

CLASE SOCIAL Y CONSUMO DESDE LA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA: LOS RETOS DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE ESTUDIANTES DE ANTROPOLOGÍA EN MÉXICO

SOCIAL CLASS AND CONSUMPTION FROM AN ANTHROPOLOGICAL PERSPECTIVE: THE CHALLENGES OF RESEARCH ON ANTHROPOLOGY STUDENTS IN MEXICO

Karla Teresa Camacho Rodríguez¹

Resumen:

En este trabajo se discuten los elementos considerados en la “Encuesta sobre estudiantes de Antropología ENAH- REDMIFA 2019” para el análisis de la clase social y consumo de las y los estudiantes de antropología en México. Se presentan los conceptos y variables examinadas en la elaboración del guion de las entrevistas y la ruta de estudio trazada para la interpretación de la información. Esta discusión resulta relevante porque en esta encuesta se ha hecho un esfuerzo por indagar dos cuestiones que han resultado retos para los estudios sobre juventudes, en la medida en que la clase y el consumo suelen trabajarse en relación con la unidad familiar de los sujetos y no propiamente a través de las prácticas, percepciones, necesidades y valoraciones de las juventudes.

Palabras clave: Clase social, consumo, estudiantes de antropología, juventudes universitarias.

¹ Escuela Nacional de Antropología e Historia <https://orcid.org/0000-0003-3545-5534>

Abstract:

This paper discusses the elements considered in the “Survey on Anthropology students ENAH- REDMIFA 2019” for the analysis of the social class and consumption of anthropology students in Mexico. The concepts and variables examined in the elaboration of the interview script and the study route outlined for the interpretation of the information. This discussion is relevant because in this survey an effort has been made to investigate two questions that have been challenges for studies on youth, insofar as class and consumption are usually dealt with in relation to the family unit of the subjects and not properly through the practices, perceptions, needs and evaluations of youth.

Keywords: Social class, consumption, anthropology students, university youths

Introducción

Clase social es una categoría multidimensional sobre la cual no existe una sola definición. Se ha abordado como atributo social de los individuos, como una expresión de las desigualdades materiales entre grupos económicos distinguibles por sus ocupaciones e, incluso, consumos, o bien como fuerzas sociales que transforman la sociedad (Crompton, 1993).

La pregunta sobre cómo medir la clase ha sido recurrente. Para tratar de afrontar esta necesidad, se han construido índices, como los de sentido común, de prestigio o status ocupacional, o bien, esquemas teóricos o relacionales. En la actualidad, esta pregunta ha traído consigo tres cuestiones notables: la opacidad que existe en los límites de las clases, el hecho de que hay factores, como el consumo, que adquieren mayor importancia en tanto fuentes de identidad y categorización social, o bien que se considera que las segmentaciones sociodemográficas están superadas por otras dimensiones de la desigualdad, como el género, la edad, el tipo de hogar, etcétera.

Pero, más allá de estos retos, considerar el tema de las clases sociales en la investigación social contemporánea resulta clave para entender otras cuestiones, tales como la desigualdad, la movilidad social, las trayectorias educativas y ocupacionales, la identidad e, incluso, las expectativas y prácticas de los sujetos. Bajo esta premisa, en la “Encuesta sobre estudiantes de Antropología

ENAH-REDMIFA 2019”, que forma parte del proyecto “Sociodemografía, perfil socioeconómico y salud de los estudiantes de licenciatura en antropología en México. Un balance juvenil nacional”², retomar el estudio de las clases y al consumo como variables fundamentales de la investigación se planteó como un objetivo clave.

Por ello, en este trabajo se presentan los conceptos y variables consideradas en la elaboración del guión de la entrevista y la ruta de análisis trazada para comprender la clase social y el consumo de las y los estudiantes de antropología en México. Como podrá observarse, el objetivo en esta etapa de la investigación es elaborar una tipología sobre el consumo y las clases sociales entre las y los estudiantes de las carreras antropológicas en México, privilegiando la visión antropológica en torno a la reflexión sobre las clases sociales y el consumo. Esta discusión resulta relevante, porque en esta encuesta se ha hecho un esfuerzo notable por indagar estas dos cuestiones que han resultado retos para la comprensión de las juventudes, sus prácticas, identidades y agencia.

La primera encuesta sobre estudiantes de antropología ENAH- REDMIFA

Entre el 2010 y 2011 se realizó la primera encuesta sobre estudiantes de Antropología ENAH- REDMIFA. En ella se recabaron datos sobre ejes de análisis diversos, tales como: culturas digitales, sexualidad, salud reproductiva, violencia de pareja, consumo de sustancias psicoactivas, percepción de la salud, conceptualizaciones sobre la antropología, el quehacer de la disciplina, expectativas profesionales y comportamiento ético, entre otros. En esta primera encuesta participaron un total de 2,482 estudiantes de las 18 escuelas que imparten licenciaturas en antropología en México y que pertenecen a la REDMIFA, a quienes se les enviaron los cuestionarios impresos y se les solicitó apoyo para su aplicación.

² Este proyecto forma parte, a su vez, del proyecto “Antropología de la antropología. Balance y perspectivas de la antropología en México” que, a través de la Red Mexicana de Instituciones de Formación de Antropólogos (REDMIFA), busca consolidar cuatro líneas de investigación (1. Estudios de estudiantes, 2. Trabajo de campo, 3. Tesis y tesis-tas y 4. Mercado laboral) para conocer a las y los estudiantes de antropología en México.

Los resultados de la encuesta tuvieron como principal medio de difusión un libro titulado "*¿Quiénes son los estudiantes de licenciatura en antropología en México?*". En cada capítulo de este libro se presentaron diferentes análisis temáticos de la información. En el primero, por ejemplo, se propuso esbozar las condiciones socioeconómicas de los estudiantes de antropología, por región y por grupo, con el fin de valorar si estas variables podrían ser determinantes del nivel socioeconómico; partiendo de la premisa de que las instituciones donde se estudia antropología están condicionadas por el contexto en donde se encuentran.

Las herramientas metodológicas que se utilizaron para este trabajo provenían, básicamente, del campo de la economía; en la medida en que en la encuesta no se incorporaron preguntas vinculadas con el ingreso económico y, por ello, no se pudo estratificar a los antropólogos dentro de niveles socioeconómicos, no obstante, se logró dividirlos por regiones socioeconómicas y comparar el consumo de distintos tipos de bienes, con lo cual se observaron diferencias en las características de esos grupos. La metodología que se usó fue la estadística descriptiva (frecuencias y medidas de tendencia central) y modelos de regresión logística multivariada, para ver si existían diferencias significativas por región, estado civil, sexo, edad, situación laboral y escolaridad de los padres, en el consumo de estos bienes (Granados, 2014).

Buscando subsanar las limitaciones del primer ejercicio en torno a las características socioeconómicas de las y los antropólogos, además de llevar esta cuestión al campo de la antropología, para la encuesta del 2019 se trazó como objetivo enriquecer el análisis de la condición económica, así como el consumo y las clases sociales, de las y los estudiantes de antropología en México, considerando, fundamentalmente, dos cuestiones: el desarrollo actual de los abordajes antropológicos sobre las clases sociales que han dado pistas sobre lo que desde la disciplina se debe considerar para comprender la clase de los sujetos y una investigación previa sobre el consumo y los imaginarios de clase entre estudiantes de la Escuela Nacional de Antropología e Historia.

En torno a la primera cuestión, Visakovsky (2008) observa que los estudios antropológicos sobre las clases sociales y, en particular, sobre las clases medias, han promovido: la necesidad de comprender los procesos de constitución de las clases en términos locales, enfatizando en las peculiaridades de los contextos nacionales y regionales; han puesto de manifiesto cuán importante es atender a

la heterogeneidad social y cultural que usualmente es homogeneizada bajo el rótulo de “clase media”; han exhibido la relevancia que implica tener en cuenta las prácticas y relatos que participan de la constitución de la clase; y, finalmente, han revelado la necesidad de estudiar los procesos de constitución, no sólo a través de vías clásicas, como los niveles de ingreso y las pautas de consumo, sino también a través de otros aspectos tales como las imágenes corporales y espaciales, las identidades raciales, étnicas y nacionales.

La visión antropológica, afirma Visakovsky (2008), al interrogarse por las condiciones sociales y culturales que hacen que ciertos conjuntos sociales sean adscriptos y se constituyan como pertenecientes a determinadas clases, ha permitido superar algunas limitantes de la visión sociológica donde la noción de “clase” se aborda como una categoría objetiva y universal, que clasifica a determinados segmentos de la población, diferenciándolos de otros, homogeneizando sus variaciones empíricas merced a criterios seleccionados por el investigador, tales como el nivel de ingreso, la ocupación o el nivel educativo.

Como segunda cuestión, para el diseño de la guía de la entrevista que se aplicó en el año 2019, se consideraron ampliamente los resultados de la investigación sobre el consumo entre estudiantes de la ENAH; porque, a través del objetivo de analizar las prácticas de consumo y los imaginarios sobre las clases entre estudiantes de esta institución, la investigación dio cuenta de las valoraciones que éstos hacían sobre el consumo, la clase, la desigualdad, además de otros hábitos y prácticas socioeconómicas que no sólo los distinguen por su adhesión a un estrato o grupo profesional, sino también por su inserción a las culturas juveniles (Camacho, 2019).

En términos conceptuales se decidió, además:

1. Evaluar la clase social a partir de la medida de la autoadscripción entre una serie de categorías de clase definidas. De acuerdo con Castillo, Miranda y Madero (2013) esta herramienta es sumamente útil porque permite observar que la evaluación del estatus subjetivo pasa de la mera consideración de aspectos materiales, en la medida en que la autoidentificación individual con grupos sociales de referencia (familia, amigos, compañeros de trabajo) resulta mucho más relevante. Esta idea implicaría además “que los individuos se describan socialmente en función de las personas que, según su experiencia inmediata y cotidiana, poseen

condiciones materiales y actitudinales similares a las de ellos” (Castillo, Miranda y Madero 2013, p. 159).

2. Definir al consumo como una relación con los bienes en dos dimensiones: a) La cultural, es decir, como una relación simbólica, de significado y de sentido con los bienes y servicios; y b) La social, es decir, las relaciones sociales como condicionantes del consumo a partir de los roles, relaciones, posición y grupos que se conforman (Catalán, 2004).

Con base en ello, se diseñaron no sólo las preguntas que formaron parte del cuestionario aplicado, sino también se trazó la ruta de análisis que se consideró permitiría comprender las características socioeconómicas de las y los estudiantes de antropología, el consumo, la clase social y las variables que intervienen en la diferenciación que se produce entre ellas.

La posibilidad de construir una tipología como primer resultado

La segunda encuesta de estudiantes de antropología se realizó en el 2019. Se trató de una encuesta en formato digital que se difundió desde la página de la REDMIFA, desde las coordinaciones de los espacios universitarios que imparten carreras antropológicas y a través de invitaciones personalizadas enviada directamente a los correos electrónicos de algunos estudiantes.

En esta encuesta, que contó con la colaboración de diversos especialistas en temáticas diversas y concernientes a las juventudes, se buscó conocer las condiciones socioeconómicas de las y los estudiantes, cómo es su consumo, su equipamiento, cómo usan las tecnologías, si han experimentado violencia, cuál es su percepción de la inseguridad, cuáles son las condiciones de estudio que les brindan las universidades en las que se desenvuelven, cómo perciben su carrera, qué representa para ellos estudiar una licenciatura en antropología (etnohistoria, lingüística, arqueología, antropología física, etcétera), cómo cuidan su salud, qué hacen en sus tiempos de ocio, entre otros aspectos.

En esta ocasión, participaron en la encuesta un total de 725 estudiantes de las 21 escuelas, facultades y colegios de todas las entidades federativas del país en donde actualmente se imparten carreras antropológicas. Se definió a la muestra como no probabilística, pero sí significativa de la realidad de estos estudiantes, porque la información que se recabó, y el cruce que se ha hecho con

datos de otras investigaciones, permiten afirmar que la encuesta da cuenta sobre quiénes son los estudiantes de antropología en este momento.

Para el análisis sobre la clase y el consumo, el objetivo actual es el de construir una tipología bajo el método de la denominada “tipología estructural y articulada”, ampliamente utilizada en la sociología. En este sentido, la tipología construida busca colocarse como “un instrumento de operativización conceptual, construida de forma articulada entre la teoría y la realidad empírica, y destinado a definir, estructurar y medir la complejidad multidimensional de los fenómenos sociales” (Roldán, 1996, p. 15).

Para este objetivo, los principales elementos teóricos y empíricos que se están trabajando son:

Sexo	Institución	Carrera	Gasto/ consumo			Clase social			Expectativas económicas y profesionales	Consumos culturales y ocio
			Principales gastos	Fuentes de ingreso	Gastos mensuales	Equipamiento	Autoadscripción de clase	Condiciones socioeconómicas de la madre y el padre		

Fuente: Elaboración propia

Actualmente se aplican técnicas de análisis multivariable con apoyo del programa SPSS, se están analizando las relaciones significativas entre las variables y se ordenan las unidades para elaborar la tipología propuesta.

Las preguntas emergentes en la construcción de la tipología

Como en todo proceso de investigación, el ejercicio de análisis de la información recabada en la encuesta sobre estudiantes de antropología ha planteado nuevas preguntas y retos. La mayoría de estos proviene de las limitaciones de la perspectiva de segmentación entre las y los estudiantes de las carreras antropológicas y sus prácticas que resulta necesaria para lograr el objetivo de construcción de la tipología.

En este sentido, si bien el interés general es superar la descripción estática de las condiciones del estudiantado, la información sobre la que se trabaja se limita a dar cuenta de las condiciones de este grupo durante el año 2019 y, por ello,

alcanza a reflejar únicamente una primera visión sobre quiénes son los estudiantes de antropología en México. No obstante, este acercamiento y la posibilidad de comparar algunos datos de esta segunda encuesta con la encuesta del 2010-2022, ha permitido plantear algunas hipótesis útiles para una nueva etapa de esta investigación. Entre estas hipótesis resalta que la pertenencia a las instituciones, las carreras y el género inciden de manera sobresaliente en la desigualdad de las prácticas de consumo y la autoidentificación de clase.

Otro reto está en el hecho de que decidir analizar el consumo y la clase social a partir de las características y condiciones de las y los estudiantes, permite hablar de segmentación de prácticas de consumo y autoadscripción de clases y no propiamente de segmentación de consumo y clases sociales en términos generales. Paradójicamente, esta especificación, no obstante, da la posibilidad de contextualizar y considerar las condiciones de las y los estudiantes de antropología en México y acercarnos al objetivo de privilegiar una visión antropológica en este análisis.

Aunado a ello, se podrían enumerar incluso otros problemas teóricos y metodológicos que implica el proceso de segmentación necesario para la construcción de las tipologías; no obstante, el enfoque de estudio microsociedad que se ha elegido, ha mostrado otorgar más ventajas que limitaciones para el objetivo de explicar quiénes son los estudiantes de antropología en México.

Consideraciones finales

En este breve escrito se ha presentado de manera general la ruta de análisis a seguir en torno a la información recabada en la “Encuesta sobre estudiantes de antropología 2019 ENAH- REDMIFA”. En particular, nos hemos enfocado a describir parte del proceso de construcción de las preguntas y variables consideradas para el análisis del consumo y las clases sociales entre el estudiantado.

Se ha expuesto la manera en cómo se está construyendo la tipología sobre el consumo y las clases sociales entre las y los estudiantes que se pretende obtener a partir de la información proporcionada por las y los participantes en esta encuesta, así como algunos de los retos y preguntas que ha planteado este objetivo. Se ha mencionado además que un interés fundamental en este análisis ha sido el de privilegiar la visión antropológica en torno a la reflexión sobre las

clases sociales y al consumo; por lo que en esta etapa del proceso de investigación se ha planteado la necesidad de examinar de qué manera la visión antropológica puede subsanar ahora parte de las limitaciones de la construcción de las segmentaciones sociológicas para el análisis social.

Fuentes de información

- Camacho, K. (2020). Jóvenes, consumo y clases sociales. Las valoraciones entre estudiantes de Antropología Social en la Escuela Nacional de Antropológica e Historia. *Revista Ciencias y Humanidades*, 9 (9), 57-75. <https://revistacienciasyhumanidades.com/index.php/home/article/view/87>
- Castillo, J.; Miranda, D. y Madero, I. (2013). Todos somos de clase media: sobre el estatus social subjetivo en Chile. *Latin American Research Review*, 48 (1), 155-173. https://www.researchgate.net/publication/236870281_Todos_somos_de_clase_media_Sobre_el_estatus_social_subjetivo_en_Chile
- Catalán, C. (2004). *Antropología y sociología del consumo*. Chile: Universidad Adolfo Ibáñez.
- Crompton, R. (1993). *Clase y estratificación social. Una introducción a los debates actuales*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Granados, G. (2014). Condiciones socioeconómicas de los estudiantes: diferencias y similitudes regionales. En Castro Pozo, Maritza y Peña Saint Martín, Florencia (coord.). *¿Quiénes son los estudiantes de antropología en México?*. México: Ediciones Eón.
- Roldán, P. (1996). La construcción de tipológicas: metodología de análisis. *Papers: Revista de sociología*, (48), 9-29. <https://core.ac.uk/download/pdf/39002055.pdf>
- Visakovsky, S. (2008). Estudios sobre "clase media" en la antropología social: una agenda para la Argentina". En *Áva*, 13, 9-37. <https://www.re-dalyc.org/pdf/1690/169013837001.pdf>