

Frases hechas

Vivimos en una sociedad de consumo, la consumidora
 alienada, la mujer es la principal víctima de una
 sociedad de consumo; la publicidad, tirada exhaustiva
 de consumo domina nuestras vidas etc.

Tentativas de aclarar. En francés por el principio: "société de
 consommation". Ambigüedad del término - Toda sociedad es una sociedad
 de consumo: se produce para consumir.

Propuesta de definición: la sociedad en que vivimos es una sociedad
 de consumo obligada, forzada, dirigida por el interés inmediato del
 capital monopolista.

Lo importante en la definición no es la palabra "consumo",
 sino las que lo especifican.

¿qué quiere decir? ¿qué alcance tiene esta definición?

En ella estamos en realidad definiendo a la sociedad
 capitalista avanzada. Esta sociedad se diferencia de lo que
 podemos llamar la sociedad capitalista clásica (hasta 1930)
 en muchos aspectos, pero uno es sobre todo el que nos interesa.

En una sociedad capitalista clásica - como en cualquier sociedad
 capitalista - es esencial para el desarrollo de la producción la
 acumulación del capital. En una sociedad capitalista
 clásica este desarrollo se consigue a través de varios conductos

pero fundamentalmente a través de la remuneración del ~~de~~ productor parte del producto en la producción.

¿Cómo se consigue la remuneración en la producción?

También en este caso los caminos son muchos

a) uno de ellos es la orientación de la producción hacia bienes de equipo.

Sj. de la debilidad del capitalismo catalán: la industria catalana es una industria muy antigua, pero desde sus orígenes dedicada preferentemente a la producción de bienes de consumo.

Consecuencia de a)

la orientación de la producción hacia bienes de equipo comporta un consumo inmediato limitado, la falta de bienes para consumo.

Ej. el problema de bases que ahorraba que motivaba una industrialización rápida: grandes inversiones en la producción de acero o de electricidad y falta de calidos.

b) otro medio para la acumulación del capital es el ahorro.

Ej. del ahorro: en la edad media, en una sociedad no capitalista es un vicio.

El ahorro es una virtud en una sociedad capitalista clásica.

El ahorro ha dejado de ser una virtud para la conciencia colectiva en los años en que vivimos. Si perdura, se persiste la costumbre de ahorrar, se le considera un resto de una actitud anacronista.

¿Qué es lo que ha ocurrido?

En esta nueva fase de desarrollo del capitalismo mundial - el capitalismo avanzado - a diferencia de lo que ocurría antes no necesita ya del ~~ahorro~~ ahorro voluntario y ni en cambio el desfilamiento de las colectividades.
el ahorro

En la sociedad capitalista avanzada la acumulación del capital - tan necesaria como antes - se realiza por otros caminos: entre ellos tres principalmente.

- a) el ahorro forzado
- b) la concentración monopolista
- c) el consumo inmediato.

¶ a) Sobre el primer punto se dice, y es cierto que la gente no quiere ahorrar. No se suele añadir que hoy la gente ahorra como nunca: todos ahorramos sin saberlo y además en interés del gran capital.

¿Qué otra cosa son los seguros sociales o los impuestos indirectos sino un colosal ahorro forzado que se transforma en muchos casos en expropiaciones estatales al capital privado?

b) más importante todavía es la concentración monopolística. Se suele hablar mucho de la necesidad de concentración de capital. Qué quiere decir:

La concen. monopolista representa el dominio de mercados nacionales e internacionales, esto es

- el dominio de precios esto es
- el aumento incontrolado de beneficios, esto es
- el aumento de la venta de los productos del capital monopolista.

c) otro medio, finalmente, que el capitalismo avanzado usa desahucio para la acumulación del capital es precisamente el consumo inmediato de bienes que producen grandes beneficios.

Que Keynes, el principal teórico del capitalismo avanzado o neocapitalismo se que descubrió el truco:

- es lo mismo multiplicar por dos el capital que multiplicar por dos la rapidez de la circulación financiera. Este aumento de la rapidez de circulación del dinero se consigue aumentando el nivel de vida, convenciendo a la gente a comprar muchos e sobre todo aquellos productos que están en largo margen de beneficios. La cuestión, pues, será preferente en esta dirección: no en escuela o en hospitales, inversiones a largo plazo, sino en artículos de consumo inmediato.

¿Qué inconvenientes hay en el desarrollo que hemos descrito?

La producción aumenta, el nivel de vida aumenta, es gente dispone de mayor cantidad de bienes de consumo hasta más zapatos, más ropa, satisface un mayor número de necesidades.

¿Qué hay de malo en ello.

Lo malo está en lo que he dicho antes: el consumo está aumentando, dirigido por el interés inmediato del individuo y no por el interés colectivo de la ^{sociedad} colectividad.

a) Por empujar el sistema hacia no satisface las necesidades siguiendo un orden racional de prioridades: dando preferencia a las necesidades más apremiantes, urgentes vitales.

Es un hecho que podemos constatar continuamente gente que vive en condiciones testimoniales y posee aparatos eléctricos e incluso coches. Uno de los ej. que más me han impresionado es el del sociólogo americano que al estudiar el nivel de vida del subproletariado de la ciudad de Mexico tuvo que abandonar el índice de los aparatos eléctricos y volver al viejo índice - mucho más fiel - de los cubiertos.

Frente a un caso aislado uno puede caer en la tentación de endenar la irracionalidad de una decisión personal. Frente a la generalización del fenómeno no cabe más remedio que reconocer: a) que es más fácil conseguir un coche que una vivienda adecuada a las necesidades o un colegio decente.

b) que todo este rodeo nuestro un empuje a la adquisición de un televisor o de una lavadora que existe una auténtica presión sobre el comprador que ~~se~~ resista a este proceso y entranistarlo no es fácil ni cómodo y necesita un nivel de conciencia muy alto.

b) Pero la industria privada no solo no recibe un orden racional de prioridades. Incluso cuando ^{muchas veces satisface} necesidades auténticas, las viviendas, las escuelas, esta industria ^{satisface} necesidades reales, lo hace arbitrariamente sin tener en cuenta los intereses generales de la sociedad.

c) en innumerables casos (sin mencionar las cur...

Un ejemplo: el más clásico, el más obvio: el coche.

El coche puede representar una ventaja para uno o varios grupos sociales (los médicos, los campesinos, los pastores). La fabricación de coches satisface pues una exigencia real, obvia.

Pero la industria privada no se limita a proporcionar coches a quienes lo necesitan: lo que mueve a los fabricantes de coche no es la voluntad de satisfacer una necesidad objetiva, sino la de vender muchos coches y realizar así un muerdeto benéfico. De aquí que impone el producto "coche" a una gran masa de compradores sin preocuparse en absoluto de que el consumo de coches propague una serie de disuntapas a la colectividad y transforme la vida urbana en un caos].

Como los grandes monopolios y las grandes industrias dominan también el poder político, el Estado, éste suele encargarse de "solucionar" los problemas que el interés privado plantea a la colectividad. Esta solución escende en realidad una eficaz ayuda a los planes de la gran industria. Para quedarnos en el ejemplo que hemos escopido: El Estado no resuelve los problemas colectivos como con los recursos públicos ni depende a estos recursos del impacto que porz ellos upresenta la existencia de la industria de coches particulares. El Estado en el terreno público soluciona el problema del tráfico urbano e interurbano creando una red de carreteras, autobuses, autovías que impiden el colapso del tráfico y ayudan así a la industria privada un margen todavía amplio de posibilidades, sin volver en realidad ningún

problema colectivo. Se permite a la industria por de
seguro un irresponsable camino hacia el caos, que
no es sólo el caos de tráfico sino de la vida
asociada.

El consumo de coches plantea a la colectividad
un mundo de problemas mucho más complejo que
los atascos y problemas que van desde la contami-
nación atmosférica hasta la desintegración
de la vida asociada.

Hay una gran cantidad de fenómenos que confirman
este poder desintegrante del coche: fenómenos de degenera-
ción de las relaciones humanas como la violencia
verbal y no sólo verbal de los conductores, ^{como} el desprecio
irresponsable de la vida humana por parte de conductores
irresponsables o ^{cont} el maltrato patológico al vehículo que ejerce
el motor, la velocidad en pruebas asociadas.

Estas manifestaciones son sólo los signos externos de un
mal profundo: el coche desintegra, aísla, perjudica e incluso
opone a los demás. No sólo en la carretera.

El esfuerzo económico para la adquisición de un coche
por parte de una familia proletaria favorece un planteamiento
absolutamente parásito de su presencia social.

5

Este planteamiento pluralista es coherente en el caso del capitalista en su función social, pero no lo es en el caso de un hablador que tendría que imponer una solución colectiva de los problemas sociales.

En el momento en que el proletario hace propios los planteamientos del grupo social autogobierno, ^{o como modo de renunciar} renuncia a algo tan esencial a su clase como la misma concepción de la sociedad y de las relaciones humanas de la que ^{su clase} es portadora.

A través del ~~te~~ consumo del coche el capital no impone sólo su interés privado sino que impone también su concepción del mundo, su ideología.

Y en esto hemos llegado a un punto muy importante para la definición de la sociedad en que vivimos: el consumo dirigido es un instrumento de presión ideológica.

En cualquier sociedad clasista la clase dominante puede imponer su voluntad a las ~~una~~ otras clases o capas sociales. Los instrumentos que utiliza son varios: fundamentalmente - el poder económico - el poder político y la presión ideológica. En la presión ideológica consigue a todas las clases sociales sus intereses de clase, presentándolos como si fueran intereses universales.

lo mismo ha hecho la sociedad capitalista clásica:

la presentado al burgues, a la concepción burguesa del mundo como si fuera un ideal universal.

La función ideológica se ejerce de forma muy variada: en la sociedad burguesa clásica a través de la educación, la cultura, los sentimientos, las naciones etc.

A pesar de la variedad de formas que puede tomar la función ideológica, una de las características de la función ideológica de una clase dominante es su carácter orgánico: existe todo un sistema de estructuras, de ideales, de ideas, de sentimientos incluso, que se presentan como valores absolutos.

Lo que caracteriza en cambio a la sociedad capitalista avanzada es por un lado la desintegración de la ideología y por el otro la liberación de muchos de los valores ideológicos directamente ligados a la base económica.

En otras sociedades y en la misma sociedad capitalista clásica existen dos niveles diferenciados: uno en la base productiva, otro en la superestructura ideológica. Incluso es evidente la tendencia a que los dos niveles no se confundan.

En la sociedad capitalista avanzada en cambio los dos niveles - la base económica y la superestructura ideológica coinciden. El capitalismo parece hoy haber encontrado la posibilidad de matar dos ~~en~~ pájaros de un tiro: produce mucho para acumular beneficios y consigue con un mismo tiempo dominar ideológicamente a las masas.

¿Cómo puede la adquisición de un objeto transformarse en un instrumento de presión ideológica?

~~En la sociedad capitalista avanzada en cambio los dos niveles - la base económica y la superestructura ideológica coinciden. El capitalismo parece hoy haber encontrado la posibilidad de matar dos pájaros de un tiro: produce mucho para acumular beneficios y consigue con un mismo tiempo dominar ideológicamente a las masas.~~

También aquí la conversión del acto de comprar en un momento de presión ideológica es complejo. No se debe atribuir a los dirigentes de los monopolios reunidos al redor de una mesa planeando esta operación a escala mundial.

Pero ~~podemos~~ ~~ser~~ ~~capaces~~ ~~de~~ ~~analizar~~ uno de los medios más efectivos a través del cual la industria privada impone al consumidor no solo el producto que más beneficio le produce a ella, sino - a través de la adquisición de este producto - su concepción del mundo y de las relaciones sociales. Este medio es la publicidad.

La primera aclaración necesaria cuanto a habla de publicidad es la siguiente:

La publicidad no inventa ni crea unas determinadas tendencias, sino que las utiliza y las exagera.

Estas tendencias existen ya: por ej. es anterior a la persuasión ~~de~~ publicitaria la tendencia tan reciente para una sociedad de consumo dirigida a inclinar en el uso que hacemos de un objeto, de una cosa el hacer la adquisición de poseerlo.

En este sentido, pues, me parece legítimo afirmar que ~~en~~ en una sociedad de consumo obligado, existe alienación. En este sentido: no es la adquisición de unos bienes de consumo lo que aliena, sino el tipo de consumo que hacemos de ellos.

También aquí puede ser útil un ejemplo:

una lavadora en sí es absolutamente inofensiva. No sólo. El hecho de que los hombres tengan construido una máquina que ahorra un trabajo humano considerable es un hecho absolutamente positivo. Lo que empieza a resultar sospechoso es por qué, una vez inventada la máquina de lavar, una vez mecanizado este trabajo no se le organiza socialmente. Comprar individualmente máquinas de lavar es un contrasentido: la única explicación de este hecho antieconómico es el interés del capital parado & el cual vende así más máquinas de lavar

La publicidad, pues, se limita, como decimos a alinear a corroborar, a confirmar y exaltar tendencias ya presentes en el sistema.

La función además es doble - y otra vez encontramos la característica a la que aludí antes: la vinculación de los elementos económicos del sistema con los elementos superestructurales o ideológicos.

Por un lado la función de la publicidad es ^{la de} ~~promover~~ conseguir la adquisición de un determinado producto en el interés natural de quien lo fabrica, no el quien lo compra. La publicidad, pues, trata de hacer la adquisición de aquellos objetos que dan mayor margen de beneficio y dan el consumo inmediato.

(Ej. de Avia).

Por otro lado para conseguir este consumo tiene que presentarlo como la satisfacción de una necesidad vital, lo cual es generalmente falso. Un técnico en motivación de ventas sabe perfectamente que su principal problema es convencer a un determinado grupo social - al posible mercado del producto - de la vital necesidad de ~~adquirirlo~~.
¿Cómo convence?

Los medios de persuasión son muchos, pero los que me parecen dominantes, y bastante amplios para que en ellos se puedan incluir muchas variaciones.

1) un medio de persuasión es transformar el objeto en fuente de todos los males. la publicidad es enfática en la felicidad está en las cosas.

las cosas - sean un teléfono o un coche - son la solución de todos los problemas; adquiridos calman el insatisfecho, el malestar, la angustia que el mundo y la sociedad nos provoca.

la publicidad canaliza esta inquietud, este malestar hacia el consumo. se consume y se neutraliza la insatisfacción colectiva.

2) el otro medio de persuasión es el conformismo social.

se trata de un medio de persuasión que me he llamado mucho la atención porque es paranoico.

Desde esta paranoia: por un lado se nos incita a cumplir un acto nuevo, algo que hasta ahora no habíamos hecho. se quiere modificar nuestra conducta. la publicidad insiste explícitamente en la novedad que representa en nuestra vida el nuevo comportamiento.

Al mismo tiempo hace conseguir este cambio de comportamiento se presenta como el nuevo actitud como la aceptación de una norma vigente, como la aceptación de valores

ya estables, como ~~la~~ ^{una} forma de integrarse en el orden
dado, en resumen como un acto capitalista. (millones de
mujeres etc)

Incluso cuando se nos dice explícitamente a diferencia
nos de los demás a través de la adquisición de un
determinado producto, en realidad se nos incita sólo
a ~~nosotras~~ como modelo ~~de~~ un representante ~~de~~
ideal de una clase social superior a la nuestra:
no, pues, a enfrentarnos con la sociedad, sino
a integrarnos en ella con la esperanza de subir
un pogiito.

El análisis de la motivación de venta - de los ~~recursos~~
recursos psicológicos es un análisis ~~interesante~~ y
escalofriante.

Yo quería sólo añadir algo a lo que he aludido
al principio: cuál es el papel de las mujeres en todo
esto.

Yo creo que los problemas de una sociedad de consumo
no afectan igualmente a hombres y mujeres, como
cualquier problema social. Yo no creo en que existan
problemas masculinos y femeninos. Ahora bien, es
también cierto que la herencia ideológica de la sociedad
de consumo está en gran parte dirigida a las mujeres.
En E. U. se ha calculado que el 75% del presupuesto

familiar está administrado por las mujeres. Igualmente en E. existen cifras al respecto y lo dudo.

De todas formas más cifras tendrían que ser superiores ya ~~demuestran~~ que el nivel de vida de este país es inferior.

Por otra parte basta fijarse en los anuncios publicitarios para darse cuenta de que la mujer es la cliente por automatiz. el porcentaje de anuncios que se dirigen a ella como a la consumidora es espectacularmente superior a los que se dirigen a los hombres.

En este sentido, pues, el problema más afectado es fundamentalmente femenino en que un aspecto

y por último algunos ~~algunos~~ podría objetar que los problemas de que he hablado son problemas de clases medias que los problemas de la compra de una casa o casa de una familia proletaria son muy distintos.

En parte es cierto: en E. y hoy hablar de consumo de consumo obligado tiene que ser oportuno para quien tiene un salario mínimo que no llega a 150 pías.

A pesar de ello yo observo que la existencia de estos desequilibrios es precisamente una característica de la sociedad capitalista que no supera ni siquiera en este fase y ~~por tanto~~ ~~que~~ ~~no~~ ~~creo~~ ~~sube~~ ~~prácticamente~~.

Y por otro lado que también en España, a pesar de estos desequilibrios y del subdesarrollo de muchos sectores del país, existe una tendencia a aumentar el consumo obligado

y con él el capitalismo social, la alienación etc.

Otro asunto es en cambio cómo se pueden combatir
los males de la sociedad en que vivimos: un asunto
que me gustaría hacer en un momento u otro.

Por ahora me limitaré a subrayar algo que está
muy claro en todo lo que he dicho: los males de esta
sociedad son males estructurales y el único remedio
es, pues, el cambio de estas estructuras.