



## Ética en el consumo. Una reflexión desde Z. Bauman

Publicada en 4 octubre, 2017 En Ética/Pensamiento por Sophie Grimaldi

**¿Tiene la ética una oportunidad en un mundo de consumidores?** Así titula Zygmunt Bauman en su versión original uno de sus ensayos más significativos. Para construir el escenario, cita al intelectual checo Václav Havel que declaraba que «la esperanza no es la ciencia del pronóstico». Y siguiéndole, Bauman vuelve a subrayar que la esperanza no se preocupa de las estadísticas ni de las opiniones mayoritarias inconstantes. Esta Esperanza será más que necesaria para llegar hasta el final del libro que describe un panorama desolador de nuestra sociedad post-moderna. La vida de consumo no consiste en adquirir y poseer: consiste sobre todo en estar en movimiento. No es la creación de nuevas necesidades lo que constituye su mayor preocupación sino el hecho de minimizar, atacar y ridiculizar las necesidades de ayer.

Este análisis de Bauman ahonda en lo que él llama la crono-sociología, es decir, un postulado basado en que los seres humanos son «crónicos». Solo viven en el presente sin prestar ninguna atención ni a las experiencias del pasado ni a las consecuencias futuras de sus acciones. Este estilo de vida se traduce en una ausencia de lazos con los demás, en una cultura del presente absoluto en la cual sólo importa la velocidad y la eficacia sin favorecer nunca ni la paciencia ni la perseverancia.

### Todos rivales

Bauman cita al filósofo alemán Max Scheler, quien propone la teoría de que el resentimiento tiene más oportunidades de manifestarse donde reina la igualdad entre los miembros de la clase media. Estos se pelean por las mismas posesiones y están empujados socialmente a promoverse en detrimento de todos los demás. Para Scheler, a partir del mismo estatuto social y las dificultades comparables, cada miembro de la clase media, supuestamente libre de afirmarse y definirse, se esfuerza para elevarse rebajando a los demás.

En este sentido, el consumo ostentoso descrito por el sociólogo americano, Thorstein Veblen tiene como propósito humillar a cualquiera que posea un nivel de recursos inferiores y generar así resentimiento. Frank Mort, profesor de la Universidad de Manchester, anota que según los estudios trimestrales del Henley Centre for Forecasting, los primeros puestos en la lista de ocio de los británicos son los mismos desde hace 20 años y se basan en el aprovisionamiento: shopping o salida al restaurante entre otros...

### Todo se consume

Así, Bauman también hace la crítica de una serie de programas televisivos del tipo de Gran Hermano: su éxito se debería a la repetición en público de la posibilidad de desechar a los hombres. El mensaje que vehicula este entretenimiento es el de que nadie es indispensable ni tiene derecho absoluto a pesar de los esfuerzos individuales que haya hecho en favor del colectivo.

Precisamente, Colin Campbell estima, por su parte, que el consumo es un tipo de modelo que los ciudadanos occidentales utilizan en todas las facetas de su vida. Cada vez hay más



sectores de la sociedad actual que han sido asimilados a un modelo de consumo, y la filosofía subyacente de este consumo se infiltra en toda la vida social.

Un ejemplo claro de ello es el exceso de información que describe así el periodista y escritor Ignacio Ramonet: «un solo ejemplar de la edición dominical del New York Times contiene más informaciones que las que podía adquirir en toda su vida una persona culta del siglo XVIII». Bauman cita al pensador Eriksen que indica como ejemplo que más de la mitad de los artículos de ciencias humanas nunca serán citados y que, en definitiva, es esencial saber protegerse del 99,99% de las informaciones que realmente no queremos. Es más, parece ser que cuanto más rápidamente se distribuyen los flujos de información más cuesta elaborar discursos lógicos. Bauman advierte de que la cultura de «los fragmentos» amenaza con volverse hegemónica e impactar de lleno en nuestras relaciones con el saber, el trabajo y nuestro modo de vida en sentido amplio.

### **La sociedad de lo desecharle**

Bauman observa que vivimos hoy en una sociedad global de consumidores, y los modelos de comportamiento del consumidor afectan a todos los aspectos de la vida personal y profesional. Se nos empuja a consumir más, lo que incluso termina por transformarnos a nosotros mismos en productos de consumo dentro del mercado laboral.

En este sentido, los responsables de las empresas tienen tendencia a negarse a emplear individuos que están ligados a otros por compromisos personales, en particular si esos compromisos son firmes y a largo plazo. Las exigencias de la supervivencia profesional obligan muchas veces a las personas a elegir entre lo que necesita su carrera y lo que necesitan sus relaciones personales. Los jefes prefieren hoy «individuos» que estén dispuestos a romper cualquier lazo y que no tengan problemas a la hora de sacrificar las exigencias éticas respecto de las del trabajo.

Y Bauman cita a J. Livingstone, profesor de la Harvard Business School, que advertía de que la forma de la mercancía penetra y remoldela las dimensiones de la vida social hasta el punto de que la subjetividad misma se vuelve un objeto de consumo que uno compra y vende al mejor postor: belleza, sinceridad o autonomía.

### **No hay red**

Si la fraternidad implicaba una estructura pre-existente que predeterminaba las reglas de conducta, las redes mal nombradas «sociales», según Bauman, no tienen historia: nacen mientras se interactúa a través de ellas, y son mantenidas gracias a los actos de comunicación sucesivos hasta el momento en que los «contactos» ya no resulten útiles. Las redes son flexibles por la fácil modificación de su composición, añadiendo o quitando a personas. La pertenencia virtual es fácilmente rompible, fluida... Es un sedimento totalmente maleable. Las redes ofrecen a su «manager» el sentimiento de ejercer un control total sobre sus lealtades solo dándole a un botón.

Bauman, en un dialogo ficticio, imagina a los jóvenes levantando sus hombros si se les pedía que fijarán su destino: «¿Qué sé yo lo que el año o el mes que viene me van a aportar? Sólo puedo estar seguro de una cosa, que el mes que viene y los años que vienen no se parecerán a lo que vivo en este momento». Y esta realidad cambiante invalidará la



mayoría de los conocimientos que tienen hoy en día; tendrán que olvidar buena parte de lo que han aprendido. Y así concluye este desalentador diálogo: «Resulta que el único talento que tengo que adquirir y ejercer es el de la flexibilidad». Justamente, practicar el arte de vivir en este mundo moderno-líquido es equivalente a estar en un estado de transformación eterna.

En su novela, «La lenteur», Milan Kundera revela el lazo que existe entre velocidad y olvido, el grado de velocidad es directamente proporcional a la intensidad del olvido: la vida de consumo es una vida de aprendizaje rápido y de olvido vertiginoso. En este sentido, es tan importante, si no más, olvidar que aprender.

### **Bienvenido al mundo feliz**

Si la libertad de elección es concedida en teoría pero inaccesible en la práctica, las personas se desesperan porque la capacidad de hacer frente a los desafíos de la vida edifica la confianza que tienen en sí mismas. Bauman apunta que el valor supremo de la sociedad de consumo es el de la vida feliz. Esta sociedad es la única en toda la Historia de la humanidad en prometer la felicidad en la vida terrestre, es una felicidad del aquí y ahora. Es la única sociedad que presenta la desdicha como una abominación que exige siempre compensación. Slawomir Mrozek, escritor polaco, decía que nuestro mundo se parece a «un escaparate de disfraces ante el cual se agrupan las masas en búsqueda de su yo».

Se podría decir que la sociedad actual representa, como la libertad individual, esta capacidad de desechar fácilmente las identidades individuales y las relaciones humanas. Y justamente por ello, sólo existe una elección que esta libertad se negaría a reconocer: la decisión de conservar una identidad en el tiempo.

Como afirma el sociólogo francés, Alain Ehrenberg, la mayoría de los sufrimientos humanos corrientes tienen tendencia a provenir de un exceso de posibilidades más que de una profusión de prohibiciones. El filósofo, Georg Simmel define la melancolía como el tener la conciencia de la infinidad de posibilidades de elección y no aferrarse a ninguna. Es decir, que la melancolía sería «una forma desprovista de contenido, una perturbación resultado del encuentro entre la obligación de elegir, la adicción a la elección y la incapacidad de decidir.» No es casualidad que el gran mal de nuestra época sea la acedia... (Desidia, desdicha, pena, tribulación...)

### **¿Quién nos salvará?**

Zygmunt Bauman parte de una constatación: las preocupaciones actuales de los intelectuales no coinciden con las necesidades reales de la gente. Pero la crisis general hará que la fractura entre esos centros de interés y los del resto del mundo acabe reabsorbiéndose y que el diálogo se reanude. Y ahí formula esta frase, sorprendente en boca de un intelectual no creyente: «Amarás a tu prójimo constituye el acto de nacimiento de la humanidad». En otro pasaje del libro, Bauman cita a Hegel y, sin quizás ser totalmente consciente de ello, nos da una pista de un posible renacer: «Hegel decía que la lechuza de Minerva, diosa de la sabiduría, solo despliega sus alas en el crepúsculo, al final del día». Así que... a filosofar ¡que no es poco!