

## ¿Recuperación o un nuevo modelo social?

Sobre la sociedad gravita la idea de que amplios sectores no podrán recuperar los niveles de vida anteriores ni un cierto grado de seguridad. Se lima el pesimismo, pero sin vislumbrar mejoras futuras

Por JOSÉ ANTONIO GÓMEZ YÁÑEZ

Las élites políticas y económicas transmiten complacencia, se sienten artificiales de que la peor fase de la crisis haya pasado y llegue "la recuperación". La esterilización del lenguaje político y económico impide descifrar qué significa esa palabra. ¿Qué hay tras ella? Que los agregados estadísticos globales salen de las cifras negativas. Pero eso no significa que el bienestar de las sociedades europeas, o la española, retorne al punto de partida. La economía vuelve a crecer desde un nivel mucho más bajo que el de hace cinco años después de la tremenda destrucción de tejido productivo y empleo. Mucho bienestar, muchas seguridades en las generaciones mayores de 50 años que sostienen los hogares, tal vez la integración en el trabajo de la generación joven, han quedado asillados. Todo toca fondo, y nuestras sociedades generan incluso en un ciclo bajo un nivel de actividad económica del que es difícil bajar, aunque pudiera pasar. Se toca ese nivel.

¿Cómo entrevén los ciudadanos esta recuperación? España ha vivido un período de tremendo pesimismo entre el otoño de 2012 y la primavera de 2013. Había un placer morboso al valorar tenebrosamente la situación del país, se llegó a la unanimidad al considerarla mala o muy mala. Lo que había, y hay, tras ese morbo es amedrentamiento ante la espiral destructora de la crisis y lo que se adivina como un nuevo modelo social en el que empeoran la seguridad y condiciones del empleo, las retribuciones y la protección social. Amplias capas sociales sienten que los equilibrios sociales se alteran en su contra y se saben más débiles según avanza la crisis y se entra en una recuperación que no va a invertir esa tendencia.

Ahora, la valoración de la situación económica del país es algo menos negativa que hace unos meses: el 91% la considera mala y el 2%, buena. Pero en abril, estos datos eran 95% y 0,4%, respectivamente; o sea, sigue siendo deprimente. La valoración de la situación económica de los hogares ha mejorado algo, pero son más los que declaran que su situación es mala y dentro de seis meses lo seguirá siendo que los que afirman que es buena. Se ha estabilizado una visión pesimista del futuro económico del país, algo más de la mitad (51%) prevé que dentro de seis meses estará igual que ahora, lo que no es mucho decir; un 10% piensa que estará mejor, y un 37%, peor, aunque este último fragmento disminuye desde el 45% en abril.

Se lima el pesimismo, pero sin vislumbrar mejora en el futuro; más bien se racionaliza una realidad adversa que se adivina otra más positiva. La opinión sobre la evolución del desempleo es muy pesimista, el 52% piensa que crecerá, aunque entre diciembre de 2012 y abril de 2013 se aproximaba al 60%. Quienes creen que habrá menos son un 22%. Tras estas opiniones está la emigración de los jóvenes cualificados y el retorno de inmigrantes. Resumiendo, para los ciudadanos, empleados y consumidores, esta recuperación es la que se habla desde la política y las élites económicas tiene algo de espectral.

La idea de cambio de modelo social se condensa en la transformación de la percepción de seguridad en los ingre-

sos y el empleo y en la contracción del consumo. La sociedad se ha escindido en dos mitades en los tres últimos años. De una parte, quienes creen que sus ingresos pueden aumentar en los próximos meses (un 5%-8%) y los que creen que se mantendrán, un 46%. Estos últimos han descendido desde el 65% en la

primavera de 2010 hasta el citado 46% en julio. Una caída vertiginosa en tres años de la sensación de seguridad económica: un 20% de la población ha sido arrastrado desde un horizonte de estabilidad en los ingresos hacia lo imprevisible o la reducción de ingresos, y eso afecta sobre todo a quienes sostienen

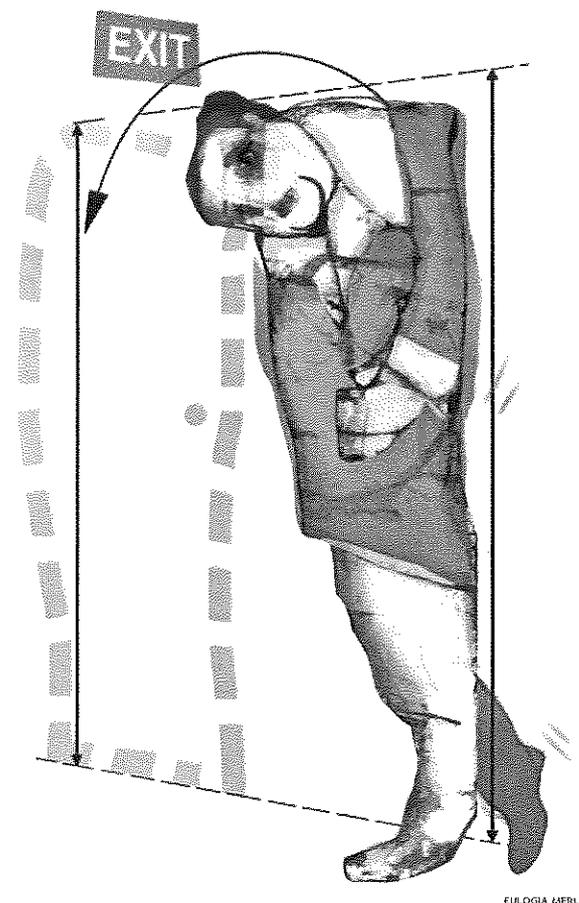
47%. Quienes opinan que pueden mantenerlo descienden desde el 57% al 50%. Casi nadie cree que pueda aumentar el consumo de su hogar. La alergia a los productos financieros complicados y a compromisos a largo plazo como la compra de pisos o coches, es absoluta: el 79% y el 85%, respectivamente, piensan que es mal momento para contratarlos o comprarlos. Los 37 meses consecutivos de caídas en el comercio minorista y el descenso de las ventas de pisos y coches son el resultado de esta contracción de perspectivas. La sociedad sabe que hay que desendeudarse y que no se pueden asumir riesgos. Es difícil ver cómo se va a reactivar el consumo interno en este ambiente.

En suma, lo que perciben los ciudadanos es un cambio en los patrones de acumulación y distribución de los recursos. Una economía puede crecer de distintas maneras, pero esta recuperación supone la estabilización de un nuevo modelo de crecimiento en el que las fuerzas sociales se distribuyen de manera más desigual que hace cinco años en detrimento de la mayoría: tanto en el trabajo como en el consumo, en prestaciones sociales y en poder social. Sobre la sociedad española gravita la idea de que lo que está resultando de la crisis va a impedir a amplios sectores sociales recuperar sus niveles de vida o mantener la corriente de movilidad social ascendente. La reforma laboral y un rescate orientado a la banca fueron eslabones para configurar esa visión y ahormar este modelo. Se acepta porque hay que umoldarse a él, pero dominan sentimientos sombríos de desconfianza en la economía del país, negativas expectativas sobre el empleo, inseguridad en los ingresos, restricción del consumo y escepticismo sobre la consistencia de los sectores económicos que podrían tirar del futuro del país.

A estas alturas cabe dudar de que Rajoy y su equipo entendieran por qué ganaron las elecciones, qué deseaban los ciudadanos y supieran qué necesitaba el país. Lo que la opinión pública percibe es que su período de gobierno está abriendo paso a un modelo social que reduce niveles de vida, extiende la inseguridad a la mayoría, incrementa la desigualdad, bloquea el progreso de generaciones y no atina a definir una línea de progreso del país. Desde luego, puede haber crecimiento con estas nuevas reglas si la economía global tira (vía turismo o exportación de automóviles con costes salariales moderados y subvencionados), pero es difícil que los videntes se lo agradezcan.

Tampoco la oposición, que nada parece haber aprendido de su gestión de la primera fase de la crisis, parece capaz de tejer un discurso creíble que muestre una idea de "economía social de mercado", es decir, no solo suavización cosmética al modelo que se impone, sino algo convincente que aúne crecimiento y competitividad con contrapesos sociales que distribuyan el poder y los beneficios a amplias capas sociales, renovando las estructuras productivas, políticas, administrativas y sindicales-empresariales del país.

José Antonio Gómez Yáñez es profesor de Sociología de la Universidad Carlos III. Los datos proceden de *Perspectivas del consumo* de Millward Brown.



EULOGIA MERLE

La opinión pública cree que el Gobierno de Rajoy extiende la inseguridad a la mayoría social

Tampoco la oposición parece capaz de aunar competitividad y contrapesos sociales

los hogares, las generaciones de 35 a 65 años. La otra mitad está compuesta por quienes creen que sus ingresos pueden bajar: un 27%, pero hace tres años eran menos del 15%; y los que no saben cómo evolucionarán: un 25%, que en 2009 apenas sumaban el 10%. Planea la sombra del empobrecimiento o el retroceso en los niveles de vida sobre la mitad de la población. La Incertidumbre se ha instalado en el trabajo: en torno al 18% de los ocupados piensa que hay muchas o bastantes posibilidades de perder su empleo en los próximos meses. Es obvio que esta inseguridad en las retribuciones y en el empleo va aparejada a un deterioro de las condiciones de trabajo.

Esta inquietud se ha trasladado al consumo. Quienes consideran que lo mejor es reducir el consumo del hogar han pasado del 40% en 2009 hasta el