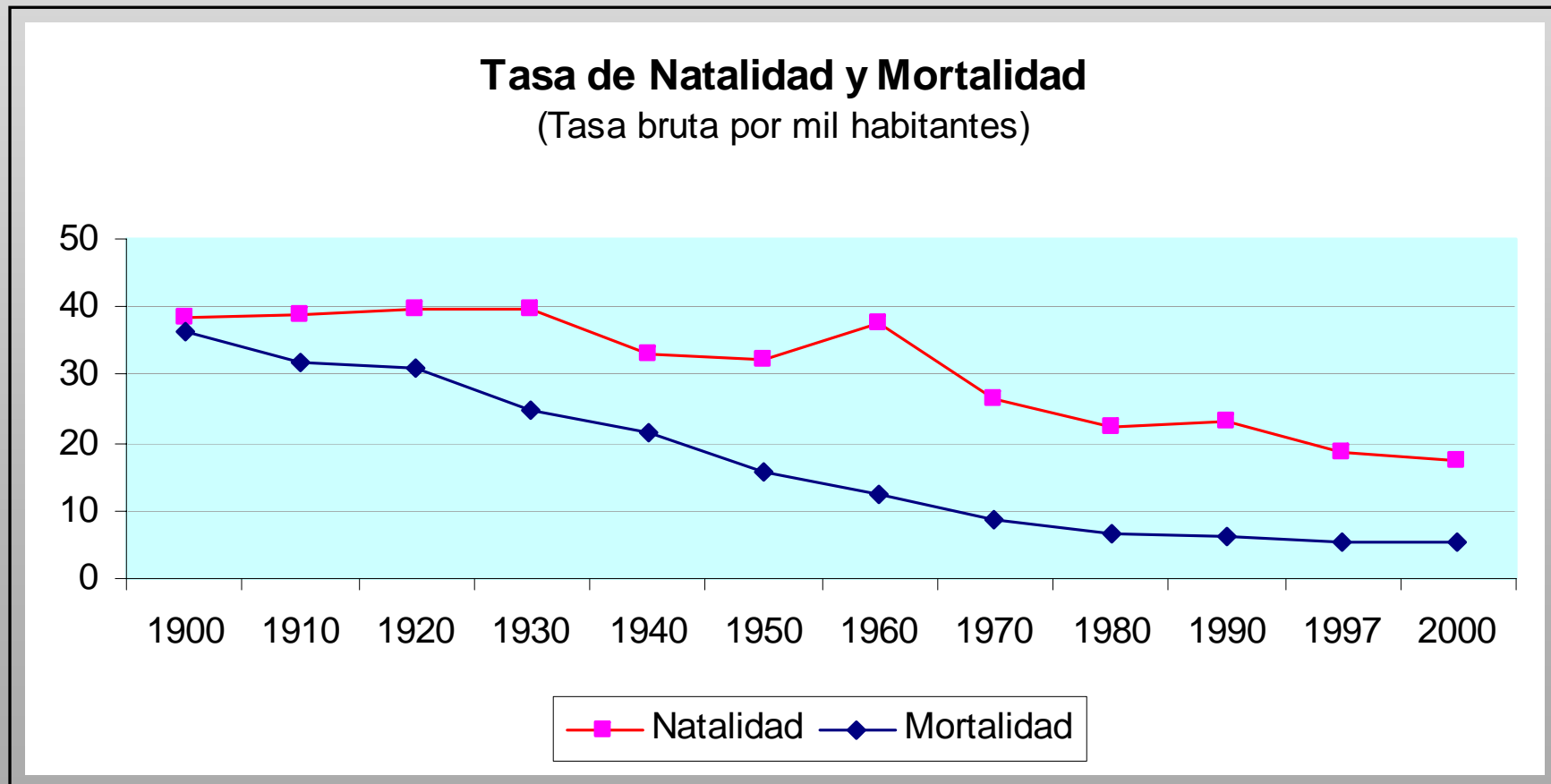
Población

**Población Total y Densidad de habitantes
(Censos 1907-2002)**



Fuente: INE. Censos años respectivos

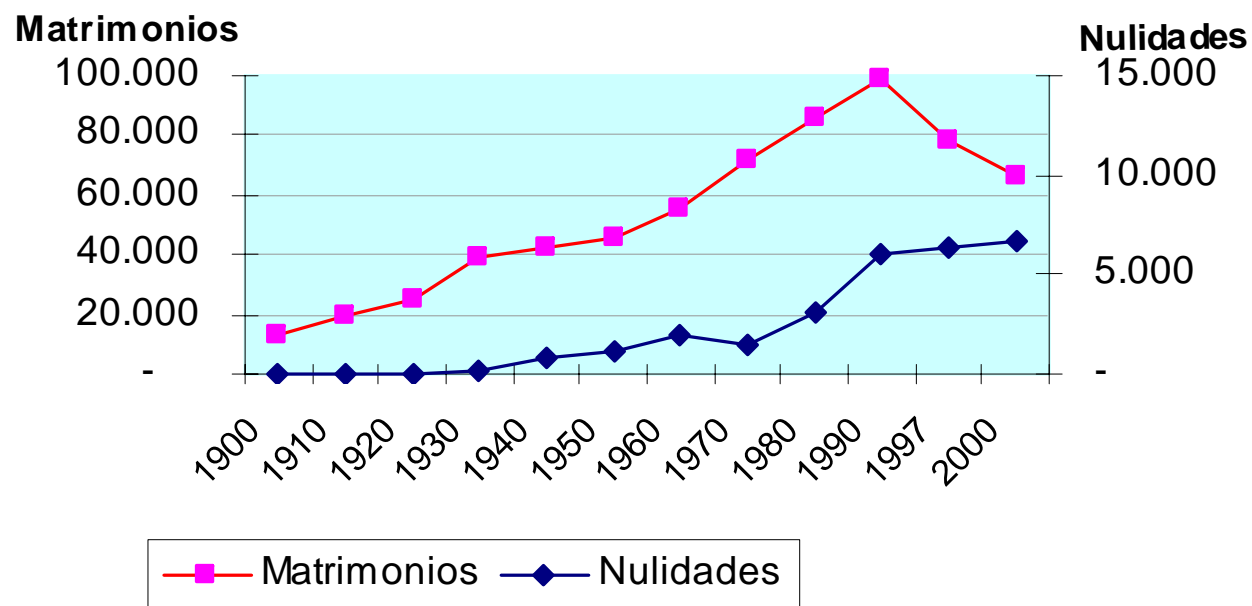
Nacen y mueren



Fuente: INE. Anuario de Demografía

Casados y anulados

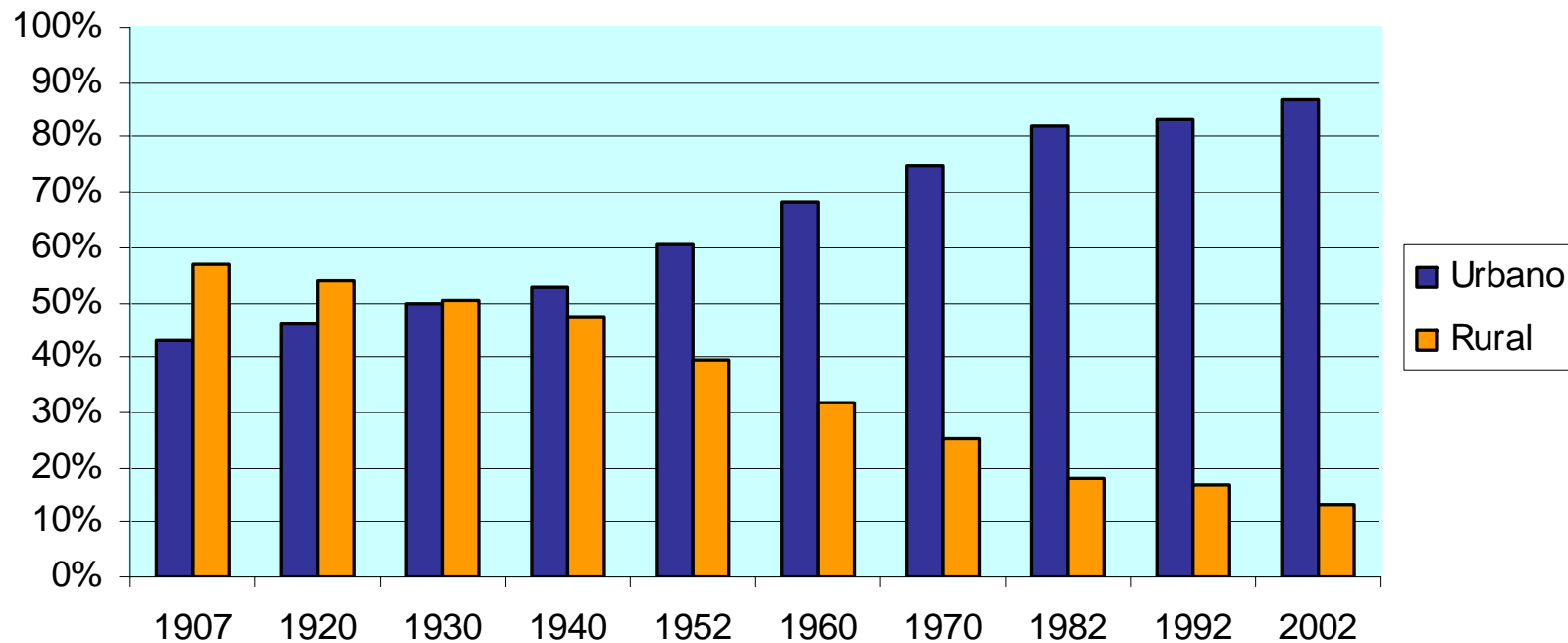
Evolución de los Matrimonios y las Nulidades (1900-2000)



Fuente: INE. Estadísticas de Chile en el Siglo XX; Anuario de Demografía 2000

Del campo a la ciudad

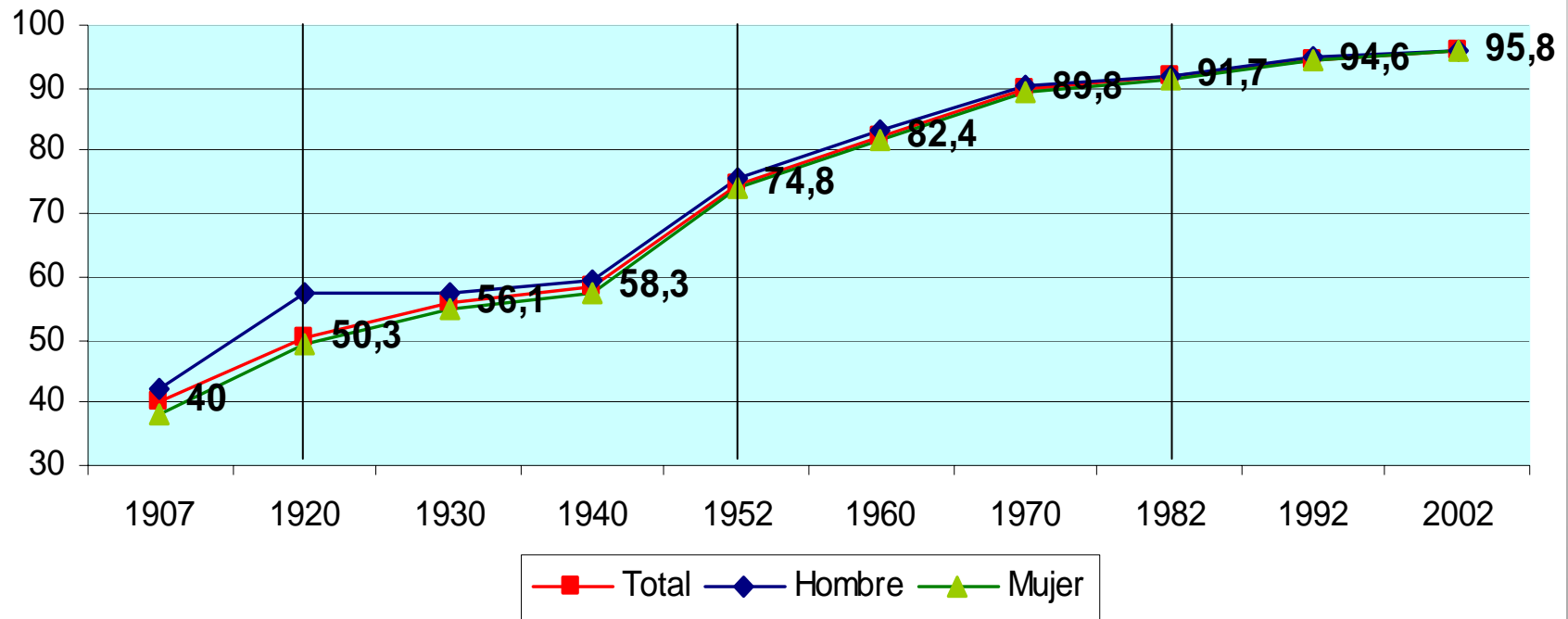
**Evolución de la población urbana y rural
(Censos 1907-2002)**



Fuente: INE. Censos años respectivos

Letrados e iletrados

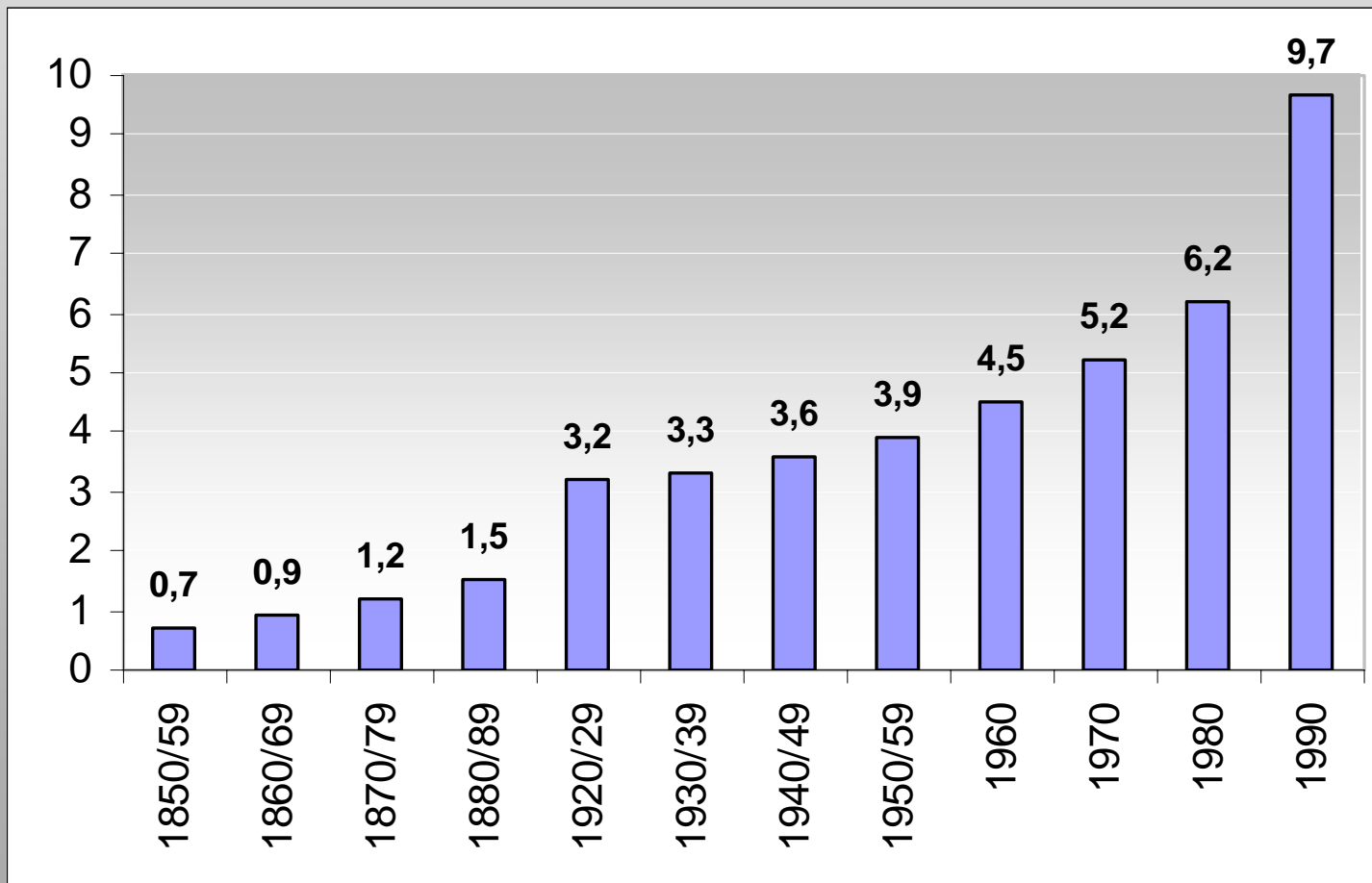
Porcentaje de Alfabetismo, por sexo (1907-2002)



Fuente: INE Censos 1907-2002

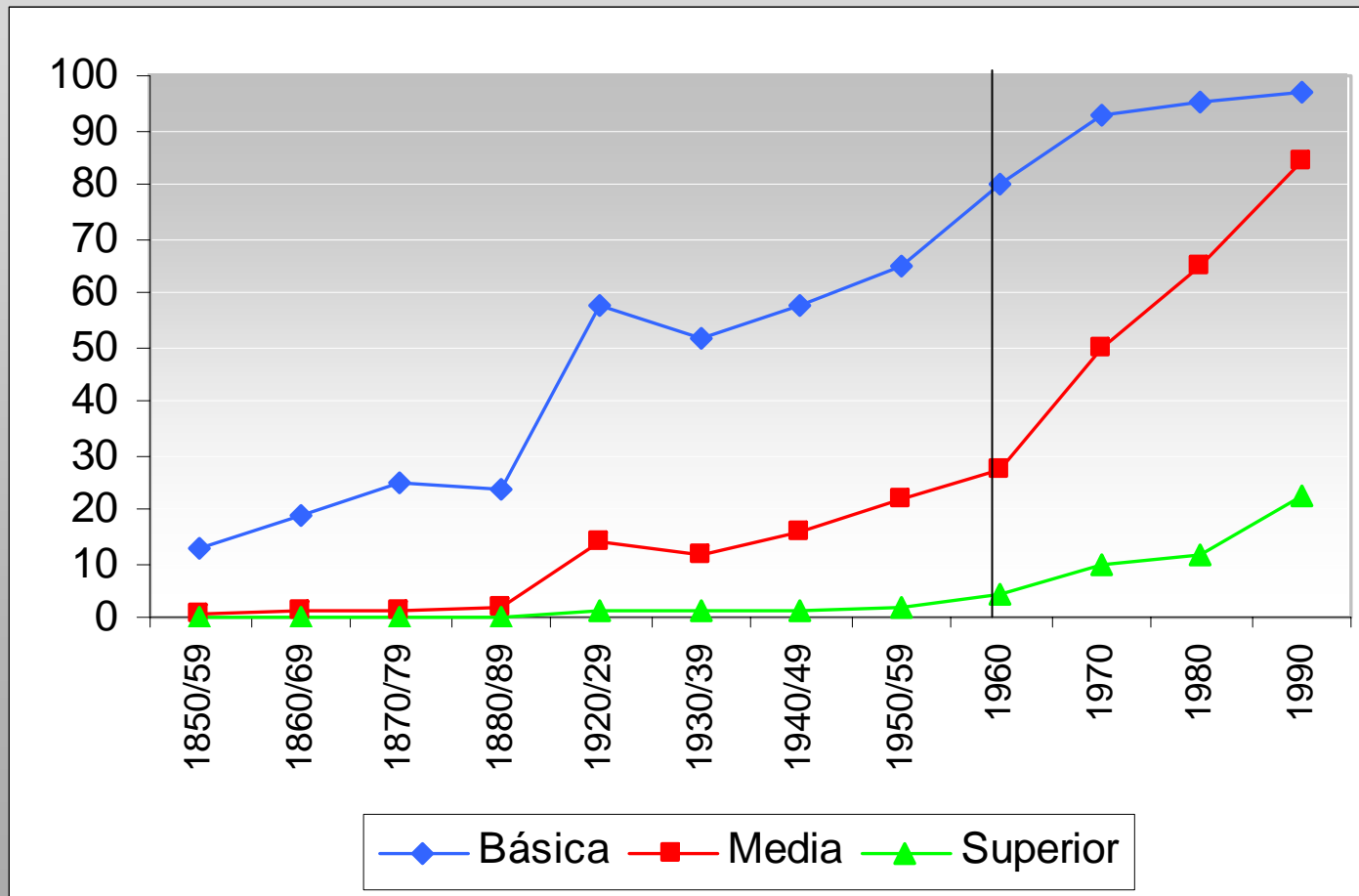
Años de escolarización

Años escolarización promedio de la población mayor de 15 años



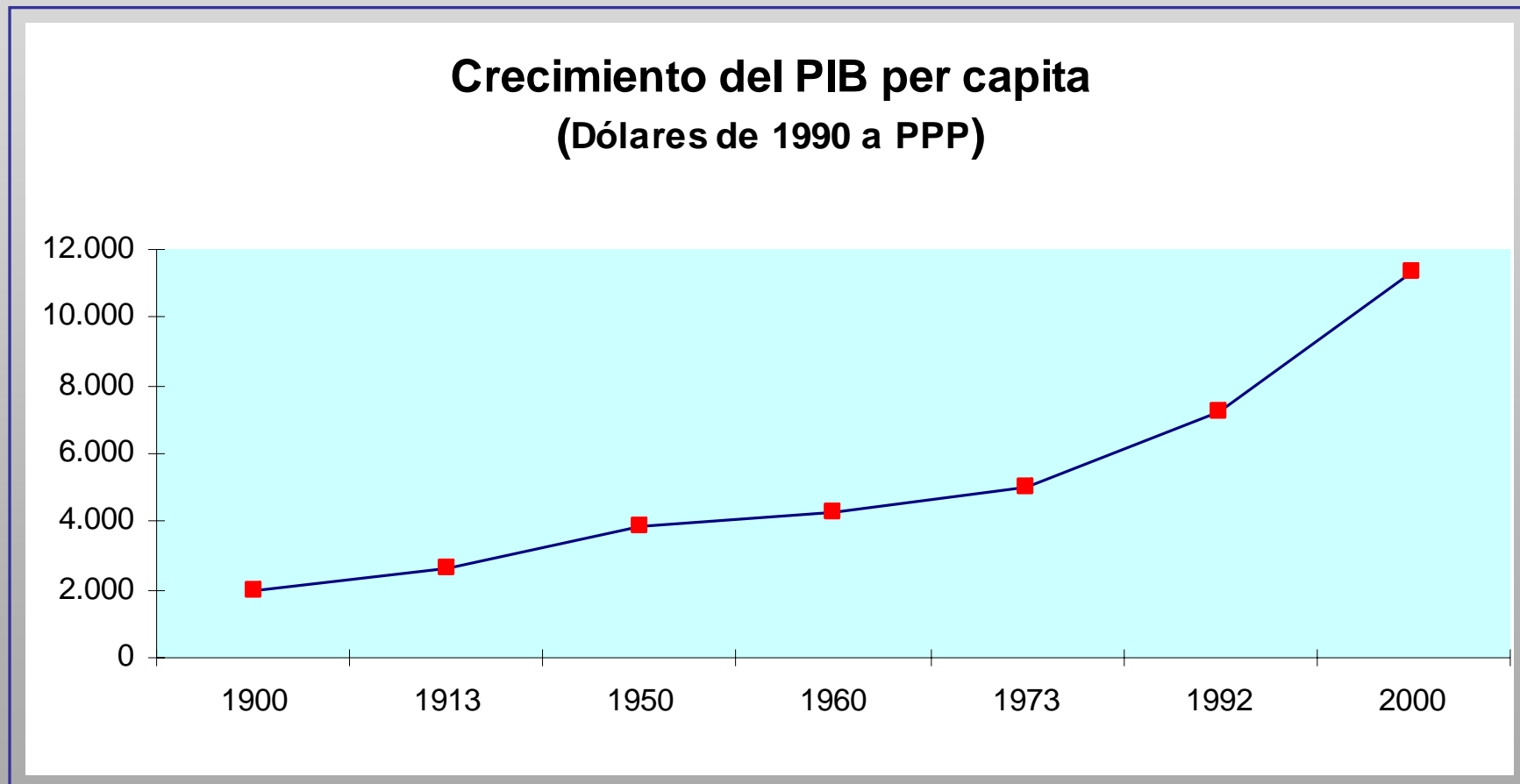
Ministerio de Hacienda, Estado de la Hacienda Pública 2005

Cobertura x nivel de enseñanza



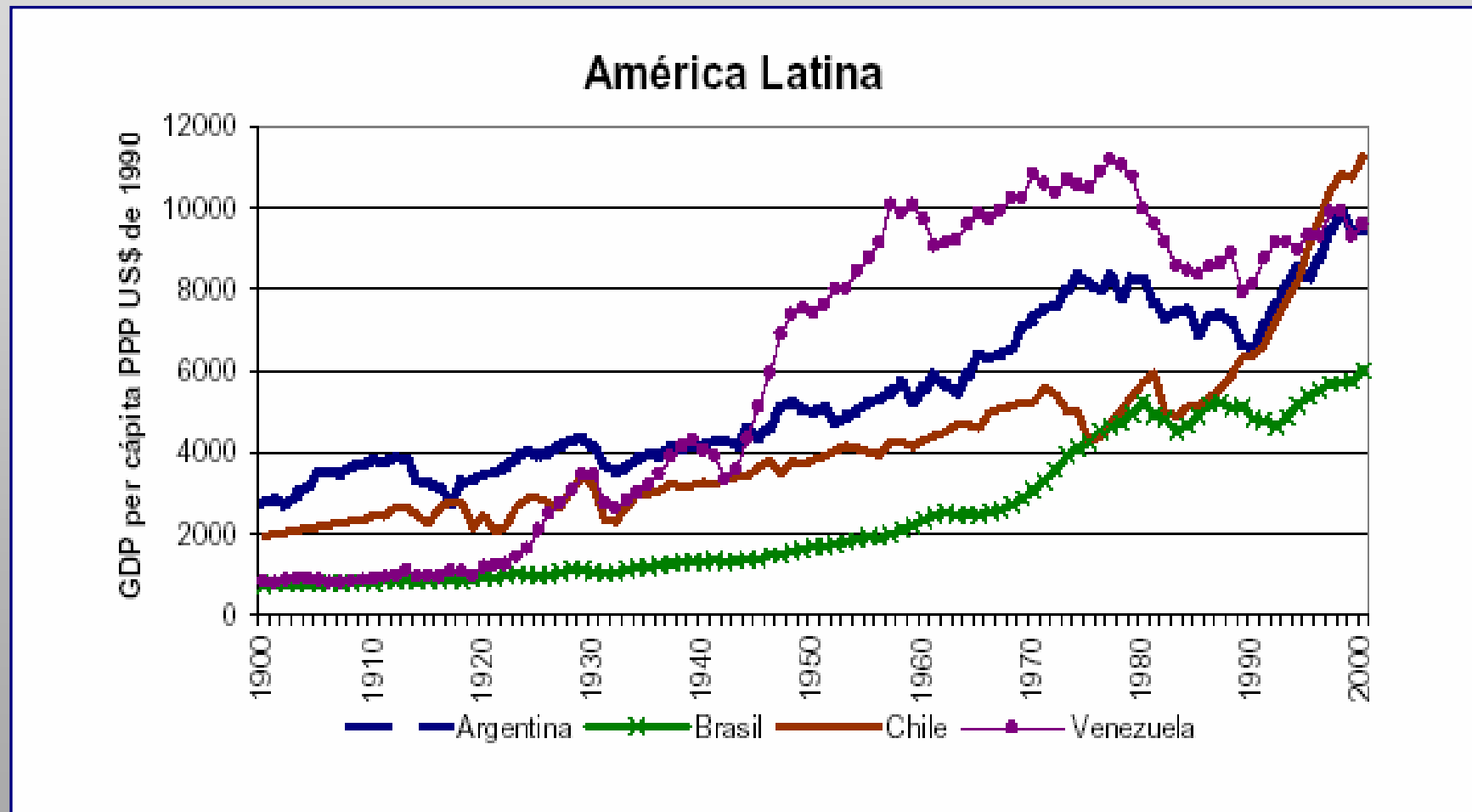
Ministerio de Hacienda, Estado de la Hacienda Pública 2005

Ingresos en aumento



Fuente: Maddison, 1995 y World Development Indicators 2002

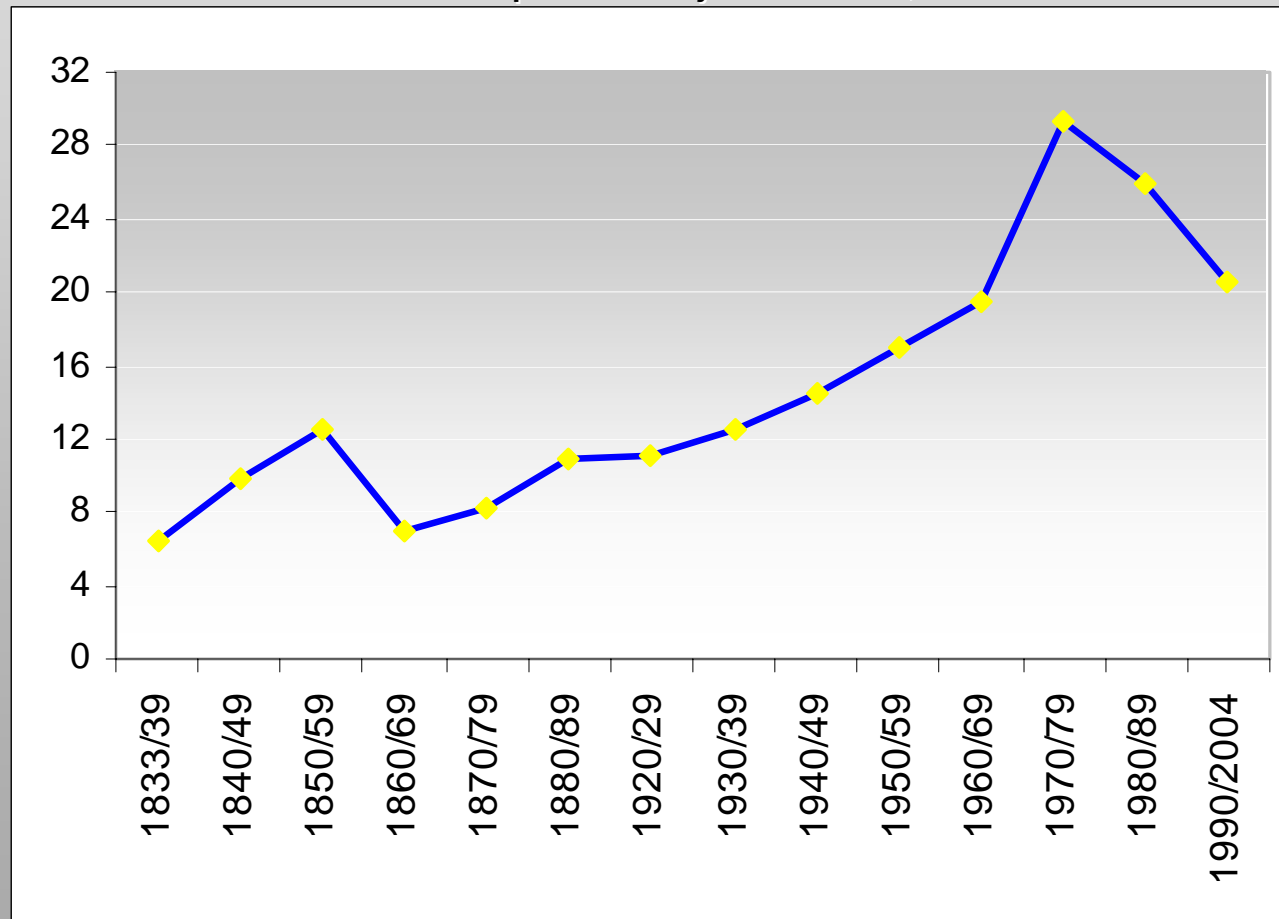
Crecimiento chileno en contexto



Banco Central, <http://www.bcentral.cl/jdegredo/pdf/partelV.pdf>

Demanda de bienes públicos

Gasto fiscal como porcentaje del PIB, 1833-2004



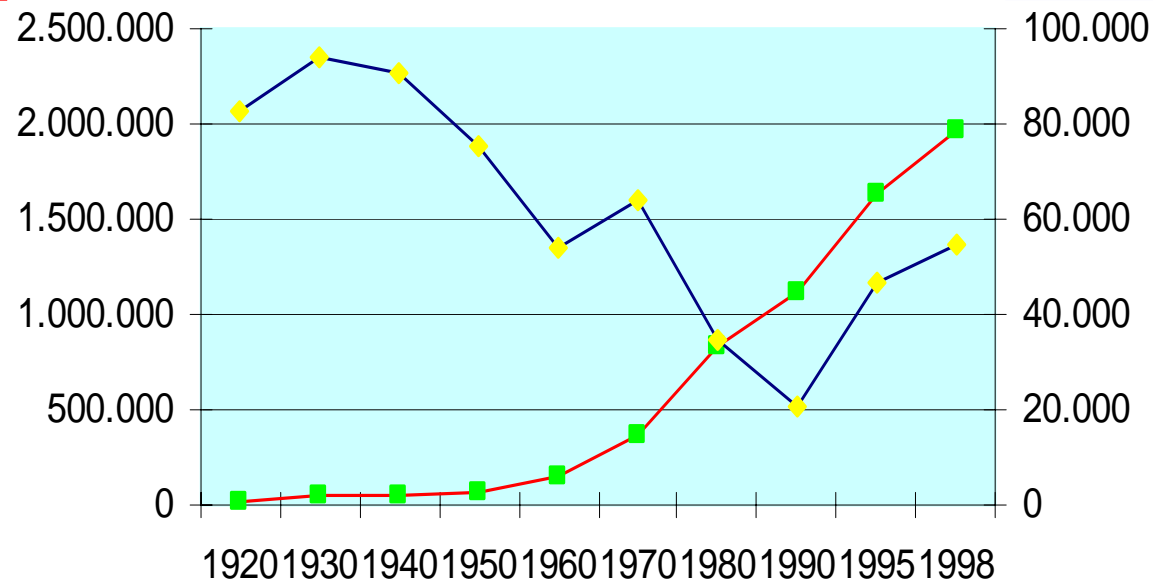
Ministerio de Hacienda, Estado de la Hacienda Pública 2005

Modos de transporte

Parque de vehiculos (1920-1998)

Motorizados

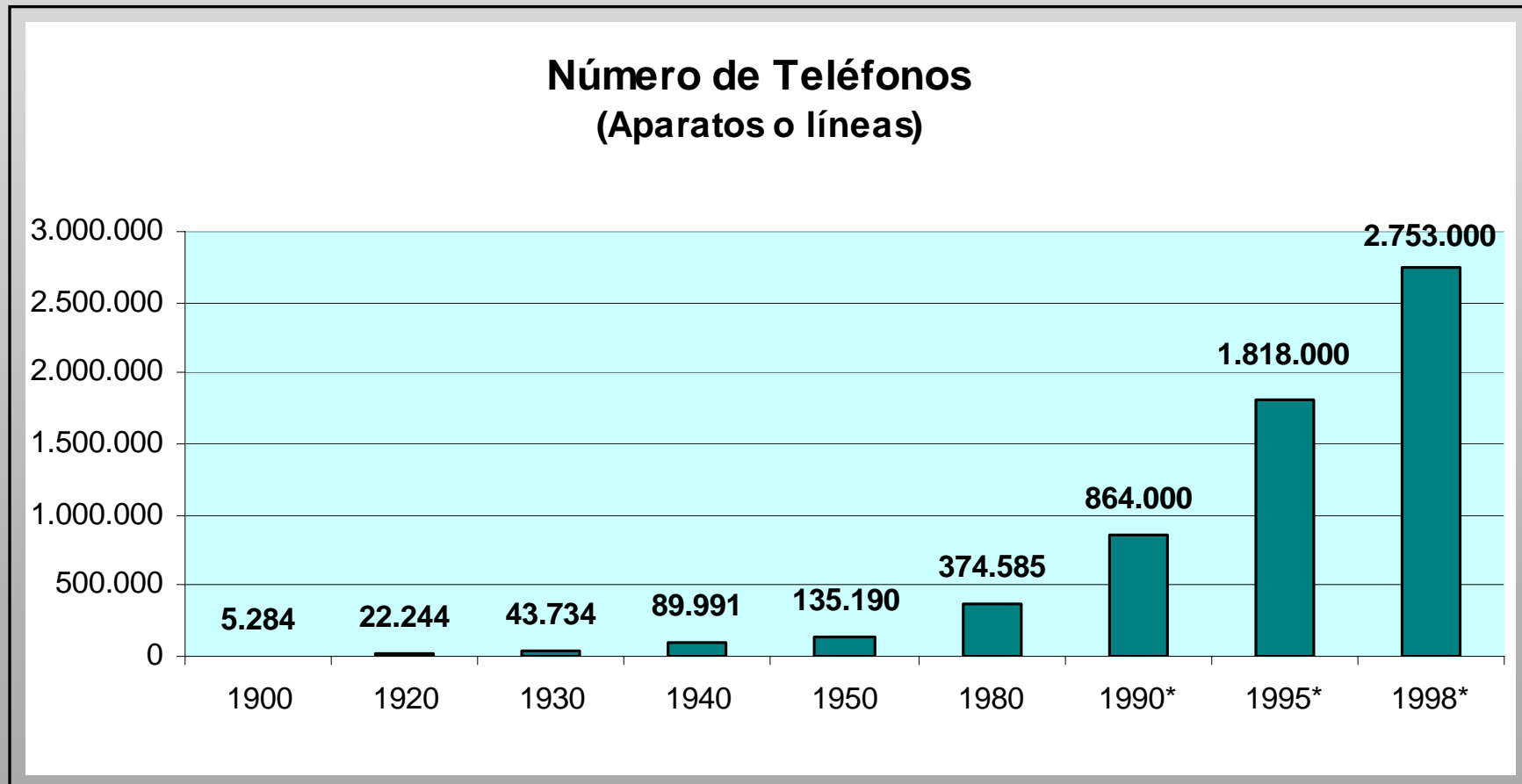
No-Motorizados



■ Motorizados ◆ No-motorizados

Fuente: INE, Estadísticas de Chile en el Siglo XX

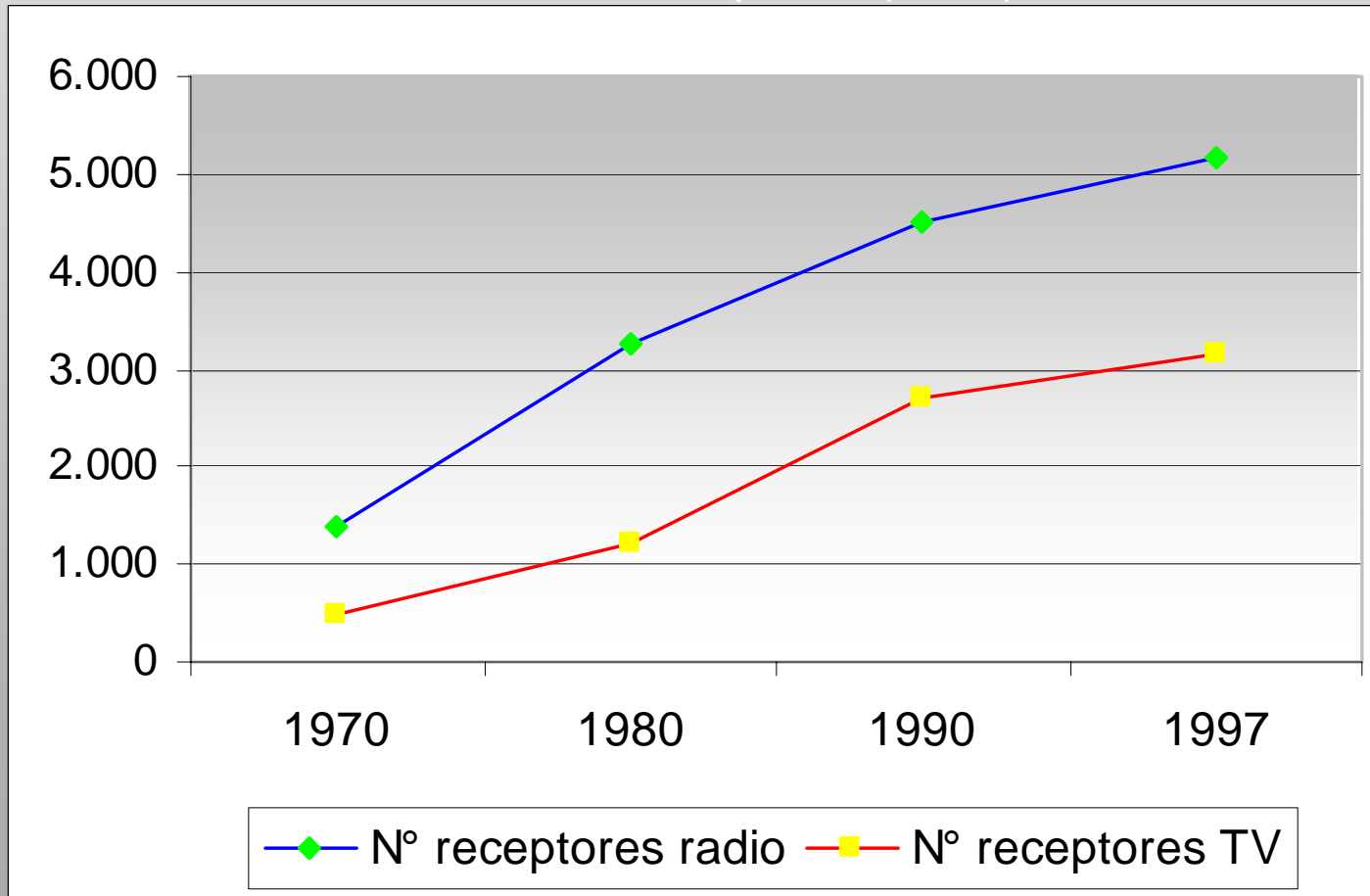
Modos de comunicación



Fuente: INE, Estadísticas de Chile en el Siglo XX

Medios de comunicación masiva

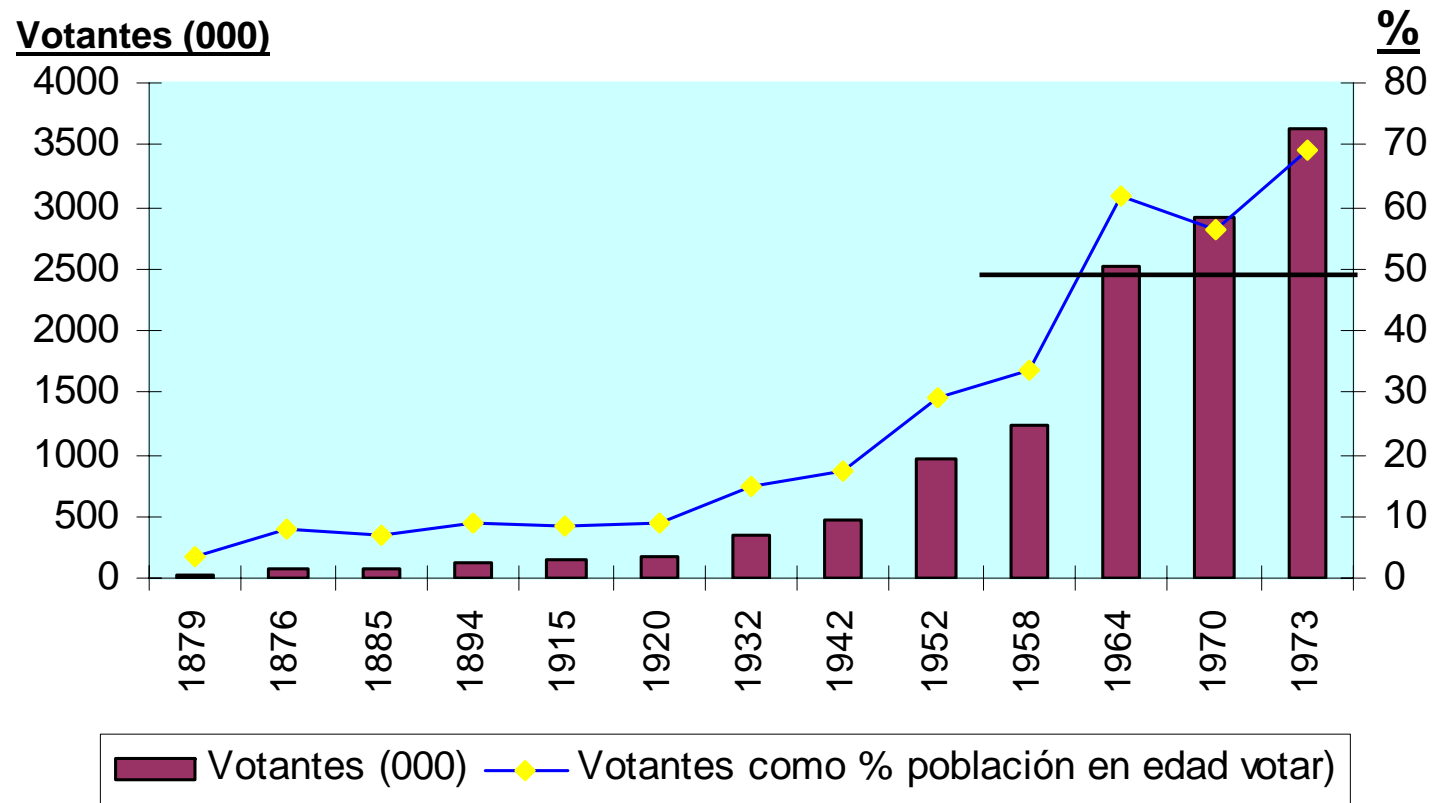
Número de receptores (miles)



UNESCO, Statistical Yearbook, 1999

Participación electoral

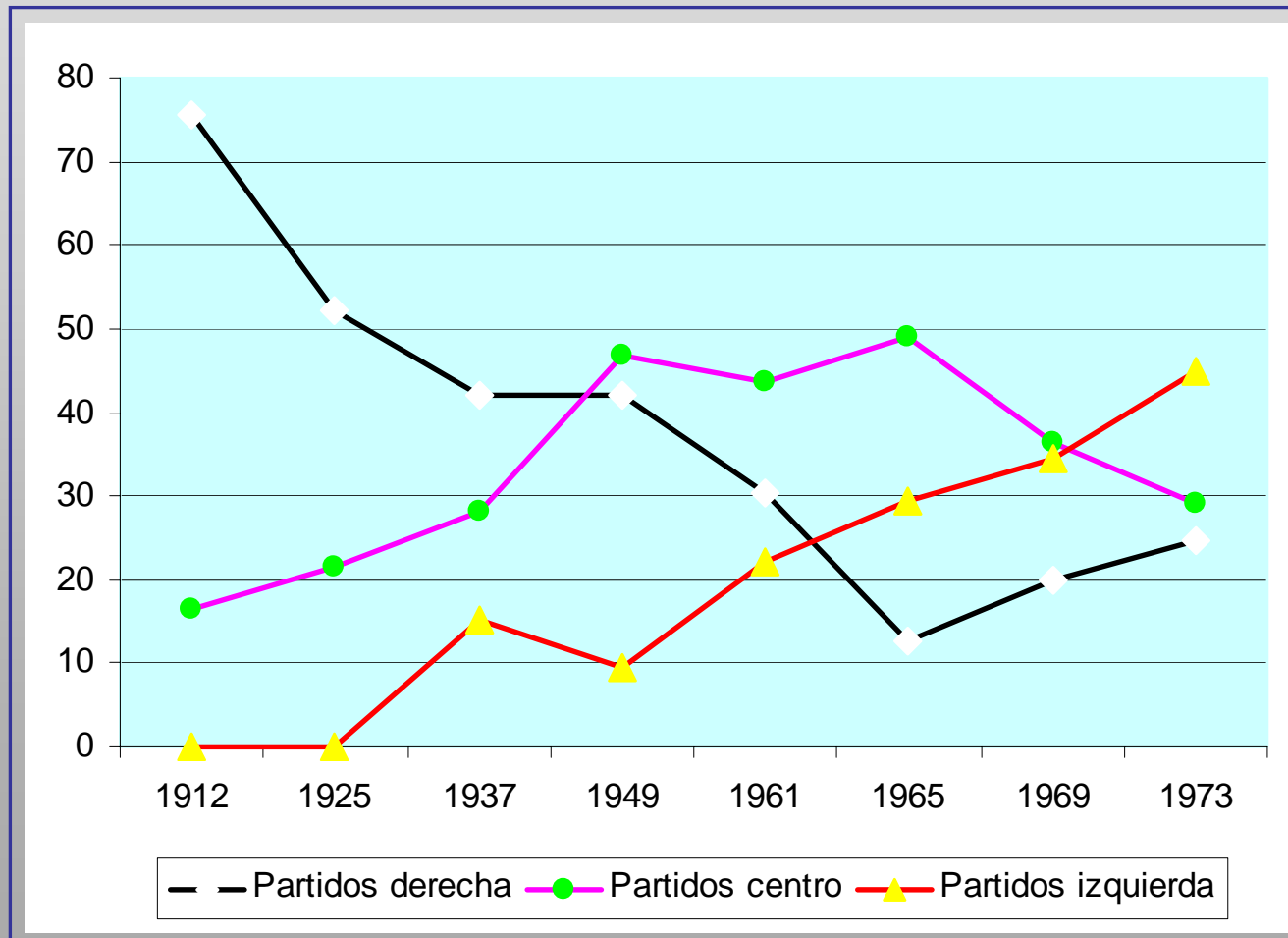
Número de votantes y porcentaje que vota, 1870-1973



Fuente: P. Navia, 2004

http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-090X2004000100004&script=sci_arttext&lng=es

Evolución ideológica




Fuente: P. Navia, 2004

http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-090X2004000100004&script=sci_arttext&lng=es

Conclusión

- Chile experimenta durante siglo XX lenta y gradual modernización
- Crecimiento economía es lento: el ingreso per capita aumenta en 2 mil dólares en 60 años, luego en 30 años, y sólo final de siglo XX da un salto
- Hacia 1940, sobrepasa 5 millones, ½ población está en ciudad y es alfabeta
- La masificación educacional se inicia por oleadas: primaria ('60s), secundaria ('70s) y superior ('90s)
- Hasta los '50 medios de transporte y comunicación modernos (automóvil, telefonía y radio) no han empezado a difundirse.
- También participación electoral es restringida hasta los '50. En torno a esa fecha ideología de derecha pierde su hegemonía a favor de centro e izquierda.
- En general, conciencia (y propuestas modernizadoras) se expresan con claridad a partir 60

An aerial photograph of a city, likely Mexico City, with a complex network of roads and buildings. The image is overlaid with a semi-transparent grid of red and blue lines, suggesting a digital or data-driven overlay. The text is positioned in the upper left quadrant of the image.

Modernización “corta” y globalización

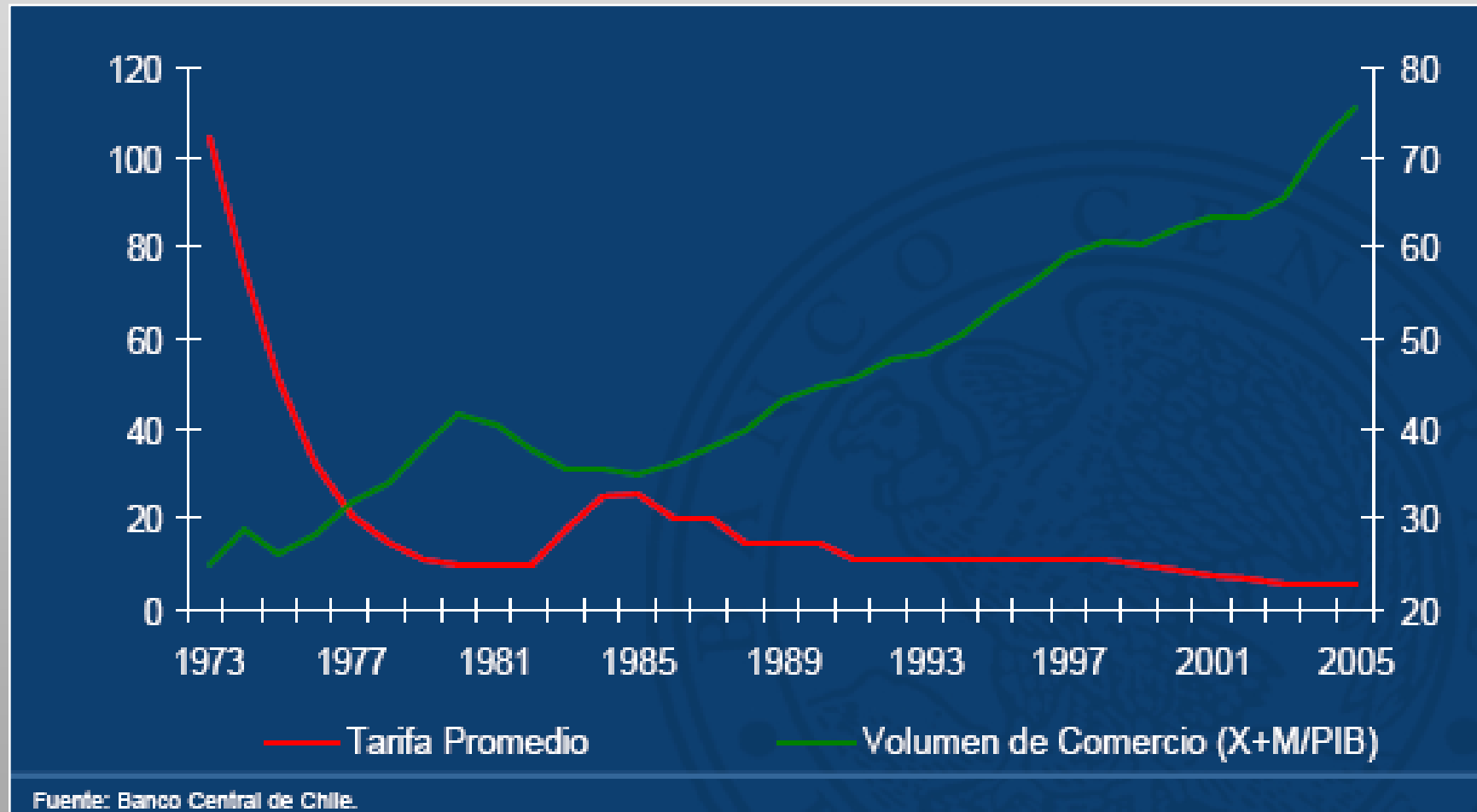
Revolución económica
Transformaciones sociales
Cambios en la cultura cotidiana
Modificaciones en la subjetividad y
valoraciones

Revolución económica

(Bases económicas de una
sociedad de consumo desigual)

Creciente integración a economía mundial

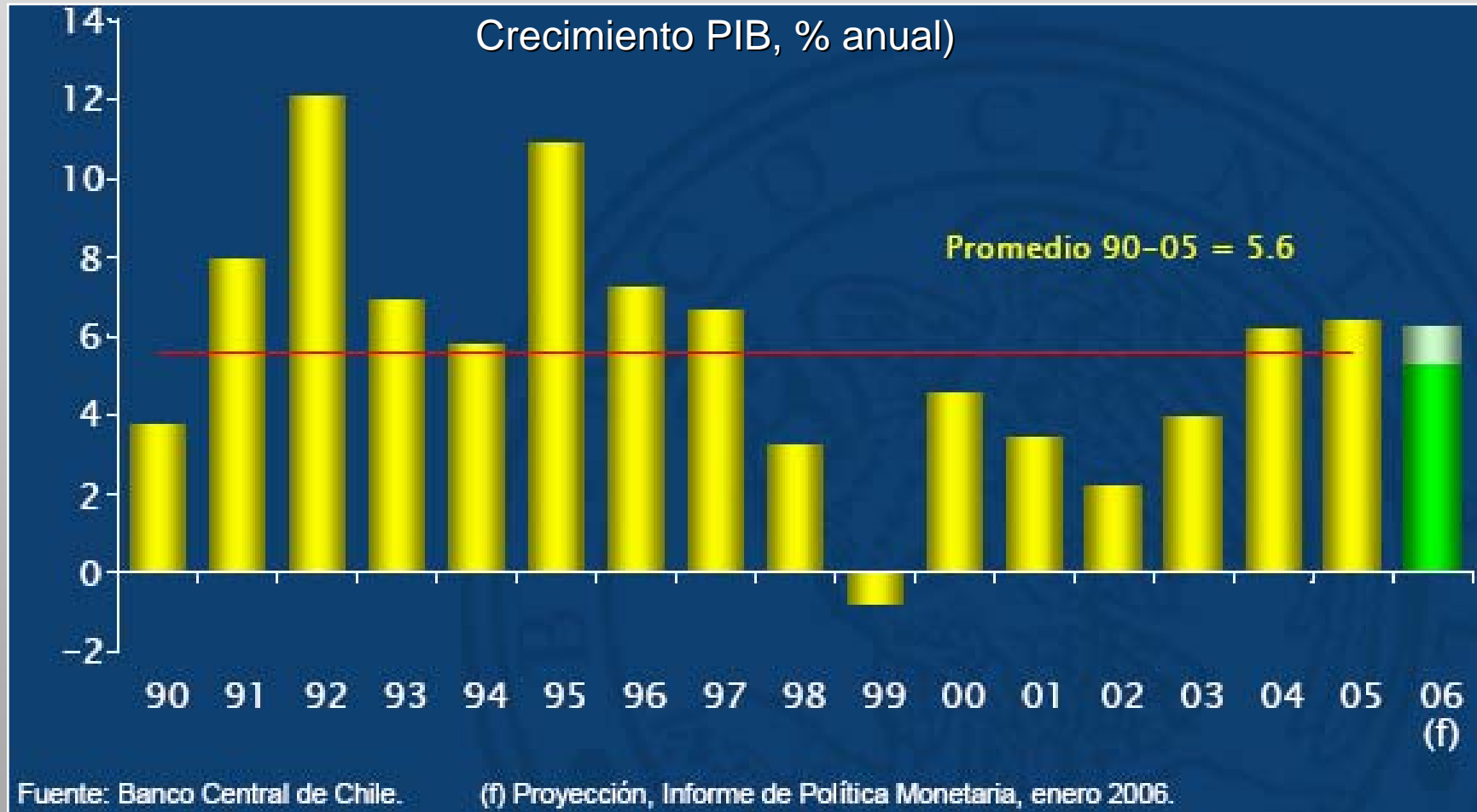
(%, 1973-2005)



Tomado de Corbo (2006)

<http://www.bcentral.cl/esp/politicas/exposiciones/miembrosconsejo/pdf/2006/vcl06042006a.pdf>

Dinámico crecimiento

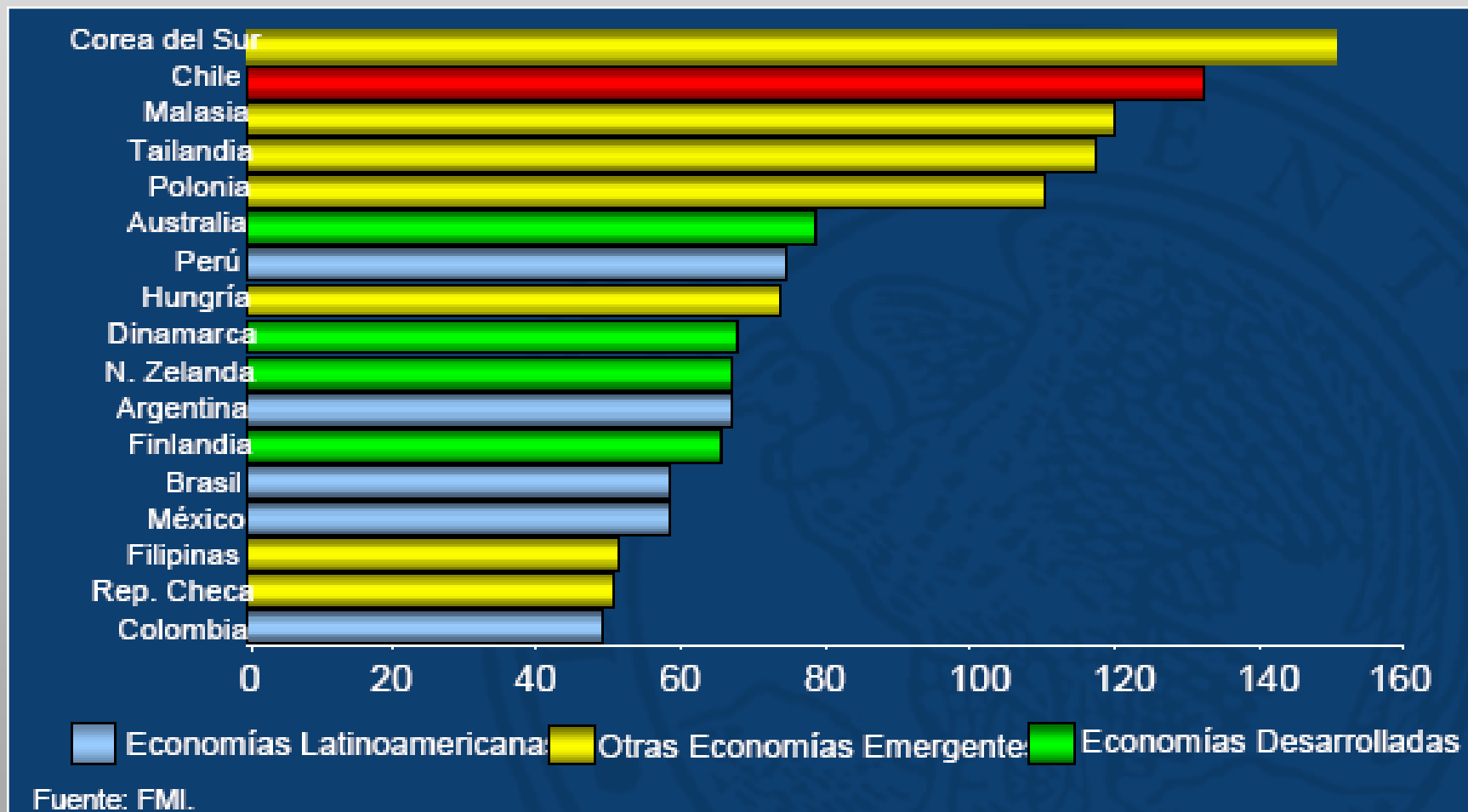


Fuente: E. Marshall (2006)

<http://www.bcentral.cl/esp/politicas/exposiciones/miembrosconsejo/pdf/2006/emr30032006.pdf>

Crecimiento comparado 1990-2004

Crecimiento del PIB 1990-2004 (% acumulado desde 1990)

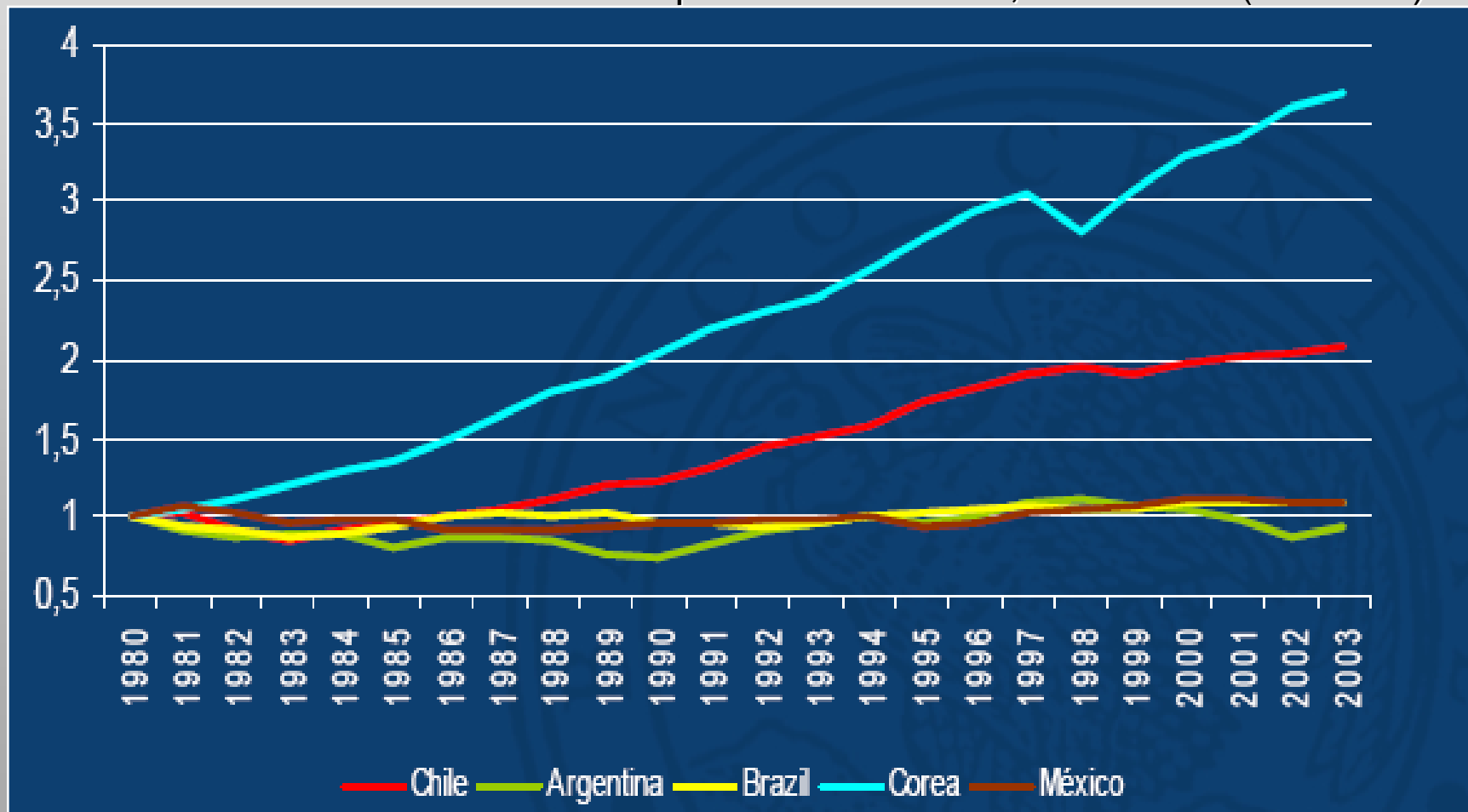


Fuente: E. Marshall (2006)

<http://www.bcentral.cl/esp/politicas/exposiciones/miembrosconsejo/pdf/2006/emr30032006.pdf>

Aumento del ingreso por persona

Crecimiento acumulado del PIB por habitante PPC, 1980-2003 (1980 = 1)

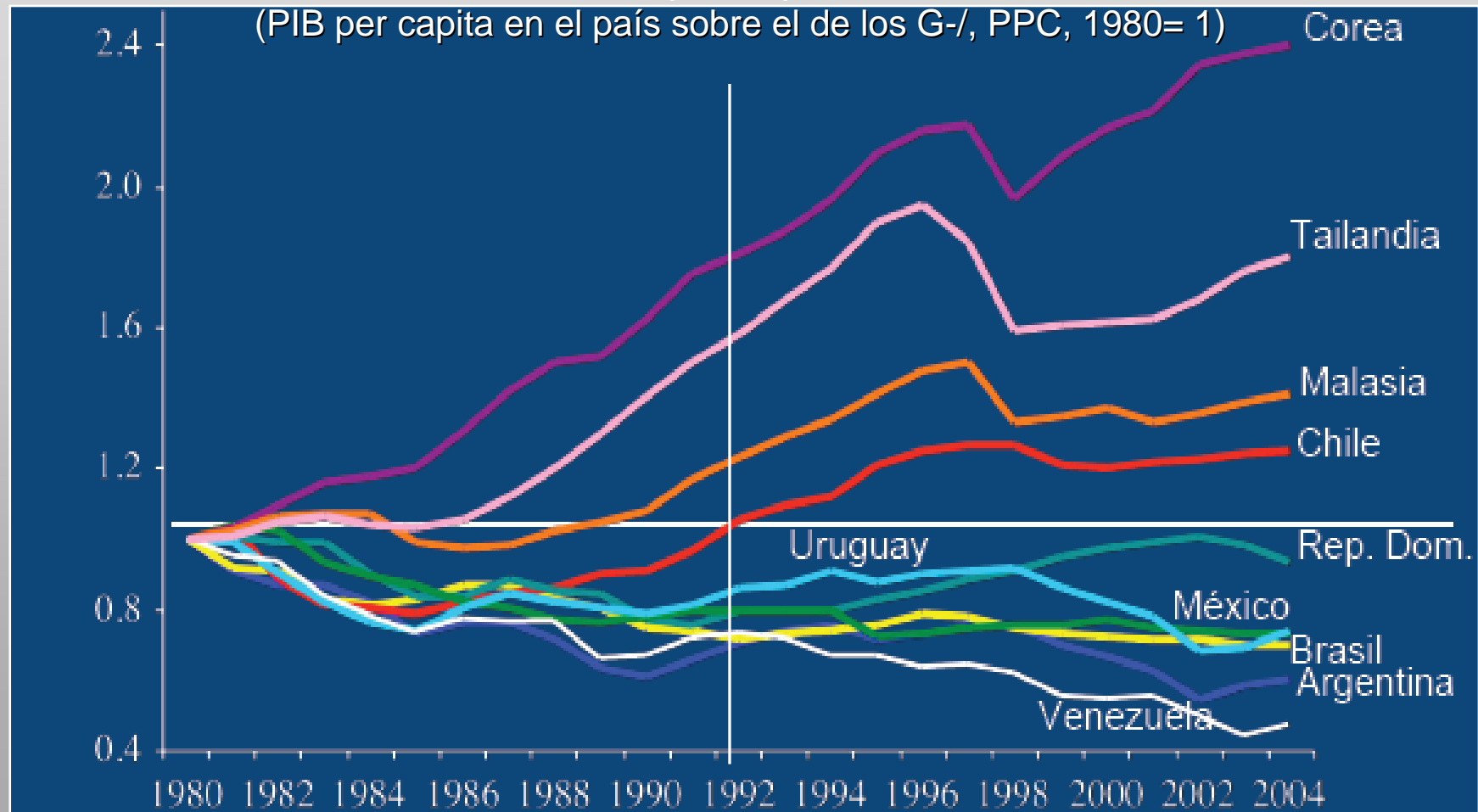


Fuente: E. Marshall (2006)

<http://www.bcentral.cl/esp/politicas/exposiciones/miembrosconsejo/pdf/2006/emr30032006.pdf>

Cerrando brechas con G-7

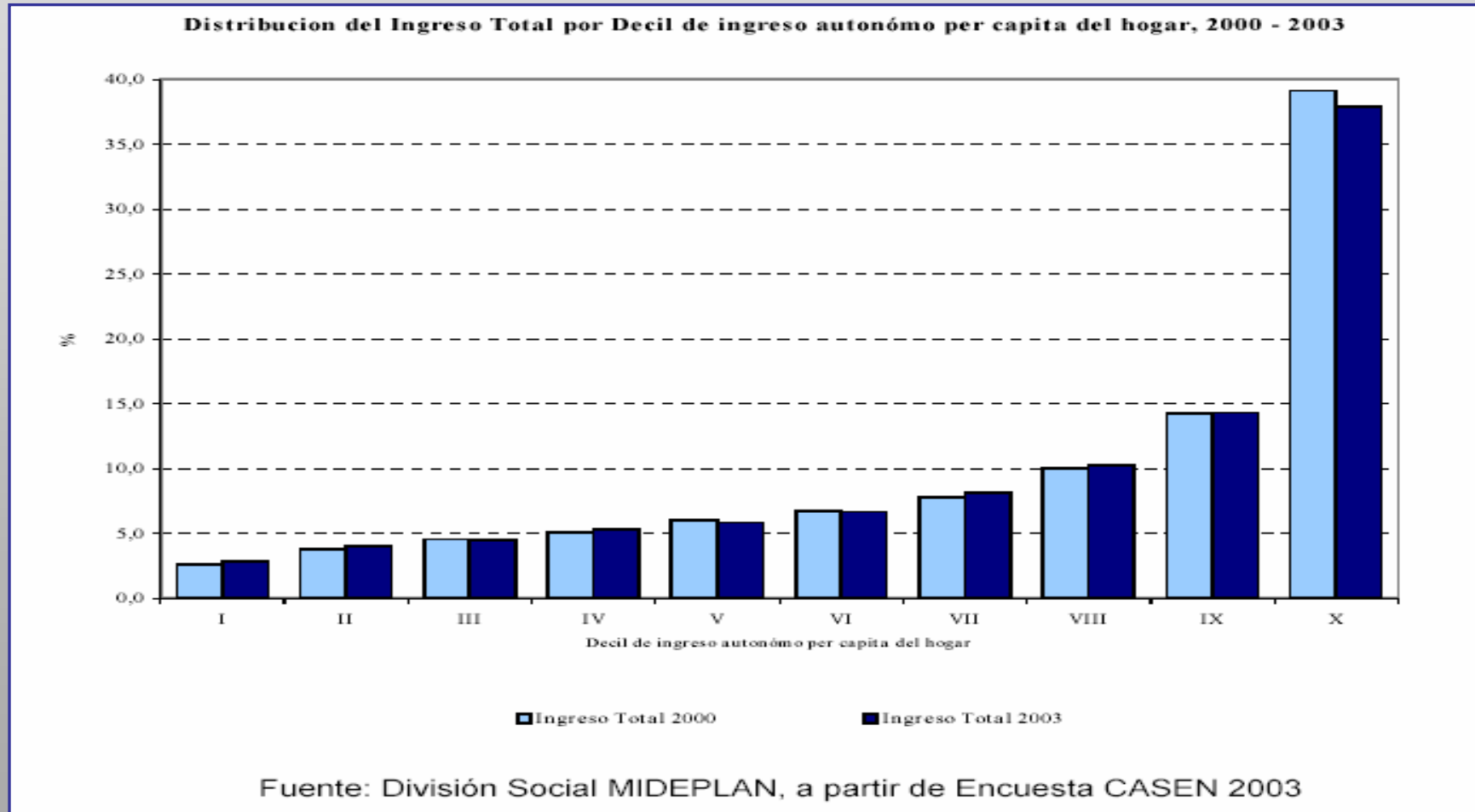
Producto per capita relativo



Fuente: Corbo (2006)

<http://www.bcentral.cl/esp/politicas/exposiciones/miembrosconsejo/pdf/2006/vcl19042006.pdf>

Sin embargo, ingreso mal distribuido



...con mala distribución persistente

Distribución del Ingreso Autónomo por Habitante del Hogar,
1987-2003 (1)
Según quintil de ingreso autónomo

Quintil de Ingreso	1987	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2003
I	3,8	4,1	4,3	4,1	3,8	3,7	3,8	3,9
II	7,6	8,1	8,3	8,1	8,0	8,0	8,1	8,3
III	11,5	12,3	12,2	11,9	11,8	11,7	12,2	12,1
IV	19,1	18,1	18,5	18,6	19,2	19,2	18,5	14,6
V	58,0	57,4	56,7	57,3	57,2	57,4	57,5	56,5
1% más rico	12,0	12,4	13,7	12,4	12,7	13,2	14,3	14,1
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100

(1) Se excluye servicio doméstico puertas adentro y su núcleo familiar.
Fuente: Mideplán, Departamento de Información Social, y encuestas CASEN.

...pero que no empeora

Razón entre los Ingresos del 20% más Rico y el 20% más Pobre, 1990, 2000 y 2003

	1990	2000	2003
Ingresos Autónomos (1) Q5/Q1	14,7	15,3	14,3
Ingresos Monetarios (2) Q5/Q1	13,0	13,2	12,3
Transferencias (3) Q1/Q5	11,1	22,9	26,5
Ingresos Totales (4)	8,8	8,3	7,6

(1) Incluye ingresos del trabajo, jubilaciones y pensiones, ingresos provenientes del capital y otros ingresos autónomos.

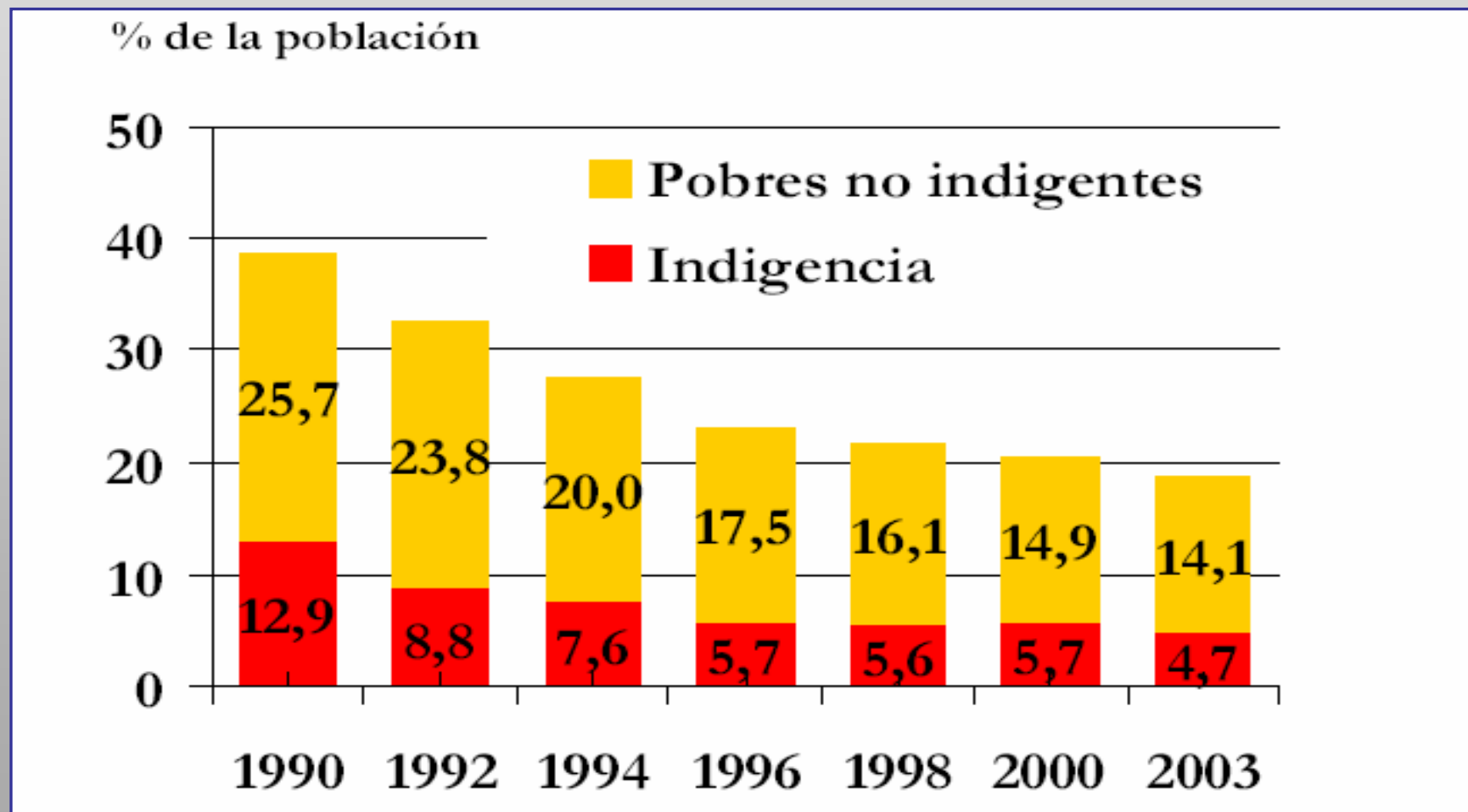
(2) Incluye los ingresos autónomos más los subsidios monetarios.

(3) Considera subsidios monetarios y transferencias en educación y salud.

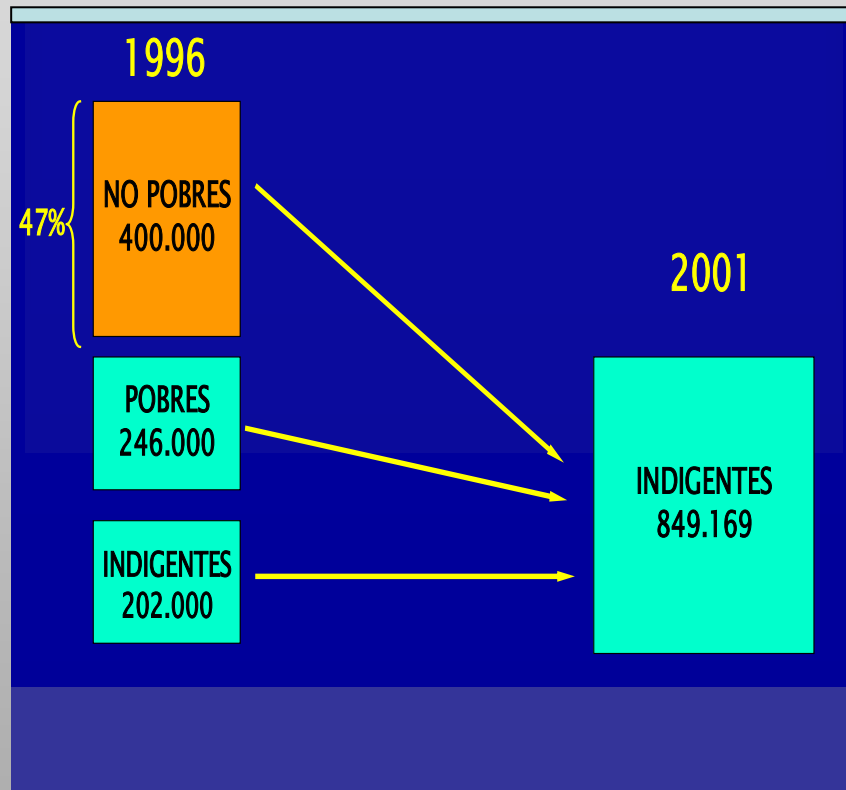
(4) Incluye los ingresos monetarios más las transferencias en educación y salud.

Fuente: Elaboración en base a información de Mideplán, encuestas CASEN varios años.

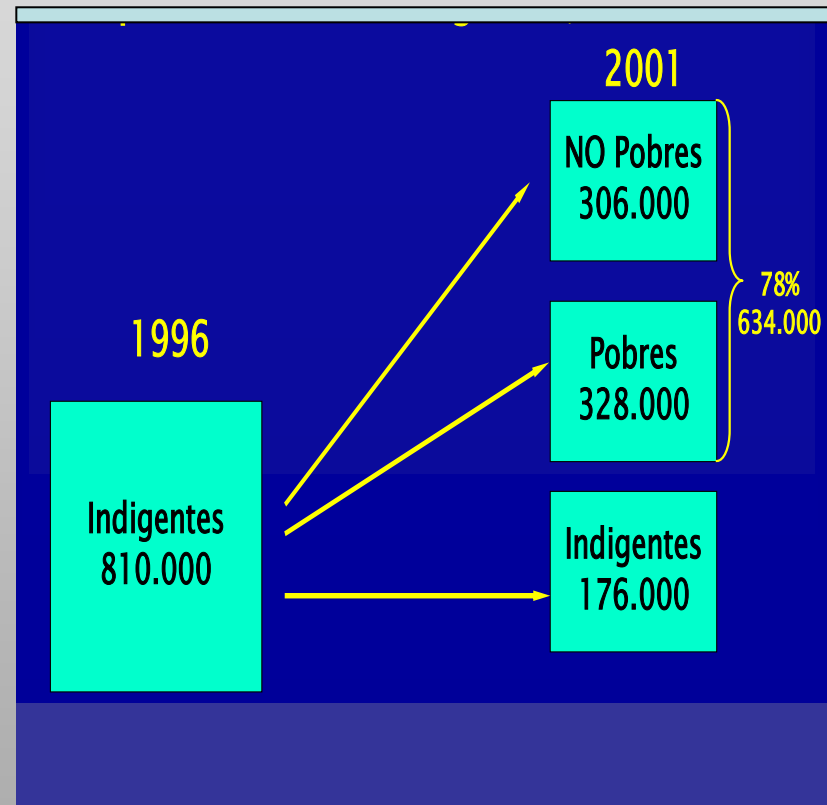
y sectores excluidos que disminuyen



Entrada y salida de la pobreza



47% indigentes del 2001 no eran Pobres en 1996



78% indigentes de 1996 no eran Indigentes en 2001.

Ocupaciones de servicios

OCUPADOS POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA, NIVEL NACIONAL, SEGUN PERIODO
(Miles de personas) **2005**

PERIODO	DIC-FEB 2005	NOV-ENE 2005	VAR. %	DIC-FEB 2004	VAR. %
TOTAL	5.845,52	5.873,71	-0,5	5.665,44	3,2
AGRICULTURA, CAZA Y PESCA	795,82	795,98	0,0	795,49	0,0
MINAS Y CANTERAS	73,31	75,36	-2,7	74,52	-1,6
INDUSTRIA MANUFACTURERA	772,31	792,45	-2,5	794,44	-2,8
ELECTRICIDAD GAS Y AGUA	33,73	32,24	4,6	32,98	2,3
CONSTRUCCIÓN	480,40	472,09	1,8	425,11	13,0
COMERCIO	1.135,97	1.135,58	0,0	1.069,06	6,3
TRANSPORTE, ALMACENAJE Y COMUNICACIONES	481,73	471,01	2,3	481,10	0,1
SERVICIOS FINANCIEROS	490,12	485,68	0,9	469,95	4,3
SERVICIO COMUNALES SOCIALES Y PERSONALES	1.582,14	1.613,32	-1,9	1.522,81	3,9

63%

FUENTE: Encuesta Nacional del Empleo. INE.

Fuente: INE <http://www.ine.cl/27-prensa/ipv/2005/2005/290305/290305.pdf>

Base empresarial heterogénea

Participación porcentual de las empresas en las ventas, 1994-2003

Participación de empresas Formales según tamaño, 2003

Tamaño	Ventas Anuales en UF	Nº de Empresas	Porcentaje del total
Microempresa	Menos de 2.400	548.132	82,0
Pequeña	2.400,1- 25.000	103.917	15,5
Mediana	25.000,1 – 100.000	15.019	2,3
Grande	Más de 100.000	1.584	0,2
Total		668.652	100

Fuente: Elaborado a base de información del SII. No se incluyeron las empresas que no mostraron ventas ese año.

Tipo Empresa	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
a. Micro	4,1	3,7	3,7	3,5	3,9	4,0	3,7	3,4	3,1	2,9
b. Pequeña	11,9	10,9	10,7	10,6	11,1	10,9	10,2	9,5	9,0	8,5
c. Mediana	11,0	10,2	10,0	10,2	10,4	10,2	9,5	8,9	8,6	8,2
d. PYME (b+c)	22,8	21,1	20,6	20,7	21,5	21,1	19,6	18,4	17,6	16,7
e. Grande	73,1	75,2	75,7	75,8	74,7	74,9	76,7	78,3	79,3	80,5
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta Casen 1990-2000.

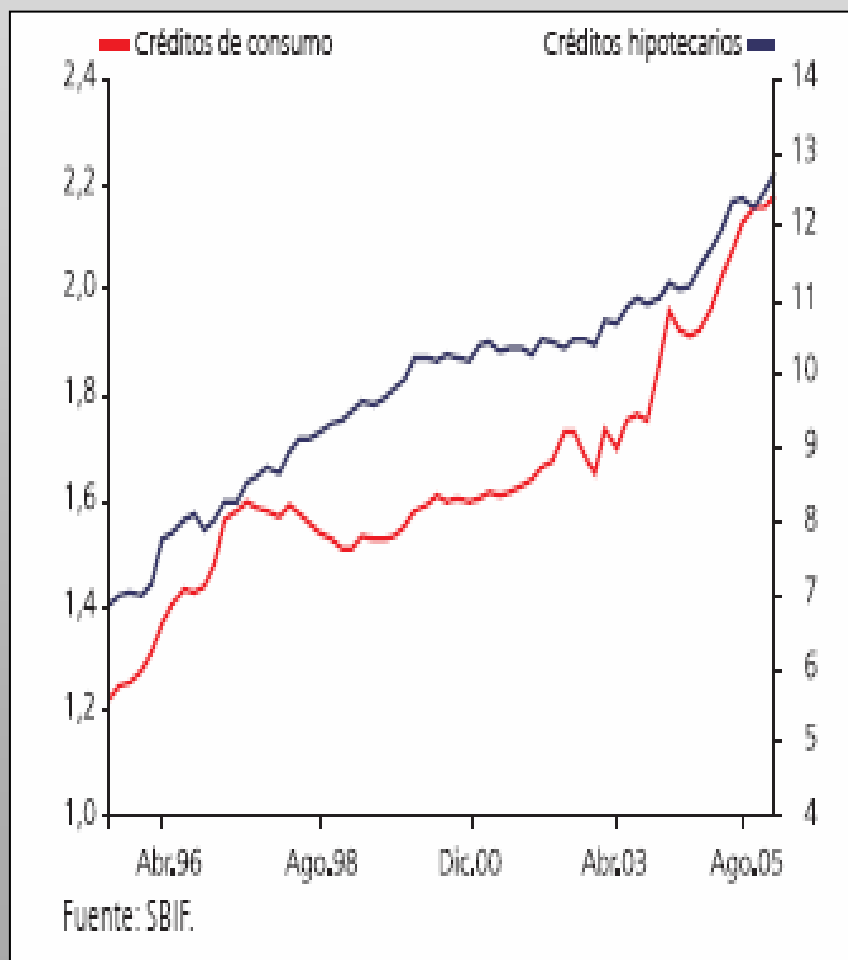
Participación porcentual de las empresas En el empleo productivo, 1990-2000

Tipo Empresa	1990	1992	1994	1996	1998	2000
a. Micro	34,0	33,6	30,3	39,0	20,9	33,2
b. Pequeña	28,6	31,0	33,4	32,4	24,9	26,9
c. Mediana	17,9	18,8	17,6	17,1	17,2	17,2
d. PYME (b+c)	46,5	49,1	51,1	49,4	42,1	44,1
e. Grande	19,6	17,3	18,6	11,6	27,0	22,7
Total	100	100	100	100	100	100

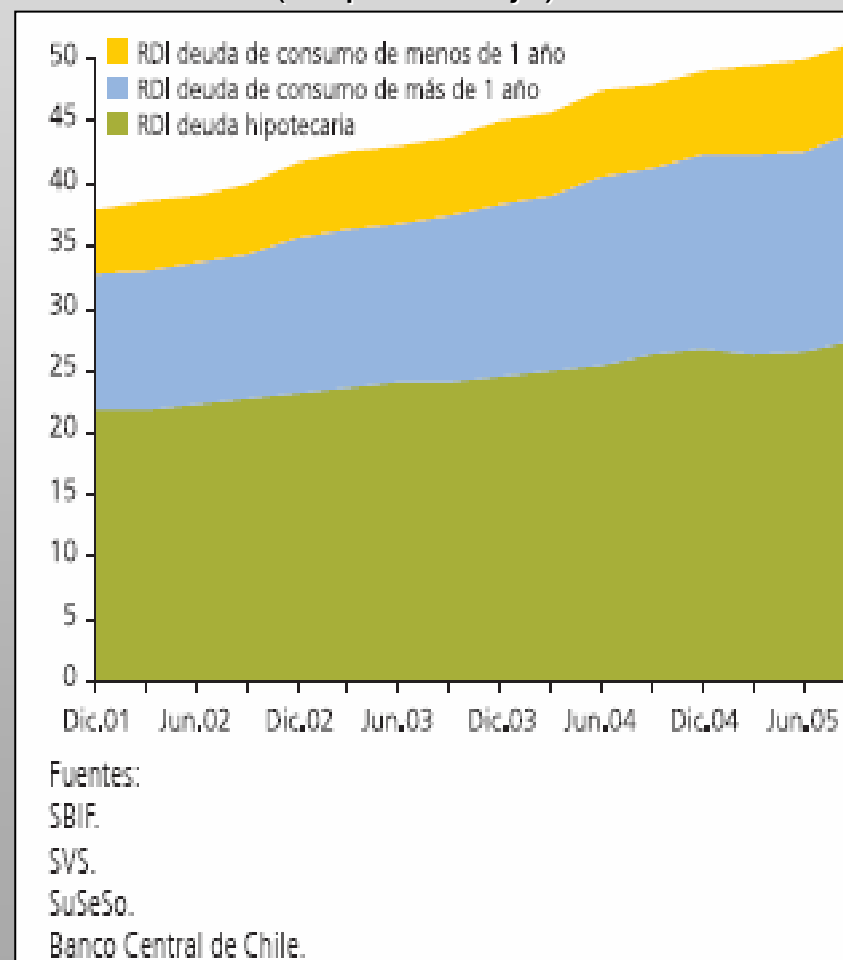
Fuente: Encuesta Casen 1990-2003.

Consumo en aumento, 1996-2005

Deuda hipotecaria y de consumo bancaria por deudor (Millones pesos septiembre 2005)



Razón deuda sobre ingreso (RDI) (en porcentaje)



Banco Central de Chile, Informe de Estabilidad Financiera, 2° Semestre 2005

<http://www.bcentral.cl/esp/publ/politicas/pdf/iefdic2005.pdf>

...rol de supermercados

INDICE REGIONAL DE VENTAS REALES DE SUPERMERCADOS

Febrero de 2005 (Base: junio 1991=100)

REGION	INDICE	VARIACIONES (%)		
		GENERALES	ACUMULADA	12 MESES
INDICE GENERAL	291,97	-2,8	5,3	2,7
I	322,73	-1,3	6,6	2,8
II	358,38	-4,5	4,8	2,6
III	306,02	-2,6	6,5	5,1
IV	659,16	5,7	9,9	8,3
V	310,87	0,5	11,7	9,3
VI	323,46	2,1	3,2	1,6
VII	311,61	4,5	2,4	0,5
VIII	310,24	-0,5	0,5	-0,9
IX	486,63	5,9	11,0	11,1
X	514,54	4,0	3,1	3,1
XI	482,56	-11,9	33,8	23,4
XII	253,77	-4,7	21,0	19,1
METROPOLITANA	228,52	-8,3	3,7	-0,3

INE, INDICADORES MENSUALES - N° 77, Marzo de 2005

<http://www.ine.cl/27-prensa/ipv/2005/2005/290305/290305.pdf>

Conclusión

- Modernización corta se inicia con apertura economía e incorporación a la globalización
- Desata dinámicas de crecimiento con salto en ingreso per cápita, en marco de persistente desigualdad del ingreso
- Disminuye pobreza pero con alta permeabilidad de entrada y salida
- Chile se transforma en una sociedad de ocupaciones comerciales y de servicios
- Con creciente acceso y uso del crédito para vivienda y consumo

Transformaciones sociales

(Efectos de modernización acelerada)

Demografía y familia

Hogar y mujeres

Urbanización

Propietarización

Educación y profesionalización

Comunicación

Estratificación

Menos hijos, más años de vida, sociedad más adulta

CUADRO 9

**EVOLUCION NACIONAL DE LOS PRINCIPALES
INDICADORES DEMOGRAFICOS 1960 - 2005**

Indicador	1960-1965	1970-1975	1980-1985	1990-1995	2000-005
Tasa de crecimiento natural (por mil)	24,68	18,59	16,56	16,27	12,44
Tasa global de fecundidad (número medio de hijos por mujer)	5,28	3,63	2,66	2,54	2,35
Tasa bruta de natalidad (por mil)	36,83	27,47	22,94	21,81	18,18
Esperanza de vida al nacer (en años)	58,05	63,57	70,70	74,43	75,96
Edad media (en años)	a/ 25,40	a/ 26,17	a/ 27,93	a/ 29,57	a/ 31,81
Tasa bruta de mortalidad general (por mil)	12,15	8,88	6,38	5,54	5,74
Tasa de mortalidad infantil (por mil nacidos vivos)	109,00	68,60	23,70	14,00	11,60

Fuente: INE. Publicación: Estimaciones y Proyección de Población por sexo y edad total País: 1990-2005.

a/ Cifra calculada para el último año de cada período, ejemplo 1965, 1975, etc.

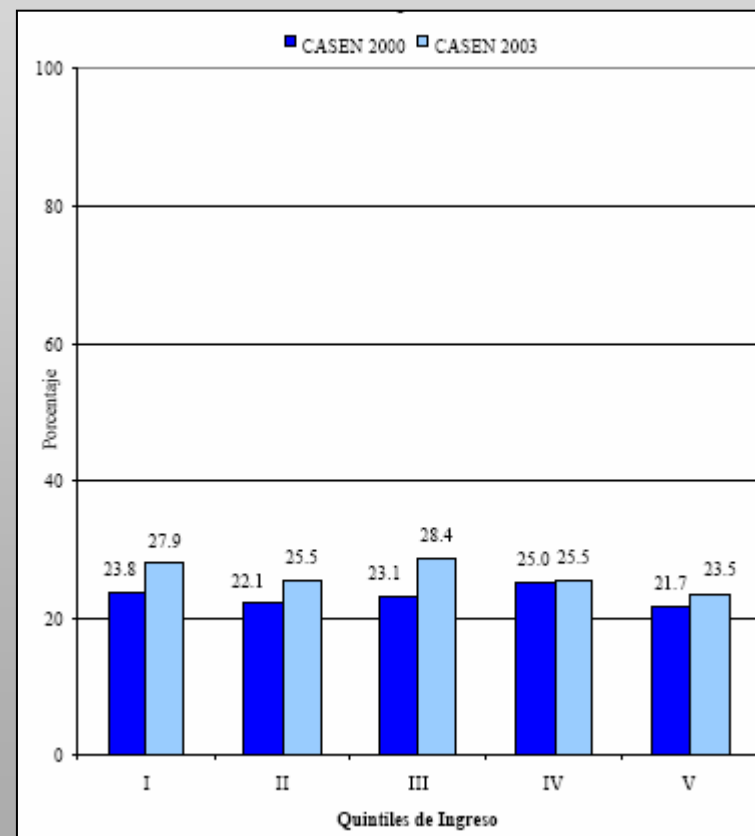
Jefas de hogar en ascenso

Distribución de jefas de hogar por quintiles de ingreso del hogar, 2000-2003

Distribución de los hogares por sexo Del jefe/a del hogar, 1990-2003

Año	Hogares con jefe de hogar hombre	Hogares con jefe de hogar mujer
1990	80,0	20,0
1992	79,5	20,5
1994	78,7	21,3
1996	78,1	21,9
1998	77,2	22,8
2000	76,9	23,1
2003	73,8	26,2

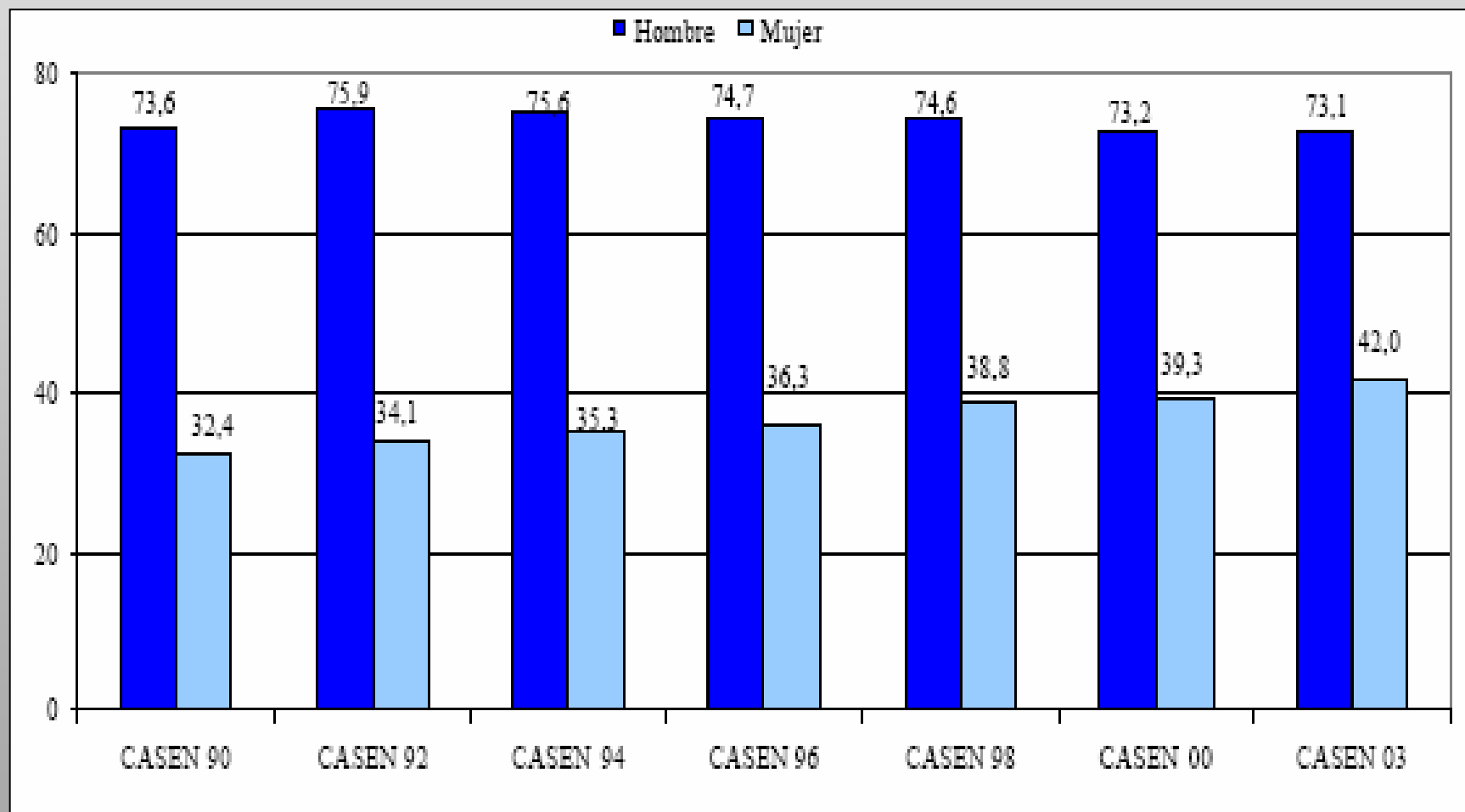
*Se excluye al servicio doméstico puertas adentro y su núcleo familiar.
Fuente: División Social MIDEPLAN en base a Encuesta Casen 1990 y 2003



MIDEPLAN (2004)

http://www.mideplan.cl/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_234.pdf

Mujer en mercado de trabajo: >

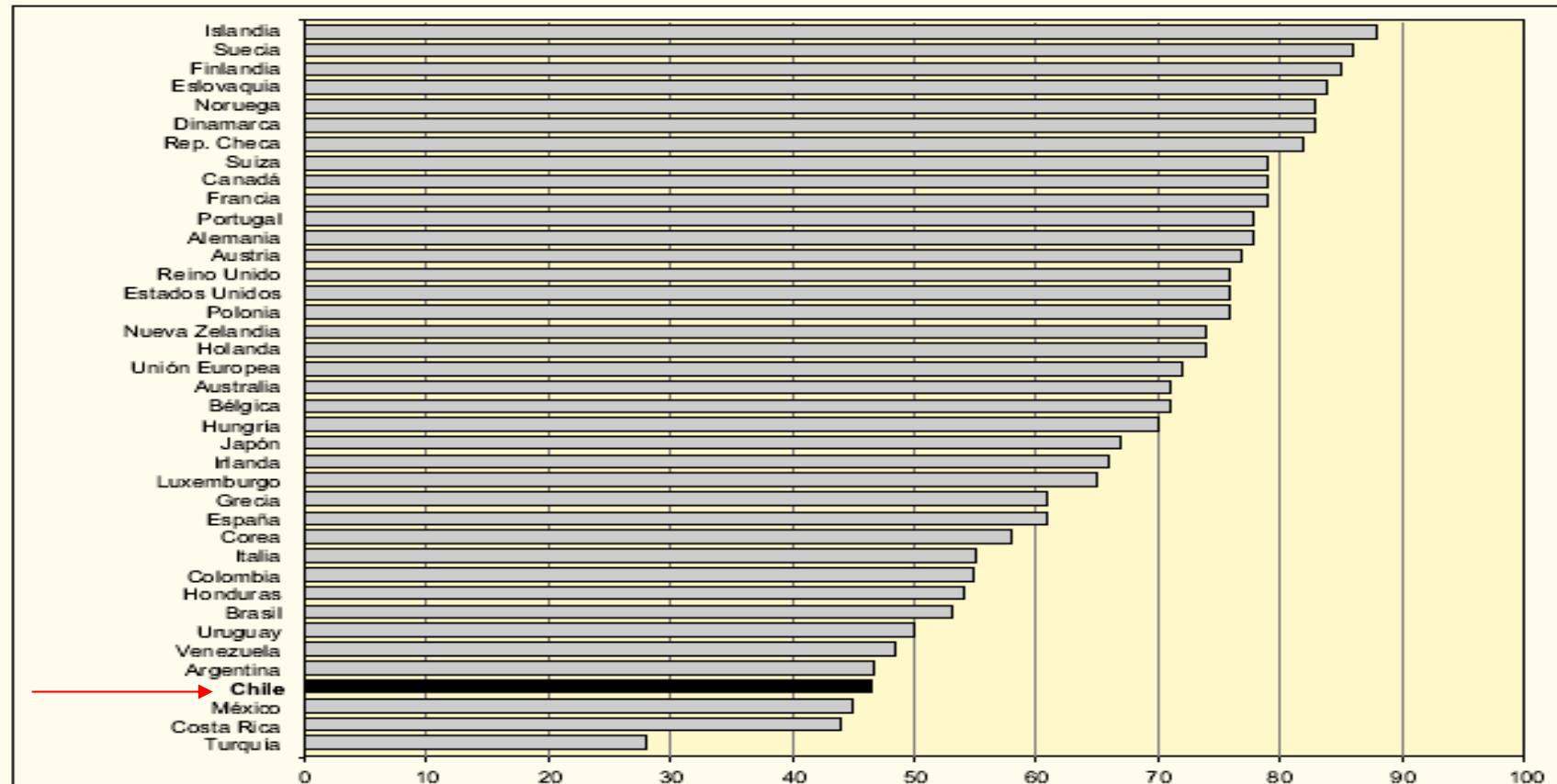


MIDEPLAN (2004)

http://www.mideplan.cl/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_234.pdf

Aún reducida participación en FL

Tasa de participación laboral femenina comparada
(Mujeres entre 25 y 54 años)

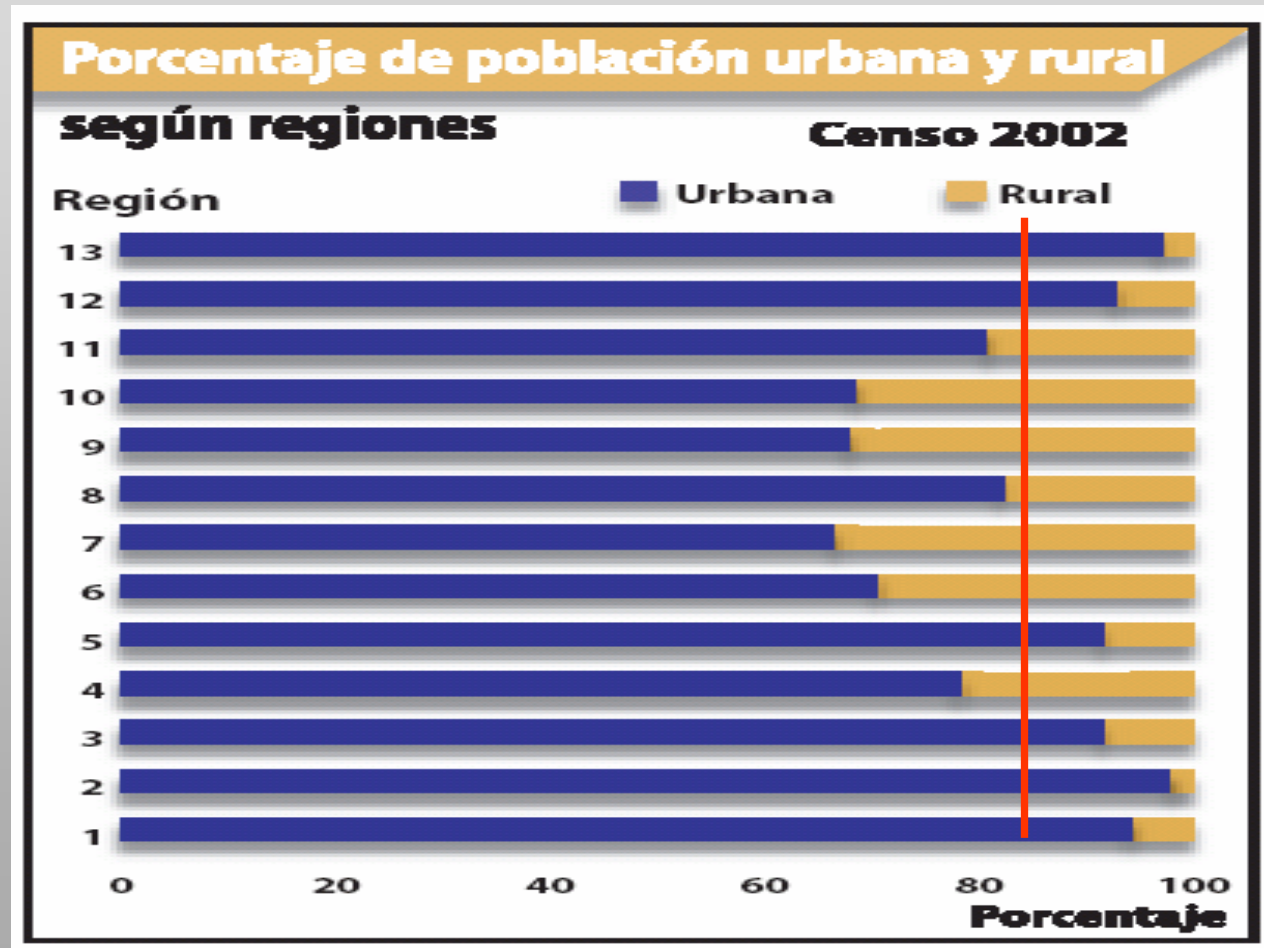


Nota: Para los países latinoamericanos, con la excepción de México, se presenta la información para la población entre 15 y 64 años, que es menor que la del grupo de 25 a 54. La información para estos países, es de 1999. Para los demás, de 2001.

Fuente: Para Chile: CENSO 2002. Para otros países: CEPAL, OECD, 2002.

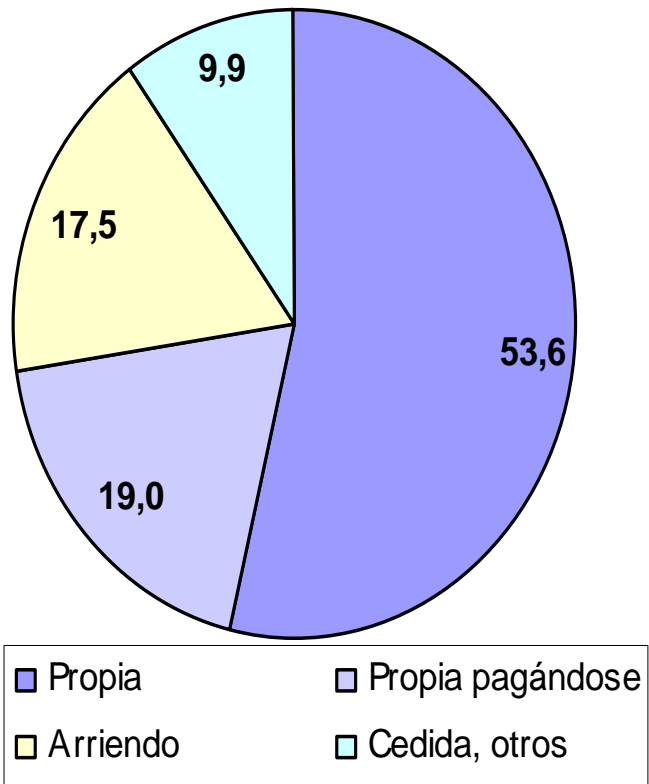
Urbanización geográfica distribuida

Urbana: 86,6
Rural: 13,4

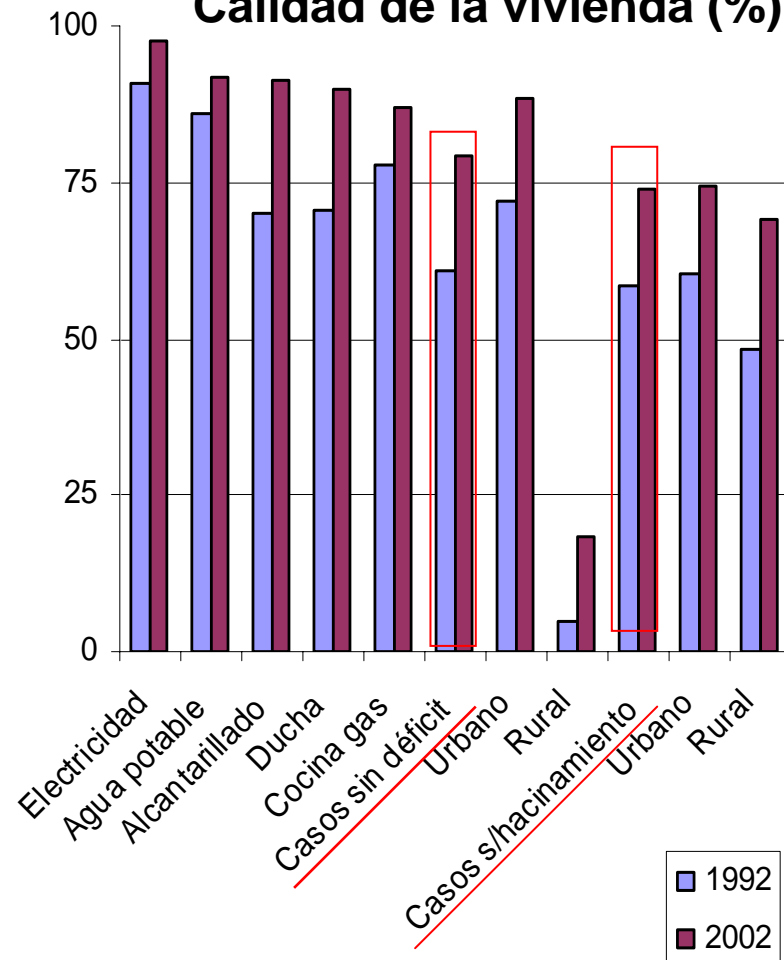


Propietarización difundida

Vivienda: Tipo de propiedad (porcentaje), 2002



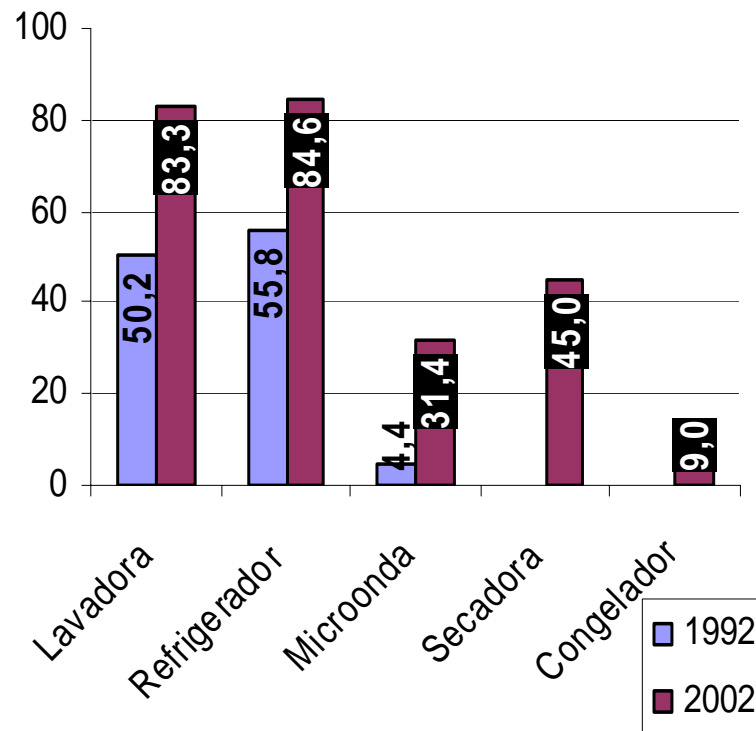
Calidad de la vivienda (%), 2002



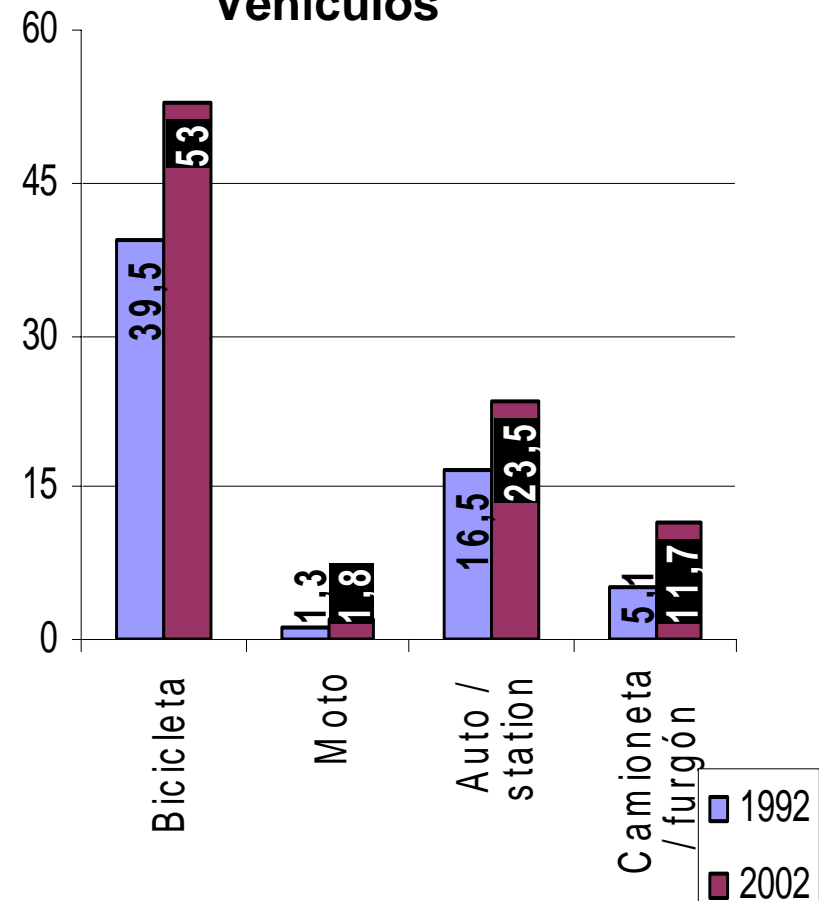
Sobre la base INE, Censos 1992 y 2002

Bienes durables y vehículos

Bienes durables domésticos (% personas en hogares c/ acceso)

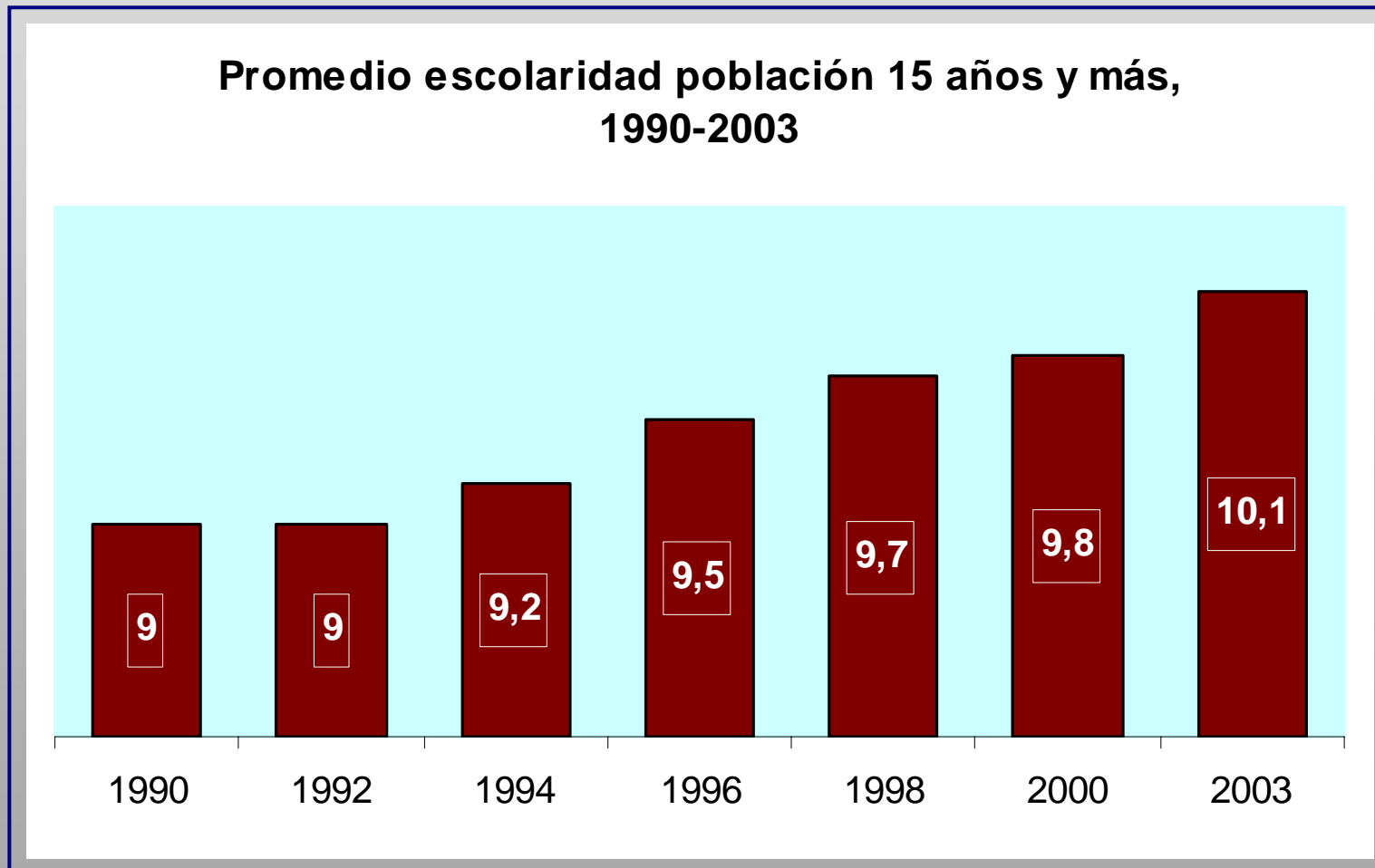


Vehículos



Sobre la base INE, Censos 1992 y 2002

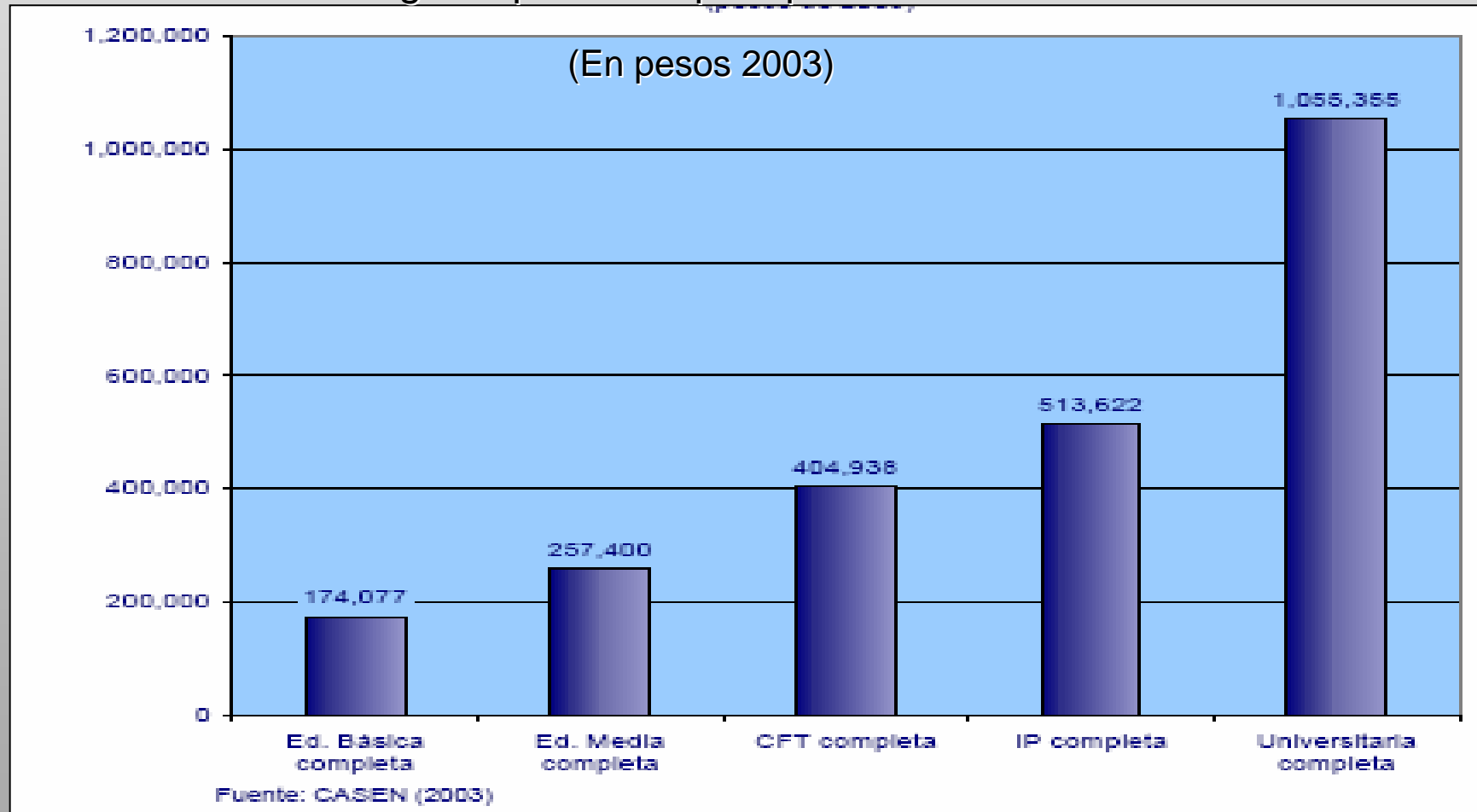
Mayores niveles de educación



MIDEPLA, CASEN 2003

Premio por educación

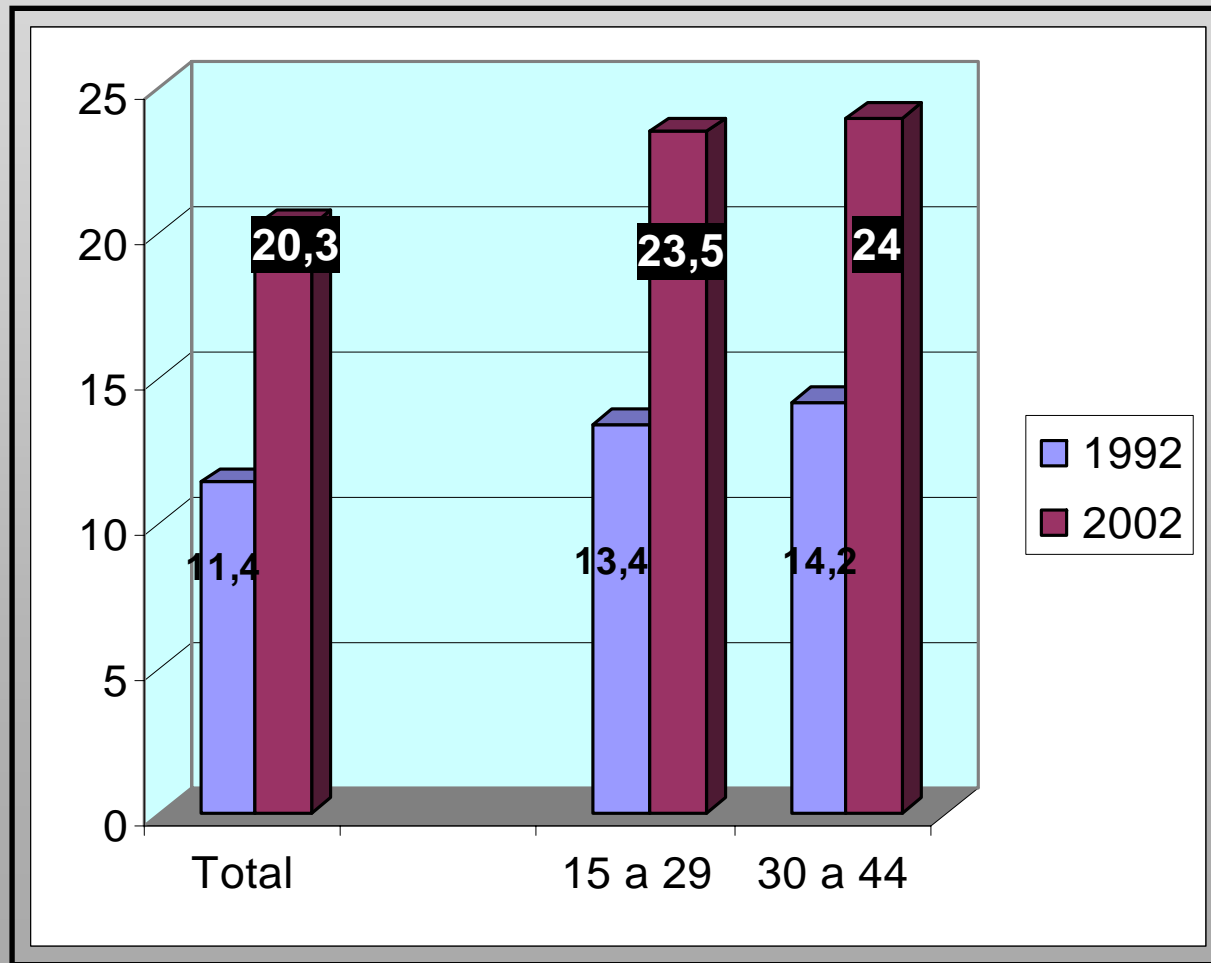
Ingreso promedio por tipo educación



Fuente: MINEDUC, www.futurolaboral.cl

Profesionalización fuerza trabajo

Población de 15 años y más c/ educación superior x grupo edad



Sobre la base INE, Censos 1992 y 2002

Gente más conectada

Equipamiento de los hogares con medios de información y comunicación

	1982	1992	2002
Televisor en colores	27,0	54,4	89,2
Televisor en b/n	S/I	51,0	15,1
Equipo de música	—	32,2	69,6
VHS/DVD	—	19,3	38,4
Teléfono fijo	11,0	23,8	53,4
Teléfono celular	*	1,1	53,8
Computador	*	*	22,4
Conexión a Internet	*	*	11,0

Fuente: INE. Censos 1992 y 2002. (*) No se preguntó por la presencia del bien en el hogar

Consumo diario de distintos medios de comunicación (% todos los días)

	Televisión abierta	Radio	TV pagada	Diarios	Internet
1970 (a)	33,8	59,4	*	29,4	*
1972 (b)	43,1	57,4	*	**	*
1996 (c)	83,5	73,6	*	19,6	*
1999 (c)	84,1	71,1	23	25,1	*
2002 (c)	79,4	68,3	25,2	22,4	11,6
2005 (c)	79,1	60,1	24,7	22,6	15,3

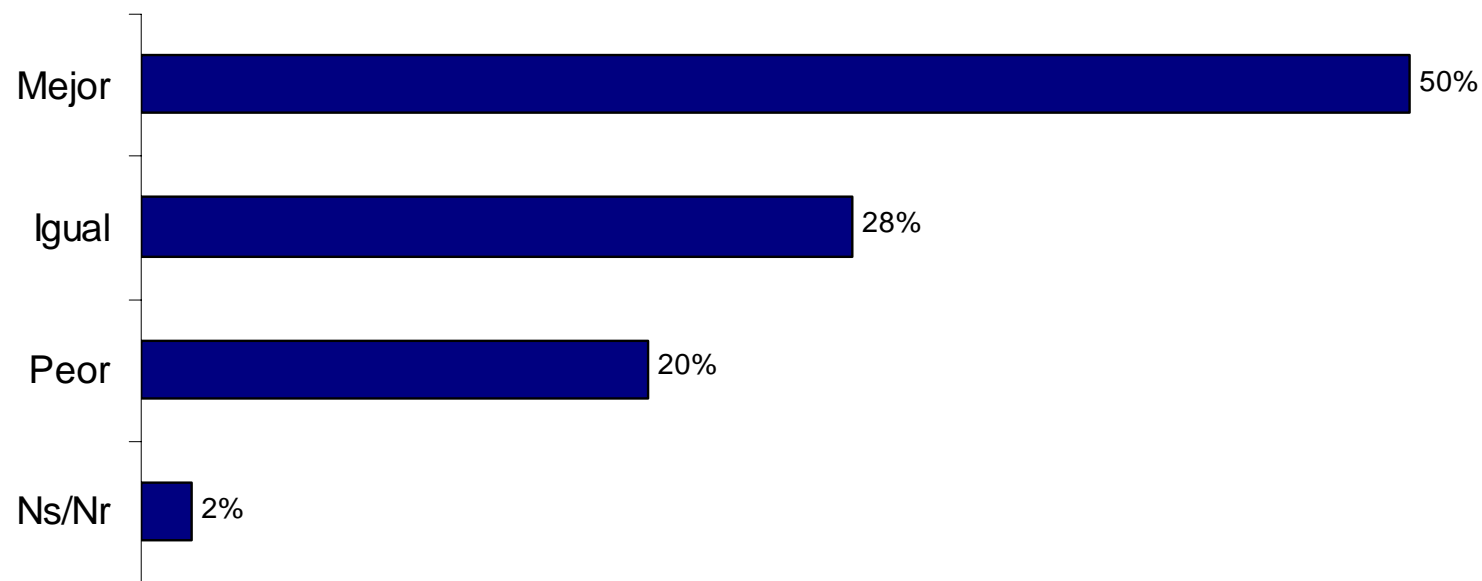
Fuente: (a) Eduardo Hamuy, Encuesta de Opinión Pública Santiago, 1970. (b) Eduardo Hamuy, Encuesta de Opinión Pública Santiago, Valparaíso y Concepción, 1972. (c) CNTV. Encuesta Nacional de Televisión. (*) No se consulta por consumo del medio (**) Dato no disponible

Fuente: Marín y Cordero (2005)

Mayor transparencia

Pensando en los últimos diez años ¿Ud. cree que estamos peor, igual o mejor respecto de la transparencia de la información que reciben todos los chilenos?

Mediática, 2004



Estratificación ocupacional

OCUPADOS POR GRUPOS DE OCUPACION, NIVEL NACIONAL, SEGUN PERIODO
(Miles de personas)

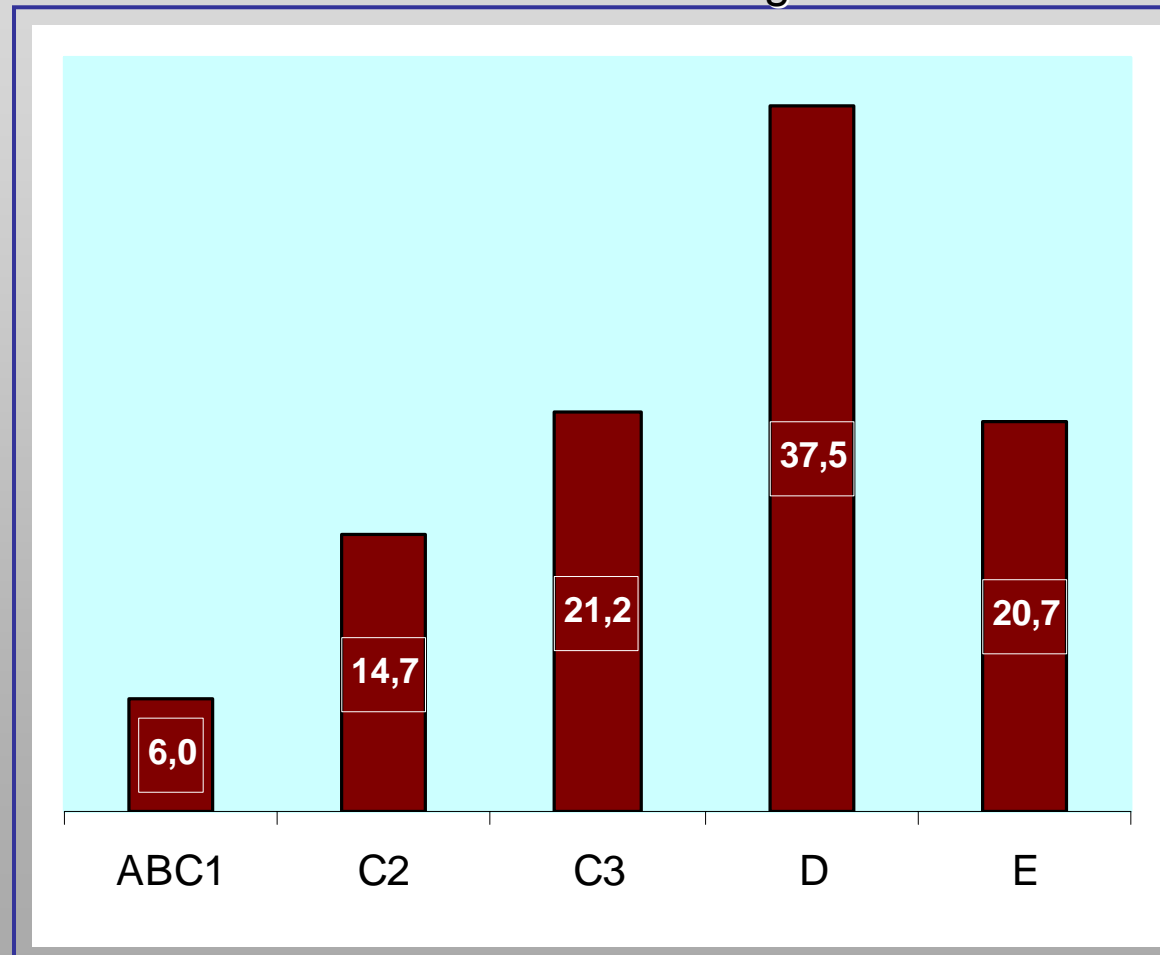
PERIODO	DIC-FEB 2005	NOV-ENE 2005	VAR. %	DIC-FEB 2004	VAR. %
TOTAL	5.845,52	5.873,71	-0,5	5.665,44	3,2
Profesionales, Técnicos y Afines	630,39	633,41	-0,5	596,75	5,6
Gerentes, Administradores y Directivos	212,32	211,18	0,5	186,89	13,6
Empleados Oficina y Afines	893,61	890,00	0,4	816,47	9,4
Vendedores y Afines	723,28	729,71	-0,9	710,99	1,7
Agricultores, Ganaderos y Pescadores	805,48	807,69	-0,3	805,65	0,0
Conductores y Afines	310,13	307,45	0,9	324,25	-4,4
Artisanos y Operarios	816,19	819,83	-0,4	824,19	-1,0
Otros Artisanos y Operarios	249,33	256,89	-2,9	253,84	-1,8
Obreros y Jornaleros	358,78	359,65	-0,2	307,04	16,9
Trabajadores en Servicios Personales	801,42	814,34	-1,6	788,94	1,6
Otros Trabajadores	44,59	43,56	2,4	50,42	-11,6

FUENTE: Encuesta Nacional del Empleo. INE.

<http://www.ine.cl/27-prensa/ipv/2005/2005/290305/290305.pdf>

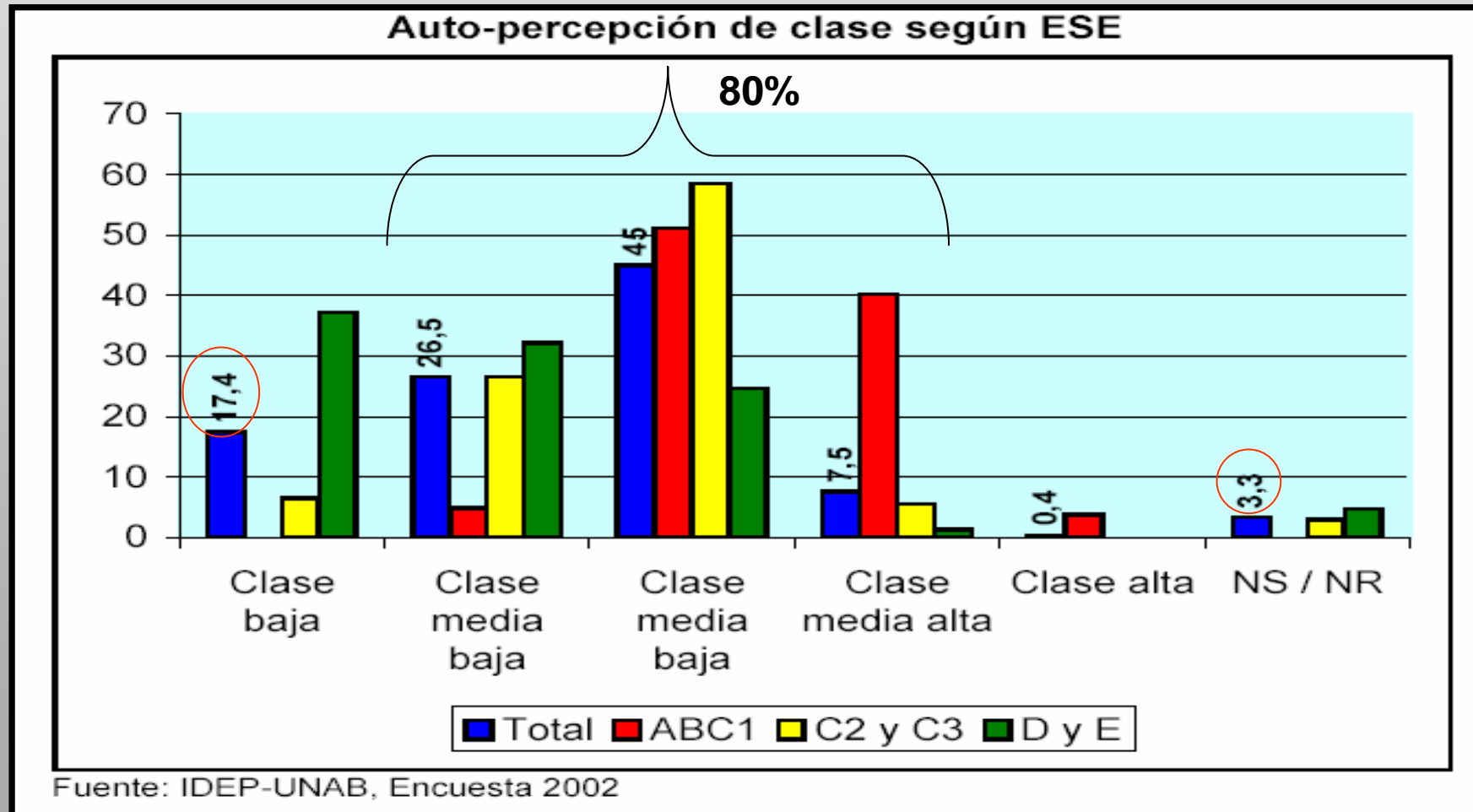
Estratificación de mercado

Distribución socio-económica hogares nacional*



•Conforme nuevo modelo empleado por ADIMARC-AIM, considerando como criterios básicos: bienes del hogar y nivel educacional del jefe/a del hogar

Auto-identificación de clase



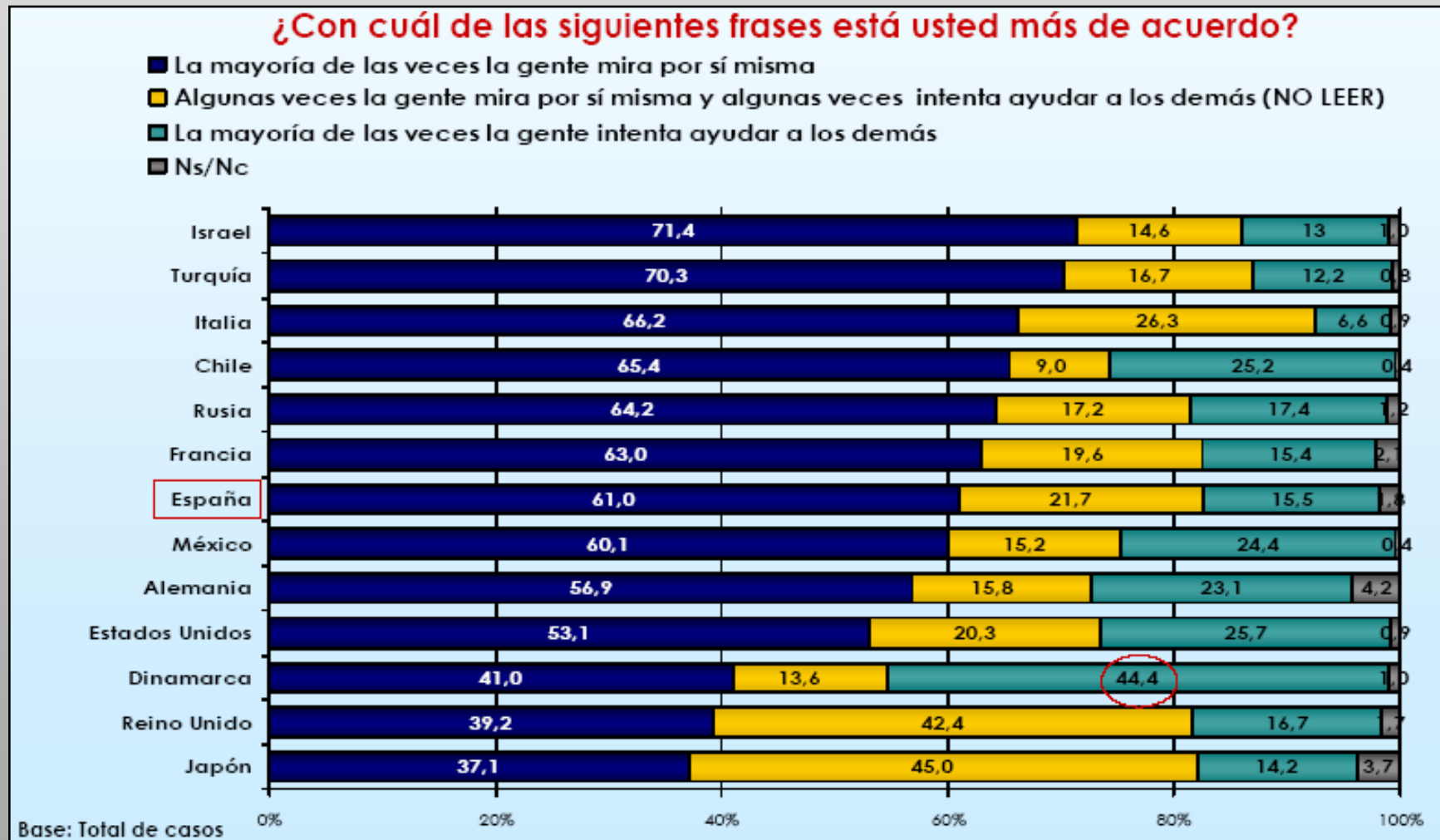
Conclusión

- Una sociedad
 - en ciudades, progresivamente propietarizada
 - más educada e informada
 - con familias más pequeñas (y diversas)
 - con 1/3 hogares a cargo mujeres
 - de servicios y comercio, con amplio segmento de “cuello y corbata”
 - con auto-percepción de clases media
 - con acceso al consumo masivo y estamentos de mayor y alto consumo

Cultura y subjetividad

Percepción de los otros
Oportunidades
Individualización
Proyectos
Ganadores y perdedores
Demanda de bienes públicos
Confianza
Protección del consumidor

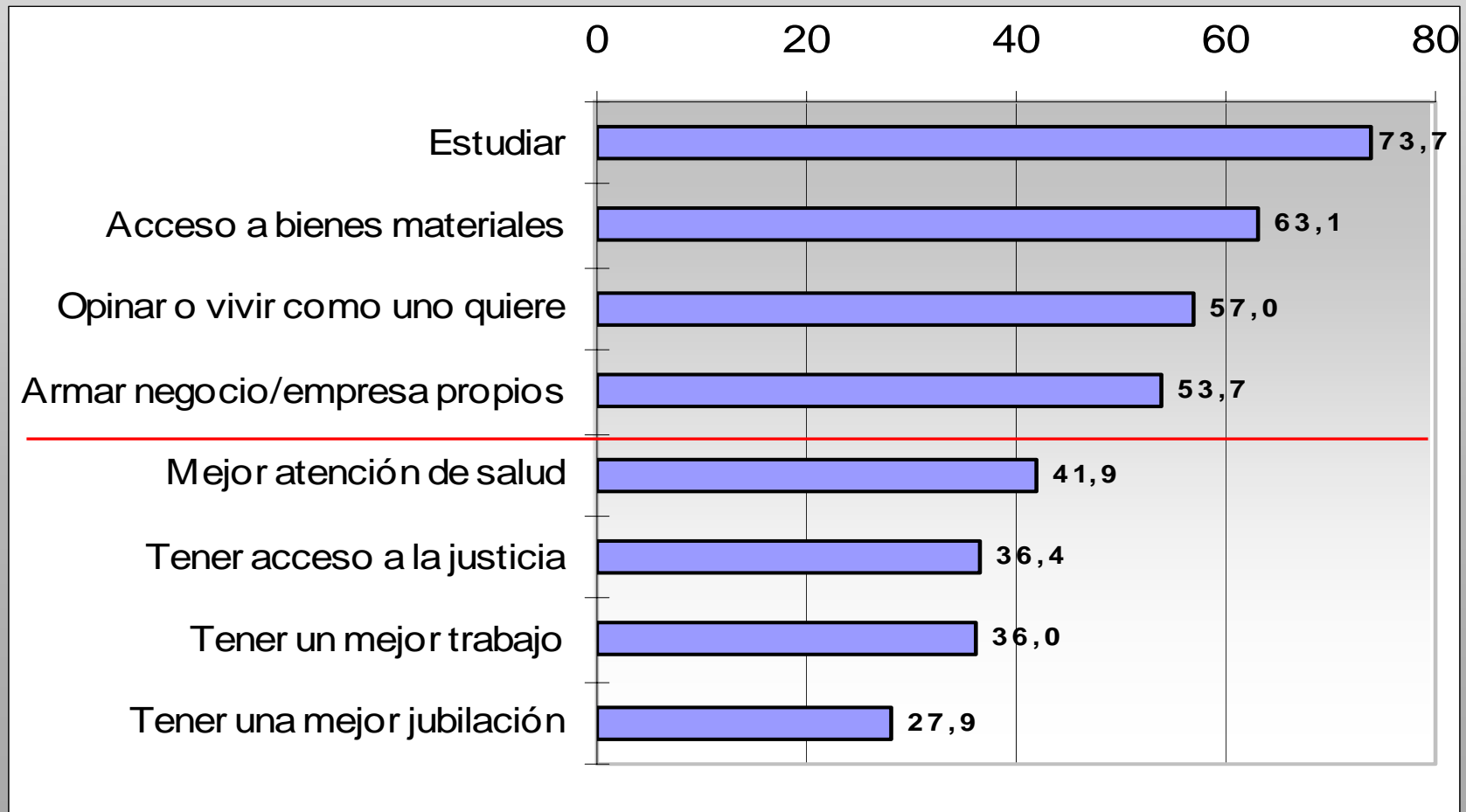
Percepción de los otros



Fuente: Fundación BBVA, Estudio Internacional sobre Capital Social
http://w3.grupobbva.com/TLFB/tlfb/TLFBindex_pub.jsp

Oportunidades en aumento

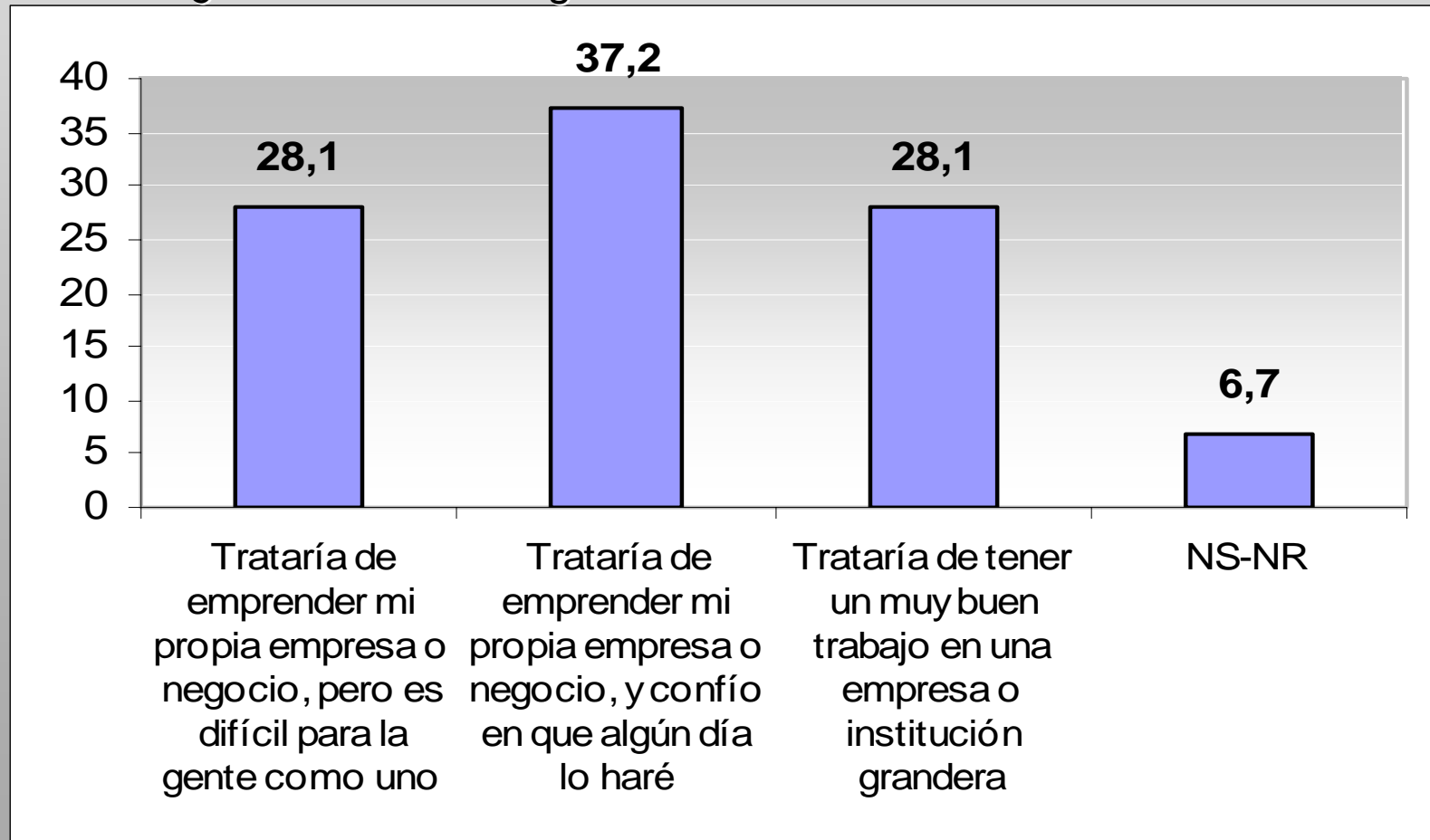
Independientemente de su situación personal,
¿cree usted que Chile ha logrado generar más oportunidades para?



Fuente: PNUD, Desarrollo Humano en Chile - 2004

Individualización de aspiraciones

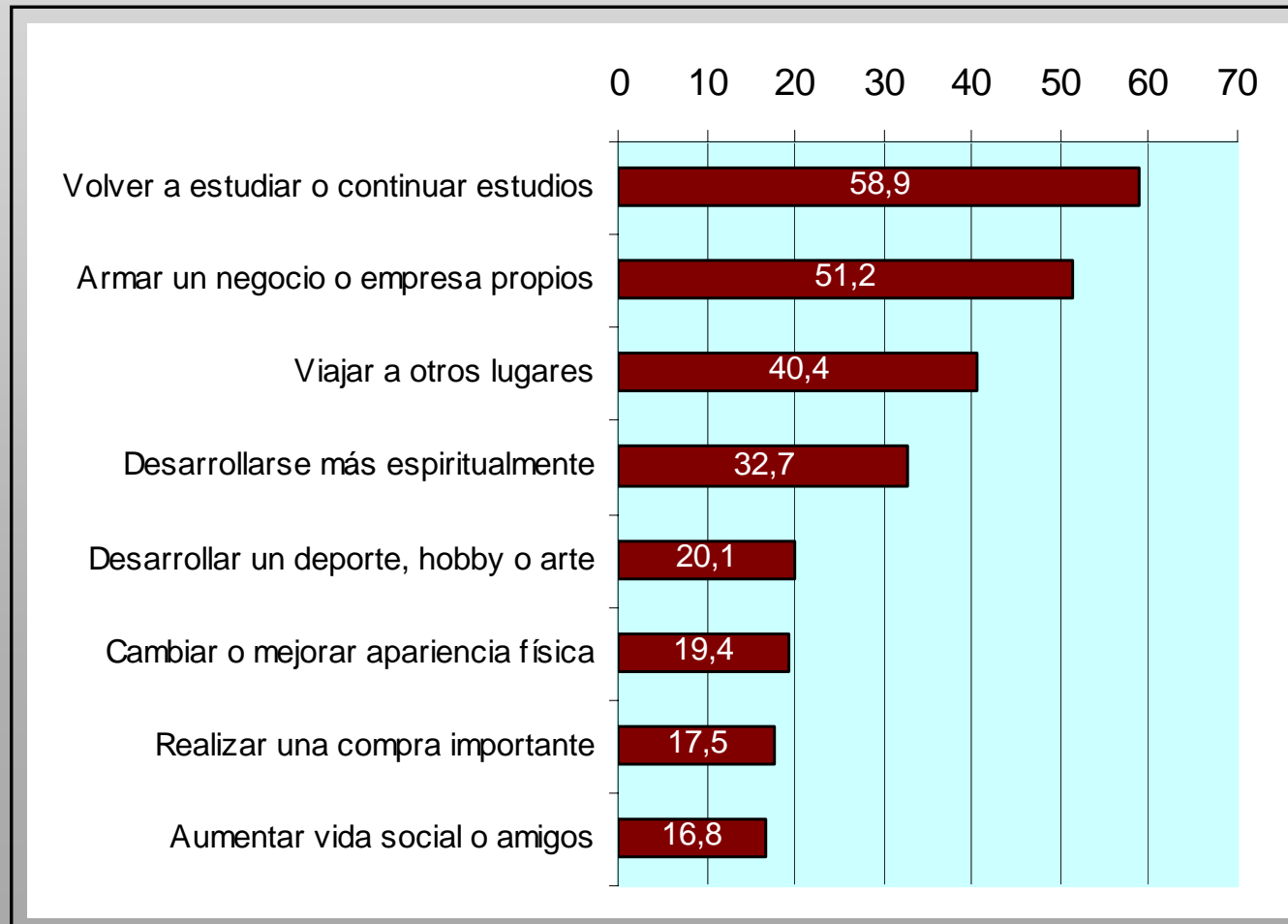
En relación con sus aspiraciones,
¿con cuál de las siguientes frases está más de acuerdo?



Fuente: PNUD, Desarrollo Humano en Chile - 2004

Proyectos de futuro

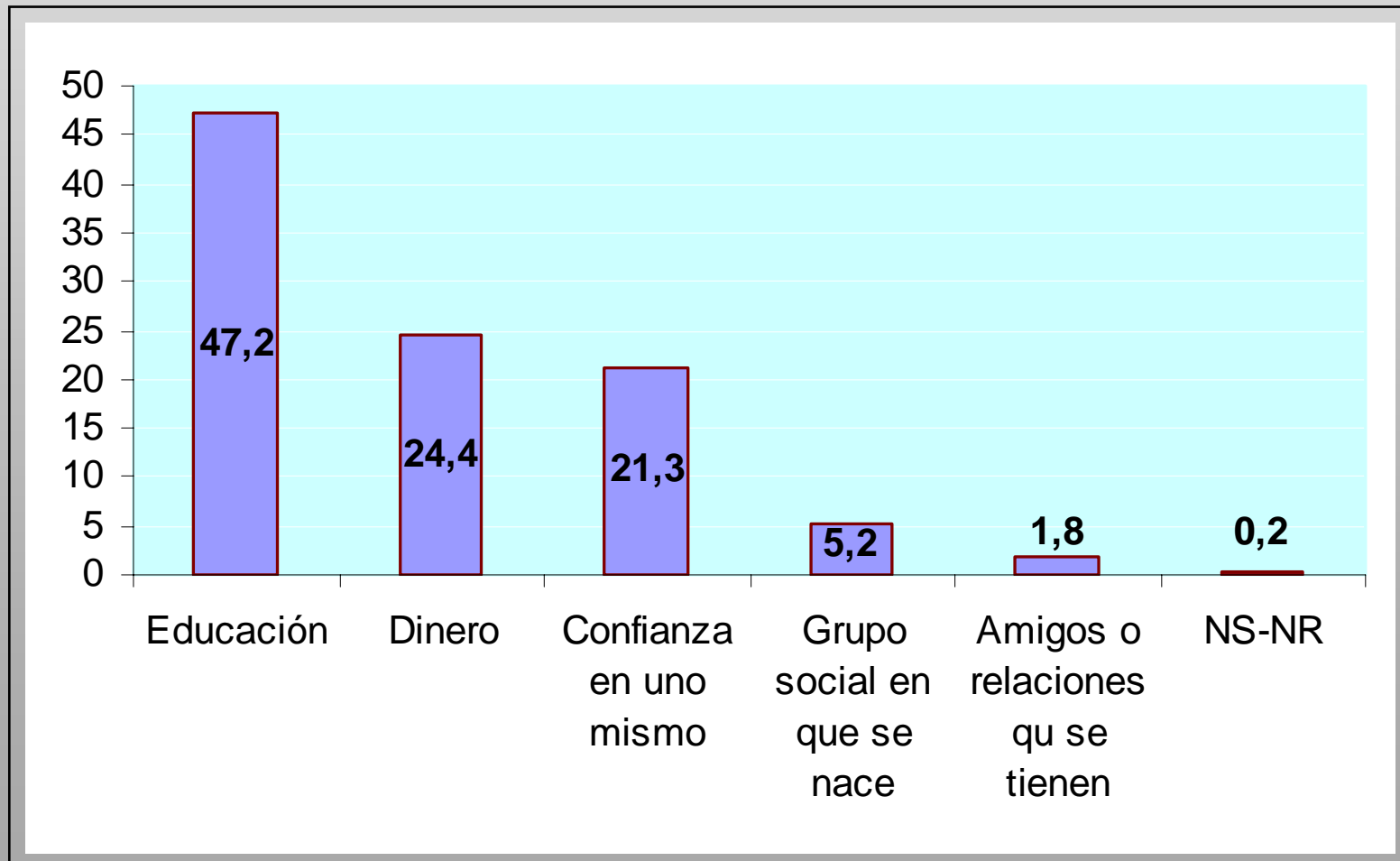
¿Se ha planteado usted recientemente realizar algunos de estos proyectos?
Señale un máximo de tres.



Fuente: PNUD, Informe de Desarrollo Humano, 2004

Proyectos: qué los viabiliza

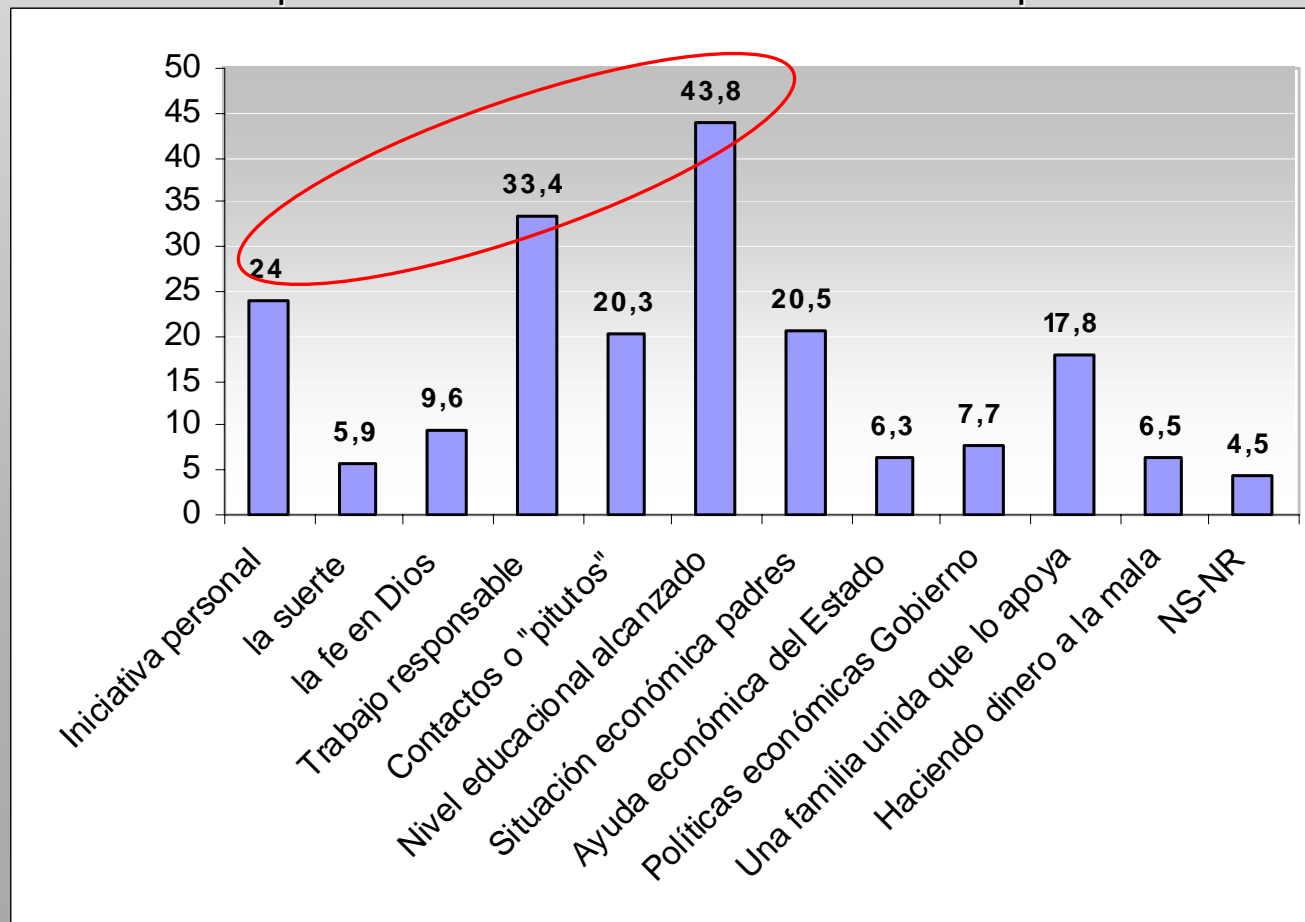
De los siguientes elementos, ¿cual ayuda más a que las personas puedan cumplir los proyectos que se proponen?



Fuente: PNUD, Informe de Desarrollo Humano, 2004

Éxito económico

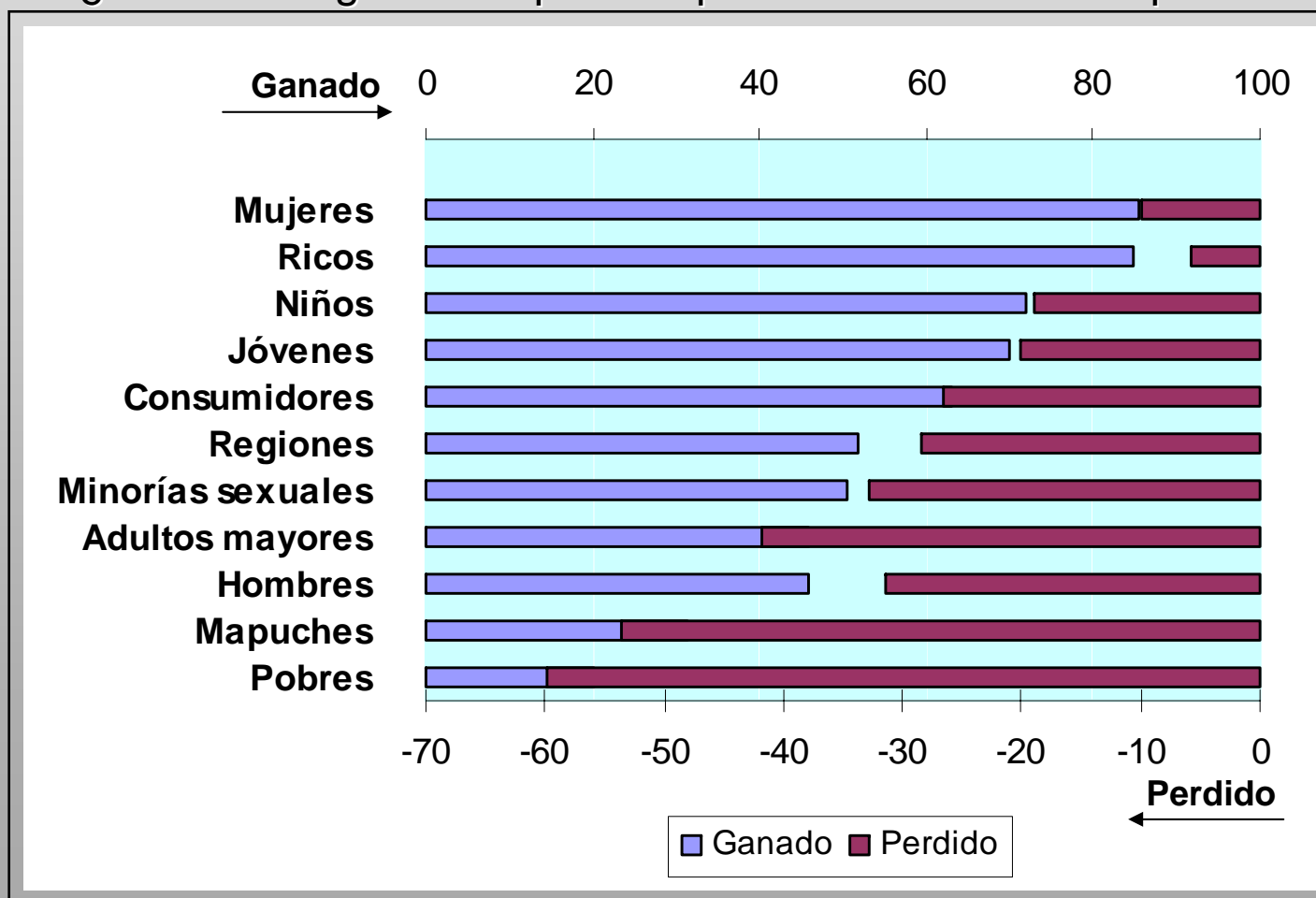
Como sabe, en Chile hay personas que tienen éxito económico, es decir ganan dinero suficiente para llevar una vida acomodada, ¿cuáles de las alternativas de esta lista, cree que son las dos más importantes en el éxito económico de las personas?



Fuente, CEP – Encuesta Marzo – Abril 2000

Ganadores y perdedores

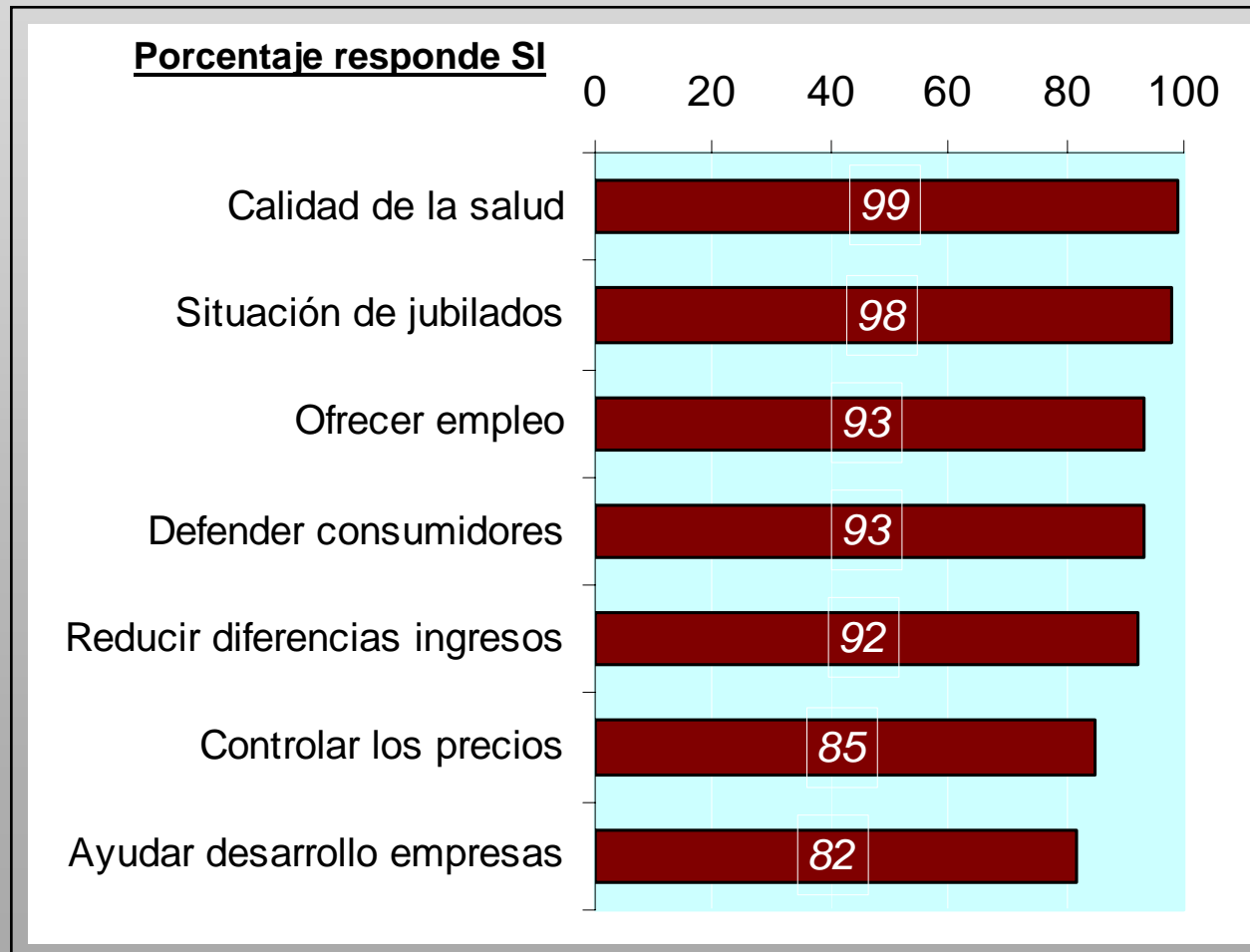
En relación con las siguientes personas,
¿cuáles han ganado o perdido poder en el último tiempo?



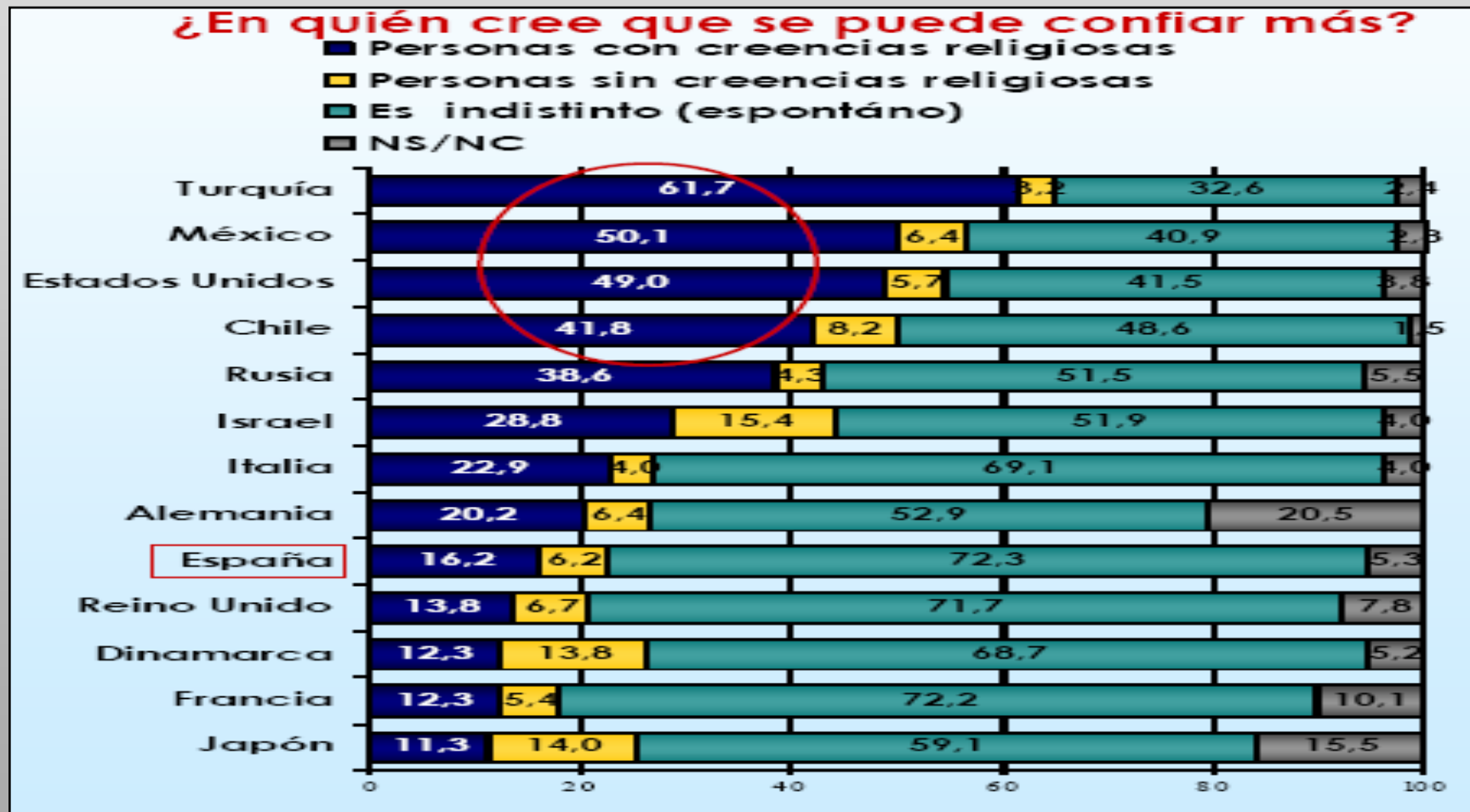
Fuente: PNUD, Informe de Desarrollo Humano, 2004

Demanda de bienes públicos

“Considera usted que el gobierno debe preocuparse o no de las siguientes actividades”

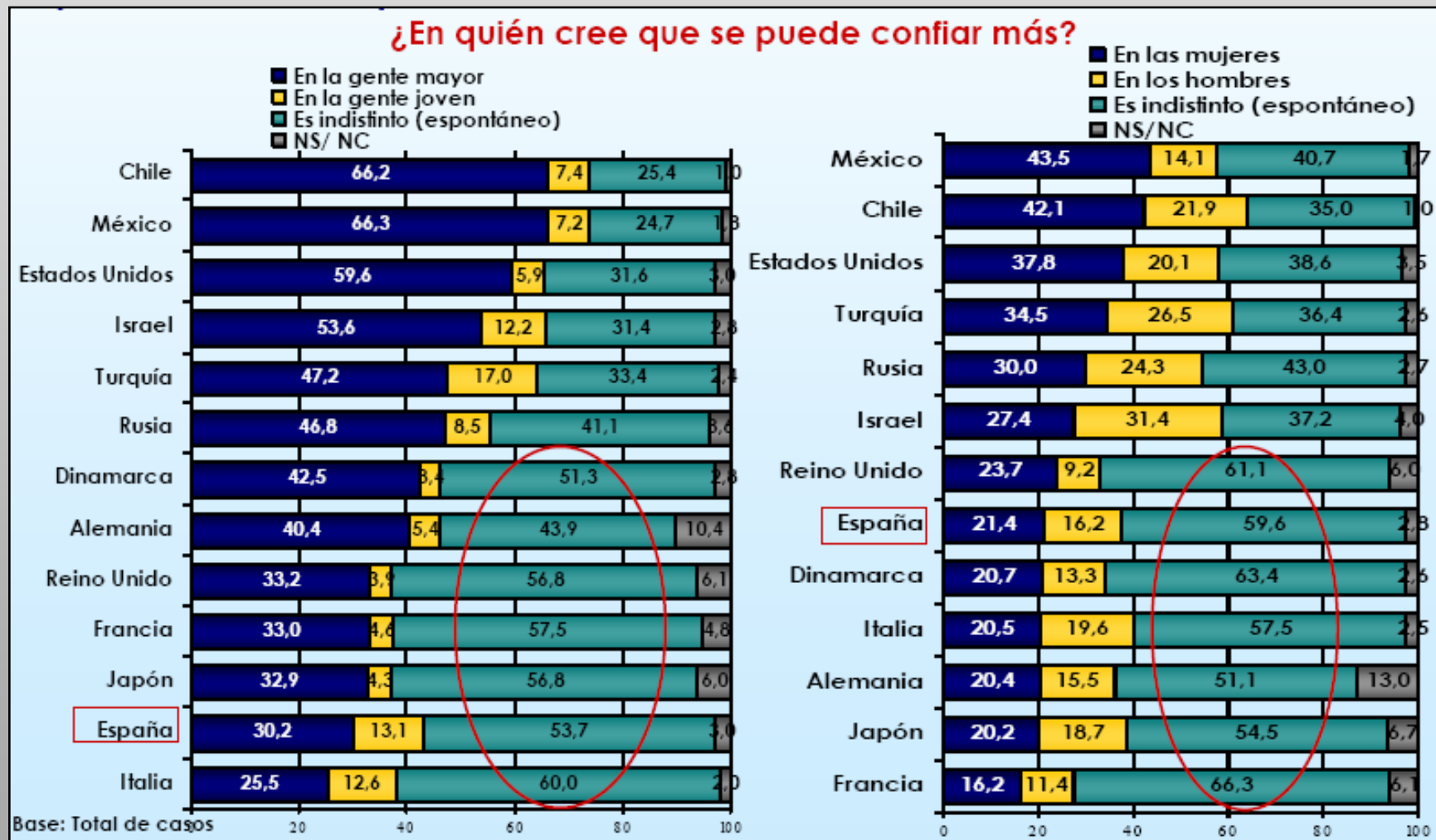


En quién confiar...: religión



Fuente: Fundación BBVA, Estudio Internacional sobre Capital Social
http://w3.grupobbva.com/TLFB/tlfb/TLFBindex_pub.jsp

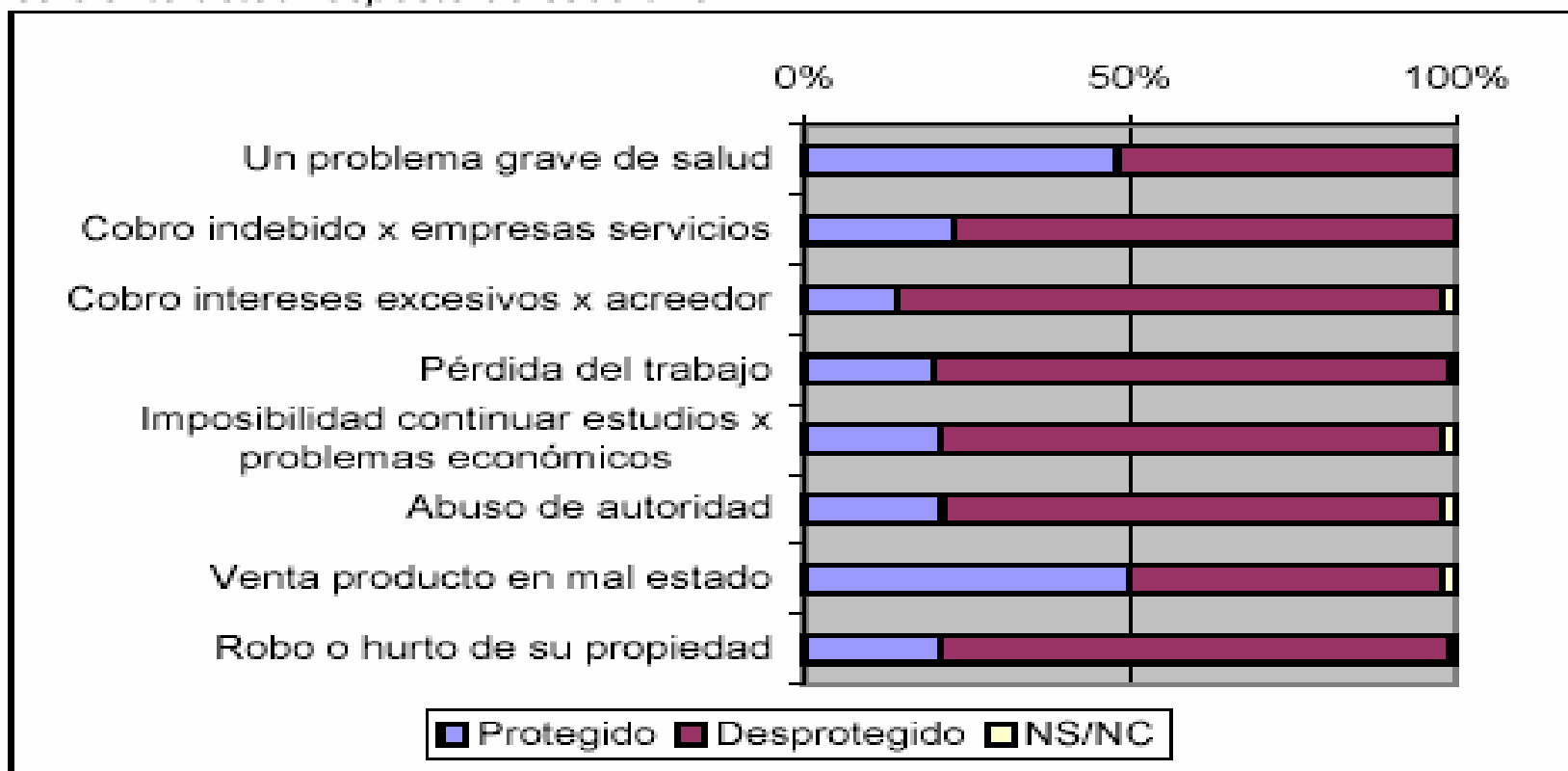
En quién confiar...: edad y sexo



Fuente: Fundación BBVA, Estudio Internacional sobre Capital Social
http://w3.grupobbva.com/TLFB/tlfb/TLFBindex_pub.jsp

Consumidores desprotegidos

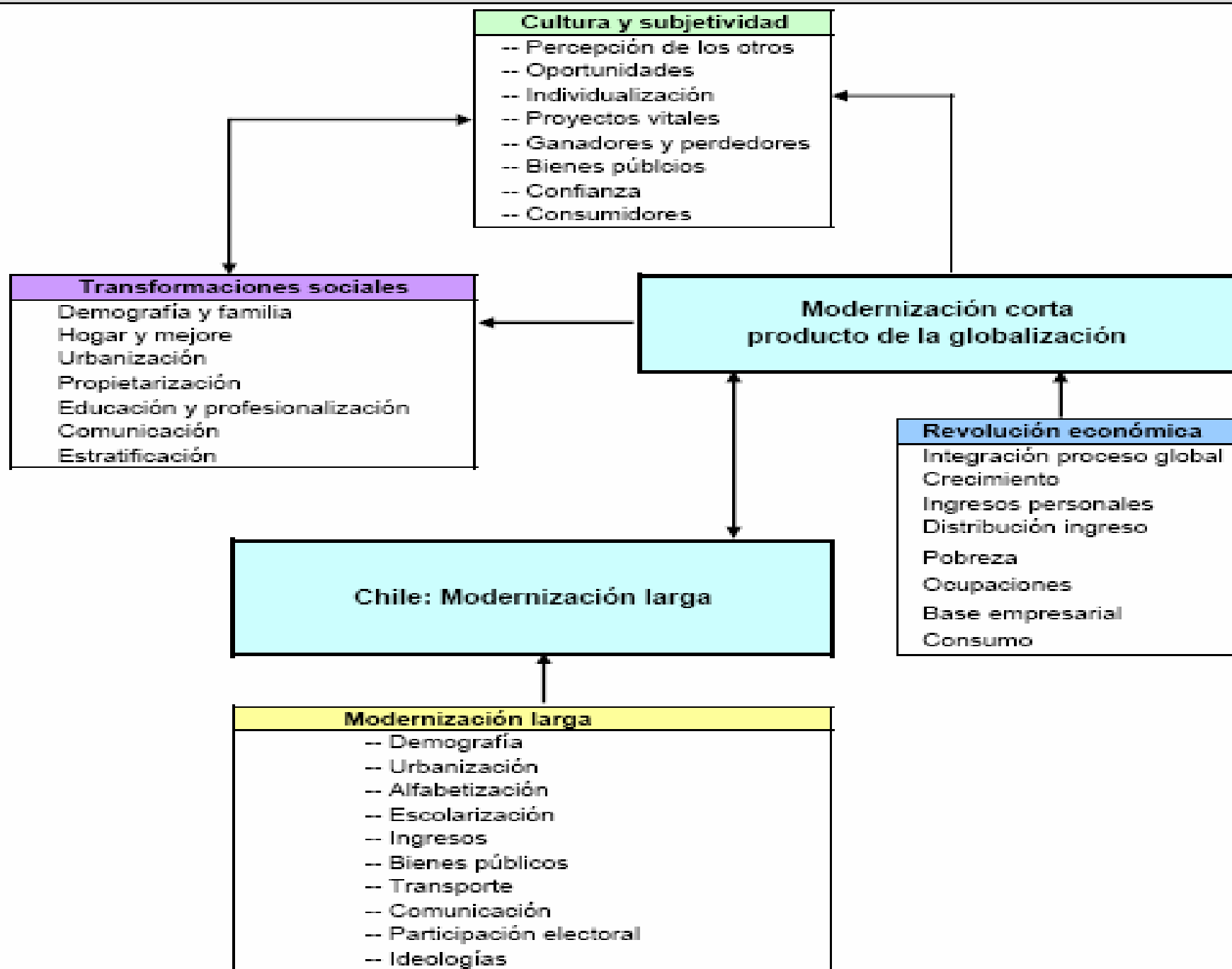
"Frente a los siguientes problemas, ¿cuán protegido o desprotegido se siente usted respecto de cada uno?"

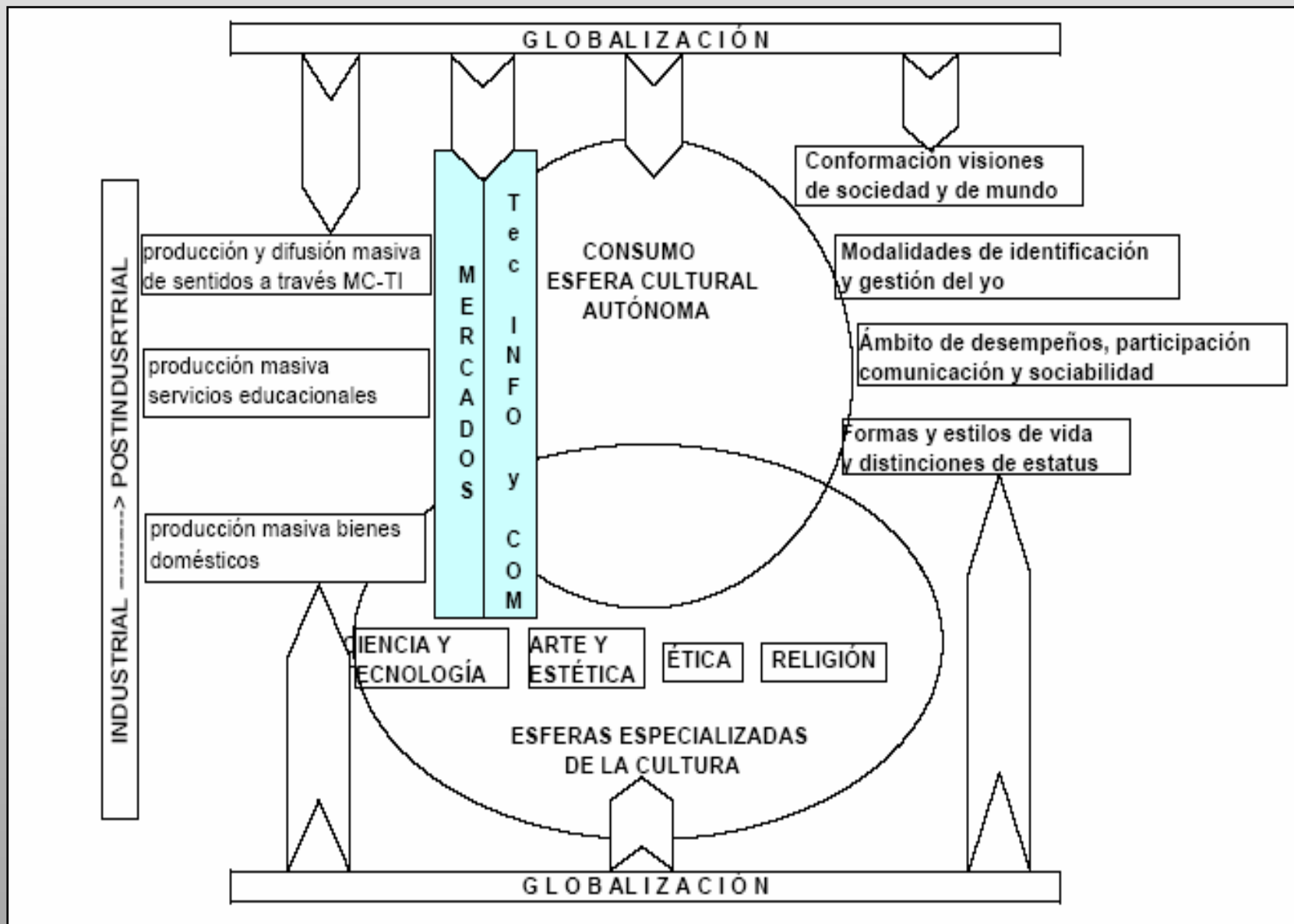


Fuente: Fundación Chile 21, Encuesta (2001)

Conclusión

- Emergencia de una sociedad de mercado c/ características propias: dinamismo, desigualdad, aspiraciones, apuesta educacional
 - Sus bases emergen c/el proceso de modernización “corta” (procesos seculares acelerados x globalización)
 - Sus límites están dados x pobreza + nivel y distribución de los ingresos
- Oportunidades de consumo se multiplican diferenciadamente para (casi) todos
 - Consumo “simbólico” (TV-medios) va por delante de satisfacciones. Pero sociedad de consumo ta está instalada en el “imaginario” de la sociedad





Sobre la base de D. Bell, *The Coming of Postindustrial Society* y V. Codeluppi, *La Sociologia dei Consumi*