

REFLEXIONES PARA PENSAR EL CONSUMO EN LA ACTUALIDAD

*Monika Stenstrom
Universidad de Carabobo (Venezuela)*

Comenzar la reflexión sobre un tema complejo como lo es el consumo amerita dedicar algunas líneas (1) para contextualizar la temática, nos referimos al fenómeno de la globalización.

La globalización es tomada como un fenómeno histórico que está cambiando nuestras sociedades, especialmente a través de novedosas tecnologías de comunicación y de información. Desde esta perspectiva la globalización parece que va mucho más allá de la mundialización y las relaciones financieras. Entra en conjunción todo un amplio abanico de aspectos que se ven afectados. Manuel Castells (1996) plantea: es imposible desconocer el hecho de que la mayoría de los ámbitos esenciales de nuestra existencia están influidos por la globalización (la ciencia, la tecnología, los medios de comunicación, los servicios financieros, el arte, los patrones de consumo e incluso la actividad criminal) y ello es extensivo a todo el planeta, no obstante, no todo el planeta está incluido en el sistema global. En este sentido, el autor profundiza, en estas líneas, al considerar que la globalización y la revolución tecnológica han sido capaces de transformar dos pilares básicos en los que se basa una sociedad: la manera de producir y la manera de vivir.

También, desde una perspectiva social, Octavio Ianni (1996) evalúa diversas miradas que, desde las ciencias sociales, interpretan la inquietud de formular visiones sobre los cambios que origina la transformación del mundo en espacio y tiempo distintos que, circunden el concepto de globalización: “economía-mundo”, “sistema-mundo”, “ciudad global”, entre otras. Estas metáforas dan cuenta de los cambios que subsisten en lo económico, pero asimismo integran otras dimensiones: social, política, ambiental, comunicacional, en fin, culturales. Entonces podríamos inferir que una de las principales características de la teoría de la globalización es que se centra y enfatiza en aspectos culturales a escala mundial.

No obstante, la idea de que hay una cultura global o globalizada es muy compleja, ya que si bien la definición de globalización implica modernización y mundialización, su alcance aún es desigual, tanto territorialmente como en lo que respecta a los contenidos, no todo llega a todas partes, de la misma manera. Entonces, globalización no equivale a homogenización, no todos los productos “globales” se ajustan del mismo modo a las preferencias de cada lugar, ni los mensajes son recibidos e interiorizados de la misma forma por las distintas audiencias o estratos socioeconómicos que responden de maneras diversas y complejas.

García Canclini (1996) sostiene que los cambios culturales se debaten entre una concepción unilineal y evolucionista del desarrollo, impregnado de una racionalidad formal, que rige la eficiencia técnica del mercado, y una concepción multidimensional capaz de hacerse cargo de

diversos estilos y lógicas socioculturales; de la heterogeneidad interna de cada sociedad y de la multiculturalidad generada por la articulación de las sociedades diferentes en proceso de globalización.

Aquí podemos coincidir con Ulrich Beck (2000), quien argumenta que en vez de definir el cambio como una simple lógica del desarrollo, la globalización debe ser entendida como un proceso complejo con múltiples causas, en las cuales, diversas esferas arrastran el proceso.

Como hemos visto desde variados enfoques se complejiza la idea de globalización, donde se identifican algunas coincidencias; ellas apuntan hacia el crecimiento de las interconexiones o interdependencias, un aumento en los flujos transnacionales y una intensificación de los procesos, de manera que el mundo se convierte, en algunos aspectos, en un solo lugar.

En respuesta a esto, Beck (1999), establece que la globalización ha destruido la ortodoxia territorial de lo social y político, constituyendo en su lugar espacios transnacionales para la acción, la vida y la percepción.

Es desde aquí, donde asociamos que, el estadio actual del capitalismo, identificado como globalización, del *sistema mundo* provoca una extensión de los riesgos, peligros, de la incertidumbre, del miedo.

Las sociedades postindustriales o sociedad del riesgo sumergidas en la globalización, la inmigración, las turbulencias económicas, el incremento y la extensión de las comunicaciones en el mundo (Narváez, 2006), aparecen inmersas dentro del incremento de incertidumbres (Barman, 1999), la miseria humana (Bourdieu, 1999) (2), el peligro, la barbarie (Morin, 2006), en la forma de terror (Leff, 1998), los desastres producidos por los humanos (Forrester, 1997). Situación que acontece de forma simultánea en muchas sociedades en medio de la abundancia, el bienestar y las políticas públicas, los adelantos de la ciencia y la consolidación de los valores democráticos.

A finales del siglo XX, surge la *teoría de la modernización reflexiva* (Beck, 1996, 1997; Bauman, 1996) en ella se reconocen los principios que contemplan las consecuencias no deseadas de la modernización, materializada en la ciudad contemporánea (post-industrial). Beck (1997) propone la modernización reflexiva como la autoconfrontación con toda una época: la de la sociedad industrial (3).

Así la reflexividad es una característica inherente a la modernidad, y que significa, en la actualidad, una vuelta o renacimiento de conceptos que estaban excluidos por la razón moderna: la incertidumbre, el caos, el riesgo. Esto nos lleva al terreno de la complejidad (Morin, 1995, 1996, 1998, 1999).

De acuerdo con los postulados de Beck, la modernización simple (lineal), como tendencia de pensamiento en la era industrial, busca demostrar un “proceso triunfante de la modernización industrial, es decir, simple —este es el amplio consenso sociológico— se imponen

determinadas formas de vida universalizadas y principios sistémicos de organización” (Beck, 1997).

Es desde esta mirada donde encontramos una rendija, a través de la cual podemos apreciar la ciudad vinculada a la producción, a la distribución y al consumo; en otro espacio de reflexión (Stenstrom, 2008) reconocíamos la importancia de mirar hacia la urbe moderna, la ciudad industrial-mercantil, donde la desterritorialización (4) de lo urbano pareciera ser una de sus principales características. Este fenómeno tiene que ver con la degradación de los centros históricos, y, por lo tanto, con una recomposición de lo que conocemos como cultura urbana (5); cambian los usos del espacio, se desarrollan interesantes focos organizativos (6), en la ciudad actual, a través de nuevos espacios comerciales y de ocio (Mall, hoteles, centros comerciales, hipermercados, parques temáticos, cafés, edificios inteligentes, etc.), públicos y privados, en un entorno de consumismo como cultura dominante (7).

Esta difusión conectada a los procesos de globalización económica y al desarrollo de los medios de comunicación de masas, llamados la “otra industrialización”, la de las comunicaciones (García Canclini, 1996), está también vinculada a los propios giros sociales y culturales que se han producido en muchos países occidentales, los cuales se manifiestan, por ejemplo, en la búsqueda de nuevas condiciones de vida, vivienda y urbanismo, en nuevas conductas de consumo y en el empleo del tiempo de ocio.

Después de examinar algunos aportes y ubicar el tema desde el contexto, contestar a cómo entender *el consumo en la actualidad* requiere reconocerlo como un proceso social/espacial/cultural, este proceso invita a recrear los espacios en donde se llevan a cabo las interacciones, nos referimos a la identificación de diversos bucles rizomáticos que se vinculan en las distintas prácticas sociales y espaciales; este ejercicio devela la pertinencia de estudiar el consumo para explicar las problemáticas sociales de estos tiempos, donde el consumo se muestra como articulador de múltiples prácticas culturales.

En esta ocasión compartiremos algunas reflexiones que devienen de una investigación (Stenstrom, 2010) más amplia la cual nos permitió establecer algunas precisiones sobre el consumo en los espacios urbanos:

- Los espacios del poder en la ciudad actual reproducen formas y estilos simbólicos tradicionales que aparecen más allá de la moda, cultura e identidad, persiguen imponer un nuevo modo de vida, de ahí que la *desterritorialización*, no solo del capital internacional, sino también de los grupos nacionales/locales y de las formas políticas que trascienden las fronteras y de las identidades territoriales, transmutan a nuevos modos de vida, cambian los usos del espacio (nuevos espacios comerciales y de ocio). Es la recomposición de la cultura urbana en un entorno donde predomina el consumismo. Es el consumo como proceso social con diversas miradas que se religan: valor de uso/valor de cambio/valor simbólico. Se intenta ir más allá de la consideración

económica del consumo de los individuos, como satisfacer las necesidades en un proceso de intercambio en el mercado. Es el consumo como hecho social de producción simbólica, de los significados, donde las motivaciones y las prácticas sociales dependen de los contextos culturales. Una visión desde los Estudios Culturales critica la homogeneización de los consumidores y se pregunta sobre las formas y los espacios de consumo. Y, *la ciudad actual es un espacio de consumo*.

– En la segunda modernidad, las interacciones sociales no se dan en torno al trabajo o a la política, sino que la mayoría se moviliza en torno al consumo/comunicación/información. A veces, la insuficiencia de las variables económicas, para explicar las conductas del consumidor, llevan a argumentaciones psicológicas. Para Edgar Morin, los medios de comunicación de masas, como protagonistas de la sociedad actual, se manifiestan en el carácter masivo, planetario y urbano de los mensajes que producen. García Canclini prefiere distanciarse de las respuestas compulsivas al consumo, para adentrarse en los nuevos significados a las prácticas cotidianas. *En los nuevos espacios de producción de la ciudad, los centros comerciales y los medios de comunicación convergen*. La compleja interacción social de la ciudad afecta las prácticas sociales, así como el consumo, los medios y las nuevas tecnologías producen cambios en la sociedad y en la ciudad. En Castells: *la ciudad refleja la organización social*. En Bauman: *El consumo es más que una necesidad, se ha configurado en parte central de la vida de los habitantes urbanos*.

– Con la globalización, etapa actual del capitalismo, que sirve de modelo para orientar la oferta de áreas para la nueva economía flexible, la mercantilización/privatización del espacio público, los nuevos espacios de consumo, etcétera, muestran sus efectos perversos, que se manifiestan cuando se materializa *la creciente marginación de poblaciones que no son atractivas a los fines de las elites globalizadas*. Como diría Bauman, crecen las desigualdades de ingreso y de acceso a las ofertas urbanas, las autonomías individuales puede derivar en insolidaridad, individualismos, repliegues a lo privado, debilitando las interacciones sociales, la cohesión social. En suma, diríamos que es *la diferenciación espacial/diferenciación residencial/diferenciación social un cúmulo de subjetividades más que determinismos espaciales lo que conforma la ciudad actual y en conjunción el consumo*.

– En las nuevas interacciones sociales se presenta la incertidumbre, dándose un cruce entre los aspectos tradicionales y modernos. La incertidumbre, el riesgo, la inseguridad se relaciona con la caída del Estado del Bienestar, de ahí que se pierda el vínculo con las instituciones de la ciudad de la primera modernidad, y surge la ciudad compleja, medievalizada, ciudad y sociedad del riesgo, época de individualismo/individualización. El individuo “amurallado” si bien ha perdido la

orientación institucional brindada por el Estado, enfatiza y muestra interés por la seguridad personal, la vivienda, los hijos, la familia, el trabajo. Y, paradójicamente, reduce las relaciones “cara a cara”. El celular, internet y sus variedades comunicacionales, se usan para vincularse con las personas más cercanas.

– El consumo en el contexto de la ciudad actual, global, compleja a distancia de la ciudad moderna, que de las elites, también globalizadas, se está instaurando en los estratos medios y bajos de la población. De allí la necesidad de advertir al consumo, como un proceso social/espacial/cultural, es decir, complejo.

Notas

(1) Estas líneas tienen por finalidad participar en el diálogo multidisciplinario sobre diversos aspectos que llevan a reflexionar acerca del consumo como proceso global. Para iniciar este intento será necesario posicionarse en el ámbito de las miradas, la nuestra merodea terrenos de la complejidad.

(2) El autor hace referencia a la crisis de los lugares como el surgimiento de condiciones de una callada violencia presente en los escenarios de las ciudades postindustriales.

(3) Esta teoría hace referencia a una época de la modernidad que se desvanece y al surgimiento de otro lapso histórico — cambio epocal—, que no se debe a un derrocamiento político ni a una revolución, sino a los efectos colaterales latentes en el proceso de modernización.

(4) Tomamos el término desterritorialización, en el sentido de la desvinculación de un territorio y la posible revinculación con otro, constituye una de las dinámicas urbanas o procesos que afectan a las ciudades latinoamericanas y a las culturas urbanas actuales. Para ampliar este tema consultar Estrena Duran (2001), *Modernidad y Cambio Social*, especialmente el capítulo referido a “Modernidad y Modernización en la era de globalización”; Giddens (1993), *Consecuencias de la Modernidad*. Madrid: Alianza.

(5) García Canclini plantea que junto a las clásicas definiciones socio-demográficas y espaciales de la ciudad, necesitamos una definición socio-comunicacional que incluya el papel estructural de los medios, su acción informadora, constituyente de representaciones e imaginarios sobre la vida urbana. Néstor García Canclini (2004), “El dinamismo de la descomposición: megaciudades latinoamericanas”, en *Las ciudades latinoamericanas en el nuevo [des]orden mundial*, Navia y Zimmerman (coord.), México: Siglo XXI, pp. 58-72.

(6) A este respecto Almandoz (2000) muestra, en su texto *Ensayos de Cultura Urbana*, pp. 30-34, un interesante punto de vista en la consideración de lo urbano como hecho cultural.

(7) Alonso aborda el fenómeno del consumo como práctica social que sintetiza un conjunto de fuerzas y las formas histórico-sociales de consumo. Alonso, Luis Enrique (2005). *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI.

Bibliografía

BAUMAN, Zygmunt (1999), *La globalización. Consecuencias humanas*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

BECK, Ulrich (1999), “Qué es globalización. Falacias del globalismo, respuestas a la globalización”, en U. Beck, A. Giddens y L. Scott, *Modernización Reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*, Traducido al castellano del original en inglés 1994, Barcelona: Paidós.

- BECK, Ulrich (1997), "Reinvención de la Política: Hacia una teoría de la modernización reflexiva" [s. d.]
- BOURDIEU, Pierre (1999), *La Miseria del Mundo*, México, Fondo de Cultura Económica, Traducido al castellano del original en francés, 1993.
- CASTELLS, Manuel (2004), *La era de la Información. La Sociedad en Red*, Vol. 1, México, Siglo XXI, Traducido al castellano de la primera edición en inglés, 1996.
- FORRESTER, V. (1997), *El horror económico*, México, Fondo de Cultura Económica.
- (2000), *Una extraña dictadura*, México, Fondo de Cultura Económica.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (2004), "El dinamismo de la descomposición: megaciudades latinoamericanas", en *Las ciudades latinoamericanas en el nuevo [des]orden mundial*, Navia y Zimmerman (coord.), México, Siglo XXI.
- (1996), "Políticas culturales e integración norteamericana. Una perspectiva desde México", en *Culturas en Globalización*, Caracas, Nueva sociedad, pp. 13-40.
- IANNI, Octavio (1996), *Teorías de la Globalización*, México, Siglo XXI.
- LEFF, Enrique (1998), *Saber ambiental: sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder*, México, Siglo XXI.
- MORIN, Edgar (2006), *Breve historia de la Barbarie en occidente*, Buenos Aires, Editorial Paidós.
- NARVÁEZ, Adolfo (2006), *Ciudades Difíciles. El futuro de la vida urbana frente a la globalización*, México, Plaza y Valdés.
- STENSTROM, Monika (2008), "El consumo cultural en contextos urbanos", *Revista de Ciencias de la Educación*, enero-junio 2008.
- (2010), *El Proceso de Urbanización: de la ciudad medieval a la ciudad medievalizada. De la modernización lineal a la modernización reflexiva*, Tesis doctoral, Universidad de Carabobo, Venezuela.