

**ZYGMUNT BAUMAN** (2007), *Consuming life* Cambridge, Polity, 160 pp. (*Vida de consumo* F.C.E., 2007, 205 pp.).

Resulta paradójico que Zygmunt Bauman (Poznan, Polonia, 1925), gurú de la modernidad líquida, inspirador de alter-globalizadores y hasta padre putativo de la postmodernidad sociológica haya escrito bien pasada la edad de jubilación sus trabajos más reconocidos (*Modernidad y Holocausto*, su primer *best-seller*, data de 1989). Quizás sea que la creciente capacidad de penetrar en los problemas globales que tienen los *cráneos privilegiados*, según avanzan en edad, es una de las pocas cosas que permanecen en este nuevo estado (líquido) de cosas. En cualquier caso, el análisis de las paradojas de la racionalidad, de muy larga tradición en Sociología y, a través de él, la revelación de las verdades sociológicas, constituye la base del pensamiento de Bauman, que se enfrenta con indudable brío y audacia al análisis de la sociedad contemporánea.

*Consuming life*, aparecido en abril de 2007 e inmediatamente traducido al español para FCE, reúne un conjunto de reflexiones de carácter poco sistemático en el que Bauman aborda el consumismo como forma específica de relación social preponderante en la fase de *modernidad líquida*. Está lleno de perlas en forma de intuiciones, interpretaciones sagaces y paradojas reveladoras, entre las que encontramos también exageraciones (como la comparación entre el consumismo y el nazismo por su resultado éticamente vil) o reflexiones de sentido común con aura intelectual (como la correspondiente a la «materialización del amor»). Por una parte, esta labor interpretativa es la más valiosa en la obra de un sociólogo como Bauman, quien no deja además de apoyarse en los clásicos y en estudios recientes sobre los temas abordados. Sin embargo, la ausencia de cierto orden en el

desarrollo del ensayo, junto a la alusión a temas muy diversos, por su naturaleza global, hace que, en algunos casos, los árboles no dejen ver el bosque.

En realidad, el argumento es sencillo. Dentro de la modernidad líquida, concepto con el que Bauman ha tratado de zafarse de su vinculación con la tesis postmodernista, las sociedades han sufrido un cambio radical que ha llevado desde las sociedades de productores de la modernidad sólida hasta las sociedades de consumidores de la nueva modernidad. El mecanismo sobre el que pivota este cambio se extrae del problema de la relación de los hombres con la naturaleza, haciendo uso de las herramientas elaboradas por el marxismo y, particularmente, del concepto de fetichismo. Para Bauman, el fetichismo de la mercancía es completado por el *fetichismo de la subjetividad*, esto es, la mercantilización del sujeto, que supera con creces la mercantilización clásica de la fuerza de trabajo para alcanzar a todos los aspectos de la vida. Como consecuencia, los sujetos actúan a un tiempo como consumidores y como bienes de consumo, las personas se convierten en objetos y las relaciones se instrumentalizan.

Bauman utiliza el recurso weberiano de los tipos ideales para acercarse a este problema, tratando de describir en sucesivos capítulos tres de estos tipos: el consumismo (en «Consumismo versus consumo»), la «Sociedad de consumidores» y la «Cultura consumista». Completa el ensayo un cuarto capítulo dedicado a los «Daños colaterales del consumismo», centrado en el mecanismo de exclusión social de la sociedad de consumidores.

De los tres tipos ideales el consumismo es el mejor descrito y del que, en realidad, penden las reflexiones en torno a la

sociedad y la cultura que añade en los otros tipos ideales. Frente al consumo como actividad consustancial a la vida humana, para Bauman, «el consumismo es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere neutrales respecto del sistema) en la principal fuerza de impulso y funcionamiento de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de autoidentificación y en la selección y consecución de políticas de vida individuales» (28). Frente a la sociedad de los productores, que difería gratificaciones y aprobaba la posesión y acumulación de bienes, la sociedad de los consumidores se distingue por el incremento permanente del volumen y la intensidad de los deseos. Además, la nueva sociedad se enfrenta a los problemas derivados de la acumulación (que, al menos en el caso de los objetos materiales, no puede ser infinita) mediante la entronización de la eliminación como mecanismo que finaliza e inicia a un tiempo el bucle del consumismo. De este modo, la promesa de felicidad inscrita en el consumismo (que los objetos de deseo, sean personas o cosas, prometen cumplir), sólo puede quedar en promesa, pues su cumplimiento rompería el ciclo de movilidad, deseos y novedades que sostiene el sistema.

La «sociedad de consumidores (o de consumo) refiere a un conjunto específico de condiciones de existencia bajo las cuales son muy altas las probabilidades de que la mayoría de los hombres y mujeres adopten el consumismo antes que cualquier otra cultura, así como las de que casi siempre hagan todo lo posible por obedecer sus preceptos» (52). La sociedad de consumidores es aquella en la que se dan las condiciones para el triunfo del

consumismo como cultura hegemónica. De ahí que la competencia consumista se convierta en el principal factor de estratificación en la modernidad líquida. Para Bauman, la visión mercantilista de la vida conlleva que la apreciación social de las personas se haga exclusivamente en función de su competencia para manejar todos los aspectos de su vida bajo los principios del mercado. Pero lejos de ofrecer una escala graduada, la competencia consumista se tiene o no se tiene. De modo que la colonización de la vida por el mercado ha entronizado un sistema de estratificación donde prima la exclusión, el estar o no en la sociedad de consumidores. Quienes no están en ella pertenecen a la *infraclase*, que el autor analiza con más detenimiento en el último capítulo. Bauman analiza también las bases de la moralidad, el cómo se las arregla la sociedad para que «los individuos *deseen hacer* lo que *es necesario* para que el sistema logre autorreproducirse» (68). Y cree encontrar respuesta en la superación de la antinomia freudiana entre el principio de realidad y el del placer, haciendo que, en las sociedades de consumidores, el principio de realidad coincida con el del placer. Por otra parte, mientras que en la modernidad sólida esa antinomia se sostenía mediante la coerción, en la modernidad líquida, el principio de elección posibilita una asociación débil a través de multitudes, cuya unión es a menudo banal y circunstancial.

En tercer lugar, para Bauman, «la cultura consumista es la forma en que los miembros de una sociedad de consumidores actúa irreflexivamente» (52). En la línea ya apuntada, analiza el modo en que la sociedad ha generado mecanismos de orden social significativamente diferentes a los utilizados en la modernidad sólida. En la modernidad líquida el orden social no se orienta hacia la integración social, hacia el grupo, sino hacia los individuos, que cargan con la enorme res-

ponsabilidad de tener que asegurar, cada uno en solitario, lo que se espera de ellos, es decir, acreditar su competencia como consumidores. Bauman desarrolla buena parte de sus reflexiones sobre la cultura a través de la consideración del tiempo social. La velocidad, el exceso y el desperdicio son los tres pilares de la cultura consumista. El *estado de emergencia*, esa sensación/necesidad de estar siempre atareados, y la gestión del *olvido*, como negación del pasado y de las referencias con el fin de evitar el cumplimiento de la satisfacción, son versiones de la instalación en el *tiempo puntillista* (Maffesoli), un permanente presente que trata de adelantar el futuro y despoja de todo poder al pasado. No deja, finalmente Bauman de aludir a la identidad y la política, cuestiones de las que diremos algo adelante.

Al analizar los *daños colaterales* del consumismo, Bauman retoma el principio de estratificación de la modernidad líquida, caracterizando con más precisión la infraclase y los mecanismos de su exclusión, que la llevan al margen de la sociedad, incluso hasta la delincuencia. Atribuye el sociólogo muchos de estos males al ascenso de la individualización y al desmantelamiento de las políticas de bienestar, que abandonan al individuo a su suerte y lo responsabilizan injustamente de su situación.

Resulta difícil concretar las observaciones que surgen a un texto cargado de suposiciones y en la que se encuentran alusiones a multitud de facetas de la vida social (desde la inmigración a las estrategias comerciales). Así que sólo trataremos de fijarnos en las que consideramos más relevantes. En primer lugar, resulta sorprendente que apenas se hable de la globalización y en ningún caso de sociedades avanzadas. Y eso que Bauman es consciente de que la sociedad de los consumidores es un producto histórico, ni mucho menos un mal necesario. Sin embargo, es claro que la sociedad de los consumi-

dores es la sociedad globalizada, mientras que no todas las sociedades participan igualmente de la globalización. La mirada sociológica, que tan a menudo se fija en los procesos emergentes como estereotipos del porvenir ya vigentes, debe ser cauta a la hora de establecer sus juicios sobre el presente. Desde luego, en este sentido, Bauman utiliza con perspicacia los tipos ideales, que no son la realidad como la vemos, sino que captan sus esencias.

Uno de los principales elementos del análisis de Bauman es la sociología del tiempo. Hasta el punto de que es «la inversión del valor acordado a la duración y la transitoriedad» lo que supone un punto de inflexión hacia la cultura consumista. Se asume la relevancia, por tanto, de una de las dos magnitudes que conforman la movilidad de nuestras sociedades avanzadas, mientras que la otra, el espacio, queda ausente del análisis. Por lo que respecta al tiempo, éste adopta la forma de tiempo puntillista, bocados de realidad fragmentaria, sin continuidad, tratando de adelantar el futuro y negando poder al pasado.

Quizás debido a esa concepción del tiempo, el discurso de Bauman no tiene una trama clara. Los diversos asuntos se suceden como aspectos de una sola realidad que, sin embargo, no tiene orden ni principio. No hay antecedentes ni consecuencias. No sabemos si el tiempo puntillista antecede al fetichismo de la subjetividad o si el problema del orden se resuelve mediante la exclusión de la infraclase. Todo está tan conectado que al final podemos encontrar todo igual de (ir)relevante. Acaso sea el mejor espejo de la misma realidad, pero para ese viaje no hacían falta las alforjas de los tipos ideales. Máxime cuando los relatos con principio y con final, al estilo de la modernidad sólida, se reservan para la crítica concreta de la política (por ejemplo, del *thatcherismo* como fuente de inhabilitación social de los individuos).

Otro aspecto muy interesante es el de la construcción de la identidad. Para Bauman, la búsqueda de la identidad lleva a los sujetos a un difícil equilibrio entre la necesidad de aprecio social y su deseo de autoafimación. Como han señalado otros, como Beck, una de las más sonadas novedades de la modernidad es la construcción del individuo. Sin embargo, no resulta todo lo claro que creíamos que el individuo exista como sujeto cartesiano. Para Bauman, la atribución a la responsabilidad individual de erigir la identidad es una de las más pesados trabajos que el rey consumo manda a sus súbditos. Frente a la desazón de la tarea inmensa, aparecen atajos que conducen a la reproducción del modo consumista. Los individuos se obligan a subir al carro del consumismo a través de la constitución de comunidades con identidades incorporadas (*comunidades de guardarropa*) o a través de productos que identifican claramente a sus clientes/usuarios. El resultado es que las agrupaciones sociales más notables de la modernidad líquida son, en todo caso, simples multitudes, abigarrados conjuntos sin grandes objetivos y limitada vinculación.

En cuanto a la importancia del consumo y su poder estratificador en las sociedades, cabe interrogarse si realmente el mundo de la producción, del trabajo, ha dejado de ser el mecanismo de estratificación por excelencia. Además, resulta difícil entender que sea la competencia consumista y no, por ejemplo, la capacidad de consumir el factor de estratificación. Del mismo modo, no es fácil asumir que la sociedad esté dividida, principalmente, entre aquellos que son aptos para consumir –porque basan su vida en necesidades perpetuamente insatisfechas– y aquellos que no lo son. Quizás el reconocimiento de la existencia de una estratificación compleja para unas sociedades

crecientemente complejas sería un principio más modesto pero más realista.

Finalmente, tenemos el problema del problema moral. No es nada nueva la preocupación de Bauman por la moralidad. Ocurre, en nuestra modesta opinión, que el continuo ir y venir entre el análisis de la realidad social y una concepción normativa latente de la sociedad, desvirtúa en parte la interpretación. Resulta un acierto incidir en aquellos aspectos del análisis marxista, como la reificación, el fetichismo o la alienación, que ya destacaron profusamente los frankfurtianos, y que nos permiten sin duda una comprensión mejor de la situación social y, desde luego, de un fenómeno como el consumo. Pero, como entonces, si extremamos el argumento y se atribuye la responsabilidad de los desajustados humanos a las estructuras –siempre fuerzas oscuras que el sociólogo ha de desvelar pero cuya demostración empírica excede nuestra capacidad– se atraviesa la delgada línea entre el análisis de la sociedad y la mera exposición de nuestras convicciones. Al poner excesivamente el acento en fuerzas sociales ajenas a los individuos, se corre el peligro de anular la capacidad de los actores. No es que haya que negar que la sociedad produce estas fuerzas, pero hacerlas protagonistas absolutas del devenir social pudiera parecer pretencioso, máxime cuando se niega todo finalismo a la historia.

Leer a Bauman es sin duda un constante estímulo para el sociólogo. En *Vida de consumo* explora de nuevo, con un tono decididamente pesimista, pese a declararse él mismo esperanzado, la sociedad líquida. Ordenadores, viajes, zapatos, cosméticos. Sólidos virtuales en un mundo que fluye. Quizás el profesor de Leeds se conforme con que los procesos sociales no acaben en estado gaseoso.

Julio A. del Pino Artacho