

REFLEXIONES CRÍTICAS SOBRE EL CONTEXTO GLOBAL DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO Y LA HISTORIA DEL CONSUMO

*Volker Wunderich**

El consumo de mercancías es definitivamente una característica central, particularmente destacada, de nuestra sociedad contemporánea. Tanto la economía clásica como la economía política de Marx, estaban totalmente enfocadas a la esfera de la producción. Redujeron el consumo al aspecto del uso y aniquilamiento de los bienes, sin preocuparse por buscar una explicación científica de las preferencias y los gustos “irracionales” de los consumidores. Por eso pasaron por alto, que el trato con el mundo de las mercancías, plantea la pregunta por la utilización y los significados sociales que los consumidores vinculan con ella. De hecho, el involucramiento de una porción cada vez mayor de la población en la competencia social por el consumo, constituye una

* Doctor en Historia. Docente e investigador en la Universidad de Hannover, Alemania.

parte esencial de la dinámica que determina nuestro desarrollo social desde el siglo XVIII. Disponer de bienes de consumo de simbolismo realzado, expresa por un lado la necesidad de diferenciación y delimitación social, y por el otro, la apropiación activa de los hábitos de consumo de las clases privilegiadas.¹

En la última década se han hecho esfuerzos por desarrollar un “planteamiento social integrado” que permita comprender el consumo como una actividad social en sentido amplio. Esto significaba, que no sólo se debía poner atención, como se hace en la historia de la cultura, a las características culturales de las pautas históricas de la acción social, sino que, más allá de de los modelos explicativos económicos y funcionales, se debía seguir la pista a la diversidad de la vida social para penetrar en la lógica concreta del consumo. Porque sigue siendo un fenómeno bastante curioso el que para una cantidad siempre creciente de personas, el consumo de mercancías no sólo esté ligado con su aguda necesidad de sobrevivencia, sino que se experimente como un elemento esencial de la autorrealización activa. Esto vale de manera especial para las capas bajas, las cuales con frecuencia tienen que realizar duros sacrificios para tener acceso a bienes de consumo de prestigio.

La tentación de considerar los comienzos de la sociedad de consumo como una “prehistoria” del actual consumo de masas, es grande; o sea, la tentación de comprender el desarrollo histórico sobre el trasfondo de un crecimiento secular de la economía y el comercio mundial, o sea, como un proceso más o menos continuo de modernización, pero lo interesante es incorporar el estudio de las rupturas, y no solamente de las continuidades, en el largo plazo y en contextos históricos específicos.

Todavía está pendiente el análisis sobre el contexto global de la sociedad de consumo. Por eso nos parece pertinente hacer algunas reflexiones sobre las raíces ultramarinas de la sociedad de consumo, el carácter desigual del desarrollo internacional y los efectos mundiales que tiene el consumismo. Por razones prácticas, algunas

reflexiones se ocupan de América Latina y el Caribe; los planteamientos para la discusión son, por tanto, provisionales, y se deben completar mediante la inclusión de otros continentes y áreas culturales.

A continuación se promueve la extensión universal de los análisis y las comparaciones con la sociedad de consumo. Esto no se hace únicamente por la pretensión totalizadora (y casi imposible de realizar), de que en la época de la interdependencia económica, todo se debe analizar de manera "global". Más bien se plantean preguntas sistemáticas y prácticas, para cuya respuesta es ineludible la perspectiva global.

- 1) El concepto "sociedad de consumo" se desarrolló en función de aquellos países en los cuales se había dado la revolución industrial. Mientras no se aclaren las posibilidades que hay de transferir el concepto a otras culturas, o en su caso, a países con relaciones coloniales y periféricas, su validez debe permanecer limitada. La sociedad de consumo surge en un lugar específico de la historia universal y bajo condiciones históricas únicas. A pesar de las pretensiones y los efectos universales de sus valores, permanece circunscrita en el estrecho círculo de las economías desarrolladas y sus contornos. Eso significa también que, al igual que la historia de la proto-industrialización y de la revolución industrial, su surgimiento no se puede separar de la conexión transatlántica-ultramarina. Una simple mirada a la economía de plantaciones muestra, cómo la demanda explosiva del centro por materias primas y estimulantes, hizo que en las colonias y los territorios dependientes surgieran condiciones sociales, que en el largo plazo permanecieron siendo "obstáculos para el desarrollo" y constituyen una traba para la homogenización a escala global. El desarrollo de una parte del mundo condiciona el "subdesarrollo" de otras partes del mismo. La dominación político-militar y la explotación económica de la "periferia" por el "centro",

que tanto salen a relucir, sólo en parte explican esta relación desigual y simultáneamente complementaria. Si por un lado observamos la interdependencia material creciente debido al intercambio de mercancías, comunicaciones y migraciones, por el otro encontramos un dramático desequilibrio de poder entre el norte y el sur, desarrollos sociales divergentes y el surgimiento permanente de culturas mestizas en la periferia de la economía mundial.²

Si bien es cierto que desde 1945 se ha dado en los países en desarrollo un volumen considerable de crecimiento industrial, no se ve por ninguna parte un ajuste global de las diferencias de desarrollo. Las disparidades sociales en el interior de los países en desarrollo han aumentado, y la persistente dependencia tecnológica y financiera del exterior, condujo a un endeudamiento dramático. En especial, es desastroso el balance de la política de desarrollo de los años ochenta.³ Debemos valorar con prudencia las noticias de la elevada tasa de crecimiento que ha experimentado América Latina desde 1990. Los éxitos de la integración selectiva al mercado mundial en algunos países, no han cuestionado ni mucho menos eliminado, ni a la jerarquía de la división internacional del trabajo, ni a la heterogeneidad interna de dichos países.⁴

- 2) En el "contexto global" no solo se abordan las relaciones exteriores de las sociedades metropolitanas. El antropólogo social Sidney Mintz ha señalado que el proceso de expansión europeo no sólo significó la ampliación hacia afuera del imperio colonial, sino que simultáneamente implicó la absorción de las mercancías de ultramar y sus significados en el centro, hasta la transformación de los hábitos de los países receptores de éstas.⁵ El grupo de las llamadas mercancías coloniales (especias, azúcar, cacao, tabaco, te, café, etc.), jugaron un papel muy importante no sólo en el comercio de

ultramar, sino en el comercio interior. Ya a la altura del siglo XVIII esas mercancías llegaban cotidianamente a capas amplias de compradores, contribuyendo de manera decisiva a dinamizar la demanda privada.⁶ Muchas cosas indican que la importación de mercancías coloniales y los cambios culturales ligados a ella, deben considerarse como un aporte *sui generis* a la revolución industrial. En su favor se esgrimen argumentos de distintos niveles: la competencia social en torno a los productos con mayor proyección simbólica; la conexión entre hábitos alimenticios y el incremento de la productividad y la velocidad del trabajo; el desarrollo de nuevas formas de comunicación (palabras claves: casas de café y opinión pública); el papel del consumo en los sistemas de poder, etc.⁷

A su vez, la valoración social y la importancia simbólica de los productos ultramarinos, sólo se puede explicar en conexión con su procedencia exótica. De esa manera el nexo ultramarino penetró en todos los poros de la vida cotidiana europea, pero en una forma tal que excluía el potencial de comunicación propio del tipo ideal del "mercado". El productor laboraba en condiciones sociales cualitativamente diferentes a las condiciones de trabajo existentes en el lejano país receptor. El consumidor dependía de la oferta y los precios de las mercancías, pero estaba totalmente separado de las condiciones de producción concretas. Entre los dos se extendía la red anónima del transporte y el comercio internacionales. En la comercialización de las mercancías coloniales, se abría de ese modo un campo amplio para la adjudicación y manipulación de significados utópicos. Dicho sea de paso, en la publicidad comercial se sigue utilizando hasta la fecha gran cantidad de clichés exóticos.⁸

Desde entonces el consumo privilegiado de ciertas mercancías, jugó un papel importante en la mediación social de las pretensiones europeas de mantener un imperio colonial y la dominación del

mundo. No debemos pasar por alto que la conformación histórica de los “intereses de consumidores” específicos, que en el siglo XIX creció hasta el grado de ser tenida en cuenta por partidos políticos y asociaciones de diversa índole, tuvo efectos de mucho alcance sobre las relaciones con los países productores de ultramar. El “derecho” del consumidor a precios asequibles, convirtió en una cuestión estratégica de la política estatal el disponer de bienes importados baratos. Si bien a finales del siglo XIX disminuyó la importancia económica relativa de las importaciones de los países tropicales, su importancia simbólica siguió siendo grande. De esa manera, la promesa del café o el cacao baratos, podía tener sus efectos en el marco de las estrategias social-imperialistas (propaganda colonial). La decadencia efectiva de los precios se obtenía en todo caso debido al débil poder de mercado del oferente y a la tendencia a la sobreproducción en el largo plazo. En el siglo XX, la importancia estratégica de los bienes de importación simbólicos sólo se hace evidente en los casos de escasez, por ejemplo en el Imperio Alemán durante las dos Guerras Mundiales, o recientemente en la República Democrática Alemana (RDA), donde la carencia café, cacao y frutas tropicales, alimentó la conciencia de que se vivía en una crisis permanente.

- 3) La relevancia del contexto global no se refiere únicamente al surgimiento y la forma concreta de la sociedad de consumo, sino también a su futuro. Fue el modelo fordista de la sociedad industrial norteamericana, quien primero posibilitó la oferta barata de bienes de consumo, que en la actualidad constituye el fundamento del consumo de masas. Si bien el Club de Roma ya puso a discusión pública en 1972 el problema de los “límites del crecimiento”, con un estudio sistemático del mismo nombre,⁹ casi siempre se pasa por alto el hecho de

que el crecimiento imprevisto de la productividad del trabajo llevó a una utilización más acelerada de los recursos.

El uso intenso de materias primas y ante todo de energía en este modelo económico, se vio favorecido por las condiciones extraordinariamente buenas existentes en los EE.UU., que permitieron una expansión continental bajo el signo del "Manifest Destiny". Los ensayos hechos en otras partes por seguir ese modelo, condujeron a una depredación de las reservas de materia prima del mundo, dejando ver por primera vez en el horizonte las posibilidades de su agotamiento. Si bien es cierto que el ahorro de materiales y energía en parte se ha vuelto técnicamente posible, el régimen de los bajos precios de las materias primas y la externalización exitosa de las consecuencias negativas de la producción (emisiones contaminadas, exportación de desechos), no permiten que dicho ahorro sea efectivo.¹⁰

La reflexión sobre las consecuencias globales del consumo opulente en el Occidente, no se debe entender como la condena moral del derroche de los unos a costa de los otros. Esto sería, por así decirlo, como una edición nueva de los viejos argumentos puritanos contra las supuestas consecuencias perniciosas del lujo.

De lo que sí se trata, sin embargo, es de establecer los límites y las contradicciones de la sociedad de consumo en su análisis histórico. De ello se sigue que el lugar histórico de la sociedad de consumo, es mucho más estrecho de lo que cree el atractivo optimismo que le pareciera inherente. Y se trata de que la mayoría de la población mundial no tiene perspectivas de quedar incluida, en el futuro, en la sociedad de consumo. Quienes analizan el consumo en los países en desarrollo, no se enfrentan a una historia exitosa, sino *más bien -como quiera que se entienda- con un desarrollo frustrado. La discusión sobre las consecuencias globales

del fordismo muestran además, que una extensión universal de la sociedad de consumo sin un cambio cualitativo de sus fundamentos materiales, en particular de sus relaciones con la naturaleza, es imposible y conduciría a una catástrofe ecológica.

- 4) La apariencia parece señalarnos, por el momento, en otra dirección, ya que el modelo de la sociedad de consumo occidental ha comenzado su marcha triunfal por todo el mundo. La mayoría de la población mundial no sólo ambiciona la posibilidad de escoger entre distintas ofertas de mercancías y de participar en el estilo de vida de los países industrializados, sino que considera esa posibilidad como contenido esencial de la libertad individual y la autorrealización. Una premisa para ese desarrollo es, ante todo, la difusión mundial de los medios de comunicación. Es más que evidente la participación casi simultánea de las grandes ciudades en Asia, África y América Latina en las nuevas modas y tendencias de los países industrializados. Además de eso, existen por todas partes gigantes redes de distribución de las mercancías de consumo modernas, al grado que la importancia del comercio para las economías en desarrollo (desde el comercio al menudeo del sector informal hasta las grandes casas comerciales que manejan el negocio de importación y exportación) con frecuencia es mayor que para las metrópolis.

Pero sería falso que de la atracción universal y de ciertas manifestaciones del consumismo, concluyésemos que la sociedad de consumo ya existe realmente en todas partes. Primero tenemos que llevar a cabo la discusión sobre la extensión válida para el concepto "sociedad de consumo".

- 5) La aplicación del concepto "sociedad de consumo" a los países en desarrollo choca siempre con el problema de la heterogeneidad interna de esas sociedades, poniendo al descubierto el problema de cuáles

son los fundamentos que permiten dar explicaciones generales sobre la realidad social. En muchas situaciones coloniales, la civilización occidental de los colonos europeos se encontró en aguda contradicción con la cultura autóctona de los indígenas. Si la historia colonial alguna vez se ha ocupado de la vida cotidiana y el consumo, la mayor parte de las veces lo ha hecho abordando la historia cultural o etnográfica de esferas sociales particulares (la plantación, la misión, el pueblo indio, etc.).

Con la independencia y las pretensiones de representar a un pueblo soberano, la integración nacional se volvió una cuestión candente. A los intelectuales se les planeó la tarea de "inventar" una identidad nacional y con ella también una cultura nacional común. Repentinamente, los asuntos culturales empezaron a jugar un papel protagónico. Después de que, durante el siglo XIX, los esfuerzos liberales en América Latina tuvieran poco éxito y más bien contribuyeran a acentuar la contradicción entre la élite de orientación europea y la cultura popular, la Revolución Mexicana puso en boga la idea del mestizaje y mezcla cultural. Un impresionante ensayo en esta dirección es el trabajo del historiador brasileño Gilberto Freyre. Concibe a Brasil (por contraposición a los Estados Unidos de Norteamérica) como un "nuevo mundo en el trópico": la tradición ibérica al encontrarse con los aborígenes indios, los esclavos negros y la naturaleza tropical, se ha transformado en una nueva cultura mestiza.¹¹ Lo atractivo de este ensayo es que todos los procesos de mestizaje, desde el mestizaje biológico de la población hasta el sincretismo de la cultura cotidiana (conformación de nuevos hábitos alimenticios, vestimenta, arquitectura, etc.), se comprenden como procesos creativos. Como era de esperarse, sin embargo, un ensayo nacionalista de este calibre tenía que armonizar hasta lo indecible las contradicciones étnicas y sociales de la realidad brasileña.

Al mismo tiempo, con el surgimiento de regímenes nacional populistas en los años veinte y treinta, el nivel de consumo de capas amplias de la población se volvió por primera vez tema de importancia política. Asimismo, después de la crisis económica mundial, ganó influencia la orientación de la demanda en la ciencia económica, y por eso la demanda interna comenzó a ser objeto de planificación estatal. La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) de las Naciones Unidas y la variante de la teoría de la dependencia influida por ella, consideraron entonces que la ampliación del mercado interno y la producción nacional de bienes de consumo anteriormente importados (sustitución de importaciones) ofrecía una oportunidad estratégica de desarrollo.¹²

Cuando las esperanzas de un desarrollo recuperador bajo el signo del nacionalismo económico no se cumplieron, se agregaron a las causas del estancamiento los hábitos de consumos despilfarradores y dirigidos hacia afuera de las clases privilegiadas. El historiador Arnold J. Bauer constata con base en el ejemplo de Chile durante los siglos XIX y XX, que el papel histórico de la burguesía simplemente no se podía repetir debido a que la revolución industrial ya se había llevado a cabo en el centro y, por lo demás, Europa ya había impactado a la oligarquía chilena con el atractivo de sus mercancías y sus hábitos de consumo.¹³ Raúl Prebisch, el precursor teórico de la estrategia de sustitución de importaciones de la CEPAL, se lamentó en 1984, al echar una mirada retrospectiva, de que las necesidades improductivas de la *privileged consumer society* (que en América Latina incluye a la clase trabajadora organizada) hubiesen perjudicado las inversiones productivas y encendido la inflación. Con ello se adhirió a la opinión ampliamente difundida de que, el consumo privado y público (supuestamente excesivo) había llevado por un callejón sin salida a la estrategia de desarrollo promovida por el Estado.¹⁴

Para la teoría de la dependencia, por el contrario, el “consumismo”, o sea, la penetración de modelos de consumo modernos a costa de las pautas económicas locales y tradicionales, era un determinante externo de la dependencia. Intentó correlacionar el consumo moderno con las “cabezas de puente” de las ciudades y los enclaves económicos, o sea, con el ámbito de influencia de los consorcios multinacionales, o en su caso, de las “burguesías asociadas” y sus clientelas. Esta concepción de la determinación desde el exterior se decantó en un prolongado debate sobre la cultura, en el cual el ala revolucionaria de los dependentistas desarrolló una concepción combativa de la auténtica “cultura popular”. Esta se debía diferenciar tanto de la cultura elitista influida por el imperialismo, como de la forma enajenada de la cultura de masas.¹⁵

Entretanto el progreso de la discusión ha echado por la borda las dicotomías rígidas entre cultura importada y cultura nacional, cultura de élites y cultura popular. Según las indagaciones empíricas, no sólo se debe valorar mucho más el impacto social del modelo “occidental” globalmente considerado, sino que, frente a las antiguas tesis de la manipulación, hay que admitir una colaboración activa de las más amplias masas en la difusión de las pautas de consumo modernas. Se debe entender que la “cultura popular” es un producto muy heterogéneo, que siempre contiene a la par elementos de adaptación y resistencia. Eso quiere decir que sus resultados no se pueden interpretar únicamente como una adopción de influencias “extranjeras”, sino que se deben entender como una mezcla dinámica muy particular de diversas culturas.¹⁶

Esta apertura de la perspectiva podría mostrarse muy fructífera en la historia del consumo. Precisamente la incorporación de amplias masas populares al consumo, muestra que los obstáculos para el desarrollo no son únicamente de naturaleza externa.

Por otra parte, no hay ningún motivo para reinterpretar la heterogeneidad estructural de las sociedades en desarrollo, como una variedad abigarrada y arbitraria, manteniendo fuera del análisis cultural las categorías de poder y dependencia. El desarrollo desigual a escala mundial siempre produce el efecto de orientar la demanda de bienes de consumo hacia el exterior. Tanto el desarrollo tecnológico como las tendencias de la moda, tan relevantes para el gusto del público, parten de las metrópolis. Cuando hay una buena coyuntura interna, la ventaja estructural de la oferta de mercancías importadas conduce directamente a un *boom* de la importación, lo que hace languidecer el impulso de la sustitución de importaciones.

- 6) Por otra parte, existe un problema práctico en el ejercicio de la comparación entre las sociedades en desarrollo y las sociedades industrializadas. Al considerar las estrategias de comercialización de un consorcio activo a escala mundial, podemos retomar el ejemplo de la “Crema Nivea”, que en Europa se encuentra al alcance de todo el público y cuyo consumo “nivela” socialmente. En los países en desarrollo, el mismo producto se cuenta entre el consumo suntuario, por lo que contribuye a la diferenciación social de sus compradores.¹⁷ Por eso es que resulta necesario tener en cuenta las diferencias del desarrollo material de cada una de las sociedades, cuando se analizan los bienes de consumo. No obstante si se comienzan a hacer comparaciones generales entre las sociedades en desarrollo y las sociedades industrializadas, se plantea (cuando menos en forma implícita) la pregunta: ¿cuál es la perspectiva de desarrollo que se elevará a la calidad de punto de comparación? Si se escoge como punto de comparación un *continuum* de desarrollo económico orientado por el estándar de progreso de los países industrializados, ya se está adoptando el supuesto, evidentemente desacertado, de que

la interconexión internacional cada vez mayor va a conducir a una convergencia y homogenización de los distintos niveles de desarrollo. Por lo demás, la descripción de situaciones sociales de países más avanzados, conducen, al introducir el punto de vista del "atraso", a un estrechamiento fatal del interés del investigador, que con facilidad puede ocultarnos la individualidad cultural del objeto de estudio. Este es el peligro que ya se corre con la propuesta hecha por algunos autores, de partir de la "modernización del consumo" en la comparación internacional e internacional, para referir a dicha modernización las "desincronizaciones, y los procesos de adaptación, imitación y recuperación."¹⁸

- 7) Una de las condiciones especiales de los países en desarrollo es la gran extensión de la pobreza absoluta. Sin embargo, parece ser que la atracción del consumismo no descansa en el hecho de que satisfaga, de una vez por todas, las necesidades básicas, que en el transcurso de la historia preindustrial siempre fueron precarias. Su aura más bien la recibe de la impresión de que las necesidades básicas ya no son importantes y que se ha alcanzado la libertad para disfrutar individualmente del consumo. Una expresión histórica de eso en Europa, fue el papel simbólico de los estimulantes; en la actualidad p.e. se podría señalar el tiempo libre. La razón por la que este esquema es efectivo bajo condiciones sociales en las cuales prevalecen el hambre y la absoluta miseria como fenómenos de masas, requiere, obviamente, de una explicación. Aquí sería oportuna una indagación comparada de las relaciones existentes entre los bienes necesarios para vivir (*necessities*), los enseres propios de un hogar burgués (*decencies*) y los artículos de lujo (*luxuries*). En el primer plano de la revolución del consumo del siglo XVIII, estuvo la conversión de *luxuries* en *decencies* y la exaltación de muchos artículos de primera necesidad a objetos de la moda.¹⁹

El hecho de que la dinámica económica y social se concentrara en ese campo, de ninguna manera significó que la miseria masiva de los trabajadores industriales y la pobreza rural fueran desplazadas. Incluso después de terminada la pobreza extrema, siempre se encuentran de nuevo situaciones de emergencia en clases y familias específicas, en las épocas de desempleo, durante las guerras, etc. En este sentido, también en el centro se dieron fases de transición prolongadas, en las cuales la revolución de los consumidores avanzó en forma paralela a la pobreza absoluta.

En los países en desarrollo, el modelo de la sociedad de consumo comenzó a hacerse efectivo alrededor de los años treinta, cuando en Europa y los EE.UU. se estaba dando la transición al consumo de masas industrial. Los modelos de consumo importado se incorporaron directamente al consumo de lujo de las elites autóctonas en ultramar, máxime que allí las *decencias* de Europa pasaban por artículos de lujo. Por otra parte, con ello la satisfacción de las necesidades básicas sufrió una desvaloración relativa, lo cual impactó de modo especial el autoabastecimiento campesino y todas las actividades reproductivas, como p.e., el trabajo doméstico. Esta tendencia se manifestó en el llamado *urban bias* de la política económica estatal, ya que durante décadas se promovió en especial la industria y el consumo urbano a costa del sector agrario.

En este contexto llaman la atención algunos factores subjetivos que contribuyeron al fracaso de la llamada "estrategia de las necesidades básicas". Los proyectos de desarrollo orientados a la obtención de productos alimenticios y artículos de primera necesidad, no parecen despertar, por mucho, tanta motivación como el acicate que provoca trabajar para la adquisición objetos simbólicos de consumo suntuario. A los pequeños campesinos que defienden las bases de su subsistencia y no

quieren entregarse por entero al encuadramiento del mercado, se les considera "retrógrados". No sólo se les entretiene con vagas promesas de mejores precios para los productos agrarios, sino que casi no se les reconoce ningún rango social. A la inversa sucede hoy en Cuba: Hasta hace poco las necesidades básicas se hallaban garantizadas de modo ejemplar, pero la abstención del mundo multicolor de las mercancías importadas era considerada una humillación, ya que se percibía como una pérdida de la libertad. Y este impacto del consumismo no sólo afecta la capa alta acostumbrada a los lujos, sino a todo el pueblo en su vida cotidiana.

- 8) La investigación del consumo fuera de las sociedades industriales, requiere un método ajustado a las relaciones especiales. En los países en desarrollo encontramos un espectro insólito de situaciones, que van desde las más precarias hasta las formas más marcadas de consumo de lujo. La heterogeneidad social se expresa en una abigarrada serie de comunidades autóctonas, sociedades de pequeños campesinos y complejas urbes con millones de habitantes. Cada análisis debe, en primer lugar, recordar esta rica variedad y tener muy en cuenta que las segmentaciones étnicas y culturales, le imponen a la dinámica de la totalidad social límites estrechos. Es decir, se debe distanciar de la orientación de capa media que es inherente en los estudios norteamericanos de *consumption and marketing*.²⁰ En su lugar sería beneficioso analizar, desde el trasfondo de la heterogeneidad los modelos de comunicación e interacción, el papel de los grupos mediadores y los más variados efectos de las influencias externas.

Tradicionalmente se considera que la heterogeneidad mencionada es una expresión de la falta de integración de esas sociedades. No obstante, desde el punto de vista de las perspectivas de desarrollo globales, habría que preguntarse cuáles son las

oportunidades que puede ofrecer esa heterogeneidad. Para ello la cuestión del consumo tiene una gran importancia, debido a que el curso del desarrollo interno está determinado, no en última instancia, por la estructura y la motivación de la demanda privada. El maíz autóctono no puede ni siquiera garantizar la alimentación nacional, si las capas medias y precisamente las bajas, insisten en la ¿oferta? ¿MÁS BIEN DEMANDA? de pan blanco. Estrategias de desarrollo aparentemente racionales fracasan con frecuencia ante la resistencia de los consumidores, los cuales siguen una lógica muy peculiar. De modo que vale la pena conocer esa lógica y tomársela en serio. Ya no podemos considerar que la economía tradicional de los pigmeos o los indios selváticos, pueda servir de modelo en algún país. Pero resultan interesantes las modernas “combinaciones específicas” y sorprendentemente originales de autoabastecimiento y consumo de mercancías, que a menudo también presentan un elevado grado de adaptación ecológica. Para conocerlas, se requieren investigaciones histórico-críticas detalladas, que procedan con la misma sensibilidad cultural que lo están haciendo los nuevos trabajos sobre la historia social europea.²¹

- 9) Desde la perspectiva global no sólo son interesantes las fuerzas expansivas, sino también todas las iniciativas que desde el mismo centro ofrecen resistencia o presentan “alternativas”, y contra las cuales choca el desarrollo de la sociedad de consumo. En este sentido debe pensarse ante todo en las protestas contra el consumismo que realizan las diversas tendencias del movimiento juvenil y la cultura alternativa. Es interesante observar cómo desde comienzos de los años setenta del siglo XX, dichos movimientos toman como punto de referencia elementos de la tradición del Tercer Mundo, p.e. del movimiento indígena y las palabras

exhortativas de sus chamanes. Al lado de una relación romántica con la naturaleza, que mira hacia atrás, muchos de estos movimientos han demostrado que también poseen un potencial renovador en los aspectos culturales y ecológicos.

Es cierto que estos movimientos no desbordan la sociedad de consumo, sino que con frecuencia expresan su protesta, una vez más, por medio de estilos de consumo alternativo. Pero incluso así, son interesantes, porque atacan los puntos débiles en la legitimación de la sociedad de consumo, sean éstos las consecuencias dañinas para la salud que produce el consumo desmedido de carne, o la “injusticia” evidente del comercio mundial. Debemos tomar en consideración que la legitimación de la sociedad de consumo sigue siendo abrumadora, pero siempre tiene ciertos huecos y nunca está libre de contradicciones.

- 10) Simultáneamente, se debe buscar nuevos caminos para abordar como tema la concatenación global. Para ello la discusión no debe permitir su estrangulamiento, ni por los modelos neoliberales del mercado y por los ideólogos del libre comercio, ni tampoco por las implicaciones sistemáticas de las teorías del imperialismo, la dependencia o el sistema mundial. Un método histórico de naturaleza propia puede ofrecer la “biografía social” de aquellas mercancías individuales, que llegan a tener un lugar especial en el mercado mundial.

El punto de partida de los primeros ensayos en esta dirección se refiere al papel de las mercancías coloniales de los siglos XVII al XIX. Su importancia para la transformación de la vida cotidiana en Europa ya fue conocida por los contemporáneos y valorada como tal. De esa manera se plantea remontar el camino de esas mercancías hasta su lugar de procedencia en ultramar, reconstruyendo de ese modo el arco desde la casa de café europea hasta la plantación ultramarina, con el fin de

vincular el esclarecimiento histórico social y antropológico de la vida cotidiana con el análisis del sistema de producción.²² Está claro que para la función económica de las mercancías, carece de importancia el modo en que hayan sido producidas. Pero eso no es ningún motivo para restringir el análisis del comercio transatlántico a sus aspectos cuantificables, referentes a su cantidad y precio.

Detrás de la metáfora de la "biografía" de un producto, se encuentra en primer lugar el interés heurístico de introducirse desde un comienzo en el contexto social y cultural de su "vida". El procedimiento resulta ser fecundo, debido a que las conexiones por lo general son específicas para cada producto. p.e., las propiedades naturales de una planta predeterminan la zona climática, el ritmo de la cosecha y la cantidad de trabajo requerido en la plantación. Las cualidades materiales condicionan asimismo las posibilidades de almacenaje, de comercialización, teniendo en cuenta hasta las preferencias más sutiles del gusto de los consumidores. La definición cultural del valor determina que los productos puedan obtener significados totalmente nuevos, y que se descubran facetas del valor de uso que ni en sueños han pasado por la mente del productor. De esa manera una taza de café puede ser descrita por la publicidad como la llave para entrar al paraíso, o la adivina de la aldea puede leer en el residuo del café el futuro de las personas. Pero incluso estas significaciones tienen su base en determinadas propiedades materiales, lo cual quiere decir que para los mismos fines no se puede utilizar, sin problemas, otros productos. De hecho, a menudo los estimulantes más apreciados han tratado de ser suplantados por productos "sustitutos", pero precisamente por tener otro lugar de procedencia, estas sustancias tienen otra identidad y también otra "biografía."²³

La dificultad radica en desentrañar dentro de los contextos históricos a los sujetos sociales y sus actividades. Desafortunadamente, existe la mistificación muy difundida de convertir a los productos en "héroes secretos de la historia."²⁴ En lugar de eso, se debe convertir en tema de estudio el juego recíproco entre la oferta de mercancías (que resulta de la transformación de la naturaleza) y el tratamiento cultural. Para ello no interesan únicamente las estrategias y ganancias de los comerciantes coloniales, sino también la función social y las consecuencias materiales del tráfico de mercancías (alimentación de la población, abastecimiento de la industria con materias primas), las estructuras de comunicación, las influencias culturales intercontinentales.

Tampoco se trata solamente de completar la historia del consumo con una geografía económica de las plantas útiles y la explotación de las materias primas. Se trata más bien de estudiar de una manera nueva la concatenación global, debido a que los fenómenos observados pertenecen a la misma "economía mundial", en el caso del azúcar incluso a la misma esfera de influencia de un imperio colonial. Ya se mencionó que Mintz considera que la importación de mercancías coloniales y los cambios culturales vinculados a ella, constituyen una contribución *sui generis* a la revolución industrial. Coloca frente a frente el desarrollo del trabajo asalariado en Inglaterra y la esclavitud en las plantaciones caribeñas, y concluye que las formas de condiciones de trabajo contrapuestas no sólo coexistieron transitoriamente, sino que fueron impuestas en el proceso de la división del trabajo colonial. Un nuevo estudio investiga el consumo del café en Alemania y sus efectos en el país productor, Guatemala, durante la segunda mitad del siglo XIX. Tampoco el enorme crecimiento del intercambio de mercancías, en la era del libre comercio, pudo modernizar a Guatemala, sino sólo establecer

un nuevo sistema de plantaciones basado en el trabajo forzado de los indígenas. La consecuencia fue la agudización extrema de la heterogeneidad estructural con una división étnica de la sociedad. Al mismo tiempo, en Alemania se conocieron científicamente los efectos útiles de la bebida de café para la intensificación del rendimiento del trabajo, y se usaron de modo sistemático.²⁵

Lo que al fin y al cabo le interesa a Mintz, es “comprender la relación entre la mercancía y el hombre”, para con ello “descubrir nuevamente nuestra historia.”²⁶ Eso no sólo significa descubrir lo insólito en la vida cotidiana y la vida cotidiana en lo insólito. También plantea, ante todo, la tarea de desarrollar una y otra vez un concepto concreto de totalidad global.

Notas

1. Las ponencias presentadas al Simposio “Historia del consumo como historia social en comparación internacional durante los siglos XVIII-XX”, han tratado de ponerse tras las huellas de esa dinámica.
2. Estas reflexiones se deben entender como parte de una toma de posición nueva ante el trasfondo de la historia de la expansión europea y el surgimiento de la economía mundial. Pero debido a que falta todavía un buen trecho hasta el desarrollo de nuevas categorías, mantendremos de momento la pareja de conceptos generales descriptivos de “países en desarrollo” (periferia) y “países industrializados” (centro, metrópoli). El término genérico “Tercer Mundo” tiene la desventaja, de que no sólo abarca a países con distinto nivel de desarrollo, sino de culturas cualitativamente diferentes - cosa que se debe tener siempre presente en el trabajo de investigación histórico-social. No obstante, a nuestro parecer, la herencia común del pasado colonial y de la integración periférica en la economía mundial, constituye hoy como ayer una característica esencial y hasta cierto grado comparable de las “sociedades en desarrollo”.
3. F.Nuscheler, “Entwicklungspolitische Bilanz der 80er Jahre - Perspektiven für die 90er Jahre”, in: D.Nohlen/F.Nuscheler (Ed.), *Handbuch der Dritten Welt*, 3ra ed., vol.I, Bonn, 1992,

pp.156-178; E.Altvater et al. (Eds.), *Die Armut der Nationen. Handbuch zur Schuldenkrise von Argentinien bis Zaire*, Berlin, 1987.

4. Una discusión crítica de los argumentos y discursos nuevos en: M.Bonder, "Der Weltmarkt wird es richten. Nachholende Modernisierung als neue entwicklungsstrategische Orthodoxy", en: *Asien-Afrika-Lateinamerika* vol.22/1994, pp. 117-148.
5. S.Mintz, *Sweetness and Power*, New York, 1985.
6. Ver ahora P.Kriedte, "Vom Großhändler zum Detaillisten. Der Handel mit Kolonialwaren im 17. und 18". Jahrhundert, En: *Jahrbuch für wirtschaftsgeschichte*, 1994, pp. 11-36; C.Shammas, "Changes in English and Anglo-American Consumption from 1550 to 1800" en: J.Brewer/R.Porter (Ed.), *Consumption and the World of Goods*, London/New York, 1993, pp. 177-205.
7. Mintz, pp. 183 y ss.; R.Sandgruber, *Bittersüße Genüsse. Kulturgeschichte der Genußmittel*, Wien/Köln 1986; cf. tambien los interesantes, pero poco precisas tesis de: W.Schivelbusch. *Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genußmittel*, Frankfurt/M. 1990, y R.A.Austen/W.D.Smith, "Private Tooth Decay as Public Economic Virtue: The Slave-Sugar Triangle, Consumerism and European Industrialization", en: J.E.Inikori/St. L.Engerman (Eds.), *The Atlantic Slave Trade*, Durham/London, 1992, pp. 183-203.
8. Cf. A.Imfeld, "Das alltägliche Durchsickern fremder Kulturen", En: *Zeitschrift für kulturaustausch* 41/1991, pp. 187 y ss.; Exotische Welten-Europäische Phantasien, *Katalog einer Ausstellung des Instituts für Auslandsbeziehungen*, Stuttgart, 1987.
9. D.Meadows et al. (Ed.), *Los límites del crecimiento. Informe al Club de Roma sobre el Predicamiento de la Humanidad*, México 1973. Sus advertencias han sido resumido y agudizado por el estudio *Global 2000* (Washington 1979) y los escenarios del *Worldwatch Institute*.
10. E.Altvater, "Die globalen Folgen des Fordismus. Zur ökologischen Interdependenz von Metropolen und Peripherie", in: *Lateinamerika. analysen und berichte* vol.15, Münster/Hamburg, 1992, pp. 77-102.
11. G.Freyre, *New World in the Tropics. The Culture of Modern Brazil*, New York, 1959.

12. Con esta perspectiva Celso Furtado escribió sus conocidas obras, por ej. *Economic Development of Latin America*, Cambridge 1970 y *Die wirtschaftliche Entwicklung Brasiliens*, München 1975. Para un detallado estudio del problema del consumo en la teoría de la dependencia, ver M.Kraemer. *Konsumverhalten in Mexiko. Eine empirische Studie über die Veränderungen der Konsumstruktur von Nahrungsmitteln und deren Bestimmungsfaktoren*, München 1985.
13. A.J.Bauer, "Industry and the Missing Bourgeoisie: Consumption and Development in Chile, 1850-1950", En: *Hispanic American Historical Review* vol.70/1990, pp. 227-253.
14. Así el protagonista de la CEPAL, Raúl Prebisch, en su retrospectiva autocrítica 1984, citado según F.Fröbel/ J.Heinrichs/O.Kreye, "Entwicklungsstrategien der fünfziger und sechziger Jahre in der Retrospektive", En: *Leviathan* vol.17/1989, pp. 444 y ss.
15. Ver por ej. A. y M.Mattelart, *La cultura como empresa multinacional*, Buenos Aires 1974; un resumen del debate En: C.G.Motta, *Ideologia da Cultura brasileira (1933-1974). Pontos de partida para uma revisão histórica*, São Paulo, 1977.
16. Ver por ej. M.Chauí, *Cultura e democracia. O discursos competente e outras falas*, 4da. ed. São Paulo 1989; N.García Canclini, *Las Culturas Híbridas*, México, 1990.
17. Ver la ponencia de H.Schröter.
18. Ver Exposé del Simposio, p. 12.
19. Ver las ponencias de N.McKendrick y J.Brewer; el estudio central es: N.McKendrick/J.Brewer/J.H.Plumb, *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth Century England*, London 1982. W.Smith quiere mostrar que el consumo de té con azúcar pertenecía en Inglaterra desde temprano al estatus de "respetabilidad": "Complications of commonplace: Tea, Sugar, and Imperialism", En: *Journal of interdisciplinary history* vol. 23, 1992, pp. 259-278. Sobre los resultados de la agitación en contra del "lujo" ver P.Albrecht, "Kaffeetrinken. Dem Bürger zur Ehr', dem Armen zur Schand", En: R. Vierhaus (ed.), *Das Volk als Objekt obrigkeitlichen Handelns*, Tübingen, 1992, pp. 57-100.
20. Por ej. I.C.M.Cunningham/W.H.Cunningham/R.M.Moore, *Social Class and Consumption Behavior in São Paulo/Brazil*, Austin 1976; sobre el consumo de los hogares con mucho material

empírico, ver Ph.Musgrove, *Consumer Behavior in Latin America. Income and Spending of Families in Ten Andean Cities*, Washington D.C. 1978; un estudio por investigadores latinomericanos C.López de Rodríguez/H.Gómez Buendía, *Familia y Consumo en la Ciudad Colombiana*, Bogotá, 1977.

21. Ensayos interesantes de análisis del cambio cultural en: I.Molina Jiménez/St.Palmer, (Eds.), *Héroes al gusto y Libros de Moda. Sociedad y cambio cultural en Costa Rica (1750-1900)*, San José, 1992.
22. A pesar de ciertas deficiencias empíricas, el mencionado libro de Sidney Mintz sobre el azúcar tiene un valor ejemplar. Ver también el estudio universal de E.O.Lippmann, *Geschichte des Zuckers*, Leipzig 1890 (y ediciones posteriores) y el libro comprometido de A.Imfeld, *Zucker*, Zürich, 1983.
23. Cf. H.J.Teuteberg, "Zur Kulturgeschichte der Kaffee-Suurogate", en: D.U.Ball (Hg.), *Kaffee im Spiegel europäischer Trink-sitten*, Zürich 1991, pp. 169-199; C.M.Merki, *Zucker gegen Saccharin. Zur Geschichte der künstlichen Süßstoffe*, Frankfurt/M., 1993.
24. En este sentido H.Hobhouse, *Seeds of Change. Five plants that transformed mankind*, London, 1985.
25. V.Wünderich, "Die Kolonialware Kaffee von der Erzeugung in Guatemala bis zum Verbrauch in Deutschland. Aus der transatlantischen Biographie eines "produktiven" Genußmittels (1860-1895)", En: *Jahrbuch für wirtschaftsgeschichte* 1994, pp. 37-60.
26. Mintz, p.250. Un ensayo, necesariamente muy general, de desarrollar una "antropología de las cosas" En: A.Appaduraj (Ed.), *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, London/New York, 1986.