CONSUMISMO

Referencias Bibliográficas:

Bauman, Zygmunt. (2007). Vida de consumo.Buenos Aires, Fondo de cultura económica.

Korstanje, Maximiliano. (2008). Vida de consumo de Zygmunt Bauman. Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad de Palermo: Argentina.

(Dentro imagen de presentación)

(Dentro vídeo de presentación)

(Voz en off + video de sociedad de consumo + imágenes y vídeos de escaparetes y tiendas)

Voz en off: En 1637, René Descartes escribió en su obra el Discurso del Método la frase: “Pienso, luego existo”, convirtiéndose así en el elemento fundamental del racionalismo occidental. Pero, con el paso del tiempo, esta célebre frase ha sufrido modificaciones en su estructura transformándose a partir de la segunda mitad del siglo XX en “Compro, luego existo”, como una manera de mostrar los hábitos de consumo de la mayoría de habitantes a lo largo y ancho del mundo, como resultado de la producción masiva y, como una forma de criticar a la sociedad de masas. Esta frase sería la mejor manera de describir el mundo en el que vivimos actualmente. Una sociedad consumista y derrochadora que se alimenta del dinero para sobrevivir felizmente. Pero, ¿por qué existe el consumo? ¿cuál es su finalidad? Las respuestas a estas preguntas son muy sencillas. El consumo existe porque permite a las personas adquirir diversos objetos que desea o necesita. Este fenómeno ha ido aumentando considerablemente con el paso del tiempo porque su estrategia se basa, principalmente, en un imparable incremento de la producción; diversificar lo que se ofrece, crear nuevos productos y servicios, y llevarlos al escaparate del mercado para que la sociedad pueda disfrutar de ellos; este es el principal objetivo, ya que lo importante aquí es comprar, y cuanto más mejor. Por este motivo, las grandes compañías a través de la publicidad intentan convencernos de que necesitamos esos productos que aparecen en los anuncios de televisión, radio, prensa, vallas publicitarias, escaparates y demás medios de comunicación.

Pero, el principal motivo de esto no está en consumir, sino en el tipo de consumo que hacemos: responsable o depredador. Esta claro que vivimos en una sociedad consumista y capitalista en donde el sistema económico domina al mundo actual, pero ante esto, lo correcto sería tomar una actitud crítica y adaptarlo a la satisfacción de nuestras necesidades; hecho que nos permitirá elegir con sensatez nuestros intereses, deseos y necesidades.

(Imágenes de Bauman + Vídeo rastro de Madrid + Vídeos+ Voz en off)

Voz en off: A esto, hace referencia el autor Zygmunt Bauman; en su obra "Vida Líquida", pues se refiere al término "síndrome consumista" como el causante de la rapidez, el exceso y el desperdicio de los objetos materiales, provocando una insatisfacción constante en nosotros que hace que siempre queramos más y más.

Zygmunt Bauman, es un sociólogo polaco y uno de los más importantes pensadores europeos de la actualidad. Su trabajo ensayístico abarca numerosos sujetos, entre los que hay que destacar el enfrentamiento entre la modernidad y la postmodernidad, así como su obra dedicada a los movimientos obreros y la globalización, en la que se ocupa de cuestiones como las clases sociales, el socialismo, el holocausto, la hermenéutica, la modernidad y la posmodernidad, el consumismo, la globalización y la nueva pobreza. Residió en la Unión Soviética y militó en el Partido Comunista mientras ejercía de profesor en Varsovia. Desde 1971 reside en Inglaterra, donde fue profesor en la Universidad de Leeds.

Podemos destacar muchas de sus obras; entre ellas, "Vida de consumo". En esta obra, Bauman nos explica cuáles son las tres reglas que rigen el mercado: "Primero, el destino final de todos los productos en venta es el de ser consumidos por compradores. Segundo, los compradores desearán comprar bienes de consumo si y sólo si ese consumo promete la gratificación de sus deseos. Tercero, el precio que el cliente potencial en busca de gratificación está dispuesto a pagar por los productos en oferta dependerá de la credibilidad de esa promesa y de la intensidad de esos deseos" (ibid: 24).

Es por ello que en la actualidad podemos hablar sobre "una sociedad de consumidores", la cual se caracteriza por una falta de nitidez entre el objeto consumido y quien lo consume. Según Bauman, en la sociedad de consumidores nadie puede transformarse en sujeto sin haber hecho producto

primero. La esencia del sujeto es ser vendible, y convertirse en un elemento más del “fetichismo de la subjetividad”. Esto es, que el sujeto se transforma en un elemento más del mercado.En palabras del autor, “Al igual que el fetichismo de la mercancía, el fetichismo de la subjetividad también está basado en una mentira, y por las mismas razones, por más que dos variantes del fetichismo concentren el encubrimiento en caras opuestas de la dialéctica sujeto-objeto intrínseca a la condición humana. Ambas variantes tropiezan y caen frente al mismo obstáculo: la obstinación del sujeto humano, que resiste valerosamente los embates constantes de la cosificación” (ibid: 24).

Bauman explica la sociedad moderna de consumo por medio de tres tipos de ideales: El tiempo puntillista, la transformación del consumidor en objeto a ser consumido, y el papel del consumo en estructuras más amplias como la democracia, la identidad, el uso del conocimiento y los sistemas de valores. En consecuencia, el autor hace una breve distinción entre consumo y consumismo: el consumo es un proceso inalienable y no planificado de la vida social, una función imprescindible de la vida biológica que no se encuentra atado ni a la historia ni a la época. La función central del consumo es el vínculo y la transacción de las relaciones humanas, expresadas por ciclos de producción, almacenamiento, distribución y excreción. Por el contrario, el consumismo debe comprenderse como “un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad, una fuerza que coordina la producción sistemática, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano” (ibid: 47). Una diferencia sustancial entre ambos, es que el consumo es propio del organismo humano mientras que el consumismo es una adquisición exclusiva de una sociedad como atributo bruto plausible de ser direccionado y separado del individuo (principio de alineación).

Durante la era de la producción en serie, la durabilidad y el paso del tiempo eran factores preponderantes a la hora de escoger un bien a conseguir. Los deseos de consumo eran principalmente artículos que se caracterizaban por su larga duración. La durabilidad y resistencia del objeto debía ir acompañado de la posición social que ostentaba. Una sociedad que sentaba sus bases en una seguridad a largo plazo. Pero, en una sociedad de consumidores, se distingue por un aumento permanente en la intensidad y volumen de los deseos. Esto genera, un aumento en la producción de bienes y una inestabilidad en los deseos y la insaciabilidad de las necesidades en un corto plazo. Lo más factible, es que un objeto termine en la basura antes de

haber dado alguna satisfacción a quien lo deseaba. La búsqueda de felicidad de la sociedad actual no yace en el adquirir o almacenar sino en el descartar y reemplazar. Es una manía compulsiva de eliminación de un bien por otro “mejor”. Por otro lado, todas aquellas personas que no pueden permitirse dicha situación, son los ubicados como “infra-clase”, deben ser considerados “fallidos consumidores”; en consecuencia son apartados del circuito de consumo, aislados, discriminados y reciclados por medio de diversos mecanismos que van desde la deportación hasta la coacción física para preservar un supuesto “bienestar común”. Nada calmará el dolor de la inferioridad evidente (Bauman, 2000:67).

Otra obra muy importante de Bauman, es “Vida líquida”. Y bien, ¿qué es la «vida líquida»? Es la manera habitual de vivir en nuestras sociedades modernas contemporáneas. Se caracteriza por no mantener ningún rumbo determinado puesto que se halla inscrita en una sociedad que, en cuanto líquida, no mantiene por mucho tiempo una misma forma. Lo que define nuestras vidas es, por lo tanto, la precariedad y la incertidumbre constantes.

El motivo de preocupación que más nos apremia es el temor a que nos sorprendan desprevenidos, a no ser capaces de ponernos al día de unos acontecimientos que se mueven a un ritmo vertiginoso, a pasar por alto las fechas de caducidad y vernos obligados a cargar con bienes u objetos inservibles, a no captar el momento en que se hace inminente un cambio de enfoque y quedar relegados. Así, dada la velocidad de los cambios, la vida consiste hoy en una serie (posiblemente infinita) de nuevos comienzos... pero también de incesantes finales.

(Imágenes de Paul Valéry + Vídeos + Voz en off)

Voz en off: Además, Bauman en su obra “Modernidad Líquida”, ha incorporado un pequeño fragmento escrito por el autor francés Paul Valéry, el cual realiza una crítica sobre la sociedad que se ha creado gracias al capitalismo, y sobre los motivos que nos llevan a consumir. “La incoherencia, la sorpresa son las consciones habituales de nuestra vida. Se han convertido incluso en necesidades reales para muchas personas, cuyas mentes sólo se alimentan de cambios súbitos y de estímulos permanentemente renovados. Ya no toleramos nada que dure. Ya no sabemos cómo hacer para lograr que el aburrimiento dé fruto. Entonces, todo el tema se reduce a esta pregunta: ¿la mente humana puede dominar lo que la mente humana ha creado?”

El interrogante que planteó Valéry es muy interesante; y hoy, más de medio siglo después,la pregunta sigue abierta, pero cada vez más vemos que la respuesta es negativa.