

El Índice de Confianza del Consumidor y la construcción de expectativas. Un abordaje desde la sociología económica.

María Victoria Raña.

Cita:

María Victoria Raña (2017). *El Índice de Confianza del Consumidor y la construcción de expectativas. Un abordaje desde la sociología económica. XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-022/603>

El Índice de Confianza del Consumidor y la construcción de expectativas.

Un abordaje desde la sociología económica.¹

María Victoria Raña

IDAES-UNSAM / FSOC-UBA

Eje temático: Sociología económica

Mesa: La economía argentina entre los gobiernos kirchneristas y el de Cambiemos. Una mirada desde la sociología económica

vicky.rania@hotmail.com

El concepto de confianza es profundamente polisémico. No obstante, cuando las ciencias económicas lo invocan, pareciera dotarse de un carácter incuestionable. Generar confianza y alimentar las expectativas de los mercados son objetivos constantemente explicitados por las autoridades políticas de la alianza Cambiemos. Se propone realizar un acercamiento al concepto de confianza en economía a partir de un modo particular de operacionalización del mismo: el Índice de Confianza del Consumidor de la UTDT. Interesa preguntarnos respecto de su origen y metodología de procesamiento. A partir de ello los interrogantes fundamentales son ¿Cómo evolucionó el ICC en los últimos años? ¿El cambio de gobierno y de signo político del mismo supuso alguna modificación en dicha evolución? ¿Cómo varió la relación entre los subíndices que miden la percepción de la situación económica personal y las expectativas de la situación macroeconómica? A partir de un tratamiento cuantitativo de los datos, y un posterior análisis a la luz de conceptos como Illusio de Bourdieu (2012) y de teoría disponible respecto a saber autorizado, se propone abordar dichos interrogantes desde una perspectiva sociológica haciendo foco en el concepto de confianza como modo de construcción social de sentido.

Palabras clave: sinceramiento, confianza, expectativas, sociología económica, expectativas racionales.

¹ Agradecemos, muy especialmente, la colaboración y observaciones de Martín Schorr en la elaboración del presente trabajo.

Introducción

Durante el último año y medio el concepto *sinceramiento* invadió las noticias: los diarios, las radios, las columnas de opinión. Varias políticas públicas se nombraron en su honor. Sostenemos aquí que la implicancia de sincerar, de lo sincero, tiene significaciones de amplio alcance. Se trata de un concepto indicativo de un tipo específico de construcción de relaciones materiales que subyacen a lo que es considerado sincero o no, en lo que respecta a políticas macroeconómicas y desenvolvimiento de los mercados.

Lo sincero está dotado de verdad, implacable, ella sobrevendrá a lo ilusorio. No obstante, entendemos que la construcción de relaciones sociales de producción de lo verdadero está atravesada por múltiples disputas de poder, entre ellas, la lucha por hacerse de la construcción hegemónica y legítima de definiciones. La lucha por nombrar lo verdadero como tal. Se trata entonces, en palabras de M. Foucault, de “determinar en qué condiciones y con qué efectos se ejerce una veridicción” (Foucault, 2012: 54). La construcción de sentido en torno a lo real.

Desde una óptica foucaultiana, consideramos que la doctrina neoliberal en tanto discurso que pugna por mantener su status de hegemónico, no se restringe a un conjunto de prescripciones económicas sino que, más bien se corresponde con un arte de gobierno de las poblaciones (2012) en el marco del cual legisla sobre los esquemas de percepción y las prácticas en términos de verdad o falsedad.

En este contexto, el presente trabajo propone una aproximación crítica al concepto de confianza en economía, con el objeto de cuestionar la asepsia con la cual es presentada dicha noción. Para este primer abordaje, nos interesa pensar la confianza a la luz de una mirada sociológica que incorpore conceptos que permitan pensarla de modo histórico y relacional, inserta en luchas por la construcción de discursos legítimos y actuando performativamente sobre las prácticas y modos de construir la mirada de los actores sociales.

“(El país) Venía de años de simulación y de un intento intencional y organizado de ocultar los verdaderos problemas”², enunció el presidente Mauricio Macri en su discurso de apertura de las sesiones ordinarias del parlamento del año 2017. Se vislumbra, de este modo, una forma específica de concepción de la realidad basada en un esquema verdadero-falso. La simulación, intencional, ficcionaliza aquello que no corresponde al ámbito de la verdad. Lo ilusorio debe ser develado para poder así visibilizar a los verdaderos problemas. Es entonces cuando el concepto de lo sincero cobra relevancia, ya que se trata de la acción orientada, no a dotar de realidad, sino a mostrar lo verdadero. Dicha cualidad antecedería la visibilización por parte del discurso, y a las políticas a ello favorable. Lo verdadero es una característica ineludible.

Entonces, nos preguntamos aquí, en clave de dicho armado discursivo ¿Se puede percibir, indicar, *medir* lo verdadero? Para comenzar a desmembrar esta pregunta, resulta útil volver a citar el mencionado discurso en el cual el presidente enuncia: “Gracias a la confianza que generamos, el año pasado salimos del default que nos aisló durante quince años. Eso nos permitió incorporarnos al mundo y tener credibilidad internacional. (...) –La competitividad- se construye con confianza, con tiempo, con el Estado que reduce su déficit fiscal”. Podemos ver así que lo sincero trasmuta en confiable. Luego de llevadas a cabo las operatorias de sinceramiento puede emerger ella: la confianza. Por tanto, y de acuerdo a las palabras de Macri, lo real sería una condición de lo confiable. En este caso se articula una relación entre confianza, competitividad y déficit fiscal. La confianza surgiría entonces del hecho que las políticas económicas se elaboren atendiendo a las reglas de la verdad, y no a las de la simulación.

Siguiendo esta línea, resulta altamente sugerente referirse a la columna de opinión de Jorge Fernández Díaz publicada el día 18 de Diciembre de 2016 en el diario La Nación³ titulada

² Disponible en <https://www.cronista.com/economiapolitica/El-discurso-completo-de-Macri-ante-el-Congreso-20170301-0087.html>

³ A modo de resguardo epistemológico, nos vemos en la obligación de aclarar que, al citar a Macri por un lado y a Fernández Díaz, por otro, no quiere decir que consideremos que corresponden al mismo nivel de análisis. Esto es, entendemos bien que sería un error esbozar una comparación entre éstos. Más bien, y como se retomará más adelante, presentamos estas palabras como disparadoras de las inquietudes que motivaron el presente trabajo. Sin embargo, sí consideramos que existe una correspondencia en términos de sentido.

“El costo de sincerar nuestras vidas”⁴, en la cual asevera que “El 80% admitía el sinceramiento como una *fatalidad histórica* (aunque pocos se prepararon para sus secuelas reales), y luego el 80% lo repudió con ganas cuando *le tocó en suerte*”⁵ (Díaz, 2016). De esta manera, se despliega una compleja trama que articula lo sincero, lo inevitable, y lo que los distintos actores consideran como tal. La frase de Díaz encierra una paradoja: la concepción de la inevitabilidad histórica de ciertas decisiones políticas de alcance macroeconómico –la fatalidad, como él la llama-, y los efectos materiales adversos que conllevan estas decisiones en las trayectorias de dichos actores, las cuales si bien perjudican sus prácticas cotidianas, tocan en suerte. Para precisar, el autor se refiere al dueño de una pequeña empresa que debe cerrar sus puertas a causa del aumento en las tarifas y el insostenible aumento de los costos que esto significó. El periodista le pregunta al empresario “por qué armó entonces un negocio sobre un esquema de costos delirantes y por qué no preparó un ‘fondo especial’ para capear la previsible tormenta” (Díaz, 2016). El hombre, según Díaz, no sabe responder. Será tal vez que lo sincero se relaciona, también, con el esquema de concepciones que los sujetos se forman respecto a una situación en tanto real. También podríamos preguntarnos sobre la cantidad, tipo y calidad de información con la que cuentan los actores, ya que de acuerdo a la concepción de Díaz la verdad sería objetiva e ineludible. Por lo que, el empresario al cual en suerte le tocó el aumento de tarifas habría obrado intencionalmente de modo erróneo por no actuar de acuerdo a esta realidad fatal pero históricamente inevitable. ¿Se decide asépticamente en base a información perfecta?

Metodología y objetivos.

Todo lo previo fue mencionado como disparador para dar cuenta de cuál es el camino de las indagaciones que se está llevando a cabo, y parte del cual se intentarán desarrollar en estas líneas. En este sentido, cabe destacar que el presente trabajo tiene un carácter de exploratorio y pretende ser una primera aproximación de reflexiones en torno al concepto de confianza en economía. A partir de una búsqueda aún en proceso, entendemos que restará todavía incluir referentes teóricos a ésta reflexión, y delinear con más precisión los diversos niveles de análisis existentes de la cuestión. Se espera, no obstante, poder plasmar

⁴ Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1968104-el-costo-de-sincerar-nuestras-vidas>

⁵ Los énfasis son propios.

estas preguntas en un análisis de una de las tantas aristas que tiene la confianza y sus formas de intervenir en lo social.

La confianza en economía es un concepto polisémico que muchas veces se ve naturalizado por discursos expertos. Asimismo, cuenta con una fuerte raigambre en el sentido común como expresando verdades inmutables. En tanto forma parte de un tipo de formación discursiva específica respecto a lo económico, la confianza se encuentra inscrita en un dominio de parentesco con otros objetos, inserta en esta gran familia de enunciados (Foucault, 2011) que nombra y construye a la economía. Pensaremos las expectativas de los actores teniendo en cuenta, entonces, que “Cada época configura una forma de ejercicio de la dominación en la que se entretejen ciertos desafíos, determinado tipo de representantes, un conjunto específico de tecnologías de gobierno” (Heredia, 2015: 190)

En este sentido, consideramos que la confianza es resultado de una configuración específica de la mirada, que se evidencia en una percepción particular de los actores sociales – sentir confianza o no- y se entrecruza con la acción como dimensión que se articula con la subjetividad. Sospechamos, entonces, que opera como límite de lo posible. Siguiendo ideas de A. Roig (2016), los discursos respecto a la confianza se nos aparecen como realidad objetivada y desvinculada de relaciones de poder. Consideramos que el contexto político actual da al concepto particular relevancia ya que funciona como articulador de discursos respecto a decisiones políticas y económicas, y formas de concebir y construir lo real.

Atendiendo a esta primera aproximación, interesó acercarse y preguntarse respecto de un modo particular de *medición* de la confianza: el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) elaborado mensualmente por la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT). Resultó especialmente interesante el hecho de que exista una metodología desarrollada para cuantificar la confianza y las expectativas de los actores sociales –tenidos en cuenta como la universalizable categoría de consumidor-. Al respecto, intentaremos identificar cómo se mide, de dónde proviene su metodología, y cuáles son los sustentos teóricos que utiliza. Asimismo, y a partir de los datos publicados por la UTDT, se buscará observar la evolución de dicho índice en los últimos años para rastrear, si las hubiese, rupturas o modificaciones en dicha evolución. Más específicamente, interesa observar el comportamiento conjunto de dos de los tres subíndices que componen el índice global: el índice de confianza en la

situación macroeconómica y el índice de confianza respecto de la situación económica personal. Por otra parte, nos aproximaremos a una problematización del comportamiento del ICC a partir de su comparación con la evolución de otras mediciones que indican el comportamiento de la economía y de los agentes económicos. A partir de ello, se intentará reflexionar en torno a qué sucede con el ICC a la luz de otras dimensiones materiales de comportamiento económico, como ser el consumo minorista, o la participación de los asalariados en el PBI.

En síntesis, nos preguntaremos: ¿Existe una diferencia en la percepción de los actores respecto a su situación personal y las expectativas que tienen de la evolución de la economía a nivel nacional? De haberla, ¿Se pueden ver variaciones históricas en la evolución conjunta de dichos subíndices? ¿Qué tipo de correspondencia podemos sugerir entre las expectativas respecto a la situación personal, la situación macroeconómica y el posicionamiento material de los actores en la distribución de la riqueza?

La confianza cuantificada y las expectativas racionales.

“Si la confianza pública reposa exclusivamente en cálculos instrumentales y consiste, como subraya Simmel (1999: 355-356), en una hipótesis sobre la conducta futura, “sobre un estado intermedio entre el saber y el no saber”, los diagnósticos de los economistas no son ajenos al experimento sino que están fuertemente condicionados por éste”

Heredia, 2008: 14.

El ICC es elaborado mensualmente por el Centro de Investigación en Finanzas (CIF) de la Universidad Torcuato Di Tella. Su director es Juan José Cruces, quien el 4 de enero de 2016, luego de la asunción de Mauricio Macri y la devaluación del peso declaraba: “El desafío que enfrentamos ahora como sociedad es recrear el ambiente de confianza”⁶ Es importante destacar que instrumentos de medición como el que analizaremos se encuentran producidos por actores de acuerdo a una perspectiva teórica y, según vemos, política.

En este sentido es preciso dar cuenta de la metodología del ICC. Se trata una encuesta aplicada a una muestra aleatoria; polietápica; estratificada por zonas, por cuotas de edad y

⁶ Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1858437-el-desafio-de-recuperar-la-cultura-del-ahorro>

sexo para la selección de los entrevistados; de aproximadamente 1200 casos. Las estimaciones realizadas en base a esta muestra tienen una probabilidad de error estadístico de +/- 3.5% (Centro de Investigación en Finanzas, 2017). El trabajo de campo es realizado mensualmente por Poliarquía Consultores. Dicha encuesta está compuesta por seis preguntas sobre la percepción de los respondentes respecto a cómo califican y qué expectativas tienen sobre su situación económica, y a la situación económica a nivel país.

El interrogante que surgió a partir de esto fue respecto a la proveniencia del diseño metodológico de esta medición. Es decir, dar cuenta de su raigambre metodológica y teórica. Para ello nos comunicamos con el equipo del Centro de Investigación en Finanzas, quienes nos confirmaron que la metodología del índice está basada, fundamentalmente, en la que utiliza la Universidad de Michigan para elaborar el ICC de los Estados Unidos.

El Consumer Sentiment Index (en adelante CSI), es publicado mensualmente, y dirigido por Richard Curtin, quien tiene a su cargo las encuestas sobre consumidores de la mencionada Casa de Estudios. Es preciso, entonces, indagar qué supuestos teóricos sostienen el índice llevado a cabo por la UMICH –la cual funciona como epicentro teórico-metodológico para éste tipo de relevamientos⁷-. En su artículo *Surveys of Consumers: Theory, Methods, and Interpretation* (2002), Curtin sostiene “No habría razón para medir las expectativas de los consumidores si no predijeran futuros comportamientos en relación a los gastos y el ahorro⁸” (Curtin, 2002: 3). En dicho artículo, el autor sostiene que es un error leer las expectativas de los consumidores conjuntamente con la coyuntura económica, sino que se debe mirar su potencial predictivo: “Aunque las previsiones de los consumidores no se correspondieron *plenamente*⁹ con la teoría de las expectativas racionales, el punto de partida fue la eficiencia con la que utilizaron la información –para predecir el nivel de inflación-, ya que sus expectativas eran precisas e imparciales.” (Curtin, 2002: 3). Curtin explicita que las expectativas de los actores encuestados respecto a la inflación se adelantaron, incluso, a los consultores profesionales.

⁷ De acuerdo a lo investigado, este tipo de estudios empíricos tiene relevancia, visibilidad, y son llevados a cabo en diversos países, así como también cuentan con un amplio arco de expertos en la temática. Excede las posibilidades de este trabajo hacer un análisis pormenorizado de la cuestión, pero lo conservamos como una expresión de deseo para futuros trabajos.

⁸ La traducción fue llevada a cabo para el presente trabajo.

⁹ El énfasis es propio.

A partir de esto, consideramos que existen supuestos teóricos subyacentes a las aseveraciones citadas. Por un lado, de lo mencionado también se desprende que las expectativas que rigen el comportamiento económico de los sujetos¹⁰ serían “precisas e imparciales”, es decir, mecánicamente racionales. No da cuenta de ningún tipo de diferenciación en la distribución social de la información que puede llevar a un actor a cimentar su parecer respecto al comportamiento de la economía. Por otra parte, no se incluye en el análisis ninguna otra variable que dé cuenta de los diferentes tipos de **interés**¹¹ que pueden tener los actores a la hora de formar sus expectativas. Según el texto de Curtin, lo analizable respecto a la confianza de los consumidores se agota en las decisiones que toman los sujetos con arreglo a la información con la que cuentan, sea o no perfecta. Entendemos que se trata de un tipo de abordaje subjetivista: “las acciones de los individuos sólo se pueden comprender en relación con los conocimientos, creencias y expectativas de los propios individuos” (Screpanti y Zamagni, 1997: 209). Dicha información tampoco es problematizada, en el sentido que –por omisión– estaría uniformemente distribuida. Esto último se corresponde plenamente con la idea neoclásica según la cual el mercado sin alteraciones (es decir, sin intervenciones externas a él¹²) actúa como una fuente de información óptima respecto a la evolución de la economía. Asimismo, consideramos que el mencionado texto se inscribe en una lógica microeconómica de análisis de la evolución macroeconómica (Bermúdez, 2014; Fernández-Baca, 1996; Wallace, 1996).

A partir de lo mencionado, entendemos que una de las patas teóricas del CSI, y por tanto también del ICC, es la Teoría de las Expectativas Racionales, según la cual:

“Con el tiempo, los agentes aprenden, conocen el patrón que determina el comportamiento de las variables y usan ese conocimiento para formar sus expectativas. Suponiendo que no se cometen errores sistemáticos, el resultado es que las expectativas (la distribución *subjetiva* de la probabilidad de los resultados posibles) coinciden en promedio con la predicción de la teoría (la distribución *objetiva* de la probabilidad de los resultados posibles).” (Bermúdez, 2014: 85)

¹⁰ Nótese que los actores sociales son categorizados como “consumidores” independientemente de cualquier otra categoría social. Ello se corresponde con la división de la ortodoxia neoclásica de la sociedad en empresarios y consumidores.

¹¹ Retomaremos este concepto más adelante.

¹² “ (...) when the real veil flutters, real output sputters “ (en Lucas, 1972: 121)

Uno de los mayores referentes de esta teoría es Robert Lucas, cuyo aporte a dicha teoría fue utilizar, a partir de ésta, microfundamentaciones para las explicaciones macroeconómicas (Bermúdez, 2014). Tendría sentido entonces, según el reduccionismo teórico de las expectativas racionales, que los agentes puedan predecir la inflación con un año de anticipación –según Curtin-, ya que el resultado de lo que este hombre-consumidor espera debería coincidir con la distribución objetiva de probabilidades de la evolución de los mercados. Se trata, siguiendo a C. Bermúdez, de un supuesto axiomático según el cual la información relevante para comprender el comportamiento de la economía se basa en que “el mercado es capaz de resolver el problema de la difusión de información y la coordinación de las actividades” (2014: 92).

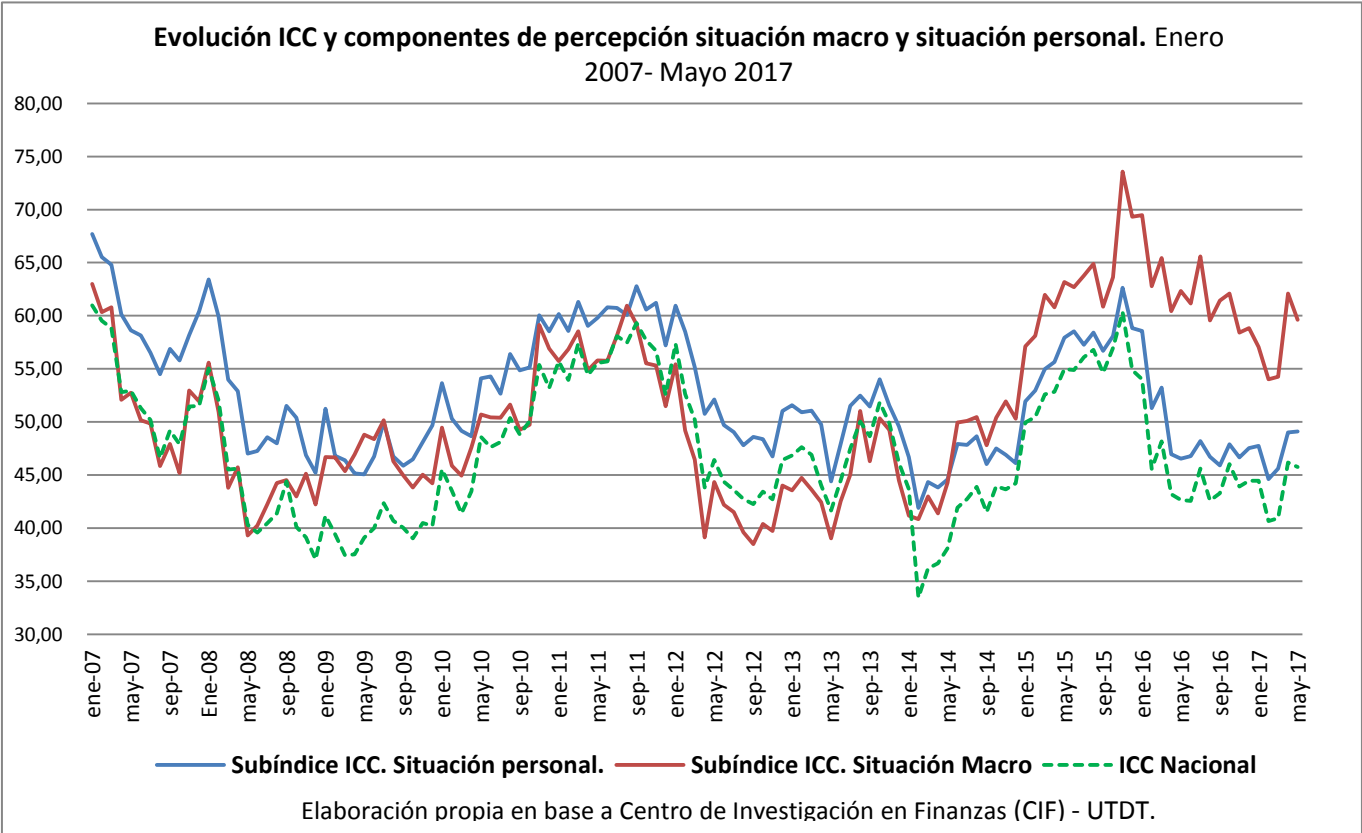
El Índice de Confianza del Consumidor.

Los últimos tiempos han estado signados por modificaciones en la coyuntura política y, más precisamente, por el cambio de gobierno y de signo político del mismo. El 10 de Diciembre de 2015 asume la presidencia el Ing. Mauricio Macri, de la mano de la alianza Cambiemos. Su discurso, como vimos, tendió a otorgar gran importancia a la construcción de la confianza como motor incuestionable del crecimiento económico. Como también explicitamos, existe un modo particular de medir la confianza en el país por parte de la UTDT, cuyo director según se evidencia tiene un concepto afín al del presidente en términos de la necesidad de incentivar la confianza. En este sentido, y teniendo en cuenta que aquí consideramos que el concepto que articula la cuantificación de las expectativas y de la percepción de la situación económica por parte de quienes elaboran el ICC es la hipótesis de las expectativas racionales, nos parece por demás interesante observar qué sucedió con dicho índice. Seguir su evolución para observar, efectivamente, cómo varió la percepción de los actores sociales a la luz de los diferentes sucesos económicos llevados a cabo en los últimos años.

Como podemos ver en el Gráfico 1, si bien se trata de una medida evidentemente volátil a la coyuntura inmediata, presenta tendencias claras según ciclos económicos y políticos. Para el análisis, consideramos los datos de los últimos diez años, los cuales abarcan algunos meses de la presidencia de Néstor Kirchner, ambas presidencias de Cristina Fernández de Kirchner y la presidencia en curso de Mauricio Macri. De acuerdo a los datos disponibles,

se observa una fuerte caída en la confianza global luego de la devaluación de Enero de 2014, para comenzar una tendencia al alza que alcanzará su máximo en noviembre de 2015 –coincidentemente con la victoria electoral de Macri- y empezará a descender paulatinamente hasta que existen datos disponibles. Lo que interesa indagar aquí no es el comportamiento global del índice –que merecería un trabajo que excede estas líneas- , sino más bien la relación que existe entre el subíndice de confianza respecto a la situación económica personal (ICCp), y el subíndice respecto a la situación macroeconómica (ICcm). Esto es, delinear algunas preguntas sobre su evolución conjunta.

Gráfico 1.

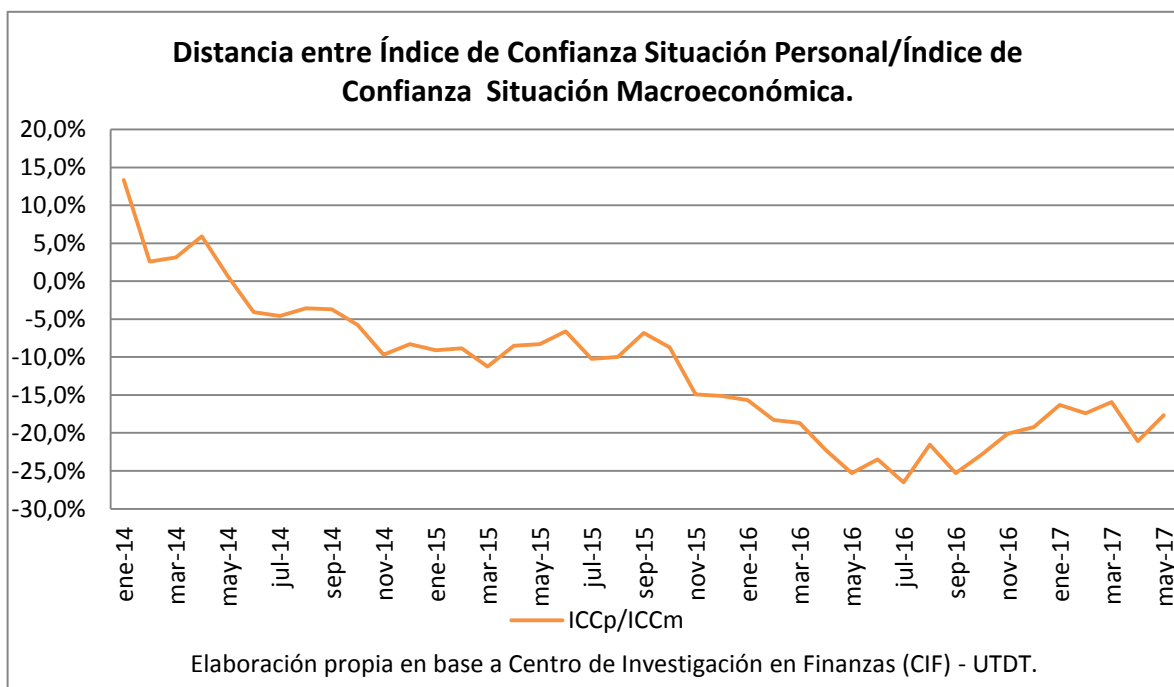


Lo primero que llamó nuestra atención fue la inversión de la relación entre los subíndices mencionados. Salvo por momentos puntuales, hasta Junio de 2014, el ICCp se mantuvo por encima del ICcm: la percepción respecto a la situación económica personal era más optimista que la percepción respecto al porvenir a nivel nacional. Sin embargo, a partir de 2014 esta relación cambia y se invierte, y esa correspondencia se mantiene hasta hoy en

día. Por tanto, la medición indicaría que se confía más en una mejora a nivel macro que en un progreso de las condiciones económicas individuales.

Para indagar más en este cambio, se intentó observar el comportamiento de la relación entre el ICCp y el ICCm midiendo la distancia entre los valores de ambos índices. En el gráfico 2 se observa cómo opera la inversión¹³ y cómo dicha diferenciación tiende a agudizarse a partir de Noviembre de 2015. Así, se puede ver que en enero de 2014 el ICCp era 13,4% más alto que el ICCm, y a partir de Junio de 2014 empieza a posicionarse sistemáticamente en un nivel inferior, todos los meses. Adicionalmente, en noviembre de 2015 la distancia pega un nuevo salto: desde junio de 2014 hasta octubre de 2015 el ICCp fue en promedio un 7,5% más bajo que el ICCm, mientras que a partir de noviembre de 2015 el promedio es de 19,9%. De esta manera, en Mayo de 2017 el ICCp es casi 20% menor que el ICCm.

Gráfico 2.



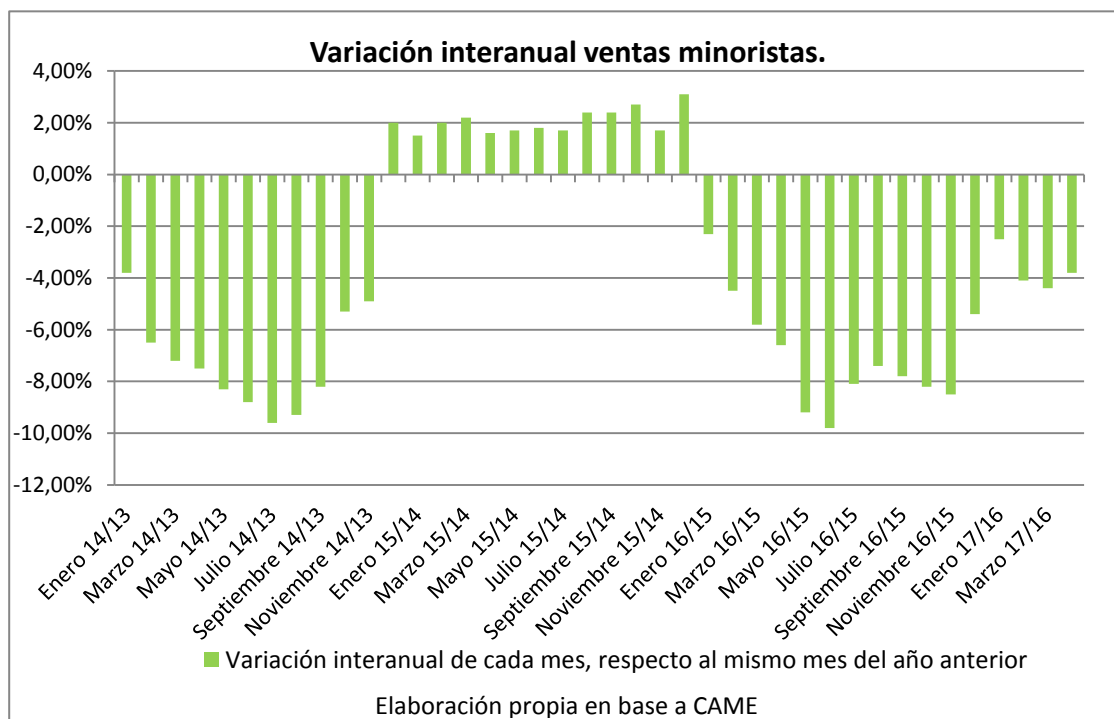
Ahora bien, adelantaremos que entendemos que esta inversión puede obedecer a un cambio de percepción respecto a cómo entienden los encuestados a su inserción en el tejido productivo, y en tanto componente de la demanda –justamente, consumidores-. Podríamos empezar a reflexionar en torno a ello considerando una correlación con el discurso oficial

¹³ A medida que la distancia entre ICCm y el ICCp aumenta, el gráfico evidencia una pendiente negativa.

respecto a la confianza. Esto es, la apelación a la idea de sacrificio para una mejoría global, la cimentación de la mirada en clave de quitar el velo a lo ilusorio¹⁴: las condiciones personales pueden empeorar –según esta mirada- en pos de una evolución favorable de la macroeconomía.

En tal sentido, resulta fértil indagar en cómo evolucionaron algunos indicadores que dan cuenta del consumo minorista, como modo de examinar en la situación de los *consumidores* ya no en términos de percepciones sino en términos de comportamiento económico y de su situación material.

Gráfico3

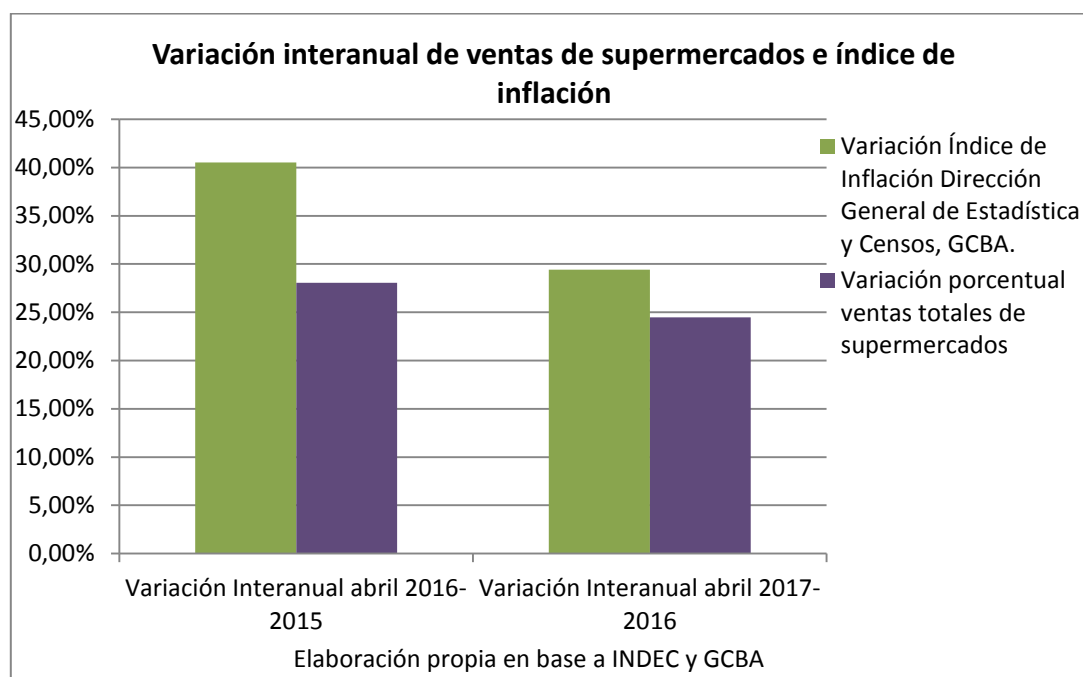


De acuerdo al gráfico 3, podemos ver que luego de una recuperación del consumo que había tenido una fuerte retracción en 2014 producto de la devaluación, en 2015 se recupera y cae sistemáticamente a partir de la nueva devaluación de la moneda en diciembre de ese año. Por tanto, una conclusión de larga trayectoria es que las devaluaciones actúan como

¹⁴ Podemos aludir a las declaraciones de quien es actualmente presidente del Banco Nación, Javier Golzález Fraga cuando aseveró: "Le hiciste creer a un empleado medio que su sueldo medio servía para comprar celulares, plamas, autos, motos e irse al exterior. **Eso era una ilusión.** Eso no era normal". Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1903034-gonzalez-fraga-le-hicieron-creer-al-empleado-medio-que-podia-comprarse-plamas-y-viajar-al-exterior>

modo de redistribución del excedente en desmérito de los asalariados y, en consecuencia, tiene un correlato en la disminución del consumo como resultado de la depreciación del salario real. Podemos reforzar esta información con los datos que publica INDEC respecto a las ventas en supermercados. En este contexto es preciso tener en cuenta el proceso inflacionario de los últimos años, y comparar la variación de las ventas a la luz del aumento de precios. Dicha comparación arroja que el aumento de ventas en pesos –a precios corrientes- de los supermercados para 2016 en relación a 2015, y de 2017 en relación con 2016, fue 17,4% puntos porcentuales menor que el aumento de la inflación. Este porcentaje evidencia una retracción aguda en el consumo.

Gráfico 4.¹⁵



Por último, y consecuentemente con lo que se aseveró más arriba, interesa destacar que según el Informe sobre Situación del Mercado de Trabajo publicado en Mayo de este año por el Centro de Investigación y Formación de la República Argentina (CIFRA), la participación de los asalariados en el PBI se redujo 3,1 puntos porcentuales en 2016¹⁶: mientras que en 2015 su participación explicaba el 37,4% del PBI, en 2016 pasó a ser el

¹⁵ Tomamos abril como mes de corte ya que el último dato disponible publicado en INDEC corresponde a dicho mes, por lo que decidimos observar las variaciones interanuales tomándolo como mes de referencia. La serie histórica que publican llega hasta el mes de enero de 2015.

¹⁶ Datos considerando los primeros tres trimestres de 2016.

34,3%. Este dato indica que hubo una transferencia de ingresos del trabajo al capital equivalente a 16.000 millones de USD (CIFRA, 2017).

A partir de lo expuesto, nos resulta interesante pensar porqué, a pesar del deterioro del escenario económico personal de los asalariados y la merma del consumo, la percepción respecto al futuro a nivel macroeconómico no declina en la misma medida que la confianza respecto a la situación individual¹⁷.

Lo que interesa aquí, entonces, es pensar porqué estos dos tipos de expectativas mencionadas (el ICCp y el ICCm) pueden evolucionar independientemente el uno del otro. Ello habilita pensar que los actores pueden percibir un empeoramiento en su localización dentro del espacio social pero, a la vez, considerar que esto no está ligado linealmente a la evolución económica global. Entonces ¿Qué es lo que puede mejorar, o no empeorar tanto, si ellos se perciben peor? Es más ¿La merma en la capacidad de consumo, es percibida como una resultante macroeconómica? Asimismo y retomando las reflexiones iniciales también podemos preguntarnos si la confianza afecta efectivamente el consumo, o si las variables de peso al momento de adquirir bienes o servicios, y las que delinear la percepción en términos de confianza, son las mismas. Según Wallace, deberían serlas, ya que “los individuos tienen un incentivo para hacer buenas predicciones; como generalmente suponemos que la gente se comporta de acuerdo a sus intereses, por qué no suponer que ellos hacen las mejores predicciones posibles. Éstas son las expectativas racionales, es el supuesto de que las personas establecen las mejores expectativas a su alcance.” (Wallace, 1996: 5). Pues bien, consideramos aquí que se trata de una mirada que deja afuera las luchas por la construcción de sentido, y sobre todo que la percepción de los agentes se relaciona ineludiblemente con un “sentido del juego” constituido socialmente (Bourdieu, 2012)

¹⁷ En este contexto tiene sentido que los datos del ICC global arrojen que la confianza de los encuestados de ingresos altos haya aumentado 10.5% entre 2016 y 2017, mientras que para los encuestados de ingresos bajos haya aumentado solo un poco más de la mitad, un 5,9%. Las diferencias de la medición desagregada en estas dos categorías son notables, y merecen un análisis detallado, el cual se dificulta un poco ya que no están publicadas las series históricas según esta apertura. Será un trabajo de compilación a realizar a futuro.

Haces de relaciones. La confianza y los esquemas valorativos.

“Las categorías de comprensión son representaciones colectivas” (Wacquant, 2012: 37). Con esta frase nos interesa plantear algunas consideraciones como modo, no de modelar conclusiones, sino de dejar interrogantes abiertos en torno al concepto de confianza en economía y a pensar qué significa que un actor social tenga o no tenga confianza. En este sentido, es importante resaltar que la cuestión merece ser abordada desde distintos planos de análisis. No es lo mismo referirse a la confianza de los mercados, que a la confianza de los sujetos encuestados por el ICC. Operan planos de información, percepción, expectativas e intereses distintos.

Para referirse a la noción de interés, P. Bourdieu (2012) evoca a su contrario: para él, la indiferencia -ataraxia-. Evocar dicho concepto, en este marco, implica pensar tipos de interés específicos e históricamente situados, lo que el autor llama *Ilussio*: “Es estar preocupado, tomado por el juego” (Bourdieu, 2012: 156). Esto es, los actores reconocen aquello que está en juego y lo consideran asimismo valioso. La *Ilussio* implica también un *dominio práctico* de las reglas del campo. De esta manera, el interés requiere siempre un análisis histórico a posteriori, más que deducciones ficticias a priori, ya que la *Ilussio* es un imperativo histórico (Bourdieu, 2012). No consideramos aquí que la confianza sea algo ficcional o simulado, sino más bien, brota de ella la materialidad que subyace a los esquemas de percepción que emanan del juego que concierne, en el cual los encuestados por el ICC también están insertos. Los mencionados esquemas están atravesados por luchas por la forma y división de los campos a partir de los cuales se generan (Wacquant, 2012). No hay nada de ilusorio en ello, los modos de percibir, “las estructuras mentales” (Bourdieu en Wacquant, 2012: 36), se articulan en las batallas por el sentido que deben su existir a los intereses históricamente constituidos respecto a un campo específico.

El juego nos toma, nos atraviesa y sus variaciones designan modificaciones de orden relacional. Los conceptos de campo y *habitus*¹⁸, ambos provenientes de la teoría de P. Bourdieu, son pensados como haces de relaciones (Wacquant; 2012). Entonces, según esta

¹⁸ “Un campo es un conjunto de relaciones objetivas e históricas entre posiciones ancladas en ciertas formas de poder (o capital), mientras que el *habitus* consiste en un conjunto de relaciones históricas ‘depositadas’ dentro de los cuerpos de los individuos bajo la forma de esquemas mentales y corporales de percepción, apreciación y acción” (Wacquant, 2012: 42)

óptica, pensar la primacía de la racionalidad de los agentes en tanto respuesta mecánica a los estímulos e información que brinda el mercado, sería como mínimo insuficiente. Las expectativas de los respondentes deben ser leídas en clave relacional e histórica, y forjadas al calor de las disposiciones adquiridas y puestas en práctica por éstos. Por tanto, la voluntad de analizar los resultados del ICC no radica en dar cuenta de si los datos que produce se corroboran a largo plazo, sino más bien en entender “su capacidad social y su autorización a transcribir una dimensión de lo social” (Roig, 2016: 72).

Las palabras de Curtin evidencian que dichos datos son considerados como predictivos, sin embargo el autor no analiza ninguna de las mediaciones sociales que actúan sobre estas expectativas. Entendemos aquí que para abordar el concepto de confianza debemos embarcarnos en la búsqueda de relaciones de sentido, y en consecuencia de “lógicas de autorización de diferentes agentes que producen o movilizan esas representaciones sociales” (Roig, 2016: 73). Entonces, es conveniente no perder de vista que la valoración y expectativas de los agentes se encuentran mediadas por el saber económico hegemónico enaltecido como pilar último de la experticia. Éste se presenta como dando cuenta de una realidad objetiva –o una fatalidad histórica, en palabras de Fernández Díaz- pasible de brindarse al consumidor si se eliminan los rasgos considerados ficcionales, que la cercenan.

Nos interesa la perspectiva de Mariana Heredia, en su propuesta de reflexionar sobre dicho discurso especializado reflexionando en torno a su carácter descriptivo, normativo y performativo (Heredia; 2008). En este sentido, consideramos que podemos aproximarnos al concepto de confianza desde dos puntos de vista distintos, que en la realidad se presentan articulados: la confianza como resultado de esquemas de valorativos socialmente configurados; y la confianza como un esquema valorativo que produce consecuencias económicas específicas y materiales. Esto es, como causa y como consecuencia simultáneamente ya que, para abrir el juego de la indagación, es importante tener en cuenta que “existe un coníuum entre la *construcción del saber*, la *movilización del saber* y la *aplicación del saber*” (Roig, 2016: 77). Podemos preguntarnos entonces ¿En qué medida los resultados del ICC, publicados y publicitados por medios de comunicación y referentes de opinión económica, evidencian la percepción de los actores sociales respecto a la situación económica, y en qué medida actúa performativamente sobre dichas percepciones?

Bibliografía

Barrera, Mariano; Gozález, Mariana; Manzanelli, Pablo (2017) “Informe sobre situación del mercado de trabajo”, Buenos Aires, Centro de Investigación y Formación de la República Argentina (CIFRA). Disponible en: <http://www.centrocifra.org.ar/docs/ifm.pdf>

Bermúdez, Cecilia (2014) “La racionalidad en la formación de expectativas. Crítica de la hipótesis de expectativas racionales” en Revista de Economía Institucional, Vol. 16, N° 30, Primer Semestre 2014, pp. 83-97, Bogotá. Disponible en: http://www.lareferencia.info/vufind/Record/CO_afcfffbdac7d62705c95d920d209e3e04

Bourdieu, Pierre (2012) “El propósito de la sociología reflexiva (Seminario de Chicago)” en Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loic, *Una invitación a la sociología reflexiva*, pp. 91-266, Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

Centro de Investigación en Finanzas (2017) Índice de Confianza Del Consumidor. Informe Mayo 2017. Buenos Aires, Universidad Torcuato Di Tella. Disponible en: http://www.utdt.edu/ver_contenido.php?id_contenido=2575&id_item_menu=4982

Curtin, Richard T. (2002) “Surveys of Consumers: Theory, Methods, and Interpretation” para NABE 44th Annual Meeting, Washington. Disponible en: <https://data.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=26396>

Fernández- Baca, Jorge (1996) “Robert Lucas, Premio Nobel de Economía 1995. Cómo un historiador se convirtió en el economista más importante del Siglo XX” en Revista Apuntes N° 38, pp. 11-23, Lima, Universidad del Pacífico. Disponible en: http://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_481d0a95b6f082e488c46282fd41852a

Foucault, Michel (2011) *La arqueología del saber*. Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

- (2012) *Nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Heredia, Mariana (2008), “Entre reflexividad, legitimación y performatividad. El discurso económico en la instauración y la crisis de la convertibilidad”, En Revista Crítica en Desarrollo. No 02, Buenos Aires, pp. 191-214.

- (2015), *Cuando los economistas alcanzaron el poder (o cómo se gestó la confianza en los expertos)*. Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

Lucas, Robert (1972) “Expectations and the neutrality of money” en Journal of Economic Theory 4, pp. 103-124.

Roig, Alexandre (2016) *La moneda imposible. La convertibilidad argentina de 1991*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Screpanti, Ernesto y Zamagni, Stefano (1997): *Panorama de historia del pensamiento económico*. Barcelona, Editorial Ariel.

Wacquant, Loic (2012) “Hacia una praxeología social: La estructura y la lógica de la sociología de Pierre Bourdieu” en Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loic, *Una invitación a la sociología reflexiva*, pp. 21-90, Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

Wallace, Neil (1996) “Las expectativas racionales y el fin de la macroeconomía” en Revista Apuntes N° 38, pp. 11-23, Lima, Universidad del Pacífico. Disponible en: http://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_755e68ca642116eddc71684de386a62b