

Escenarios del consumismo: desde lo social a lo individual

Elio Rodolfo Parisí¹

Universidad Nacional de San Luis
San Luis, Argentina

Resumen. El trabajo busca reflexionar sobre la relación entre individualismo, consumismo, consumo y capitalismo. Se analizan las variables psicológicas, sociales y políticas del hecho y se brindan los datos de los contextos internacionales referidos a los gastos del sistema mundo capitalista y las necesidades de los sujetos precarizados.

Palabras clave: consumismo, capitalismo, subjetividad

Abstract. This paper offers a reflection on the relationship between individualism, consumerism, consumption and capitalism. Psychological, social and political variables on the fact are analyzed, and data related to expenses of capitalist world system and needs of individuals in precarious situation on international contexts are provided.

Key words: consumerism, capitalism, subjectivity

Resumo. Este artigo propõe uma reflexão sobre a relação entre o individualismo, o consumismo, consumo e capitalismo. As variáveis psicológicas, sociais e políticas sobre o fato são analisadas, e os dados relativos a despesas do sistema capitalista mundial e as necessidades dos indivíduos em situação precária em contextos internacionais são fornecidos.

Palavras-chave: capitalismo, consumismo, subjetividade

¹ e-mail: eliorodolfoparis4@gmail.com



Introducción

“La gente no será manejada por el automóvil, ni será programada por una computadora, ni será comprada por el supermercado, ni será mirada por el televisor; la gente trabajará para vivir, en lugar de vivir para trabajar; se incorporarán a los códigos penales los delitos de estupidez, que cometen quienes viven por tener o por ganar, en vez de vivir nomás, como canta el pájaro sin saber que canta y como juega el niño sin saber que juega (...); los economistas no llamarán nivel de vida al nivel de consumo, ni llamarán calidad de vida a la cantidad de cosas (...); la muerte y el dinero perderán sus mágicos poderes, y ni por defunción ni por fortuna se convertirá el canalla en virtuoso caballero; (...) la comida no será una mercancía, ni la comunicación un negocio, porque los dos son derechos humanos” (Galeano, 2005: 342-343)

El individualismo

El contexto cultural es definido por Lipovetsky (1996) como un estado de conmoción de la sociedad, de las costumbres, de un individuo contemporáneo, de la era del consumo masificado, la emergencia de un modo de socialización y de individualización inédito.

La mutación histórica que está en curso, y que se ha profundizado con el inicio del nuevo siglo, han generado una nueva forma de control de los comportamientos, a la vez que una diversificación incomparable de los modos de vida, una imprecisión sistemática de la esfera privada, de las creencias y de los roles, dicho de

otro modo, una nueva fase en el individualismo occidental.

Se ha producido una erosión de las identidades sociales, abandono ideológico y político, desestabilización acelerada de las personalidades. Esta es una segunda revolución individualista.

El ideal moderno de subordinación de lo individual a las reglas racionales colectivas ha sido pulverizado, el proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable, sean cuales sean, por lo demás las nuevas formas de control y de homogeneización que se realizan simultáneamente.

Por supuesto que el derecho a ser íntegramente uno mismo, a disfrutar al máximo de la vida, es inseparable de una sociedad que ha erigido al individuo libre como valor cardinal y no es más que la manifestación última de la ideología individualista; pero es la transformación de los estilos de vida unida a la revolución del consumo lo que ha permitido ese desarrollo de los derechos y deseos del individuo, esa mutación en el orden de los valores individualistas.

La lógica individualista plantea el derecho a la libertad, en teoría ilimitado, pero hasta entonces circunscrito a lo económico, a lo político, al saber, se instala en las costumbres y en lo cotidiano. Vivir libremente sin represiones, escoger íntegramente el modo de existencia de cada uno: he aquí el hecho social



y cultural más significativo de nuestro tiempo, la aspiración y el derecho más legítimo a los ojos de nuestros contemporáneos (Lipovetsky, 1996).

En una cultura donde el “deber ser”, que sería el mandato social, se anuda con el individualismo como promesa de respeto incondicional de la libertad del otro, y la libertad está planteada como libertad de elección en función, no sólo de hacer lo que se quiera, sino de elegir lo que se quiera, de tener lo que se quiera, el consumo se propone como la amalgama cultural que satisface los mandatos sociales y los deseos particulares. Deseos que, por cierto, el mismo mercado va creando.

La atracción por el consumo, estimulada por la publicidad y anclada en la angustia del ser, en la angustia de la existencia, es exhibida por el mercado como el camino contra el sufrimiento y el encuentro con la felicidad. Es la negación del dolor que conlleva la existencia. No visto esto en términos de concebir a la vida como una tragedia, sino en comprender que no todo en la vida es alegría, ni diversión.

Así como los modernos templos religiosos se exhiben carteles que dicen: “Pare de sufrir”, -que sería otra forma de consumo, en este caso religioso- el consumo ofrece a diario, en un bombardeo sistemático por los medios de comunicación masiva, por carteles en las paredes, por altos parlantes que se pasean en autos o en aviones, por mensajes en nuestros teléfonos móviles, por cartas a

nuestros domicilios, miles de avisos que nos ofrecen objetos que nos van provocar felicidad.

Otra de las trampas que esconde el sistema en su promoción del consumo, está referida a dos cuestiones: por un lado, al tiempo real que podemos dedicar para utilizar algún objeto. En gran cantidad de hogares hay objetos que nunca se utilizan (cintas para caminar, multiprocesadores, sistemas de audio, entre otros). También se puede observar cuántos sujetos se interesan en tener varias propiedades para disfrutar: casa de campo, campos, chacras, casas o departamentos en lugares turísticos, que luego no utilizan porque carecen del tiempo para hacerlo.

Por otra parte, para poder consumir, los sujetos hipotecan su futuro comprando, por ejemplo, televisores en 50 cuotas. No se visualiza acá el quantum de energía laboral que es necesario empeñar para poder consumir. El fin justifica los medios: acá el fin sería el consumismo.

Cuando el actual presidente del Uruguay, Pepe Mujica era funcionario del gobierno de Tabaré Vázquez (anterior presidente), fue entrevistado en su casa por un periodista argentino. Es menester mencionar que Mujica vive de manera bastante frugal, en una chacra sencilla de los suburbios de Montevideo. El periodista le preguntó porqué vivía de esa manera, a lo que Mujica respondió: “Para tener más cosas, necesito trabajar muchas horas. Entonces si yo vivo



para trabajar, dejo de hacer aquellas cosas que me interesan”. Curiosamente hacía un alegato a su libertad de elegir qué deseaba hacer con su vida, con su tiempo. Se imponía sí su deseo personal por sobre el mandato social.

También acá podríamos abrir la discusión respecto de cómo el trabajo se convierte, no sólo en un medio para lograr determinados fines, incluso los de desarrollarse en esa misma actividad, sino cuando el trabajo se convierte en un forma compulsiva de consumo, que es factible de observar en aquellos que dedican todo su tiempo al mismo. De ahí se suelen desprender enfermedades como el estrés o el síndrome de Burnout.

Contrariamente a la idea que formó el capitalismo en los años 60 y 70 del comunismo, respecto de que el éste “atrasaba el progreso” porque no permitía la libre competencia y eso, entre otros muchos aspectos, no beneficiaba al avance de la tecnología; Marx sostenía que la tecnología iba a ser muy necesaria, ya que le iba a permitir al hombre trabajar menos horas –las máquinas iban a trabajar por el hombre- para que el hombre pudiera dedicar más horas a hacer los que más le interesaba.

La felicidad

Los semblantes de la “felicidad” prometida por el mercado en las sociedades post capitalistas (juventud, vigor, belleza, entre otros), están montados desde un

dispositivo que es totalmente funcional a una sociedad que necesita promover el consumismo, ya que no puede dar cuenta de su incapacidad de crear un modelo ético y estético, que contemple al otro desde su esencia. Que contenga a los sujetos desde proyectos colectivos que profundicen, desde diferentes miradas, otras formas de relación entre los sujetos y los objetos del mundo, de la cultura.

La cultura chatarra, es vacua, trivial, temporaria, masiva y profundiza en el sujeto su propia angustia. Entonces el sujeto se aferra al mandato cultural y lo ahonda: si determinado consumo no alcanza para tranquilizarlo, en vez de repensar la lógica que subyace en el mismo consumo, la propuesta se multiplica y el sujeto se predispone a consumir más. Uno puede observar cómo el consumismo anula el raciocinio. Podríamos pensar en el siguiente axioma: “*Si yo consumo estoy vivo. Estar vivo es estar predispuesto al consumo*”.

Y la sociedad atravesada por las condiciones que establece el mercado, estimula el consumo: es común escuchar esta frase “Si estás triste, vamos al Shopping y te compro algo”. El consumo se constituye así en la ausencia de la palabra, del diálogo, del afecto. El afecto se mide, muchas veces, en la capacidad de consumir y de brindar consumo al otro: “en su cumpleaños, ella veía los regalos y computaba el cariño de los otros de acuerdo con el costo de los regalos que le habían hecho: cuánto me quiere esa amiga



que me regaló un reloj de mil dólares”.

El mercado y la educación

El mercado atraviesa todas las instituciones sociales. Por ejemplo, en el caso de la educación, observamos que la Universidad no presenta carreras y formaciones, sino “ofertas educativas”. Los alumnos son así consumidores de lo que en las universidades les ofrecemos. No interesa estimular el pensamiento crítico, es sólo necesario que sean meros reproductores de las teorías, prácticas y consignas que se brindan. Se los prepara para el mercado: se los satura de actividades y obligaciones. El alumno pasa a ser una parte del dispositivo del mercado. Consume exigencias y ya sabe que será funcional al mercado laboral, porque la flexibilización laboral lo atravesó desde su propia formación: se vive para la universidad. Si alguien tiene otro proyecto personal, la universidad se lo escamotea: quien quiere estudiar no puede trabajar, ni tener familia, ni enfermarse. Un buen consumidor no pierde tiempo en problemas mundanos.

Podemos observar que los sistemas de becas en algunas universidades y otras instituciones educativas, son ahistóricos y pragmáticos: se beca al que tiene un andamiaje social y familiar, inclusive económico. Esto no resta méritos al que lo logra. Pero sí es cierto que se premia al que soportó las estocadas del sistema universitario porque estaba sostenido desde una condición social y

económica. Se dejan de lado las consecuencias que tiene en sí la vida: las enfermedades, las cavilaciones, los problemas económicos, entre otros.

De esa manera el alumno va preparado para el consumo que hará de él el sistema laboral: mucho trabajo, mala paga, contratos a término, escasa o nula estabilidad laboral. La universidad colaboró en eso.

Ley que ampara al consumismo

Paradójicamente, el sistema que estimula el consumo desmedido, ha sacado en gran parte de los países de economía capitalista, la Ley de Defensa del Consumidor (en Argentina es la Ley N° 24.240 de 1993 y su modificatoria 26.361 de 2008). La ley busca proteger al usuario de los abusos del mercado. La ley le da un estatus al consumidor, pero lo sumerge aún más en el consumismo garantizándole que podrá consumir con confianza ya que si el sistema lo estafa, en términos de fallas en el servicio o en el objeto que adquiere, el sistema le recompensará lo invertido. Por lo que la ley se convierte en la autopista del consumismo: a partir de ella se puede profundizar el consumo, ya que el consumidor tiene garantizados sus derechos por el mercado.

Por lo que el actual sujeto, no tiene en sí el estatus del ciudadano, sino el del consumidor. Los derechos son los de los consumidores. Ser ciudadano en la actualidad, es ser



consumidor. Si alguien queda fuera del proceso de producción/consumo/consumismo pierde sus derechos civiles.

Contexto económico y la factibilidad del consumo

El contexto cultural en occidente se define desde múltiples variables – histórica, social, política, cultural-, pero hay una en particular, la económica, que viene definiendo modos de ser, actuar y estar en el mundo, que influye de manera decisiva en las restantes. Nos referimos a la incidencia que tiene en la vida de las personas el sistema-mundo capitalista.

Para no hacer una referencia histórica del mismo, nos detendremos en ciertas particularidades del mismo en la actualidad:

La teoría de Imanuel Wallerstein (1984), en su libro *El moderno sistema mundo*, sostiene que la concepción *sistema-mundo* está formulada a partir de la investigación histórica orientada hacia una entidad económica con una división del trabajo que no conociese límites políticos o culturales.

El análisis del moderno sistema-mundo se basa principalmente en la comprensión de las dinámicas de la *economía-mundo capitalista* como un *sistema social total*. Es decir, se busca la comprensión de los procesos que determinaron cómo la economía capitalista europea del siglo XVI logró expandirse e integrar a las otras economías-mundo hasta constituirse

en el actual sistema-mundo con las consiguientes lógicas de centro-periferia. El concepto de economía-mundo proviene de la historia económica y tiene relación con la capacidad de un modo de producción e intercambio de configurar un mundo en sí mismo, en un espacio-tiempo determinado.

La Economía-Mundo Capitalista (en más, EMC) se basa en la dominación económica. Engloba a muchos Estados y dispone de un proceso interno de estabilización económica. Las diferentes entidades políticas dentro de la EMC absorben cualquier pérdida que ocurra y el beneficio económico pasa al sector privado.

La división internacional de la explotación no se define en términos de fronteras estatales sino como *división económica del trabajo en el mundo*: el “centro” controla la economía mundial explotando al resto del sistema, las zonas que proporcionan las materias primas constituyen la “periferia”, existiendo una categoría residual, la “semi-periferia”, conformada por las regiones que se hallan entre explotadores y explotados. La clave del capitalismo está en un *centro* con un mercado de trabajo libre para personas calificadas y una periferia con un mercado de trabajo forzoso para personas menos calificadas.

El capitalismo es considerado como una alternativa a la dominación política, ya que es capaz de producir más excedentes económicos que las primitivas técnicas utilizadas por la explotación política. En la era



moderna, el capitalismo sentó las bases para el desarrollo de la economía mundial, logradas sin contar con una estructura política unificada. Las estructuras políticas son muy rígidas, mientras la explotación económica hace posible el aumento del flujo de excedente desde los estratos más bajos a los más altos, desde la periferia al centro, desde la mayoría a la minoría.

La necesidad de la economía mundial de extender sus fronteras es el resultado de sus propias presiones internas: convertirse en parte de la economía mundial supone *necesariamente* que las estructuras políticas de las naciones implicadas deban formar parte de un sistema inter-estatal.

Esta corriente se concentra en la temática de los ciclos largos a la manera de Braudel (2001), con una preocupación braudeliiana por la historia del capitalismo. No pensar el capitalismo como conceptos abstractos solamente, sino pensarlo sobre todo como proceso histórico; hay una cierta identificación entre el propio concepto de capitalismo y de sistema mundial, a medida que el capitalismo se va convirtiendo en el fundamento del sistema mundial. Según la visión de Braudel (2001), existían sistemas-mundo que no ocupaban todo el planeta, el Mediterráneo por ejemplo era un sistema-mundo, pero existía al lado de otros sistemas-mundos. La diferencia que el capitalismo produjo fue, justamente, constituirse como sistema mundial.

En la década del setenta se discutía el rol de la Unión Soviética y del campo socialista: si se trataba de un nuevo sistema o se trataba de una modalidad del sistema. La respuesta de Wallerstein y su grupo ha sido siempre que se trataba de un subsistema. No llegaba a ser un contrasistema, sino que cumplía ciertos roles dentro de ese sistema mundial, a través de la Guerra Fría y de acuerdos básicos que se establecieron sobre todo en la Segunda Guerra Mundial. Es una línea de pensamiento con un impacto bastante grande en la academia americana, con una cantidad de estudios muy grande, no sólo del Fernard Braudel Center sino de otros estudiosos de Estados Unidos.

Wallerstein (1984) supone que actualmente el sistema estaría saliendo de equilibrio, es decir se estaría desintegrando, dando la posibilidad de intervenir en este momento de bifurcación², abriendo de este modo la posibilidad de un mundo más justo e igualitario.

Otra línea es la que sigue Samir Amín (1988), desde África, que también desarrolla esa temática pero da más énfasis a los problemas de la evolución no sólo de África sino del Tercer Mundo en general. El libro de Amín sobre la acumulación mundial es parte de este proceso. Uno de los conceptos centrales de los estudios de este autor es la "tesis de la

² Wallerstein incorpora en su análisis los conceptos de la física no lineal en términos de sistemas complejos y bifurcaciones, principalmente de la obra de Prigogine.



desconexión", desarrollada en su libro *La desconexión*. En el marco de esta obra elabora una serie de propuestas acerca de la necesidad de que los países subdesarrollados se "desconecten" del sistema capitalista mundial. Esta necesidad de desconectarse no está planteada, según Amin, en términos de autarquía, sino cómo necesidad de abandonar los valores que parecen estar dados naturalmente por el capitalismo, para lograr poner de pie un internacionalismo de los pueblos que luchen contra éste.

Contexto Económico **Realidades económicas mundiales**

Este párrafo tiene como objetivo el mostrar cómo se invierte el dinero a grandes escalas.

El informe, titulado *La distribución mundial de la riqueza de los hogares*, realizado por el Instituto Mundial de Investigación de Desarrollo Económico de la Universidad de las Naciones Unidas (2006)³ señala lo siguiente: El uno por ciento de los adultos más ricos es dueño del 40 por ciento de los activos mundiales, mientras que el 10 por ciento de ese opulento grupo posee el 85 por ciento de la riqueza

³ El documento, elaborado por el Instituto Mundial de Investigación de Desarrollo Económico de la Universidad de las Naciones Unidas (UNU-WIDER, por sus siglas en inglés), con sede en Helsinki, es el primero de este tipo que asegura cubrir todos los países del mundo. Se trata de un estudio pionero, afirmó el director de la institución, Anthony Shorrocks, durante la presentación del texto, al precisar que la investigación se basaba en datos del 2000.

mundial; en tanto que la mitad de la población adulta mundial posee únicamente un uno por ciento del capital del planeta.

Dicho informe también muestra una tabla de millonarios en la que figuran 13.5 millones de personas en posesión de un millón de dólares y casi 452 mil que disfrutan de 10 millones de dólares. En la parte más alta de esa pirámide aparecen unos 15 mil afortunados que tienen 100 millones de dólares y, ya en la cúspide, hay casi 500 personas con activos valorados en mil millones de dólares.

Por zonas geográficas, la riqueza está sumamente concentrada en Norteamérica, Europa y los países de altos ingresos en el área Asia-Pacífico.

La población de estas naciones posee colectivamente el 90 por ciento de la riqueza total. Así, Norteamérica domina el 34 por ciento de la riqueza mundial; Europa, el 30 por ciento; el área Asia-Pacífico rica, el 24; Latinoamérica y Caribe, el cuatro; el resto de Asia-Pacífico, el 3; China también el tres; y África e India, un uno por ciento cada uno. El uno por ciento de los adultos más ricos del planeta residen, pues, en Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Francia, Italia, Alemania, Canadá, Países Bajos, España, Suiza, Taiwán y en el resto del mundo.

Otro dato altamente inquietante, se refiere a que en nuestra América convivimos con cien millones de pobres extremos, condenados a una



muerte pronta, ya que no cuentan con lo mínimo para subsistir, de acuerdo con un informe de la CEPAL (en Parisí, 2008).

En América Latina, la flexibilidad en el empleo, producto de la inserción del neoliberalismo económico, se manifiesta cuando menos en cuatro niveles:

1- Desestabilización y/o desaparición de los trabajadores estables - que se inicia con servicios, comercio y se extiende rápidamente a la producción y a la clase obrera más tradicional.

2- Instalación permanente de la precariedad – que implica vivir al día con lo que la persona logra arreglándose sola, o a través de la ayuda social, el autoempleo, el trabajo informal o la solidaridad familiar.

3- Ampliación del número de personas “prescindibles” por el modelo productivo: son todos aquellos que se encuentran en una situación de inutilidad social, no son integrables ni como trabajadores, ni como potenciales consumidores; se trata de un ejército de reserva exacerbadamente supernumerario que no tiene la oportunidad ni siquiera de ser explotado, en el sentido más brutal del término, pero que sirve a los efectos de quebrar el poder de los sindicatos y así debilitar la relación entre empleado y empleador.

4- Atomización de intereses – ante la desestructuración de un modelo productivo ligado a un sistema de relaciones laborales y de bienestar social sustentado por los diversos pactos entre la sociedad y el Estado, se impone la fragmentación de lo

colectivo como estrategia de defensa de los más débiles. Así, hay un franco retroceso en las organizaciones sindicales, asociaciones y gremios, que se extiende hasta invadir los mundos de la vida cotidiana, las identidades, las subjetividades y las acciones de todos.

Cuarenta millones de niños viven en las calles en América Latina. Son los parias del modelo neoliberal que ha destruido el tejido social, empujándolos sin escapatoria a la miseria y el hambre. Las jornadas laborales extenuantes muchas veces ni siquiera sirven para obtener un salario y solo significan, en la mayoría de los países de América Latina y el mundo, un plato de comida o un lugar donde estar.

¿Quién controla lo que ocurre en el trabajo doméstico o las redes de prostitución de menores? El tráfico sexual sosteníamos ocupa un lugar privilegiado en el comercio mundial, tras el narcotráfico y la venta de armas. Los sindicatos y organizaciones sociales deben presionar a las autoridades para que éstas incorporen en las legislaciones nacionales los Convenios internacionales que protegen a los niños que trabajan. Al mismo tiempo, se deben eliminar las formas más abusivas del trabajo infantil, preparando el camino para su erradicación total (Parisí, 2008).



Datos sobre consumo y gastos a nivel mundial

Propósito	Gastos (en mil millones de dólares)
Eliminar hambre y desnutrición	19
Proveer salud /control del SIDA	21
Proveer vivienda	21
Eliminar analfabetismo	5
Proveer agua potable segura	10
Proveer energía limpia y segura (eficiencia energética y energía renovable)	33
Remover minas terrestres	2
Construir democracia	2
Eliminar armas nucleares	7
Ayudar a refugiados	5
Parar destrucción de bosques	7
Evitar calentamiento global	8
Evitarla lluvia ácida	8
Frenar la perforación del ozono	5
Eliminar la deuda de las naciones en desarrollo	30
TOTAL (1)	200
Gastos militares (anual/mundial) (2)	780
Proporción de (1) respecto de (2)	25,6%

Riqueza y pobreza

- El rendimiento anual de la economía mundial creció, de \$31 miles de millones de dólares en 1990 a \$42 miles de millones en 2000 (en 1950, el rendimiento mundial total había sido de \$6.3 miles de millones). Jamás se había producido tanta riqueza; pero jamás había estado tan mal distribuida.
- El PIB mundial, calculado en US\$25 billones, es el retrato de la brutal acumulación de riquezas en manos de pocos: los países del G-7 (Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Francia, Italia, Alemania y Japón) detentan US\$ 18 billones. Los US\$ 7 billones restantes deben ser repartidos entre mas de 180 países (Grito de los Excluidos, 2000, citado en Distribución de la riqueza, s/f)
- Agrupando todos los países del mundo en cinco grupos iguales, según la riqueza que disponen se constata que el 20% de los países más ricos posee una riqueza 150 veces superior al 20% de países más pobres.
- El promedio de ingreso de los 20 países más ricos es 37 veces mayor que el de los 20 más pobres; una brecha que se ha duplicado en los últimos 40 años (Banco Mundial, 2000, citado en Distribución de la riqueza, s/f)



- El grupo de los países más indigentes comprende 24 naciones: 18 países africanos además de Yemen, Afganistán, Bangladesh, Haití, Mongolia y República Popular Democrática de Corea (Diouf, 2000, citado en Distribución de la riqueza, s/f)
- Tres ciudadanos estadounidenses -Bill Gates, Paul Allen y Warren Buffett- poseen, juntos, una fortuna superior al PIB de 42 naciones pobres, en las cuales viven 600 millones de habitantes. Justo es notar que Bill Gates ha creado recientemente una Fundación para combatir la pobreza, donando para ello \$US24 mil millones de dólares (Grito de los Excluidos, 2000, citado en Distribución de la riqueza, s/f).
- Las 356 personas más ricas del mundo disfrutaban una riqueza que excede a la renta anual del 40% de la humanidad (Lobo Alonso, 2001, citado en Distribución de la riqueza, s/f).
- Por eso, hay 204 millones de pobres y 90 millones de miserables en América Latina y en El Caribe, a los cuales se debe sumar los bolsos de miseria que existen en varias partes del opulento Estados Unidos (Grito de los Excluidos, 2000, citado en Distribución de la riqueza, s/f).

Brecha creciente

- Contra el axioma de que primero hay que generar riqueza, para que luego, automáticamente, llegue a los sectores más bajos, Human Development Report, una investigación de la UNESCO (1992) reveló que las desigualdades, en vez de atenuarse, se incrementan. La investigación, realizada primeramente en 1960, se repitió en 1990: en estos 30 años, el 20% de los países más ricos aumentó su participación en la riqueza mundial del 70.2% al 82.7%; mientras que la del 20% más pobre disminuyó, pasando del 2.3% al 1.4%. Si en 1960 la riqueza de los países del primer grupo era 30 veces superior al de los más pobres, en 1990 era de 60 veces más. La diferencia pasó de \$US1,864 a \$US15,149 millones (UNESCO, 1992)
- La proyección de esta tendencia para el 2025 haría prever 2 mil millones de personas en extrema pobreza en el mundo (XXV Reunión del Consejo de gobernadores del IFAD, 2002, citado en Distribución de la riqueza, s/f).

Subconsumo y derroche

- EEUU representa el 6% de la población mundial; pero consume el 48% de la riqueza total del planeta.

- La cuarta parte de la población del Norte consume el 70% de la energía mundial, el 75% de los metales, el 85% de la madera y el 60% de la comida.
- Entre 2,5 y 3 miles de millones de personas (sobre)viven con menos de US\$2 dls diarios. 1,2 mil millones con menos de US\$1 diario (Banco Mundial, 2001, citado en Distribución de la Riqueza, s/f).
- Los automóviles invaden el planeta. En el año 2000 había 532 millones de autos. Condiciona un estilo sedentario de vida y mayor contaminación.
- 2.8 miles de millones de personas –casi la mitad de la población mundial- vive con menos de US\$2 diarios y 1.2, con menos de US\$1 (Banco Mundial, 2000, citado en Distribución de la riqueza, s/f).
- El 15% de la población mundial -la que vive en los países ricos- consume el 56% del total mundial; mientras que el 40% más pobre consume sólo el 11% del total. África consume 20% menos de lo que hacía hace 25 años (Organización de las Naciones Unidas, 2001, citado en Distribución de la riqueza, s/f).

En qué se gasta el dinero

Cálculo del costo adicional que se requeriría para lograr el acceso

universal a servicios sociales básicos en todos los países del mundo, en mil millones de US\$, en contraste con gastos superfluos en Europa y USA.

Instrucción básica para todos	6
Agua para todos	9
Salud reproductiva	12
Salud y nutrición básica para todos	13
Cigarros en Europa	50
Drogas en el mundo	400
Cosméticos en USA	8
Helados en Europa	11
Perfumes en Europa y USA	12
Mascotas en Europa y USA	17
Alcohol en Europa	105
Armas en el mundo	780

Fuente: PNUD, 1988, citado en Distribución de la riqueza, s/f

EL consumo y el consumismo

Tal como hemos venido sosteniendo, las paradojas del capitalismo y su centralidad, vienen de la mano de la conformación de una cultura en la que el consumo está en el eje de la conducta humana. Todo gira alrededor del consumo. No nos referimos al consumo de lo necesario para vivir, sino de aquello que el mismo Diccionario de la Real Academia Española define como: “Dicho de la sociedad o de la civilización: que está basada en un sistema tendiente a estimular la producción y uso de bienes no estrictamente necesarios” (Real Academia Española, 2001).

El factor clave en el sistema capitalista es el consumo. El consumo es considerado como un fenómeno que se produce como consecuencia del sistema de



producción del capitalismo, del sistema industrial. Se trata del elemento vital de ese sistema económico. En el sistema capitalista no tiene sentido producir si no se consume lo producido. Esto es lo que algunos denominan capitalismo de consumo.

Todos somos seres que consumimos desde el mismo momento en que nacemos. La cuestión consiste en saber qué y para qué consumimos. Es decir, se trata de tener una idea clara de cuáles son nuestras necesidades reales y cómo podemos cubrirlas del mejor modo, no dejándonos engañar por la apariencia.

Pacho O'Donnell, en su libro *La Sociedad de los Miedos* (2009) sostiene que los argentinos y argentinas –y yo me atrevería a generalizarlo a otros países- estamos hechos de miedo. Sostiene que el miedo ha llegado a ser nuestra esencia constitutiva. Se ha adueñado de nuestras fibras más íntimas y condiciona, sin que nos demos cuenta, nuestros pensamientos, decisiones y acciones. Lejos de ser una consecuencia indeseada o inesperada de la organización social, constituye el dispositivo crucial de la misma ya que el miedo es el mecanismo de disciplinamiento que el sistema económico y político necesita para su conservación y expansión.

El miedo más ostensible, está relacionado con la “inseguridad”, es decir, el marcado crecimiento de la violencia delincual y sus consecuencias psicológicas,

somáticas, sociales, políticas, económicas y culturales.

Sostiene este autor, que lejos de que esta violencia y el miedo que engendra son consecuencias de la clave del sistema social vigente: la agresiva, solapada y eficazísima inoculación en nuestras moléculas del anhelo de “tener”. Tener por miedo que sea: trabajar, estafar, robar, secuestrar, matar, pero tener. Y más que los otros.

Si bien la metodología de su imposición suele ser subrepticia y escapar a nuestra percepción. Cuando el poder se ve amenazado, ya sea por movimientos revolucionarios, echa mano a la violencia. El miedo, así se infiltra en nuestro centro vital, nuestro inconsciente, y es lo que permite a este sistema en el que vivimos sostener sus necesidades de un consumismo cada vez más intensivo haciendo que cada uno de nosotros piense, elija, actúe, no ya de acuerdo con su propia naturaleza, si no en función del deseo social (yo le llamaría mandato social) aquel que nos prefiere consumidores y no personas en contacto con nuestra identidad profunda.

Agrega O'Donnell (2009), esa es la sociedad en que vivimos, “la sociedad de los miedos”, caracterizada por la enajenación, la desconfianza en el prójimo, la violencia reactiva, las relaciones light, la hipoteca del deseo, el sinsentido vital, la subversión de los valores. El miedo a la inseguridad urbana vitaliza la venta de alarmas y de blindajes, el miedo a la vejez es la

base de la industria de cosméticos y cirugías estéticas, el miedo al fracaso se conjura imaginariamente con automóviles nuevos y viajes en cuotas.

Confundimos ser con tener. La moderna identidad se constituye de una acumulación de objetos y servicios de marca, flamantes cuando no son de colección, exhibibles a los demás.

La lógica subjetiva del consumo

Actualmente el consumo forma parte de nuestra cotidianeidad. Sabemos de las enormes diferencias cuantitativas y cualitativas que median entre quienes no logran acceder a un consumo mínimo ligado a la subsistencia elemental y quienes, desde el sitio de los privilegiados, ostentan los sofisticados niveles de un consumismo exacerbado.

Para algunos -unos pocos en el caso de Argentina- todo parece encontrarse casi al alcance de la mano; en una entronización del tener que incluye también el consumo de bienes tan pocos tangibles como los viajes, el ocio, la educación. Tener se constituye en un soporte ortopédico del ser.

La familia en el comienzo de la vida se encarga de vehiculizar la trama simbólico-imaginaria de la época al recién nacido. Se trata de un sujeto sujetado a múltiples determinaciones, relativas tanto a la constelación deseante familiar como al más amplio código social, cuyas marcas nunca podrá eludir del todo.

La impronta del consumo es, en la actualidad, central en la transmisión de dicho código social, siendo incorporada, por lo tanto, tan tempranamente que pasa a formar parte de la trama identificatoria inicial. Hay un consenso social que promueve la convicción en los adultos de que la felicidad de sus hijos será directamente proporcional al consumo que pueden proveerles

Lo más tristemente visible es que lo que en otras épocas era nominado como valor y uso de los objetos ha dejado de ser tal, ya el goce no está en el uso del objeto sino en el acto de la compra; esto es fácilmente observable en los niños y su relación efímera con sus juguetes.

La obsolescencia acelerada forma parte de esta organización de la cultura. El consumo se hace cada vez más vertiginoso y potenciado. Aquello que es fuente de placer y confort, para quienes pueden satisfacer sus aspiraciones en este sentido, deviene en compulsividad impostergable. Lo efímero se constituye en la modalidad que adopta el consumo como ordenador permanente. Las tarjetas de crédito son un exponente de esta lógica en que parece posible consumir aún antes de tener los ingresos para el mismo, *tiene que ser ya*.

Sostenido por el neoliberalismo y la cultura posmoderna el universo del consumo generalizado es quien contiene la forma actual de la intolerancia colectiva a lo insaturable del deseo humano. Se busca la uniformización de los

comportamientos y la homogenización deseante, se pretende colmar el deseo con supuestos correlatos de objetos ilimitados, quizás sabiendo que esta lógica del consumo es posible dada nuestra constitución subjetiva de *sujetos en falta*.

Consumo y subjetividad

El psicoanálisis nos enseña que el sujeto humano no es un mero sujeto de necesidad. La condición deseante, propia de la humanización, implica el intento permanente y fallido a la vez de saciar lo insaturable.

El anclaje que tiene la sociedad de consumo en la subjetividad actual justamente tiene que ver con este interjuego entre demanda, deseo y necesidad. ¿Qué hace el Otro cultural? O sea, ese supuesto “mandato supremo” que imponen ciertos discursos de poder como los poderes mediáticos. Ofrece multiplicidad de objetos consumibles, que pueden ser comprables y posibles –aunque el costo sea excesivo para nuestras condiciones económicas- pero están dispuestos a la manera de cubrir nuestras “necesidades”. Es más. La teoría del marketing expresa discursivamente que se trata de ajustar, crear un producto “adecuado” a las “necesidades propias” del ser humano.

“Déme dos”. “¿Qué te falta, hija, no te dimos todo, acaso? ¿Te faltó comida, juguetes o el mejor colegio?”. Estas formulaciones, no por trilladas menos reveladoras,

adelantan ya una cuestión: ¿Qué pretende satisfacer el consumo, qué promesa de saciedad vehiculiza?

Si adquirimos es en la intención de llenar un vacío. Pero ¿de qué? ¿De necesidades biológicas, universales, comunes a todos los sujetos, independientes de la cultura, valores, creencias? ¿Es que existe un posible ser humano de dichas condiciones? ¿Sería posible encontrar “objetos adecuados” para satisfacer al sujeto cuando en realidad no se trata de necesidad sino de deseo?

Sabemos que es un imposible que se cumplan las promesas del marketing, es que nuestro deseo es esa “falta” o “falta inaugural” como sujetos que nos lleva a desplazar incesantemente dicha búsqueda “a través de” la demanda.

“Ya fue”. “Déme otro”. “¿Qué más te compraste?”. En esta sutil inagotabilidad, la era del consumo promociona sus objetos, mientras quienes seleccionan, elijen y consumen, ejecutan sin saberlo la radical divergencia entre necesidad y deseo: no consumimos lo que necesitamos sino aquello que, como bien saben los publicitarios, es señuelo para un deseo que relanzará la búsqueda a partir de cada satisfacción fallida.

“En verdad no era esto”. “Quiero aquél otro”. “Déme el de más allá, el último modelo”. Por ejemplo el último celular ya es viejo y no alcanza para llenar esa falta que mueve a desear otro.

A modo de conclusión

Como hemos visto, la temática del consumo se anuda a ciertas discursividades sociales que se perfilan como propias de nuestra época, a la vez que se refiere a los avatares de un posicionamiento subjetivo ligado a la condición deseante. En el consumismo, *como adicción socialmente promovida*, y en el consumo como modalidad de la satisfacción, aquello que obedece a una cierta lógica social se encarna en los sujetos, quienes bajo el señuelo del deseo responden, obedientes, a la de la demanda social.

Este punto de intersección entre cultura capitalista y subjetividad, da cuenta de algunas de las modalidades bajo las cuales nuestra época ejerce un control social, que en el caso del consumismo, actuaría más por seducción que por una imposición manifiesta. Señuelo y tapón, como se sugirió respecto al deseo, esta lógica, opcional y flexible, permite ilusionar una libre elección, disimulando sus imperativos básicos, que es la objetualización de los sujetos, que quedan reducidos a un producto más o menos lujoso ofrecido al consumo. Por último también es importante destacar que el mismo deseo que a veces queda atrapado en una circularidad gozosa en relación al consumo, es el mismo que otras veces ha permitido y permite “generar” cultura, o sea, otros modos de sentidos, estilos, estrategias, producciones científicas, artísticas, entre otras.

Tener un deseo de reconocimiento basado en el falso brillo de un objeto adquirido, no es equiparable jamás con el bienestar de haber podido en algo reconocer nuestro deseo y realizarlo.

Lo siniestro de ese dispositivo que funciona a nivel subjetivo y que se extiende como la gramilla en una cultura del malestar, es cómo beneficia al sistema mundo capitalista en el que las injusticias son tan viscerales como comunes, que pasan a formar parte del escenario diario, cotidiano, naturalizando una realidad y paralizando a los sujetos en las posibilidades de cambio social, ya que los parámetros del individualismo y de su propia lógica, subyacen en el discurso normativo capitalista, que genera subjetividades alienadas.

Referencias bibliográficas

Amín, S. (1988). *La desconexión*. Buenos Aires: Ediciones del Pensamiento Nacional.

Argentina, Congreso de la Nación (1993). Ley de defensa del consumidor N° 24240. Buenos Aires: autor. Disponible en <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

Argentina, Congreso de la Nación (2008). Ley N° 26361 modificatoria de Ley N°24240, Disposiciones complementarias. Buenos Aires: Autor. Disponible en <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet>



ernet/anexos/135000-139999/139252/norma.htm

mundo europea, 1600-1750. México: Siglo XXI.

Braudel, F. (2001). *El mediterráneo y el mundo mediterráneo en la época de Felipe II* (4º reimpresión). México: Fondo Cultura Económica. *Distribución de la riqueza*. (s/f). Disponible en <http://www.utopia.pcn.net/pobreza.html>

World Institute for Development Economics of the United Nations University, UNU-WIDER. (2006). *La distribución mundial de la riqueza de los hogares*. Helsinki: Autor.

Galeano, E. (2005). *Patatas arriba: la escuela del mundo al revés*. Madrid: Siglo XXI.

Lipovetsky, G. (1996). *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos* (3ª ed.). Barcelona: Anagrama.

O'Donnell, P. (2009). *La sociedad de los miedos*. Buenos Aires: Sudamericana.

Parisí, E. (2008). *Derechos Humanos: su deuda con Latinoamérica*. En: Fouce Fernández, J. G. y Parisí, E. (comp.), *Psicología para otro mundo posible*. Buenos Aires: Ediciones Cooperativas.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (2º tirada de la 22º edición). Madrid: Autor. Disponible en <http://www.rae.es>

UNESCO. (1992). *Human Development Report*. New Cork: Oxford University Press.

Wallerstein, I. (1984). *El Moderno Sistema Mundial II: el mercantilismo y la consolidación de la economía-*

