

# **Hay nuevas lógicas de consumo en la Post-Crisis?<sup>1</sup>**

**Las estrategias de consumo  
en los hogares argentinos de clase media.**

**Marzo de 2005**

**Schapira, Rosa  
Sverdlick, Andrea  
Tussie, Irene**

---

<sup>1</sup> Permitida la reproducción total o parcial de este documento, citando la fuente.

<b>Índice</b>	<b>Página</b>
I. INTRODUCCIÓN	3
II. ASPECTOS METODOLÓGICOS	4
III. DESARROLLO	4
Percepción de la crisis	4
El 2001 visto en perspectiva	4
La situación actual	5
Lo que más preocupa hoy	6
Otras preocupaciones	6
Prioridades en el presupuesto	7
Los recortes del gasto	8
Los recortes en Salud	8
Los recortes en Educación	9
Otros recortes: Esparcimiento y Cultura e	
Imagen personal y del hogar	10
Consumo de productos cotidianos: dos actitudes	12
- Hagamos de cuenta que aquí no pasó nada	12
- La vida me cambió	13
Se revaloriza el rol de Ama de Casa de la mujer	14
Distintas posiciones emocionales	15
IV. BIBLIOGRAFÍA	17

# ¿Hay nuevas lógicas de consumo en la Post-Crisis?

## I. Introducción

Como es conocido, en la Argentina imperó, durante los años 90, un modelo económico caracterizado, entre otros factores, por la convertibilidad y la apertura del mercado local. Dicho modelo contó con la adhesión de un amplio segmento de la sociedad que accedió a modalidades de consumo que le generaban la ilusión de un progreso duradero.

Sin embargo, a partir de mediados de dicha década, los indicadores económicos mostraban una tendencia recesiva creciente, dando cuenta de un proceso que culminó en una de las crisis más profundas de la historia del país.

En diciembre del 2001, se desencadena una crisis que se manifiesta en estallidos sociales y en un drástico deterioro en el estilo de vida y las posibilidades de compra y consumo de amplios sectores de la población.

Desde el 2003, la situación va revirtiéndose lentamente y comienza a registrarse un crecimiento del consumo.

En este nuevo contexto, nos planteamos responder algunos interrogantes:

¿Están cambiando otra vez los hábitos y actitudes de compra y consumo?

¿Si hay nueva lógica que ordena el consumo:Cuál es?

¿Qué segmentación se presenta en los sectores medios en relación a la misma?.

Ése es el propósito de este trabajo.

## II. Aspectos Metodológicos

Este trabajo sintetiza la información proveniente de:

- ⇒ Un estudio cualitativo ad-hoc, realizado entre enero y febrero del 2005, que incluyó 8 grupos de discusión y 8 entrevistas en profundidad a parejas, incluyendo:
  - . Hombres y mujeres, entre 25 y 55 años.
  - . Que viven en hogares de por lo menos cuatro convivientes.
  - . Pertenecientes a los siguientes segmentos socioeconómicos <sup>2</sup>:
    - Medio / C2: con un ingreso total del hogar descontando alquiler - si lo hubiere - entre \$ 2.000 y 2.500
    - Medio / C3: con ingreso total del hogar descontando alquiler - si lo hubiere - entre \$ 1.300 y 1.600
  
- ⇒ Estudios realizados por el equipo de S&T a lo largo del 2002, 2003 y 2004.

## III. Desarrollo

### Percepción de la crisis

#### El 2001 visto desde la perspectiva actual

La implosión de diciembre del 2001, se vivió - en ese momento -, como un hecho súbito y casi inexplicable.

Desde la perspectiva actual - una vez caída la ilusión del bienestar económico asociado a la década de los '90 - la visión ha cambiado. Hoy, el 2001 es percibido como un hito en un proceso de deterioro progresivo.

*"El primer gobierno de Menem se vivió una mentira, una cosa ficticia, todo el mundo tiró manteca al techo y después vino la debacle"*

Los primeros atisbos de la crisis (o las primeras víctimas del modelo) se empezaron a registrar en el año 1995, como indicio de un proceso que se aceleró en 1999 e hizo eclosión en Diciembre del 2001 y a la que ningún sector social pudo escapar. La situación afectó de modo severo y simultáneo a la mayoría de la sociedad, casi sin excepción.

*" Yo soy una convencida, esto viene de antes, no del 2001"*

---

<sup>2</sup> Canasta Básica total para familia tipo, enero 2005, \$ 767. INDEC.

En el discurso actual de los entrevistados se puede vislumbrar la magnitud de los daños que se han producido en el tejido social y que serán necesarios varios años de esfuerzo, trabajo y buena administración de los gobernantes para recomponer parte de lo que se destruyó.

### **La situación actual**

Comparado con el 2001, se siente que en la actualidad habría un 'cierto' repunte, aunque es insuficiente para solucionar los problemas de pobreza de un amplio sector de la sociedad.

En general, se percibe un estado de ánimo diferente. La sensación de mayor tranquilidad que experimentan algunos no es tanto consecuencia de cambios reales y concretos como de una impresión subjetiva, resultante de:

- el alivio que sobreviene después de que una gran tensión ha cesado
- la desaparición la idea de "catástrofe", fatalismo y de sensación de estar en un callejón sin salida, yendo hacia una situación cada vez más grave, sin solución.

*"Este año 2005 nada que ver, estoy bastante mejor, mentalmente"*

*"Ahora el 2005 lo económico sigue siendo prioritario pero uno equilibra un poco las prioridades con otras cosas, salimos un poco mentalmente, y no hay tantos fantasmas"*

*"Algo mejor estamos desde que se fue De la Rúa"*

A pesar de esta relativa tranquilidad presente, el futuro se percibe aún como inestable y amenazador.

*"La tranquilidad es entre comillas, porque no sabemos qué va a pasar."*

## Lo que más preocupa hoy

La mayor preocupación continúa siendo la propia situación económica, que atraviesa varias dimensiones simultáneas:

- La **inestabilidad del trabajo**.

Se acuerda que hubo un cierto repunte en el trabajo. Sin embargo, después de este reacomodamiento no se volvió a estar como antes de la crisis. Para muchos sobrevuela el fantasma del despido.

*“La realidad del trabajo es muy difícil porque sigue siendo inestable”*

- La **devaluación del ingreso**, en cuanto a que hay que invertir mayor cantidad de tiempo y energía para obtener la misma cantidad nominal de dinero.

*“Mi marido trabaja más ahora, pero gana la misma plata”*

*“No me alcanza el día para generar pesos y por eso ando como loco”*

- La **pérdida de la capacidad adquisitiva**.

Se registra que, desde el 2001 a esta parte, los precios de casi todos los bienes y servicios aumentaron mientras que, en el mejor de los casos, el sueldo de las personas se mantuvo casi sin variaciones. O sea, que la capacidad adquisitiva se ha visto fuertemente disminuida.

## Otras preocupaciones

Además de lo económico, permanecen activos varios focos de preocupación:

- La **inseguridad** (robos, secuestros). Suma un factor de angustia.

- El **entorno empobrecido**. Por un lado, se despiertan sentimientos de solidaridad y por el otro, la pobreza tan cercana y ‘visible’ presentifica el fantasma de que también uno podría llegar a la misma situación.

*“La gente pobre en mi barrio, a mí me puede pasar también”*

*“no puedo dar vuelta la cara y decir no me importa”*

*“dolor, vergüenza por todo lo que está pasando en este país”*

*“veo mucha pobreza que nos rodea, están peores que nosotros, duele mucho”*

*“la angustia de ver gente muy cercana a uno sin laburo “*

- La **corrupción** a nivel institucional. Se le atribuye ser una de las causas del deterioro económico.

*“sueño que las cosas cambien, las instituciones que no sean más corruptas”*

- La **problemática de la edad**

Cabe destacar que las consecuencias de la crisis ha dejado un poco más afectados a los adultos mayores, que tienen - además de las ya señaladas - otras problemáticas vitales que conspiran contra una visión positiva.

- o Las mujeres mayores deben enfrentar: el climaterio, el sobrepeso, perder la posibilidad de insertarse en el mercado laboral, la sensación de “nido vacío”:-

*“Pisando los 50 te pasan cosas que hace 10 años no me pasaban”*

*“Haciendo una mirada hacia atrás viendo qué es lo que hice con mi vida”*

*“Pisando los 50 no es fácil”*

- o Los hombres mayores deben enfrentar :La disminución de su energía en momentos en que sienten que hay mayor competitividad y se hace necesario redoblar el esfuerzo:

*“Lo que quisiera ser es un león, como era antes”*

*“Algo de la paz que es lo que ando buscando después de los 40 años”*

## **Prioridades en el presupuesto**

Para cubrir las prioridades se hizo necesario realizar recortes en todas las áreas.

Los distintos rubros que componen el presupuesto familiar, guardan el siguiente orden de prioridades en la distribución de los recursos:

### 1) Lo básico

- La comida.
- La educación.

### 2) Lo ‘inevitable’

- Los viáticos.
- Los servicios e impuestos domiciliarios (gas, agua, luz, teléfono, ABL, incluye las deudas, cuando las hay).
- La vivienda: alquiler / crédito cuando es el caso.

*“a veces ni yo se como hago: saco primero para la comida y lo que queda para los impuestos”*

3) Lo último, si queda y según cuánto queda

- La medicina prepaga.
- La imagen personal y del hogar.
- El esparcimiento: entretenimiento, ocio y cultura.

Dentro de cada uno de estos rubros, la principal aspiración es satisfacer las necesidades y deseos de los hijos.

### **Los Recortes del Gasto**

En principio, todas las áreas se vieron afectadas por los recortes.

- Parecería que - como parte del ajuste -, los entrevistados se vieron forzados a atacar primero aquellos gastos que, por su monto, tienen una alta incidencia unitaria sobre el presupuesto, como la salud y la educación. Acá las decisiones se tomaron en un momento determinado y de modo colegiado entre los adultos a cargo de la familia.
- En los gastos de menor incidencia unitaria, como los bienes y servicios cotidianos, la imagen personal y el ocio y la cultura, el ajuste es un proceso que se dirime cada día y en cada acto de compra.

En relación al consumo de productos cotidianos, es fundamental el rol de *“experta en economía doméstica”* del Ama de Casa, por ser mayoritariamente ella quien que toma las decisiones. Nos referiremos a esto más adelante.

### **Los recortes en Salud**

Esta fue una de las primeras áreas de recorte encarado durante el pico de la crisis, generando cambios que se mantuvieron.

Los gastos en salud se redujeron sensiblemente optando por servicios más accesibles, en un gradiente de ajuste:

- Cambiarse a un plan más bajo en las cobertura privada de salud
- Dejar la prepaga y utilizar la obra social de uno de los cónyuges (Relación de dependencia o Monotributista)

- Adherir a otras alternativas económicas, como los llamados 'centros comunitarios'. Son unidades ubicadas en el barrio, que - por un arancel mensual accesible - brindan las prestaciones mínimas.

- Atenderse en el hospital

*"El hospital público es bárbaro"*

*"Estoy usando el hospital público en Vicente López que es muy bueno"*

Este servicio público surge actualmente revalorizado. Esto puede deberse, en parte, a que en la comparación con la prepagas u obras sociales de mala calidad, algunos hospitales públicos accesibles desde la residencia de los entrevistados no salen mal evaluados. Pero también manifiesta un cambio del paradigma colectivo en cuanto a lo público y lo privado.

Por otro lado, algunos entrevistados, pertenecientes al NSE medio, haberse pasado al hospital público, conservando el médico de cabecera que antes los atendió en los consultorios privados.

A diferencia de otros bienes o servicios de consumo, la pérdida de calidad en la salud no parece ser vivida de una manera tan dolorosa. Que el área pueda funcionar como variable de ajuste sin culpa, podría deberse a que:

- no tiene efecto de mostración social, no se vulnera la identidad.

- hay una menor presencia mental cotidiana de la carencia, la que sólo surge si se produce un episodio de enfermedad o accidente. Comparativamente con otras pérdidas más visibles, la pérdida de tranquilidad concomitante a la falta de prevención sería más soportable.

*"uno por ahí en el día a día no te das cuenta. O sea, vos no vas por la vida diciendo Ay! Cómo extraño a mi prepaga"*

### **Los recortes en Educación**

Es una de las dimensiones prioritarias del gasto. Se trató de preservarla lo más posible, porque se la ve como el único recurso / bien que se le puede ofrecer a los hijos para mejorar sus posibilidades en el futuro.

La educación de los hijos tiene alto valor simbólico y funciona como una posible compensación a la frustración actual de los padres. Así, los renunciamentos en esta área afectan la identidad y generan conflicto.

*“Dijimos que era una de las pocas cosas que íbamos a tratar de sostener”*

*“Darles lo mejor en educación, porque es lo mínimo que tenemos que hacer”*

Sin embargo, algunos tuvieron que realizar ajustes, de distintos grados.

- Los que sostuvieron la escuela privada lo hicieron a costa de realizar recortes en otros gastos. El sacrificio lo realizaron los adultos del hogar.

*“A mi me gustaba mucho hacer cursos de manualidades”*

*“Le di prioridad a mis hijos a que hagan ellos”*

- Los que volvieron a la escuela pública o se mantuvieron en ella, rescatan este servicio público con una imagen ahora revalorizada:

*“La verdad que la escuela pública cerca de mi casa es muy buena”*

Cuando éste es el caso, el logro pasa por poder comprar la ropa y los libros y útiles necesarios para sostener la concurrencia a clase. Eventualmente, se aspira a poder pagar cursos de inglés u otros.

En los sectores con mejor situación económica, además, la aspiración es poder renovar la PC y acceder a la banda ancha.

### **Otros recortes: Esparcimiento y Cultura e Imagen Personal y del Hogar**

Además de las áreas Comida y Limpieza, a las que nos referiremos especialmente en el punto siguiente, hay otras áreas donde las pérdidas son muy sentidas y que refieren a:

- la imagen externa del individuo y de su hogar
- el esparcimiento y los bienes culturales

Aunque -racionalmente- se cree que no son indispensables para la subsistencia, es de destacar que sobre estos bienes y servicios se estructura la personalidad del individuo. Son elementos o prácticas vinculados con la dimensión placentera, que alimentan el espíritu de una persona y le hacen parecer la vida más agradable: salir y divertirse, embellecerse, aumentar el bagaje cultural, ampliar los horizontes de pensamiento . Por ejemplo: los hobbies, la ropa o los cosméticos, la música, la literatura, etc.

Las pérdidas en éstas áreas, afectan el estado anímico y contribuyen a generar situaciones de insatisfacción y / o de “vacío de identidad”, expresadas en frustraciones que se van acumulando y aumentando en intensidad.

A continuación se ejemplifica una escala de grados de ajuste, construida a partir del discurso de los entrevistados y que obviamente es más severa en presupuestos más pequeños.

	<b>Antes del ajuste</b>	<b>Después del ajuste</b>
<b>Esparcimiento y Cultura</b>	Teatro, Cine, Recitales, Comer afuera con amigos, en Mac Donald´s con hijos Club Revistas, Libros. Cursos para ella El diario todos los días para él	Se suplantán las salidas por: Videos + Delivery de pizza / empanadas Chicos: cyber En ajustes más extremos: TV, espectáculos gratis y paseos al aire libre
<b>Vacaciones</b>	Largas, viajes, Irse toda la flia	Irse menos tiempo / No al extranjero / No irse
<b>Imagen Personal</b>	Ropa, Zapatos, Zapatillas Ropa interior de ella	No comprar de marca / No comprar
<b>Imagen del hogar, confort</b>	Decorar (pintura, cortinas) Arreglar deterioros del inmueble Cambiar / Arreglar electro- domésticos (lavarropas, heladera)	No comprar / Renovar No arreglar Dejar de usar

A través de los siguientes relatos, se puede apreciar los diversos mecanismos compensatorios que surgen para disminuir el déficit moral y material (según el caso) ocasionado por las pérdidas ocasionadas por el ajuste. En general, consisten en sustituir prácticas anteriores por otras nuevas, cuya finalidad es brindar espacios placenteros a los hijos y “ en la medida de lo posible” también lograr la propia gratificación:

*“Si antes ibas al cine ahora podés a lo mejor alquilarte una película y quedarte en tu casa comiendo una pizza”*

*“No vamos más a Mac Donald’s ahora vamos a hacer un picnic llevamos el termo y la perra”*

*“En el caso nuestro se impuso la modalidad de reuniones con amigos en casas y cada uno lleva algo”*

*“Mirar la televisión que es lo mas barato”*

*“Cortar el pasto me hace bien”*

*“Con los amigos van al cyber o a alguna fiesta, nada de boliches”*

## **Consumo de productos cotidianos: dos actitudes**

En relación al consumo que sostiene la vida cotidiana del hogar, se evidencia que coexisten en este momento dos actitudes, que podrían representarse con las siguientes frases:

- “Hagamos de cuenta que aquí no pasó nada”
- “La vida me cambió”

### **“Hagamos de cuenta que aquí no pasó nada”**

A partir del excedente generado por los recortes en otros rubros del presupuesto familiar (Salud, esparcimiento, etc.), el Ama de Casa de este segmento hace todo lo posible por recuperar la rutina de su vida cotidiana.

Para ello, trata de volver a consumir ‘lo de siempre’ en los productos cotidianos. Cuanto más lo logre, más podrá mantener las apariencias de que la crisis no ha hecho mella en su status o en su estilo de vida. Este disimulo no sólo es para afuera, sino también para la mirada dentro de su familia, especialmente la de los hijos pequeños, a los que trata de preservar de las evidencias del descenso. Y también trata de preservarse ella misma.

Otro perfil que participa de esta actitud y mantiene las mismas premisas, es el segmento al que la situación económica le está mejorando gradualmente, en especial en los dos últimos años. Este mayor ingreso es invertido en los productos cotidianos.

Algunas conductas en las que se manifiesta esta actitud:

- √ Tienden a volver a la compra grande, centralizada y periódica (quincenal, mensual) en el supermercado.
- √ Pero hacen compras complementarias en “los chinos” del barrio.
- √ En algunos productos (más en alimentos), se mantienen las primeras marcas. En el aspecto simbólico, esto permite sostener la imagen de una cotidianeidad preservada.
- √ También se incluyen algunas segundas marcas que se desempeñaron bien, ahora revalorizadas.
- √ En las marcas que no ofrecen una relación costo-beneficio positiva, a veces adoptan una actitud de castigo: *“hay muchas cosas que siento que me roban y no las compro, no las consumo”*
- √ Se stockea aprovechando las ofertas y promociones (fuera de lo planificado).

- √ En algunos productos, se sigue sin consumirlos, total o parcialmente: congelados, marcas de buen vino, cosmética cara, packs muy lujosos o grandes. *“Compraba una caja hermosa de Skip de 5kg. con una manijita, nunca más, ahora compro el paquete de Ala”.*

### **“La vida me cambio”**

En este segmento, se han producido grandes transformaciones en la vida cotidiana, con cambios en la forma de comprar y en los productos que se compran y que componen el escenario doméstico.

También en esta actitud conviven dos subsegmentos:

- En unos, el cambio es por necesidad, porque no tienen posibilidad de elegir otra forma de vida.
- En otros, el cambio es una elección. Deciden realizar este tipo de recorte para subsidiar otros gastos, por ejemplo, la educación.

Estos cambios se acompañan de una clara **vivencia** de descenso de clase social.

Donde más conflicto y dolor se genera es en el rubro de la alimentación. Se sabe que hay una pérdida de calidad y se teme que esto pueda redundar en un perjuicio para la salud.

Para contrarrestar esta idea, el ama de casa aporta trabajo extra para mejorar la calidad de la alimentación de su hogar. Por eso, prepara mayor cantidad de elaboraciones caseras, a fin de obtener un doble beneficio: economía y nutrición.

La compra queda determinada por el monto asignado para el gasto diario: *“el día que voy a la carnicería, olvidate de otra cosa”*

Algunas conductas:

- √ Realizan la compra descentralizada, pequeña y casi diaria, buscando el mejor precio en ‘los chinos’, discounts, almacenes y comercios pequeños. *“Ahora el pan acá, la leche allá, la carne allá”*
- √ En general, hay resignación de marcas en busca de precio.
- √ Están en permanente cambio, con la esperanza de recuperar la calidad perdida.

- √ No tienen posibilidad de almacenar: *“estaba acostumbrada a tener todo por dos”*
- √ Utilizan envases económicos y pequeños.
- √ No stockean.
- √ Se consideran excluidos de las promociones: manifiestan que los productos de primera necesidad no están en promoción generalmente. Por otro lado, que las promociones / desgustaciones no están en los comercios donde ellas compran.

### **Se revaloriza el rol de Ama de Casa de la mujer**

El ama de casa es la que suele decidir las compras del hogar. Así, desde la crisis, la mujer se consagró en este rol ante su marido y su familia, al implementar una compra hiperracional que le permitió optimizar al máximo el abastecimiento de la familia, consiguiendo mayor cantidad y calidad al mejor precio.

Ahora, este entrenamiento para sortear los momentos más duros, le ha dejado una gran destreza. La misma se basa en una permanente búsqueda de información y más cantidad de tiempo y de esfuerzo destinado a la tarea de compra.

En esta tarea, suelen colaborar otros miembros de la familia, que funcionan como ‘ayudantes’: maridos o hijos que acompañan, leen las contra-etiquetas, aportan información adicional, etc.

*“Mi marido viene al supermercado conmigo y se ocupa de mirar las segundas marcas, es como un investigador”*

Por otro lado, el Ama de Casa trata de ‘estirar’ el rendimiento de lo que compra aplicando mayor trabajo: cocinar, amasar, preparar platos más económicos, rendidores y saludables.

En este contexto, podemos concluir que, a partir de la crisis del 2001, se revalorizó el rol Ama de Casa de la mujer.

A medida que avanzaba el proceso de deterioro de amplios sectores de la sociedad argentina, dicho rol fue pasando a ser protagónico en el contexto familiar, como sostén de la economía doméstica, especialmente en los sectores de menores recursos o de recursos limitados.

En efecto, el Ama de Casa es la responsable de administrar los recursos, comprar y producir muchos de los bienes y servicios cuyo consumo es indispensable para la subsistencia y el desarrollo de la vida de la familia.

El crecimiento de su poder y la importancia de su accionar, se ha dado en relación directa con su capacidad para optimizar el abastecimiento del hogar logrando el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles. Cuando la posibilidad del Jefe de Familia de aumentar los ingresos vía el trabajo remunerado fuera del hogar estuvo vedada, disminuida o “congelada” por el contexto, adquirió mayor jerarquía el trabajo del Ama de Casa dentro del hogar.

Estas observaciones vienen a confirmar en nuestro medio lo que han demostrado numerosos estudios económicos y sociales en otros países y especialmente en América Latina: la reducción de los ingresos, como producto de la crisis y de las medidas de ajuste de las economías que afectan, repercute sobre la mujer:

“El trabajo no pagado de la mujer es considerado implícitamente como elástico, capaz de estirarse para compensar cualquier otro déficit de los recursos disponibles para la reproducción y mantenimiento de los recursos humanos” (Diana Elton, 1990).<sup>3</sup>

### **Distintas posiciones emocionales**

Algo que es común a todas las actitudes, tanto en el 2001<sup>4</sup> como en la actualidad, es, que el sujeto siempre se sitúa en una posición emocional desde donde atraviesa los momentos difíciles que le toca vivir. Así, las conductas que adopta para enfrentar una situación particular pueden ser vividas psicológica y emocionalmente desde una posición: positiva (optimista) o negativa (pesimista), que revela la valoración subjetiva del presente y de lo que le espera a futuro.

---

<sup>3</sup> Líneas de investigación futuras: repercusiones que los cambios del contexto socio-económico tienen en la conformación de los roles y las identidades masculinas y femeninas en las familias argentinas en los distintos sectores sociales.

<sup>4</sup> Ver “Los consumidores y la Crisis del 2001 en la Argentina”. S&T. Buenos Aires, marzo 2002.

- **Posición Optimista:** se ponen en juego mecanismos defensivos, de tipo compensatorio, que se expresan en rasgos de madurez, confianza, aumento de la autoestima, entusiasmo y revitalización de los deseos.

La persona cree que su situación va a seguir mejorando y tiene capacidad para proyectarse a futuro en forma positiva.

Bajo esta perspectiva, la mujer, en su rol de ama de casa, está más conectada con los resultados positivos que tiene para su familia la nueva sobrecarga de tareas que ella enfrenta. Siente que tiene *'superpoderes'* y disfruta de esta situación.

- **Posición Pesimista:** la persona se siente deprimida y en una situación de parálisis que se realimenta. En general, le resulta muy difícil proyectar y está convencida de que no tiene perspectivas de mejora a futuro.

Bajo esta perspectiva, y ante la cantidad de tiempo y energía que le demanda la consecución del dinero y/o la disminución de los gastos, la mujer, en su rol de ama de casa, expresa una intensa sensación de agobio y desgaste. Vive las pérdidas materiales de los últimos tiempos como un estado de degradación, tanto en el plano material como el anímico.

Está más conectada con el aumento del tiempo y esfuerzo que ahora requiere la realización del trabajo hogareño y lo padece.

Independientemente del matiz dado por estas posiciones emocionales, en la actualidad, todas las mujeres sienten que en este proceso han perdido muchas conquistas del género. **Y todas desearían recuperar tiempos y espacios que tuvieron que resignar, para dedicarlos al placer y al desarrollo personal.**

#### **IV. Bibliografía**

- “Los consumidores y la Crisis del 2001 en la Argentina”. S&T. Buenos Aires, marzo 2002.
- “El consumidor / ciudadano en tiempos de crisis”. SAIMO. Buenos Aires, octubre 2002.
- Estudios varios sobre productos y servicios realizados por S&T . 2002-2005.
- Informe de Consumo del primer trimestres de 2004. Latin Panel de Argentina.
- Entendiendo la base de la pirámide. Tercer Encuentro de Consumo Masivo. IAE & Grupo CCR Coure. Diciembre del 2004.
- La tercera mujer. Gilles Lipovetsky. Anagrama. 1999.
- Clara Coria. Los cambios en la vida de las mujeres. Temores, mitos y estrategias. Clara Coria, Anna Freixas, Susana Covas. 2004. Paidós.
- Escenas de la vida posmoderna. Beatriz Sarlo. 1994- Ariel.
- Instantáneas, medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo, Beatriz Sarlo. 1996- Ariel.