

# Los Contem pora neos

Hace unos años se calculaba en los Estados Unidos que el habitante de una gran ciudad recibía, en las calles, el bombardeo de unos cinco

mil signos imperativos diarios, desde los semáforos del tráfico hasta los grandes anuncios luminosos. Dudaban los psicólogos de que la mente humana pudiese soportar impunemente tal cúmulo de órdenes: ya se ha visto que no las soportó. Por aquel entonces, aún no se había convertido el ciudadano mismo en portador de mensajes. La gran subversión comenzó después. Fue la rebelión de las marcas. Comenzaron a salirse fuera de los objetos. Y a agrandarse de tamaño. Hoy le es difícil al buen mirón observar el fino y frutal trasiego de una viandante sin leer la marca del pantalón que lo viste y adereza. Se crea un reflejo condicionado. Otras prendas llevan sólo un símbolo: el cocodrilo, el conejito orejudo... En otros tiempos, los grandes refinados ocultaban las marcas de lo que consumían: traspasaban su antiquísimo brandy a un frasco de cristal de Bohemia para no influir sobre el paladar de sus invitados. Hoy todo el mundo trata de influir, aunque sólo sea sobre el paladar de sus amigos. La subversión da ahora un paso más. La moda próxima, que se anuncia en París —y se lanzará comercialmente en enero— es la de las marcas comerciales en los estampados de los vestidos. Blusitas con la efigie triunfalista de la «vaca que ríe», minifaldas con el grafismo de Coca o Pepsi-Cola, saharianas con la estampa del Volkswagen o de la moto Honda. Unos años atrás, toda el África de expresión francesa vestía a sus mujeres con túnicas que llevaban estampada la efigie del general De Gaulle. Cuando su gran nariz caía sobre partes abultadas y muy movilizadas —el ritmo de la selva!— el efecto era admirable. Cada sociedad representa ahora el signo totémico de lo que adora.

## PORTADORES DE SIGNOS

esto: «Todos necesitamos muchas veces que enjuaguen con besos nuestras lágrimas». ¡Qué terrible decepción le aguarda en el futuro! Hay jovencitas, de visible pureza y frialdad, que llevan sobre sus pechos letreros incitantes y diríamos que obscenos. Pero en idiomas extranjeros, generalmente en italiano (en otros tiempos se decía: «En italiano y con música, gana mucho la moral»: era ¡ya! una queja de la libertad de la censura para con la ópera, por la que pasaban todas las Traviatas y todas las Manon que se negaban al teatro nacional). Las hay que llevan colgantes con signos acreditadamente fálicos —¡hasta la figa!— sin saber —¿sin saber?— lo que llevan.

En los automóviles, los signos se multiplican. Los letreros pequeños chauvinistas —«¡Cienpuzuelos, qué locura!», las peticiones u ofertas de amabilidad y sonrisa, las referencias a la presencia o ausencia del cojincito, las indicaciones de la condición de baillón de su propietario... Son patéticos. El automovilista es un ser solitario y enclaustrado durante algunas horas al día, aprendiz de tortuga en su caparazón de chapa. Le falta la comunicación por la palabra. Apenas algún grito, ahogado por el tráfico, que le dirigen desde otro automóvil —«¡... ooooo!»— sin que sepa muy bien por qué. A este Robinson multitudinario apenas le queda otro recurso para comunicar que el letrero adhesivo, suyo y de los otros. Que ni siquiera es de su inventiva. Se lo dan hecho, y muchas veces sin que intervenga siquiera su voluntad.

El contemporáneo se va convirtiendo, cada vez más, en un sujeto receptor y portador de signos, consignas, comunicaciones, órdenes. Es otra contaminación, es otra polución.

Hay ciertos mensajes patéticos que se ven ya por las calles españolas. He visto un niño con una camiseta donde se leía algo así como



*A las fuertes subidas del índice general del coste de la vida en los meses de julio y agosto —ambas superiores al 1 por 100 sobre el mes inmediatamente anterior— se viene a sumar el crecimiento registrado en el pasado mes de septiembre, que ha sido del 1,49 por 100, tasa del incremento mensual a la que sólo se ha llegado en muy contadas ocasiones. Como consecuencia de todo ello, el índice general, con base septiembre de 1971, se eleva en un 9,6 por 100 (véase cuadro número 1). En cuanto a los precios al por mayor, los últimos datos disponibles, correspondientes al mes de julio, registran otra alza importante, consolidándose un crecimiento anual (julio 1972/ julio 1971) del 7,6 por ciento.*

**D**URANTE los últimos meses, en diversas ocasiones, se ha hecho referencia desde estas mismas páginas a la agudización de un fuerte proceso inflacionista que viene caracterizando a la economía española desde 1971; proceso que ha

alcanzado sus cotas máximas a partir del segundo semestre del presente año. Como resultado de todo ello, a la elevada tasa de inflación de 1971 —un 9,7 por ciento— se va a sumar la de 1972, que, teniendo en cuenta el alza estacional del último trimestre

**POZUELO**

# PRECIOS: ALZAS CRECIENTES

del año, no será probablemente inferior al 10 por 100. Balance elocuente, en definitiva, de los dos últimos años, lo que difícilmente puede justificarse con reiteradas referencias a las tasas de inflación registradas en otros países desarrollados; tasas que son, por lo general, mucho más moderadas (véase cuadro número 2).

Pero en tales circunstancias, resulta aún mucho más paradójico que se pretenda afrontar la situación como si se tratase de una simple cuestión de márgenes comerciales, abusos de los comerciantes o negligencias y ocultaciones en la publicidad de los precios de los alimentos. Parece que con ello sólo se trata de desviar la atención hacia un sistema de distribución y comercialización de los productos, que, si bien no es el más adecuado a una economía que ha crecido fuertemente en los últimos años, no es en lo esencial responsable de unas tensiones inflacionistas, cuyos principales centros impulsores, como ya se ha señalado en tantas ocasiones, están en los sectores productivos.

En primer lugar, bastarían unos ejemplos para poner de manifiesto cómo las fuertes alzas de precios registrados en muchos productos industriales y servicios (energía eléctrica, gas, abastecimiento de agua, transportes urbanos, colegios de enseñanza, productos siderúrgicos, RENFE, combustibles líquidos, tarifas aéreas, etc.) no tienen nada que ver con los márgenes comerciales ni con la publicidad de los precios. Son el resultado, por el contrario, de conocidas presiones originadas en dichos sectores y apoyadas en poderosas organizaciones patronales o en privilegiadas situaciones de monopolio del mercado; presiones que, como ya se ha señalado en otras ocasiones, no han encontrado demasiadas resistencias en los organismos oficiales competentes para alcanzar su principal objetivo. A saber: financiar la expansión de sus actividades a través de las alzas de precios. Es decir, quizá ante la ausencia de unos mecanismos de financiación adecuados, muchas empresas encuentran en las elevaciones de precios de sus productos o servicios una vía fácil —y sin duda la menos gravosa, pues recae sobre los consumidores— para asegurar la realización de sus procesos de modernización o el simple desarrollo de sus negocios. Se trata, en definitiva, de la uti-

lización heterodoxa de la inflación como mecanismo de financiación y de reactivación económica, dando lugar a un ahorro forzoso que difícilmente puede obtenerse en cuantía necesaria a través de otros instrumentos. De hecho, pocas diferencias pueden detectarse entre un procedimiento de tal naturaleza y el que en su día fue empleado en la financiación del INI, comparación que muchos empresarios privados no aceptarían, sin duda, de buen grado. Sin embargo, habrá de reconocerse que, aunque el procedimiento en el caso del INI resultase más sofisticado al presentarse a través de las inversiones de Deuda Pública, sus efectos serán idénticos: generar un trasvase de ahorro no voluntario que repercutiese en favor de las necesidades de financiación de determinados sectores, grupos o actividades económicas.

En segundo lugar, en lo que hace referencia a los productos alimenticios, tampoco resultan muy convincentes las responsabilidades atribuidas a los organismos distribuidores o de comercialización de los mismos. Ya en muchas ocasiones hemos insistido en los problemas relacionados con la crisis de la agricul-

tura tradicional, los desequilibrios y desfases entre una oferta rígida y una demanda en lógica expansión, los déficits de la producción ganadera nacional, los excedentes de productos tradicionales y su costosa financiación, la articulación y funcionamiento del FORPPA como instrumento de los agricultores para acceder e intervenir decididamente en la política de precios agrarios, sus reiteradas presiones para evitar importaciones de productos alimenticios en la cuantía necesaria, etc., hechos todos ellos que explican unas elevaciones de precios que han superado con creces a las de las restantes componentes (véase cuadro núm. 1), siendo quizá las principales responsables de las tensiones inflacionistas de estos últimos años. Baste, por ahora, a este respecto una muestra más, entre muchas, que explica con toda nitidez la procedencia sectorial de las presiones alcistas en los precios de los productos alimenticios: No hace aún mucho tiempo, en abril de 1971, en un informe del Ministerio de Agricultura («Informe sobre la política de rentas y precios agrarios»), que ha circulado extensamente en las Hermandades Sindicales y del

que se han recogido diversas reseñas en la prensa diaria, después de insistir en el consabido empeoramiento del índice de paridad de rentas de los agricultores en relación con los restantes sectores —principal argumento en que reiteradamente viene insistiendo este Ministerio—, se propone, en la página 20, como alternativa a la situación actual, «admitir una importante subida de precios reales de los productos agrarios en los próximos años», subida que se concreta, en la página 22, en un «4,4 por ciento anual y en términos reales». Los resultados no se han hecho esperar: desde el citado mes de abril de 1971 al mes de septiembre del presente año, la componente de productos alimenticios del índice general del coste de la vida (INE) se ha incrementado, nada menos, que en un 14,3 por 100; viniendo con ello a confirmar la continuidad de una política agrícola cuya orientación ha entrado ya en abierta contradicción con los intereses, incluso del propio sistema que la respalda. En efecto, desde esta óptica no resulta difícil comprender que una política de alimentos caros, con precios al alza, exige, a su vez, una política de salarios elevados, que habrá de repercutir en los costes de unas empresas que han de superar serios obstáculos para tolerar y digerir una mayor competencia. Porque si se considera necesario que el trigo o los alimentos cuenten de precios altos para remunerar a los agricultores, también sería necesario, siguiendo una vieja y olvidada propuesta ricardiana, que suban la tela, los sombreros, los zapatos... y todas las demás mercancías para remunerar también a los productores de las mismas. O bien no suben los alimentos, o se elevarán con ellos los precios de todas las demás mercancías.

En definitiva, volvemos a estar ante una situación abiertamente difícil en materia de precios. De momento, ni las exportaciones, ni el turismo, ni las remesas de emigrantes —por supuesto—, principales mecanismos sobre los que se asienta el sector exterior, parecen seriamente afectados. Pero una coyuntura alcista con favorables expectativas empresariales, y aún apoyada en un nivel de reservas sin precedentes, puede también verse deteriorada por una serie de tensiones internas desencadenadas por unas alzas de precios que se han agudizado fuertemente en los últimos meses.

CUADRO N.º 1

INDICE GENERAL DEL COSTE DE LA VIDA

(Base 1968 = 100)

	Índice general	Alimentación	Vestido y calzado	Vivienda	Gastos de casa	Gastos diversos
Septiembre 1971 ...	118,2	115,3	122,1	113,1	116,2	125,9
Septiembre 1972 ...	129,6	128,6	134,3	120,2	123,5	135,8
% de incremento.	9,6	11,5	10,0	6,3	6,3	7,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

CUADRO N.º 2

PRECIOS AL CONSUMO

(Base 1963 = 100)

	1971 (Agosto)	1972 (Agosto)	% de incremento anual
Estados Unidos ...	133	137	2,9
Japón ...	153	161	5,6
Bélgica ...	135	142	5,4
Francia ...	139	148	6,1
Alemania (R. F.) ...	127	134	5,7
Italia ...	134	142	6,0
España ...	168	183	9,3
Reino Unido ...	150	160	6,6

Fuente: «Main economic indicators», OCDE (octubre 1972). Para España se han tomado también los datos que aparecen en dicha publicación junto a los restantes países. Téngase en cuenta que dichos datos están calculados sobre la base 1963 = 100, distinta de la del cuadro número 1, y que corresponden al mes de agosto; en el mes de septiembre la tasa de inflación asciende ya, para el caso español, al 9,7 por 100.