



Paisaje de cemento con góndola (y cangurito verde)

Eduardo Sartelli

Cuando era chico fui a un supermercado en el que me regalaron un cangurito verde. De goma, cada vez que lo tiraba al piso rebotaba, por lo que yo suponía que guardaba algunas habilidades propias de sus hermanos mayores. El supermercado se llamaba, obviamente, Canguro, y es el recuerdo más lejano que tengo de un lugar así. Por ese entonces, uno compraba en el almacén de la esquina. En el de “Don Góme”, su dueño podía perdonar la amputación de una letra de su apellido pero jamás una deuda. Sabía que estaba obligado a “fiar” aunque alguna vecina lo “clavara” (sólo las mujeres iban al almacén a pedir fiado, hecho que revela la estrecha relación entre la virilidad patriarcal y el dinero...). No recuerdo que Don Góme sufriera por el Canguro que me había regalado un homólogo verde en miniatura, que parecía tener la mágica habilidad de saltar como si estuviera en las planicies desiertas de Australia. Nunca fue un chupasangre, pero nadie lloró cuando Don Góme cerró. Había comenzado como cuentapropista con una indemnización por despido. Soportó a los “autoservis” sin que se le moviera un pelo. La llegada de Carrefour a la Panamericana tampoco alteró demasiado el asunto. Cuando Norte y el coloso francés se instalaron en San Miguel, que allí transcurre esto que les cuento, la situación se puso brava. No sólo para él. A partir de estos “emprendimientos”, que no tienen más de dos décadas, la caravana de “almaceneros” envueltos en lágrimas se ha convertido en legión, unidos para reclamar leyes que limiten el tamaño de los “híper”.

A nivel mundial, Wal-Mart es el gigante a batir, pero aquí tuvo que hincar ante las huestes parisinas de Carrefour. Lo que no sorprende porque el hipermercado es un invento tricolor, un formato que no ha tenido mucha suerte en la cuna de Sam Walton. Junto con Coto, el único de propiedad nacional que queda, los grandes minoristas, luego de una carrera de compras y fusiones millonarias han construido dominios extensísimos. Unidos, además, a esquemas de negocios mundiales: se calcula que quedarán, en una década, sólo cinco o seis cadenas que se alzarán unos 140.000 millones de dólares, cada una, en ventas anuales. Wal Mart ya tiene un enemigo a su altura, resultante de la fusión de Promodés y Carrefour. Concentración y centralización del capital mediante, la competencia es y será feroz. Como las diferencias son pocas en materia de precios, las estrategias de marketing apelan a una imaginación digna de mejor objeto y rebajas “locas” que pueden alterar precios mundiales (una oferta especial de Carrefour vació el mercado mundial de rosas y elevó un 40% sus precios). Algunas cadenas se extienden a la producción con marcas



propias mientras otras se limitan a actividades rentísticas cediendo en alquiler espacios a cargo de los fabricantes.

En Argentina controlaban, a mitad de los '80, el 30% de las ventas minoristas. Diez años después estaban cerca de la mitad y hoy la han superado con holgura. Sus principales víctimas son los almacenes de barrio, típico producto del trabajo familiar y del cuentapropismo forzado por despidos más indemnización. La desproporción de las actividades "mercantiles" que esto provoca se observa en cifras: en Argentina hay 11,5 comercios por cada 1.000 habitantes contra 1,2 en Francia o 4,9 en España, y el 57% de los establecimientos minoristas del país emplea una sola persona. Indudablemente, muchos vecinos de la cuadra deberán dejar el ramo luego de consumir su "capital" y volver al torrente de la desocupación, de la que escaparon momentáneamente. Don Góme mira las góndolas, cada una de las cuales tiene a la vista tanta mercadería como todo su almacén, como quien observa a su verdugo impertérrito ante la tragedia que está a punto de desencadenar.

El fantasma de la "desocupación", ha sido blandido por los minoristas pequeños para atacar a los grandes. Pero es una acusación difícil de argumentar. Mal que le pese a Don Góme y sus camaradas, las grandes son las únicas empresas tomadoras netas de mano de obra, llegando a ocupar hoy cerca de 90.000 personas. Aunque esta tendencia parece comenzar a invertirse, ya que el empleo en el sector hipermercadista bajó durante 1999 casi 2% a pesar de que los locales aumentaron en más de 70 unidades. Pero es dudoso que el desarrollo los "grandes" tenga efectos negativos a simple vista entre los asalariados. En primer lugar, porque lo que los "hiper" generan no es tanto desocupación directa en la clase obrera como pauperización y proletarización en la pequeña burguesía. Pero al aumentar la polarización social nuevos contingentes se suman al proletariado incrementando la desocupación ya existente, sobre todo entre los que superan los 40 años, donde el retorno al mercado de trabajo se hace más aleatorio. En general, los obreros se han beneficiado de los precios bajos (insoportablemente bajos para Don Góme). Lo que, dicho sea de paso, significa una caída del valor de la fuerza de trabajo y, por ende, producción de plusvalía relativa. Expansión del empleo asalariado y del trabajo productivo, es decir, del que produce plusvalía: no todo en "el sector comercio" es "cambio de propiedad", algo que sólo se aplica a las cajeras y otros empleados jerárquicos. Los repositores, la masa de los empleados de un "híper", son trabajadores productivos en tanto la creación de una mercancía no acaba hasta que no está en la góndola.

En general, los obreros del sector son muy jóvenes y sin ninguna calificación especial. Algunos elementos han llevado hasta la simplificación más absoluta tareas que antes requerían cierta edad y cierta habilidad: el lector láser de código de barras y las computadoras son sólo



algunos. La forma de “aprender” la tarea es tan sencilla como pararse al lado de un compañero un par de días. Donde esto llega hasta niveles insospechados, es en esas nuevas cadenas de “autoservis” que son los supermercados de “descuentos”, que aprovechan el hecho de que no se puede ir hasta un “híper” por un quilo de yerba cuando uno no tiene mejor cosa que hacer que tomar mate. Así, en los Eki o los Día Discount, los empleados más grandes no aparentan más de 25 años, mientras la mayoría parece oscilar entre 16 y 20. Hacen todo: corren, limpian, barren, acomodan y cobran. Y saludan: como en los fast food, están adecuadamente uniformados, sonríen siempre e incluso parecen tener por obligación el entablar charla con los clientes, tal vez con la finalidad de recuperar algo del “trato personal” propio de los Don Góme. En todos los casos, la pirámide gerencial resulta muy achatada y los sueldos también. Un repositor en los “hermanos mayores” fluctúa entre los 400 y 500\$ y una cajera un poco más, por horarios largos y trabajo duro en días en que todos descansan y festejan: trabajo cuasi nocturno, domingos y feriados. Durante la gran expansión de 1996-99 los salarios tuvieron una leve tendencia ascendente. No parece que vaya a durar mucho. Las reformas laborales del radicalismo van a entregarle a las grandes cadenas un poder de negociación muy difícil de igualar por sus obreros. Y mientras ellos se desplazan silenciosos, “Don Gome”, expropiado y sin trabajo, tal vez recuerde aquel año, hace treinta, en que “la guerrilla” saludó la llegada de Nelson Rockefeller con los fuegos artificiales de los 15 locales Minimax que eran de su propiedad hasta que ese mismo fuego los consumió. Y tal vez ese recuerdo, para nada inocente, se vea interrumpido por los movimientos fugaces de algo que se parece a un cangurito verde, saltando feliz entre latas y botellas. Igual que aquel que me regalaron, hace también treinta años, y que nunca volví a ver luego de que, en una de sus tantas excursiones al piso, en lugar de rebotar, se me perdió entre góndolas extrañas, varadas en un paisaje de cemento.