

Una sociedad de bajo coste.

La costumbre del Black Friday (rebajas prenavideñas el último viernes de cada noviembre) parece haber arraigado definitivamente en España. Es más, este año, en muchos lugares se han extendido hasta cuatro días, un largo fin de semana, las ofertas ventajosas de precios en bastantes tiendas. De manera que probablemente ya no se podrá hablar de esta experiencia tan sólo como una tendencia importada de los EE UU, sino asentada entre los consumidores de nuestro país.

No es por casualidad. La ampliación de las rebajas es en buena parte consecuencia de la crisis económica y del empobrecimiento de las clases medias. La economía de mercado ha ido perfilando sus nuevos consumidores. Muchos productos y servicios ya no van dirigidos a aquella clase media de principios de siglo, orgullosa, influyente y con un poder adquisitivo creciente, sino que son fabricados o atendidos por empresas low cost.

Las clases medias que atraviesan la crisis han perdido progresivamente sus señas de identidad de grupo, ya que cada vez más representan a la mayor parte del cuerpo social, del que estarían excluidos por abajo los parados, los precarios y 'los trabajadores pobres' y por arriba unas capas reducidas que se benefician de la riqueza generada por el patrimonio heredado, el conocimiento, o por haber sido los beneficiarios de la coyuntura. Esta clase media se caracteriza por las rebajas y el consumo de bajo coste: Ikea, Ryanair, Ahorra Más, Primark, H&M, Zara...un universo en expansión de marcas planetarias low cost.

Joaquín Estefanía.

Economía.elpais.com 30/11/2015