

la invención de nuevos medios, desarrollados con respecto a ciertas normas y finalidades; b).—la resolución de las condiciones que han sido consideradas como funestas.

4. A su vez, los nuevos medios se convierten en “condiciones” para ciertos grupos de gente, y de esta manera, dan origen a nuevas normas y finalidades y, en última instancia, a nuevos medios.

Esta secuencia es considerada como: a).—el proceso “en” la Revolución que a su vez, es la causa de b).—el proceso “de” la Revolución. Este último es un ciclo de acción colectiva en el cual una sociedad se revuelve y abandona un conjunto de medios, finalidades, condiciones y normas que hasta entonces habían sido consideradas como bastante adecuadas para las necesidades de la vida, al través de una situación de crisis. La estructuración producida por la protesta pone los nuevos medios en el lugar de las antiguas condiciones. De esta manera, se obtiene la catarsis. “El proceso de la Revolución” entra en su fase post-crítica.

En este esquema, desarrollado en todos sus puntos, con abundancia de citas testimoniales, está expuesto el pensamiento del autor con relación al proceso social de la Revolución francesa.

CARLOS BORGES CEBALLOS

VANCE PACKARD, *The Status Seekers*, David McKay Co., Inc., Nueva York, 1959.

EN ESTE LIBRO, que bien podría traducirse como *Los buscadores de status*, se destroza efectivamente el mito de que en los Estados Unidos se han abolido, como por arte de magia, las barreras entre las clases sociales. El autor, que

con este libro por segunda vez escala el status de los *best-sellers* (su primera obra, *The Hidden Persuaders*, es un análisis de los métodos “profundos” usados por la gran industria de la publicidad en los Estados Unidos), enfoca la estructura de clases en el vecino país del norte, y señala los factores, a veces muy sutiles y casi escondidos, que intervienen para determinar la posición de una persona, o una familia, en la jerarquía social. No se trata de un libro técnico. La obra no contiene una sola gráfica y no echa mano de la terminología pseudo-científica ininteligible que para algunos autores parece constituir el signo de la verdadera ciencia social. Más bien al contrario, está escrita en lenguaje ameno, a veces pintoresco, y de fácil lectura; lo cual no es de extrañar, puesto que el autor es originalmente periodista y no sociólogo. Pero ello no quita méritos al estudio, que está basado en fuentes sociológicas serias, y aunque Packard no realiza investigaciones científicas propias, aporta un caudal de conocimientos y observaciones personales que enriquecen el producto.

Varios factores han influido en el cambio de la estructura de clases en los Estados Unidos en años recientes. Efectivamente, es inoperante hoy día la distinción clasista del siglo XIX, y también han perdido su significado los estereotipos tan queridos de los radicales de la época. Pero, como señala Packard, el hecho de que Carlos Marx haya influido en que el término clase sea considerado como una “palabra sucia”, no quiere decir que el *American Dream* —concepto tan querido, a su vez, de los demagogos de nuestra época— las haya hecho desaparecer. Sólo las ha modificado. Los factores económicos que han producido ese cambio, según nuestro autor, son: 1. El incremento espectacular

de la riqueza individual desde 1940. 2. El sistema fiscal graduado. 3. El contraste decreciente entre el nivel de vida material de ricos y pobres. 4. El cambio masivo de capacidades vocacionales que requiere la economía. 6. El aumento de tiempo que puede dedicarse al ocio. 7. La tendencia hacia las grandes organizaciones de tipo burocrático. 8. La disminución del número de pequeños empresarios y personas independientes. 9. La tendencia hacia la super-especialización en el trabajo, y, 10. La producción en escala masiva de hogares.

Los estudiosos que han investigado el problema de la estratificación social en los Estados Unidos no se han puesto de acuerdo ni en el número de clases que puedan reconocerse, ni en una mínima definición común. Estudios realizados en diversas comunidades han aportado un rico y variado material; pero parece surgir con más frecuencia una división en cinco clases distintas. Para Packard, existen dos grandes divisiones de estratos horizontales, que son, por un lado, la Élite Diplomada de aquellos que mandan en la sociedad, y, por el otro, las Clases Auxiliares, compuestas por los *White Collar*, los empleados de cuello blanco, y los *Blue Collar*, los obreros y trabajadores de cuello azul. La primera se divide, a su vez, en a) la Verdadera Clase Alta, y b) la Clase Semi-Alta. La segunda comprende c) La Clase de Éxito Limitado, d) La Clase Trabajadora y e) la Verdadera Clase Baja.

Estas capas horizontales tienen que ver, esencialmente, con cuestiones de prestigio. Pero, dice Packard, existe también una división vertical, basada en diferencias, esencialmente de tipo étnico, que constituye el segundo gran sistema de estratificación de clase en los Estados Unidos. A este pertenecen, esencialmente, las llamadas minorías, que

en realidad suman alrededor de la tercera parte de la población total. Las diferencias principales que son tomadas en cuenta en este sistema son: 1. El tiempo de residencia en la localidad. 2. El origen nacional. 3. La Religión y 4. El color de la piel. "Existe, pues, un sistema de clase bi-dimensional. Las capas horizontales están basadas en el prestigio que se deriva principalmente de factores de clase social tales como la riqueza, el empleo, la educación, el estilo de vida. Las divisiones verticales están basadas en las aparentes diferencias de personas, causadas por su origen étnico, su religión, etc." Esta segunda división ha sido llamada en otra parte (*The American Dilemma*, por Gunnar Myrdal) un sistema de castas.

En la segunda parte de su libro, Packard explica los diversos elementos que influyen en la determinación del status social, y las presiones y los estímulos que se encuentran frente al individuo en su lucha por ascender en la escala social. En primer lugar cita la importancia que tiene el hogar, su localización, su precio, su estilo, sus muebles, su decoración interior, etc., para determinar el lugar exacto de su habitante en la jerarquía social. Demuestra cómo la propaganda publicitaria de los que se dedican a la compra-venta de casas y terrenos y al desarrollo de fraccionamientos está enfocada, siempre más, hacia la satisfacción de necesidades de prestigio y seguridad psicológicas, y siempre menos hacia problemas tan tradicionales como la comodidad, la economía, la belleza. Otro problema para el "buscador de status" es la selección de un barrio o un vecindario que corresponda no tanto a su status real, como al que pretende ocupar; por otro lado, para los miembros de status inferiores, la imposibilidad de franquear determinadas barreras residen-

ciales es una seria limitación en su empuje por ascender en la escala. La ocupación económica constituye un adecuado índice del status, y en ello intervienen factores como la importancia de la tarea realizada, la autoridad y responsabilidad que intervienen en el empleo, los conocimientos y la inteligencia requeridos, la dignidad del trabajo y, finalmente, los ingresos percibidos. De acuerdo con su propia estratificación, nuestro autor, gracias a su libro, ha ascendido bastante en la escala del status: de periodista (posición relativa número 42) a sociólogo (posición relativa número 27). En las grandes corporaciones se intensifica la lucha por el status y se puntualiza claramente la posición de cada ejecutivo y empleado mediante ciertos símbolos, muy efectivos, del status, como el tamaño de una oficina y del tapete dentro de la misma, el material del que está hecho el escritorio, y el tamaño del mismo, el acceso al excusado "ejecutivo", la marca del coche, y, naturalmente, el monto de los ingresos. En las corporaciones, más que en ningún otro lado, se advierte el "orden de los picotazos". Hay otros muchos indicadores del status, por ejemplo, la conducta al ir de compras (la selección de las tiendas, la forma de los pagos, etc.), el lenguaje que se habla (no solamente en Inglaterra puede determinarse el status social de una persona por la dicción y la inflexión de la voz), la forma en que se bebe socialmente (en una taberna, en una cantina, en un bar), los hábitos alimenticios, las diversiones y los juegos, la lectura de revistas, etc. También en la conducta sexual se advierten claramente las diferencias de clase; la actitud hacia las relaciones pre y extramaritales, la frecuencia del contacto sexual, la importancia de ciertos estímulos eróticos, etc., todo esto lleva in-

tima relación con factores de clase social. En una sociedad en que ciertos símbolos tradicionales del status están desapareciendo, surgen otros para substituirlos. Así, por ejemplo, los clubes campestres, o las logias exclusivas, tienden a agrupar a los miembros de ciertas clases sociales, que ya no pueden distinguirse de las demás meramente por la marca del automóvil que manejan; la membrecía en determinadas iglesias es signo de status social; el status influye también en la conducta electoral; y las escuelas y universidades son juzgadas más, generalmente, por su prestigio social, que por sus méritos académicos. ¿Cómo determinar la posición social de un individuo? Packard señala cuatro escalas de siete puntos, aplicables a la ocupación, la educación, el origen de los ingresos y el tipo de casa, para colocar a una persona en su justa posición en la jerarquía social.

Packard, después de desarrollar ampliamente los temas anteriores, muestra que el deseo de ascender en la escala social produce tensiones y ansiedades, y al mismo tiempo señala que, contrariamente a la opinión popular, existe la tendencia hacia una mayor rigidez en la estratificación social de los Estados Unidos. Son nueve las presiones hacia la mayor rigidez: 1. La eliminación de puestos intermedios que sirvan para ascender, en la oficina y en la fábrica. 2. La tendencia a exigir entrenamiento especializado para la mayoría de los empleos. 3. La fragmentación de las especializaciones en el trabajo. 4. El crecimiento de los aspectos burocráticos de la organización económica. 5. El creciente aislamiento de empleados de base con respecto a la gerencia. 6. El papel de los grandes sindicatos en mantener a hombres y mujeres en sus empleos y en desalentar la iniciativa individual. 7. La ten-

dencia de las personas a restringir su interacción social a miembros de su propia capa socio-económica. 8. La tendencia de los políticos de tratar a los grupos étnicos y económicos como bloques invariables, y 9. La tendencia hacia la estratificación por áreas residenciales. Packard señala cómo la industria publicitaria está aprovechando para sus propios beneficios, el deseo de ascender en la escala social, a la vez que contribuye a estimularlo. Para Packard, la rigi-

dez de la estratificación social contradice el *American Dream*, y la solución a todo ello es el mayor "entendimiento", una adecuada conciencia y la ampliación de las oportunidades con base en la educación; soluciones que demuestran que Vance Packard, a pesar de haber escrito un libro interesantísimo y lleno de percepciones y aciertos, no ha comprendido ni ha profundizado en el complejo proceso de la estratificación social.

RODOLFO STAVENTHAGEN