



Argumentos

ISSN: 0187-5795

argument@correo.xoc.uam.mx

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad

Xochimilco

México

Lara Pulido, Gabriela M.; Colín, Georgina  
Reseña de "Sociedad de consumo y cultura consumista" de Zygmunt Bauman  
Argumentos, vol. 20, núm. 55, septiembre-diciembre, 2007, pp. 211-216  
Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco  
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59505508>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## SOCIEDAD DE CONSUMO Y CULTURA CONSUMISTA en Zygmunt Bauman\*

Gabriela M. Lara Pulido  
Georgina Colín

¿Qué une en una sola caracterización los fenómenos en apariencia tan dispares del creciente aumento en el intercambio de información –no sólo personal sino íntima a detalle– que permite la socialización “confesional” entre los usuarios de Internet, por un lado; las prácticas especializadas de las empresas por la identificación y clasificación de clientes que multiplica las tácticas divisorias y exclusivistas a partir de criterios de rentabilidad potencial del usuario, es decir, de potencialidad de crédito del que dispone el cliente, por otro; y los nuevos sistemas de algunos Estados europeos anunciados como “inmigración selectiva” de acuerdo con las propias necesidades de esos Estados?

Zygmunt Bauman nos responde en su más reciente libro, que lo que permite visualizar a estos tres sucesos de la realidad contemporánea como ejemplos de una misma situación es la nueva condición humana que entrañan: la del individuo como producto deseable y atractivo puesto en el mercado y promocionado por sí mismo.

Ser el promotor del producto y el producto mismo que se promueve se ha

\* Bauman, Zygmunt. *Vida de consumo*, FCE, México, 2007.

convertido en la esencia de la nueva sociedad de consumidores que, a diferencia de la anterior sociedad de productores, recicla a sus miembros bajo la forma de bienes de cambio capaces de atraer clientes y generar demanda. Este es el argumento que estructura los cuatro capítulos que conforman *Vida de consumo*.

A partir de este argumento central se desprenden las tipologías que el sociólogo polaco presenta alrededor de conceptos como *consumismo*, por oposición a *consumo*; *sociedad de consumidores* y *cultura consumista* para finalmente señalar los invisibles –por omisión e indiferencia– *daños colaterales del consumismo* y sus repercusiones en la política, la democracia y la preferencia por diferentes sistemas de valores.

Las transformaciones del Estado, basadas en la transferencia de la reconversión laboral a los mercados; es decir, su radical desregularización y privatización y al mismo tiempo (o precisamente como consecuencia de ello) las reglas del mercado que colonizan todas las formas de relaciones personales y vínculos humanos; la construcción de la identidad; el individualismo; la nueva visión de la pobreza y de la criminalidad basadas en

el miedo y la incertidumbre; así como la preeminencia de la instantaneidad como precepto que permite el veloz olvido del pasado y la irresponsabilidad por las consecuencias del futuro, esa instantaneidad representada en la gratificación inmediata durante el acto del consumo; son algunos de los aspectos que Bauman refiere a partir de este estudio crítico de la sociedad de nuestros días al profundizar y argumentar de modos distintos las ideas discutidas en trabajos anteriores como *Modernidad líquida*, *Miedo líquido* y *Sociedad sitiada* entre otros.

Al hacer esta reflexión, Zygmunt Bauman introduce conceptos como “fetichismo de la subjetividad” y “tiempo puntillista” (término más bien retomado de Michel Maffesoli) que permiten dar cuenta de la condición del sujeto, al mismo tiempo que caracterizar la cultura de la sociedad de consumo.

La idea del “fetichismo de la subjetividad” se basa en la supuesta soberanía del consumidor, la idea del sujeto más libre que nunca para elegir entre todas las opciones elegibles del mercado. Si Marx hablaba del “fetichismo de la mercancía” al criticar el ocultamiento de la interacción humana, o sea, de la fuerza de trabajo detrás del movimiento de las mercancías; Bauman apela a un fenómeno distinto que se instaura entre los críticos de la sociedad actual: “el fetichismo de la subjetividad”. Así, lo que permanece oculto son las relaciones de compraventa detrás de la construcción de tal subjetividad, a partir

del constante intercambio de identidades *ad hoc* que la cultura del consumismo permite: “compro, luego existo... como sujeto”.

Los tipos ideales que el autor propone en este texto son claramente delimitados y explicitados. De esta manera define el *consumismo*, en primer lugar, como un atributo de la sociedad conformada por individuos cuya capacidad de querer, desear o anhelar ha sido separada o “alienada” de ellos mismos. A su vez, esa capacidad se convierte en la principal fuerza que pone en movimiento a toda la sociedad de consumidores. En el consumismo, el consumo ha desplazado al trabajo como principal actividad generadora de la sociedad.

La felicidad no está determinada por la gratificación de los deseos ni por la apropiación y el control que aseguren confort, sino más bien por un aumento permanente en el volumen y la intensidad de los deseos, lo que a su vez produce una fila cada vez más interminable de productos creados para el desecho y la sustitución.

Bauman nos dice entonces, que el moderno consumismo líquido se caracteriza por una negociación del significado del tiempo; y, retomando una metáfora de Michel Maffesoli, incorpora la idea del “tiempo puntillista” en su discusión. Esta imagen presenta al tiempo como fragmentado en multitud de “instantes eternos” que se oponen a conceder importancia tanto al pasado de la tradición como al

futuro del progreso, para volcarse únicamente en las infinitas posibilidades y satisfacciones que caben en un presente eterno.

De esta manera, la vida acelerada que caracteriza al consumismo está basada en la velocidad que entraña la necesidad de alcanzar las oportunidades que se presentan en el momento y que anuncian el peligro de desaparecer al instante. Vale decir que el autor enfatiza en que el apremio no consiste en adquirir y acumular sino en eliminar y reemplazar. El valor supremo y característico de una sociedad de consumidores es una vida feliz aquí y ahora.

El gran problema que Bauman señala en el consumismo es el que se presenta al evaluar la capacidad de la sociedad para mantenerse a la altura de sus propias aspiraciones. Y es que si la promesa de satisfacción sólo conserva su poder de seducción siempre y cuando los deseos permanezcan insatisfechos, al mismo tiempo, necesariamente, se acrecenta la sensación de inseguridad, hasta convertirse la sociedad misma en la fuente del miedo que produce la infelicidad característica de la sociedad líquida. Pero no hay que confundirnos, la brecha abismal entre la promesa y su cumplimiento no es un efecto secundario, sino, por el contrario, la condición necesaria para el buen funcionamiento de la sociedad de consumidores y es, siguiendo a Bauman, el exceso de promesas el que neutraliza la frustración.

La obediencia, el apego, la tendencia a posponer la gratificación así como la ética

del trabajo son patrones de comportamiento que fueron inculcados durante la modernidad. La fábrica y el campo de batalla se dedicaban al manejo y control del cuerpo de sus miembros. En contraste, la sociedad de consumidores concentra sus fuerzas de coerción en el manejo del espíritu. En este sentido, no reconoce diferencia de edad o género y aún más, por extraño que parezca a simple vista, tampoco de clase.

De esto se desprende, según Bauman, que consumir es invertir en la propia pertenencia a la sociedad. El propósito fundamental y decisivo del consumo es elevar el estatus del consumidor al de un bien de cambio vendible. Y no es conveniente olvidar que el desempeño eficiente del consumidor recae sobre la responsabilidad de cada consumidor. Si se acepta esta proposición, se puede afirmar que no existe la invalidez social, solamente la carencia e incompetencia personal, lo que descarta toda causa de raíz social.

A su vez, esta proposición conlleva un nuevo planteamiento de la pobreza, la exclusión y la criminalidad. Los pobres de hoy no son los desempleados sino “los no consumidores”. El tema de la pobreza es, exclusivamente, un problema que atañe a la ley y el orden y se debe responder a él como se responde ante otras instancias de trasgresión de la ley.

El aumento de la criminalidad no es un problema de descuido o de mal funcionamiento de la sociedad, sino un producto propio de la misma sociedad de consumo, en el que cada vez se hace más grande la

brecha entre aquellos que desean y son capaces de satisfacer sus deseos y los que han sido seducidos pero son incapaces de actuar de la manera en que se espera que actúen.

Respecto a las transformaciones de la política, el autor argumenta cómo también ésta ha sido colonizada por la lógica de los mercados hasta alegar que los sujetos son consumidores por naturaleza, que consumir es ese derecho humano primordial que subyace a todos los derechos ciudadanos, con la aclaración de que el mercado de bienes de consumo es más soberano que cualquier soberano político tradicional ya que además de dictar las sentencias de exclusión no admite instancias de apelación. De tal manera que, el Estado se convierte en el ejecutor de la soberanía del mercado.

En este tipo de sociedad no hay lugar para el disenso y la protesta puesto que el recurso para desarticular cualquier resistencia o rebelión es el de presentar, lo que en realidad es una nueva obligación: el consumo.

Bauman también hace una crítica sobre las teorías que presentan la política virtual como una forma nueva y mejorada de hacer política; teorías que consideran que la velocidad de conexión a Internet significa un avance para la democracia; sospecha de ellas pues le parecen una excusa de las clases ilustradas para justificar sus prácticas de vida cada vez más despolitizadas.

El intenso flujo de información, argumenta el autor, no confluye en la

democracia, sino más bien, desvía el disenso y la protesta sustituyendo la confrontación y el debate por *bits* de sonido y fotografías. La política real y la política virtual marchan en sentidos contrarios y la distancia crece a medida que la autosuficiencia de una se beneficia con la ausencia de la otra.

Para continuar con el tercer tipo ideal de Bauman, el de la *cultura consumista*, diremos que lo que la diferencia de su predecesora, la cultura *productivista*, es la inversión del valor que se le otorga a la duración y a la transitoriedad respectivamente. Negar los valores de la postergación de la gratificación, elevar lo novedoso por encima de lo perdurable, reducir el lapso entre el nacimiento de un deseo y el momento de su desaparición son las principales características de esta cultura.

Los sufrimientos más comunes en la cultura actual suelen producirse a causa del exceso de posibilidades más que por el exceso de prohibiciones. La depresión causada por el miedo a ser inadecuado reemplaza a la neurosis causada por el horror a la culpa.

Los conceptos de responsabilidad y elección responsable, antes pertenecientes al campo de la responsabilidad ética y la preocupación moral por el *Otro* han mudado a la autorrealización y al cálculo de riesgos. La víctima colateral es el *Otro*. La incertidumbre y la autorreprobación son el resultado de la total transferencia de las responsabilidades en el libre arbitrio del individuo y la incapacidad de igualar

el esfuerzo con su recompensa puede ser la causa del complejo de inadecuación. Para Bauman, la magnitud del daño que todo esto puede provocar en el tejido social es, o debería ser, tema de debate en la actualidad.

Sobresale el análisis de las nuevas condiciones que permiten la construcción de identidad entre los sujetos de la cultura consumista. Esta última se caracteriza por promover un constante desafecto hacia la identidad adquirida y hacia el conjunto de necesidades que esa identidad define (gracias a la expansión de la cirugía plástica, por ejemplo, la continua creación de un aspecto nuevo y mejorado ya no se considera algo excepcional).

En la escala de valores de la cultura consumista, el apego hacia cualquier producto, incluyendo las relaciones sentimentales, se ve como un lastre pesado y obsoleto que debe ser desechado cuanto antes. La fragilidad y la prescindibilidad de las identidades individuales y los lazos interhumanos aparecen como la esencia misma de la libertad individual. No es la posibilidad de conexión la que hace tan exitosas a las redes electrónicas de comunicación, sino precisamente la posibilidad de desconexión en el momento que se desee.

Bauman introduce la concepción de dos recursos que alivian el dolor del desmantelamiento identitario en la cultura consumista: las “comunidades de guardarropa”; definidas como comunidades fantasma, ilusorias, *ad hoc* en las que la modalidad de “membresía comu-

nitaria” es totalmente subjetiva pues lo que cuenta es la experiencia momentánea de comunidad, por un lado; y la posibilidad de comprar la “identidad incluida” en los productos del mercado, por otro.

Al final el autor repara acerca de cuáles son los “daños colaterales” del consumismo. Señala que, el más importante de la sociedad contemporánea es la transformación absoluta de la vida humana en un bien de cambio. Pero la víctima colectiva, es decir, el “daño colateral múltiple” de la sociedad de consumo es aquella categoría de la población que ha sido calificada como “infraclase”.

A diferencia de la “clase trabajadora”, la clase que cumple una función indispensable para la sociedad; y de la “clase baja”, que pertenece a la imagen de una sociedad con movilidad; la “infraclase” remite a una sociedad que no es accesible para todos, que excluye a una categoría de gente a quien se aplica la ley negándole o retirándole su aplicación, gente sin valor de mercado, incapaces de abocarse a la actividad de consumir. Como estas personas resultan inútiles, sólo se repara en ellas por los peligros que representan.

Por tanto, Bauman apela al Estado social como posible solución a las problemáticas planteadas por la sociedad de consumidores. Enfatiza que sin derechos sociales *para todos*, una gran cantidad de personas sentirán que sus derechos políticos son inservibles e indignos de atención. Refiere al modelo escandinavo como ejemplo de la vitalidad de un Estado social, así como también

hace referencia a lo que denomina los “estados sociales emergentes” en Venezuela, Bolivia, Brasil o Chile.

Desde esta perspectiva, la función del Estado social en las sociedad de consumi-

dores es, tal como lo era en la sociedad de productores, defender a la sociedad del daño colateral que el principio rector de la vida social podría causar si no fuera monitoreado, controlado y restringido.