

ALBERTO YEBENES.—¿Qué quiere decir sociedad de consumo?

JIMENA ALONSO.—La primera dificultad con que tropiezo es que se trata de un concepto empleado tópicamente, cuyo contenido es tan vago y sus límites tan nebulosos que resulta poco menos que imposible definirlo con precisión... Cuando oímos hablar de sociedad de consumo, todos tenemos una idea, sabemos más o menos de qué va; pero lo que subrayo es la ambigüedad del término, que dificulta un acercamiento científico al tema, que —yo creo— debería ser abordado desde vertientes políticas socio-económicas y culturales.

SANTIAGO ROLDAN.—Se trata de un tipo de sociedad basado en la producción por la producción, en la creación continua de nuevas necesidades, ensanchando al mismo tiempo el mercado para que esas necesidades puedan ser cubiertas. La sociedad de consumo necesita producir cada vez más con el fin de desarrollar el proceso de acumulación, proceso que ha llegado al paroxismo en las sociedades capitalistas avanzadas. Se trata, en definitiva, de producir mercancías; no es el reino del hombre, sino «el reino de las mercancías».

ELOY TERRÓN.—En mi opinión, la sociedad de consumo es el mecanismo de integración de las masas dentro del sistema de capitalismo maduro. Es un mecanismo barato y perfecto que funciona por la inserción de las masas en la disciplina del trabajo, único procedimiento para obtener medios de compra que den acceso a la «felicidad adquisitiva»... Porque el consumo, mejor aún, la «espiral infernal del consumo» es el instrumento que permite unir al individuo a la insalvable máquina de estrujar trabajo que es la empresa capitalista. Sin esa «espiral infernal», no habría fuerza capaz de obligar al individuo a trabajar más y más hasta convertirlo en un ser obsesionado por la idea de obtener cada vez mayores ingresos.

JULIAN ARIZA.—Aparte de que la sociedad de consumo corresponda al designio de la burguesía de perpetuar su dominio y acrecentar sus beneficios, habría que analizar el hecho de que —desde sus orígenes— el capitalismo se ha visto sometido a tensiones y enfrentamientos con la gran masa de trabajadores, que con su esfuerzo creaban una riqueza, unos bienes, cuyo disfrute les era luego vedado. Sin entrar en detalles sobre ese proceso, es evidente que la burguesía ha tenido que hacer concesiones y reajustes en su dispositivo político y económico como único modo de ir capeando los sucesivos temporales. Uno de esos reajustes, el más actual quizá, es el de generalizar el uso y disfrute de algunos de los bienes creados por el trabajo. Por eso creo que en esa

LA SOCIEDAD DE CONSUMO

De «fría racionalidad», de «espiral infernal», «mecanismo integrador», califican diversas personalidades, en esta mesa redonda, a la sociedad de consumo: aspiración que, en momentos de crisis económica, parece alejarse para tantos ciudadanos cuando se les había amaestrado para su disfrute.

ALBERTO YEBENES

generalización que caracteriza a la sociedad de consumo subyace también, aunque con efectos deformados, la lucha de clases.

GARCIA REYES.—Tal vez, una de las características a destacar sea el contraste entre la profunda irracionalidad presente en los presupuestos de la sociedad de consumo y la fría racionalidad que se aplica para la consolidación del poder y el beneficio de la clase dominante. Este aspecto tiene una dimensión psicológica, ya que el hombre está obligado a manejar su razón en un sentido cada vez más preciso, pero sólo aplicada a una parcela de su actividad —aquella que se relaciona, en su trabajo, con la producción, la organización de la empresa, los estudios de mercado, etcétera—, mientras que, en su vida como totalidad, necesita prescindir de lo racional para poder sentirse integrado en una sociedad que ha elevado a la categoría de valor supremo el consumo por el consumo.

A. Yébenes.—Cara a las necesidades del hombre, ¿cuál es la aportación de la sociedad de consumo?

J. Alonso.—Pienso que el hombre tiene una serie de necesidades que se crean y se resuelven de acuerdo con el sistema social en que está inscrito. Es indudable que la sociedad de consumo —basada en la obtención del beneficio— no sólo no solucionará satisfactoriamente lo que podríamos llamar necesidades básicas del hombre, sino que tendrá que estimular

otras muchas, esenciales para el mantenimiento de sus estructuras explotadoras, nunca enteramente satisfechas y —desde mi punto de vista— a todas luces irracionales.

S. Roldán.—Teniendo en cuenta que el objetivo de la sociedad de consumo es la obtención del máximo beneficio para el capital, es lógico trate de crear necesidades a nivel individual y proponga también soluciones de tipo individual. La necesidad del transporte en una sociedad moderna —pongo por caso— podría haberse resuelto de una forma menos costosa para la colectividad a través de los transportes en común; pues bien, esa orientación se ha visto descartada en beneficio de soluciones individualistas, con todo lo que ello supone de derroche e ineficacia. Otro caso de derroche es el del desaprovechamiento de las posibilidades ofrecidas por el progreso tecnológico; que los avances de la ciencia y de la técnica sirvan para aligerar las tareas del hogar —lavadoras, etcétera— es algo deseable. Lo malo es que, mientras una sola lavadora de características adecuadas podría subvenir a las necesidades colectivas de un bloque de viviendas, haya una lavadora de escasa capacidad en cada hogar. Esto es así porque, en la óptica capitalista, es más rentable que cada familia tenga la suya y satisfaga su necesidad individualmente.

E. Terrón.—Lo negativo es que las necesidades se canalicen hacia un fin único, hacia el fetichismo

de la mercancía; que se estimulen unas necesidades para mejor exprimir al trabajador.

G. Reyes.—La hipertrofia del afán de consumir, consecuencia del estímulo artificial de necesidades casi siempre accesorias, corre paralela a la imposibilidad de adquirir todo lo que se nos ofrece. Se nos propone una amplia gama de productos y servicios como representación de lo que debe formar parte de una existencia normal, pero son relativamente pocos los que disponen de los medios para acceder a ellos. Cada clase social tiene unas determinadas posibilidades de alcanzar ese ideal de vida que la sociedad nos presenta, y la desproporción entre el deseo de satisfacerlo y los recursos de que se dispone no puede sino fomentar formas de vida carentes de sentido humano o conductas delictivas... Se puede llegar a los máximos sacrificios para pagar objetos, frecuentemente no indispensables, o se pueden desatender necesidades fundamentales por poseer cosas innecesarias. Esta subversión de valores es la consecuencia del deliberado intento de embrutecimiento e idiotización necesario a esta sociedad para conseguir que el hombre consuma lo que se le ofrece, con independencia de sus necesidades reales.

J. Ariza.—Dentro de los relativamente pocos países que forman el área de lo que venimos llamando —para entendernos— sociedad de consumo, está claro que el poder sigue detentándolo el gran capital. No puede extrañar, pues, que se produzca la irracionalidad inherente al sistema, que se machaquen los cerebros con un despliegue inaudito de medios propagandísticos destinados a crear unas apetencias, eso sí, pero marginando deliberada y cuidadosamente otras. Se habla de que este mecanismo integra a las clases y aleja la perspectiva de una solución verdaderamente democrática, de una liberación, y —sobre esto— quiero decir que si bien es cierto que en algunos de estos países existen claras muestras de asimilación, de conformidad con el «statu quo» por parte de la mayoría de los ciudadanos, incluidos —desgraciadamente— amplios sectores de la clase obrera, también es cierto que hay otros países donde el sistema es puesto en cuestión mayoritariamente. Al decir esto pienso en el caso reciente de Francia; quizá no se ha valorado suficientemente el hecho de que en las últimas elecciones legislativas, la mayoría ha votado a la izquierda, esto es, cambios. Que luego, en virtud de las peculiaridades de un sistema electoral, haya sido una minoría quien haya conseguido más escaños en el Parlamento, es otra cosa y no quita significación a lo que acabo de decir. Por eso, a la hora de valorar políticamente la sociedad de consumo, no hay que dejarse engañar por las apariencias.

JIMENA ALONSO.—De San Sebastián, treinta y cinco años. Profesora de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Complutense. Presidenta de la Asociación Española de Mujeres Universitarias.

JULIAN ARIZA.—De Madrid, treinta y ocho años. Maestro industrial y deliniente. Representante sindical entre 1957 y 1966, año en que fue destituido de sus cargos de vocal provincial del Metal, de Madrid, y Jurado de Empresa de Perkins.

SERGIO GARCIA REYES.—De Valencia, treinta y cinco años. Médico psiquiatra en la Ciudad Sanitaria Francisco Franco, de Madrid.

SANTIAGO ROLDÁN.—De Sevilla, treinta y tres años. Economista, profesor en la Universidad de Madrid. Es miembro de la Redacción de TRIUNFO.

ELOY TERRÓN.—Natural de Fabero (León), cincuenta y cuatro años. Doctor en Filosofía, sociólogo. Profesor en la Complutense del 54 al 65. Autor de «Sociedad e Ideología en los orígenes de la España contemporánea», etcétera. Recientemente ha sido elegido decano del Colegio de Doctores y Licenciados.



«La hipertrofia del afán de consumir, consecuencia del estímulo artificial de necesidades casi siempre accesorias, corre paralela a la imposibilidad de adquirir todo lo que se nos ofrece...»

No creo que los quince-dieciséis millones de franceses que vienen cada verano a disfrutar de nuestro sol sean, exclusivamente, los partidarios de Pompidou.

A. Yébenes.—Vivir en una sociedad de consumo significa, entre otras cosas, estar sometido al martilleo manipulado y manipulador de la propaganda-pública.

J. Ariza.—En lo que se refiere a la propaganda, a mí me resulta particularmente digno de mención el esfuerzo que hace la televisión por persuadirnos de que vivimos en el mejor de los mundos, por pintarnos la vida —de aquí y ahora— color de rosa, evitando el debate libre y la libre exposición de ideas sobre problemas que por su importancia nos atañen a todos; en una palabra, tratando al ciudadano como si fuese menor de edad. En cuanto a la publicidad, ya sabemos que se basa en el análisis de las reacciones del individuo ante diversos estímulos o motivaciones con vistas a la mejor penetración de un producto o servicio en un mercado específico. La publicidad no pretende servir al consumidor a través de una función informativa y orientadora. Los costos de este negocio, que no crea riqueza y que utiliza recursos fabulosos, recaen sobre el consumidor.

E. Terrón.—La publicidad supone más de la mitad de todo lo que se imprime hoy día. Si añadimos la publicidad por radio, televisión, etcétera, comprenderemos el enorme volumen que supone, el lugar que ocupa y el papel que juega en la vida cotidiana. Personalmente creo que, en sí misma y como tantas otras cosas, ni es buena ni es mala; depende del uso que de ella se haga. En la sociedad capitalista es con demasiada frecuencia mentirosa, inexacta, peligrosa e irresponsable; no dice la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad; a veces propone productos que no sirven para nada o que pueden dañar la salud del consumidor.

J. Alonso.—Al igual que ocurre en otros países más democráticos del área de la sociedad de consumo, habría que establecer unas normas reguladoras de la publicidad que garantizasen —por ejemplo— el control de la calidad de los productos anunciados, aunque sin perder de vista la verdadera naturaleza de la sociedad de consumo, que hace que todos los intentos de racionalidad tomados desde el interior del sistema, tengan una eficacia muy relativa...

S. Roldán.—De lo que no cabe duda es de que los medios hasta aquí empleados son insuficientes. Ahí tenemos el caso de una central lechera multada por el Consejo de Ministros con cincuenta millones de pesetas, pues ni la cantidad ni la calidad de la leche que vendía se ajustaban a lo prescrito. Y yo me pregunto: ¿qué peso tiene una multa de equis millones, si los beneficios han sido muchísimo mayores? ¿Quién resarce al consumidor por haber tomado un producto básico —como la leche— adulterado y por haber pagado un precio que no se ajustaba a la mercancía comprada? Cosas así permiten que una empresa pueda obtener pingües ganancias por el simple expediente de robar veinte duros al mes, durante años, a centenares de miles de consumidores. Resulta significativo que, en Estados Unidos, la relación entre los gastos de la industria de la alimentación para investigar la inocuidad de ciertos productos y los gastos destinados a publicidad sean de cero coma cuatro y diecinueve por ciento, respectivamente. Claro que a las empresas lo que les preocupa en primer lugar no es facilitar al consumidor una alimentación sana y de la mejor calidad, sino la obtención de cada vez mayores beneficios.

A. Yébenes.—¿Y el Código Alimentario?

S. Roldán.—Desde hace algún tiempo, nos vienen anunciando la inminente entrada en vigor del Código Alimentario. Pero yo me

pregunto: ¿Permiten los actuales sistemas de fabricación la aplicación a raja tabla de ese Código? Y, sobre todo, ¿cómo va a funcionar? Se me olvidaba un dato: la central lechera a que aludía, la de los cincuenta millones de multa, anunciaba sus productos en Televisión Española.

G. Reyes.—El individuo se encuentra indefenso ante la publicidad, ya que ésta no va encaminada a razonarle las ventajas o utilidad de un producto, sino a estimular motivaciones muy primarias y más o menos inconscientes.

A. Yébenes.—Si hubiese que materializar la representación de la sociedad de consumo, creo que la elección recaería —con justicia— en el automóvil, esa vaca sagrada de Occidente, como lo llamó Arturo Soria. Pero, dejando aparte la simbología, ¿qué significa en realidad el automóvil?

S. Roldán.—Baran, Sweezy y otros muchos economistas, el estudio la historia del capitalismo monopolista, colocan al automóvil —junto con la máquina de vapor y el ferrocarril— como una de las «innovaciones que hacen época». Por su enorme asignación de recursos, así como por su repercusión en el proceso urbanístico, el sector del automóvil es una de las inversiones que más tiran del proceso de acumulación capitalista. Ha influido e influye de modo decisivo en la industria petrolífera, en la metalurgia, en múltiples actividades. Moviliza garajes, talleres de reparación, gasolineras, etcétera.

A. Yébenes.—¿Cuál es la situación del sector en España?

S. Roldán.—Unas setecientas mil personas —es decir, el cinco por ciento de la población activa— dependen para su trabajo de este sector. Es, nos guste o no, uno de los factores fundamentales de la industria nacional y su expansión supera todas las previsiones: la producción de automóviles —seiscientos diecisiete mil ciento trece, en mil novecientos setenta y dos— crece a un fuerte

ritmo anual, tan sólo superado por el Japón. Ahora bien, hay dos aspectos importantes a considerar: en primer lugar, todos los modelos fabricados en la actualidad lo son bajo licencia extranjera, existiendo penetración de capital de las casas matrices en todas las empresas fabricantes, Chrysler controla el setenta y siete por ciento del capital invertido de Barreiros; Fiat, el treinta y seis por ciento del de Seat...; en todos los casos, el control está en el extranjero.

A. Yébenes.—¿Por qué ese interés del capital internacional hacia nuestro país?

S. Roldán.—Porque ofrece ventajas muy claras, tales como mano de obra barata y una legislación laboral ventajosa. Hay que tener en cuenta que Motor Ibérica ha pasado de doscientos siete millones de beneficio —en mil novecientos setenta y uno— a trescientos cincuenta y siete, en el setenta y dos; la Chrysler espera llegar este año a los seiscientos millones, y así sucesivamente. En resumen, en este sector, España es tributaria del capital y la tecnología extranjeros; sólo en mil novecientos setenta y dos, España pagó doce mil millones por asistencia técnica; la Seat —que en mil novecientos setenta y uno obtuvo un beneficio neto de trescientos setenta y nueve millones— pagó en mil novecientos setenta y dos la cifra de quinientos cincuenta y nueve millones en concepto de «royalties». Por otro lado, servimos de plataforma exportadora para las llamadas empresas multinacionales, que encuentran —y este es el otro aspecto importante a que aludía hace un momento— grandes facilidades por parte de la Administración. He aquí algunos ejemplos: hasta hace poco, la legislación del sector especificaba que el noventa por ciento de los componentes de un vehículo debían producirse en España; pues bien, como consecuencia de la venida de la Ford, ese porcentaje ha sido modificado, permitiéndose la importación de un mayor número de piezas y dando una importancia cada vez mayor a la función de montaje; se ha autorizado también una subida de precios y —por si fuera poco— se le ha declarado sector preferente con todos los beneficios que eso implica, especialmente en lo relativo a créditos a bajo coste, lo cual resulta chocante por tratarse de un sector en expansión y con una demanda creciente. Si tenemos en cuenta que tanto los centros de decisión como los principales receptores de beneficios se encuentran fuera del país, deduciremos que este estado de cosas supone una auténtica limitación de la soberanía nacional y da lugar a hechos que implican colonización económica, tales como prohibición de exportaciones o limitación de las mismas a áreas marginales, fabricación de modelos claramente obsoletos —caso del Dodge Dart, en su día im-

LA SOCIEDAD DE CONSUMO

posición del modelo a fabricar, que se concreta en la producción de modelos de la gama mil doscientos—Seat 1430, 124 y 127; Renault 12; Simca 1200—, cuando un estudio racional—racional aceptando el principio de la necesidad de la fabricación masiva de automóviles, claro— que hubiese tenido en cuenta la infraestructura actual y demás variables a considerar hubiese concluido en las ventajas de centrarse en la gama novecientos—Seat 850, Simca 900 y 1000, Renault 8—, hecho coincidente a otro nivel con la supeditación del Plan de Autovías Redia al Plan Nacional de Autopistas... Creo que estos hechos, sobre los que se podría hablar ampliamente, entran de lleno en la práctica del capitalismo monopolista de estado y de la sociedad de consumo.

J. Ariza.—La industria del automóvil ha jugado y juega un importante papel en lo relativo a la organización de la producción y al establecimiento de una disciplina del trabajo de tipo taylorista, con todo lo que eso comporta en el conjunto de las relaciones de producción. La cadena de montaje—de la que fue pionero Henry Ford en su factoría de Detroit—permite, junto con ritmos de productividad muy elevados y desmenuzamiento de las diferentes operaciones y trabajos, la producción en masa y la reducción de costos, pero, al mismo tiempo, hace que este sector obrero sea uno de los más conflictivos al intentar continuamente la mejora de sus condiciones de trabajo, que las necesidades de la producción hacen muy duras y frecuentemente inhumanas. Contemplado desde otra perspectiva, veremos que el automóvil es uno de los elementos básicos desencadenantes del consumismo, en el sentido marcado por Ford al concebir la idea de que fuesen sus propios obreros los compradores de los coches que producían. Y es que, si bien no está al alcance de cualquiera la propiedad privada de los medios de producción, resulta bastante más asequible—con más o menos sacrificios—la propiedad privada de un coche. De esta manera, el automóvil cumple, junto con otros bienes de consumo, un papel ideológico de sustitución que no hay que olvidar ni despreciar.

E. Terrón.—La ciudad ha cambiado de fisonomía con la aparición masiva del automóvil. Primero se crean fábricas, se asignan recursos, puestos de trabajo, se amplía el mercado..., pero después viene la adaptación de la ciudad a las exigencias de la circulación: el espacio se concibe en función de las «necesidades» del automóvil, la ciudad se convierte en un medio hostil al individuo, se movilizan enormes recursos para construir infraestructuras que siempre van muy por detrás de unas necesidades que crecen de día en día... Teniendo en cuenta el incremento progresivo del parque automovilístico y teniendo en

cuenta que cada coche ocupa una superficie determinada, cabe prever la saturación; y eso por mucho que se arbitren medidas administrativas—zonas cerradas al tráfico privado, zonas azules, etcétera—, o por muchas manzanas enteras que sean derribadas para construir vías más amplias. La circulación está abocada a ser cada vez más lenta y pesada, aumentará el número de horas perdidas absurdamente, será cada vez mayor el derroche de combustible, los transportes públicos se resentirán del exceso de automóviles y tenderán a ser más caros, lentos y deficientes; llegará un momento en que la circulación quedará congelada, en que habrá tantos coches que será imposible conducir... A lo largo de estos últimos treinta años, su número se ha quintuplicado a escala mundial, hay doscientos millones más; de seguir así, a fines de siglo, países enteros se verán convertidos en desiertos motorizados.

A. Yébenes.—Un panorama desolador, negativo...

E. Terrón.—No se trata de hacer un proceso al automóvil, sino de señalar los peligros que entraña el olvido del bien común en beneficio de unos intereses particulares. No puede negarse que el automóvil es un potente instrumento de desarrollo de la individualidad; los hombres no pueden moverse, desplazarse gregariamente, cuando sientan la necesidad de visitar una ciudad o de vivir la soledad de la Naturaleza. El automóvil tiene un papel a jugar en el desarrollo y realización del individuo, en la realización del ocio. Pero no puede abusarse de él hasta convertirlo en factor de gravísima perturbación para la colectividad. En las grandes ciudades, los movimientos son masivos, miles de personas realizan los mismos o parecidos desplazamientos; es irracional que cada persona utilice su medio de transporte individual, se impone el transporte colectivo como más económico, más eficaz y tecnológicamente más adecuado a las ciudades modernas. Conviene recordar que un solo autobús puede cumplir el mismo servicio que veinte-treinta automóviles. El transporte público, colectivo, es el medio ideal y lógico en el interior de las ciudades, entre ciudades y siempre que numerosas personas se desplazan en la misma dirección. Además, en esas condiciones, tiene que ser mucho más rentable que el transporte individual, sin olvidar que existe la rentabilidad social. Jané Solá resume muy bien todo esto cuando dice: «El culto del automóvil es costoso, económica y socialmente. Provoca continuos gastos para que una minoría a la larga tampoco circule. Y está matando lenta pero inexorablemente las colectividades urbanas».

A. Yébenes.—¿Puede hablarse de una psicopatología producida por el automóvil?

G. Reyes.—Creo que sería más

acertado hablar de una patología producida por la configuración global de la vida en la sociedad de consumo, y no específicamente ligada a un solo objeto como es el automóvil. Lo que pasa es que el automóvil facilita la expresión de una cierta patología y sirve para canalizar instancias agresivas, competitivas o de autocastigo, que en otras condiciones necesitarían mecanismos más complejos de exteriorización. Piénsese, a partir del elemental manejo de un automóvil, cuántas falsas vías de escape a las diarias frustraciones puede encontrar una persona con simplemente apretar un pedal, desplazando a la velocidad y a la potencia de un motor una imagen compensadora de sí mismo. En una época en que las tasas de suicidio aumentan constantemente, el creciente número de accidentes en carretera no parece ser ajeno a estos impulsos autoagresivos, potenciados por el automóvil hasta sus últimas consecuencias.

J. Alonso.—No hace falta demostrar, creo yo, lo costosísimas que resultan las inversiones en infraestructuras—red viaria, pasos elevados, aparcamientos—que se realizan cada día y que, en un futuro más racional, podrían muy bien quedar como monumentos al despilfarro, a la imprevisión y a la incapacidad del capitalismo para aportar soluciones al servicio del hombre. Y no veo justificación para la deficiente e irracional asignación de recursos a que se está procediendo, para que se inviertan sumas enormes cuando hay necesidades infinitamente más prioritarias pendientes de solución. Un desarrollo, una prosperidad, no tienen por qué ser medidos a través del número de automóviles, sino en función de las necesidades sociales realmente satisfechas: vivienda, alimentación no adulterada, seguridad social, servicios públicos, niveles de educación, esparcimiento, etcétera.

A. Yébenes.—Una consecuencia grave de la producción en masa de automóviles son los accidentes.

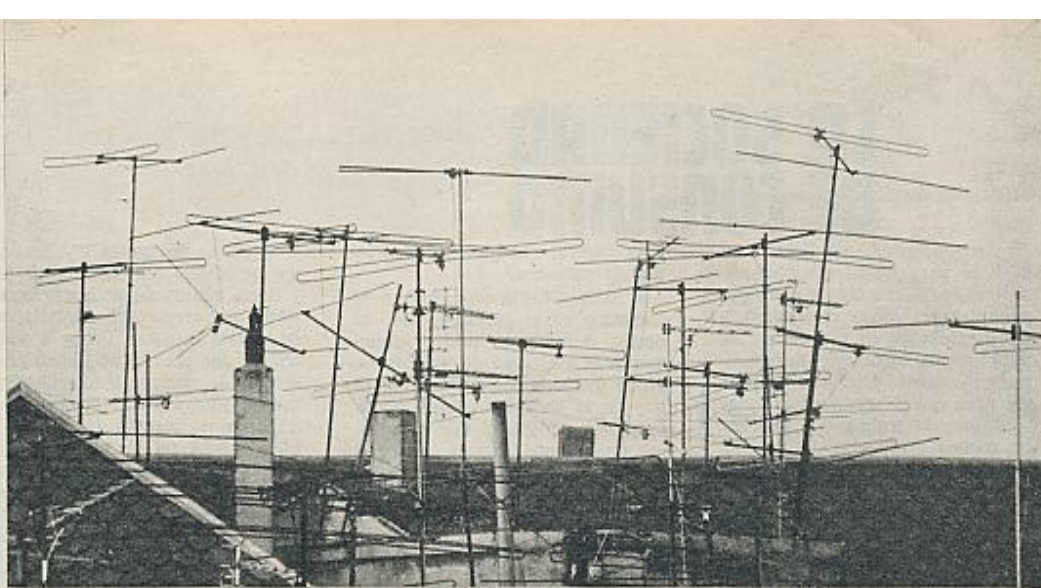
G. Reyes.—Se trata de algo tan serio que los automóviles han reemplazado a las enfermedades infecciosas como principales causantes de muertes posibles que, durante la primera mitad de la vida de un ser humano, lo más probable es que la muerte se produzca por accidente, siendo los de carretera la causa de más de la mitad de estas muertes accidentales... Las medidas adoptadas para paliar esta carnicería—más controles de circulación, vías de una sola dirección, cinturones de seguridad, etcétera—no son sino parches escasamente eficaces y muy caros que dejan intactas las causas profundas, entre las cuales, el afán de lucro de las empresas, que hace que su preocupación prioritaria sea la de aumentar la producción de coches, a ser posible de modelos que se desgasten y pasen de moda cuanto antes, relegando los pro-

blemas de seguridad a segundo término.

J. Alonso.—Bueno, eso quedó probado cuando el proceso que opuso al abogado norteamericano Ralph Nader y a la General Motors... Yo quisiera tocar, aunque no fuera más que de pasada y sin extenderme demasiado, a un fenómeno característico de la sociedad de consumo y del que el automóvil es una de las causas. Me refiero a la contaminación. Yo creo que el problema de la contaminación es un resultado lógico del modo de producción capitalista, una consecuencia de la producción por la producción. Sabido es que para el capitalismo los factores no contabilizables en pérdidas o ganancias mercantiles—factores sociales y humanos, la Naturaleza—carecen de significado, de ahí que las industrias se hayan desarrollado sin preocupaciones sobre el despilfarro de recursos naturales o la contaminación. ¿Qué les importaba a las empresas—que ni siquiera se preocupaban debidamente de la salubridad de las condiciones de trabajo—la salud futura, a largo plazo, de la gente de la calle? Para el capitalismo, la contaminación del aire, de las aguas, del suelo, al igual que el agotamiento o despilfarro de los recursos, eran cuestiones que no se planteaban. Sólo ahora, cuando el problema se plantea con caracteres de peligro serio e inmediato, surge la campaña anti-polución; y no por motivos filantrópicos, sino porque la lucha contra la contaminación puede ser una nueva forma de obtener beneficios y convertirse en uno de los grandes negocios del último cuarto del siglo veinte... Desde hace bastantes años existen los medios para evitar la contaminación, como desde hace mucho hay la posibilidad de fabricar coches que no envenenen la atmósfera, pero pasaron antes los intereses de las grandes empresas... Por último, quisiera hacer constar que—como corresponde a toda formación de tipo capitalista—los beneficiarios privados tienden a cargar los llamados costes sociales a la sociedad en su conjunto, y no solamente los costes, sino también la responsabilidad. Es evidente que el ciudadano normal no es responsable de la contaminación—todo lo más, algunas latas y botellas cuando sale al campo—y, sin embargo, se hace recaer en gran medida sobre él la responsabilidad de la contaminación. Diluida esta responsabilidad entre todos, puede abordarse este tema vaciándolo de su contenido político, utilizándolo—por otro lado—como cortina de humo frente a problemas no tan fácilmente enmascarables como la miseria de un tercio de la Humanidad, la explotación del hombre por el hombre...

A. Yébenes.—¿Qué peculiaridades reviste en España la sociedad de consumo?

G. Reyes.—Una de ellas podría ser la derivada de la coexistencia de dos tipos de normas: por un



«Resulta particularmente digno de mención el esfuerzo que hace la televisión por persuadirnos de que vivimos en el mejor de los mundos, por pintarnos la vida color de rosa...».

lado, las propias de un sistema de valores —de una educación— de corte espiritualista, tradicional, y por otro, las típicas de toda sociedad de consumo. A nivel psicológico, esto crea un desconcierto, una ambivalencia y —en muchos casos— los esquemas recibidos no encuentran su trasposición en la realidad práctica con la que hay que enfrentarse. Este fenómeno se agudiza en gentes procedentes del campo.

E. Terrón.—España es un caso de industrialización tardía y ha pasado en veinte años de una economía agraria —muy característica— a una producción industrial bastante desarrollada. Este tránsito no ha sido gradual, sino anárquico, se ha dado en circunstancias especiales y no puede responder, por tanto, a modelos de otros países; el consumo no ha pasado —pongo como ejemplo— por las etapas que ha pasado en Gran Bretaña, USA, Alemania o Francia. Recuerdo una encuesta realizada cerca de familias modestas —en la segunda mitad de la década de los años sesenta— para saber qué apreciaban más, si las lavadoras o los televisores. Las contestaciones fueron ampliamente favorables a la televisión, cuando es evidente que una lavadora es más útil. Este detalle nos ayuda a comprender la evolución de la producción y el consumo, explica muchas irracionalidades.

A. Yébenes.—A título de paréntesis se habla ya de la civilización del ocio como etapa siguiente a la sociedad de consumo. ¿De qué se trata y en qué medida nos concierne a los españoles?

E. Terrón.—En lo que se refiere a España, y en prácticamente todos los países —incluso los más industrializados—, con el ocio sucede lo mismo que con la sociedad de consumo, que, salvo para una reducida minoría, existen solamente como materia de divagación —y de confusión—, de «futurólogos», de algún que otro sociólogo, y no llegando a la mayoría más que las migajas del festín. ¿Cómo hablar de ocio en un país en el que la jornada diaria de trabajo ha llegado a alcanzar una duración indefinida, pero muy por encima de la jornada legal, ya de por sí larga; en un país

donde, según recientes estadísticas, el cincuenta y dos por ciento de la población no disfruta de vacaciones? El pluriempleo y las horas extraordinarias se han hecho normales para la mayoría de los trabajadores españoles... El ocio, en cuanto empleo activo del tiempo que le queda libre al individuo después del trabajo, es un problema de futuro, de cuando no sólo la mecanización y la automatización, sino —sobre todo— la organización racional de la producción reduzcan la jornada de trabajo a límites hoy inimaginables. Entonces el ocio alcanzará una importancia decisiva para la vida de los hombres, para el desarrollo de su personalidad. Hoy significa muy poco, nada.

J. Ariza.—Cuando el salario mínimo es de ciento ochenta y seis pesetas diarias, y oficialmente se reconoce que ese salario afecta a unas seiscientas mil familias, lo menos que puede decirse es que la nuestra es una sociedad de consumo un tanto especial. Quiero precisar que cualquiera que sea su forma de presentarse, el capitalismo me parece nefasto; no obstante, eso no me impide distinguir las diferencias existentes entre el capitalismo de unos y otros países. Yo soy de los que piensan que es menos malo ser partícipe de algunas ventajas de la sociedad de consumo, que, además de no serlo —como nos ocurre a la mayoría de los españoles—, tener que padecer todo lo negativo que comporta ese tipo de sociedad. Y no se olvide que en los países que se toman como modelos de sociedad de consumo, el ciudadano goza de unas prerrogativas, de unas libertades que —con todos sus inconvenientes y limitaciones— para nosotros quisieramos... Hay, sin embargo, quienes temen que un posible acercamiento a esos modelos se traduzca en integración de clases y en el consiguiente alejamiento de la posibilidad de un cambio estructural capaz de llevarnos a lo que realmente deseamos; esto es: a una sociedad más coherente que elimine de su desarrollo el desbarajuste y despilfarro típicos de la producción capitalista. Sinceramente, no comparto ese temor, ni me asusta la

sociedad de consumo; pienso que el acceso a los bienes de consumo no mengua automáticamente la combatividad de la clase obrera ni la desvía de sus objetivos últimos. A título de orientación cabe señalar que, en nuestro país, son las provincias con mayor renta por persona las que protagonizan la mayoría de las crónicas de luchas y acciones, y es un hecho comprobado que los núcleos de vanguardia se nutren mayoritariamente de trabajadores con buena calificación profesional.

J. Alonso.—Como en otras varias materias que afectan fundamentalmente a la colectividad, hemos aquí metidos —en virtud de decisiones tomadas por arriba y sin haber intentado conocer previamente la opinión del ciudadano— en la senda del desarrollismo-consumismo, única capaz —según sus ideólogos— de conducir al español a la felicidad. Una característica singular de la incipiente sociedad de consumo a la española es la de que el «despegue» se financia y se apoya en buena medida en dos fenómenos: la emigración masiva de trabajadores, con todo lo que ello comporta de aberración económica y traumatismo social, y la afluencia de turistas extranjeros, que, habiendo alcanzado ya las previsiblemente cotas máximas —y existiendo otros países con tanto o más sol, playas y tipismo que nosotros y, al paso que vamos, con precios mucho más asequibles—, puede iniciar su estancamiento o declive en cualquier momento. Si en el primero de los dos fenómenos hay además una dimensión humana a retener, tanto en uno como en otro se aprecia una fragilidad, una provisionalidad, que no se prestan precisamente al optimismo.

S. Roldán.—Es claro y evidente que aquí funcionan normas y pautas de comportamiento típicas de una sociedad de consumo, sobre todo en las grandes ciudades. En este sentido, las diferencias son cada vez menores con respecto a Europa, aunque a nivel de servicios, de educación... y no hablemos de las zonas rurales, las diferencias son todavía considerables. No se puede ignorar que la economía española ha conocido en los años sesenta y setenta

transformaciones sustanciales, con tasas de crecimiento elevadas que han asegurado un importante proceso de acumulación de capital, pero tampoco se puede ignorar que —comparadas con las de otros países, a los que se pretende podamos equipararnos un día— tanto la planificación como la dirección y realización de este desarrollo encierran puntos débiles y deficiencias preocupantes. Podría definirse el momento actual como de etapa de transición, previa a la plena incorporación en los mecanismos típicos de la sociedad de consumo, todo ello en el marco de una ideología aparentemente despolitizada y basada en el binomio «producir por producir-consumir por consumir», sobre cuyo contenido irracional me parece ocioso volver a insistir.

A. Yébenes.—Para terminar, quisiera formular una pregunta personalizada a cada participante en esta mesa redonda: ¿Cómo está la enseñanza en nuestra incipiente sociedad de consumo?

J. Alonso.—La enseñanza, que debería ser un intento de conocimiento y aproximación del mundo, se convierte en una sociedad desarrollista como la nuestra en una de las más importantes armas de control. Es decir, se programa la enseñanza en función de los intereses del sistema, y, naturalmente, esto se traduce en un vicio de origen que hace que aun las iniciativas pedagógicas aparentemente revolucionadas, estén, en definitiva, lastradas... Tomemos un ejemplo: la escolaridad obligatoria para los niños hasta los catorce-dieciséis años, que en principio parecería un intento de socializar la educación escolar; pero, ¿qué es lo que hay tras esa apariencia? Creo yo que en esa larga y forzada permanencia, lo primero que se enseña a los estudiantes es a confundir los métodos de adquisición del saber con el saber en sí mismo, y una vez que se les ha borrado esa diferencia, están maduros para aceptar la lógica del sistema escolar y listos para creer que adquirir unos conocimientos —que en principio deberían ser la vía para su realización como seres humanos— consiste en pasar de clase en clase hasta desembocar en la consecución de un diploma, símbolo de competencia y que da derecho a ocupar un puesto en el mercado de trabajo. La educación queda convertida así en una tarea de domesticación, en una fábrica de seres dóciles, poco inclinados a pensar por cuenta propia y aptos para integrarse y participar en las maravillas de la sociedad de consumo, o, dicho de otra forma, para obtener un título o diploma y caer de lleno en una —y no de las menores— trampas que nos tiende el desarrollismo. En resumen: la educación queda convertida en lo contrario de lo que debería ser: preparación de una actitud abierta y crítica ante todo lo que nos rodea.

LA SOCIEDAD DE CONSUMO

A. Yébenes.—¿Cómo aparece la sociedad de consumo vista con criterio médico y, más, precisamente, psiquiátrico?

G. Reyes.—En el sector sanitario, lo primero que se atiende es aquello que permite la más rápida reinsertión al proceso productivo; en consecuencia, y por considerar que no son rentables a corto plazo, la sociedad de consumo relega a segundo plano la Medicina preventiva, la rehabilitadora, la problemática médica de la senectud y —cómo no— la psiquiátrica. En el sector de las enfermedades psíquicas, la psiquiatría pública ha jugado desde antiguo un simple papel custodial y represivo de los individuos que la propia sociedad marginaba. No obstante, y dado el incansable incremento de las enfermedades psíquicas en este tipo de sociedad que estamos analizando, y ante la imposibilidad de mantener encerrado e improductivo a un número tan elevado de personas, han surgido tibios movimientos reformistas orientados a reintegrar lo antes posible en la sociedad a estos enfermos; pero, ¿cómo hacerlo dentro de unas estructuras que destruyen la posibilidad de relaciones interpersonales significativas, que anulan el sentido de la solidaridad y la identificación con los otros a través del quehacer común? ¿Cómo hacerlo dentro de un sistema que, por el contrario, potencia un deshumanizado espíritu de competición y rivalidad por la posesión o acceso a los bienes de consumo, que promueve el individualismo egoísta y la soledad, con el sentimiento de frustración que esta situación conlleva y su secuela inevitable de agresividad y violencia? O sea, ¿cómo reintegrar a una persona al medio que la enfermó sin modificar ese medio? Porque si cuando nos referimos a reintegración social lo único que perseguimos es la reintegración al proceso productivo, cometemos una estafa: la de hacer creer que la enfermedad psíquica desaparece cuando el enfermo cumple las normas básicas de esta sociedad: producir y consumir.

A. Yébenes.—Hay, aparte de la psiquiatría pública, una psiquiatría privada en auge...

G. Reyes.—Exacto. Se trata de una psiquiatría sólo accesible a las clases de alto nivel económico, una psiquiatría —para seguir empleando el término tantas veces aquí mencionado— de consumo. Se trata de una psiquiatría cómplice en que, a través de una relación de tipo mercantil, se tiene acceso a unos medios técnicos que pueden paliar la ansiedad, la angustia o la depresión, soslayando en la mayoría de los casos el fondo de inautenticidad que muchas existencias arrastran. A este respecto, recuerdo lo que el psiquiatra norteafricano Frantz Fanon relata en uno de sus escritos: Durante la guerra de Argelia, un policía —cuya tarea diaria consistía en torturar a los prisione-

ros sospechosos de pertenecer al FLN para obtener sus confesiones— acudió a su consulta por encontrarse, como consecuencia de su trabajo, en un estado de permanente ansiedad, nerviosismo e insomnio; acudía al psiquiatra para que le ayudase a poder continuar su trabajo sin padecer las molestas secuelas del mismo. Pese a tratarse de un caso extremo, ejemplifica el peligro que la psiquiatría tiene en nuestra sociedad de convertirse en encubridora de las situaciones inauténticas e irracionales que con harta frecuencia nos toca vivir.

A. Yébenes.—¿Dónde conduce el crecimiento por el crecimiento, el desarrollo por el desarrollo?

S. Roldán.—De hecho —como se ha señalado en muchas ocasiones—, no puede limitarse o identificarse el desarrollo con un producto nacional bruto o con una renta nacional más elevadas, como si sólo se tratase de lograr a cualquier precio tasas de crecimiento —de mercancías o servicios— multiplicadas que, impuestas a través de los mecanismos de propagación más sutiles, entran en contradicción casi siempre con los más elementales principios en la asignación de los recursos económicos para la organización de la vida en común. La nueva ideología de la producción por la producción —porque se trata de una nueva manifestación ideológica, propia de una sociedad capitalista en auge— supone al mismo tiempo, y el caso español es bien significativo a este respecto, la generación de una pobreza sin límites en las formas o relaciones humanas, casi siempre menos libres, que se desarrollan como consecuencia de dicho crecimiento. Como se ha dicho recientemente —véase «Cambio 16», número cincuenta y nueve—, «no basta con tener más cosas, hace falta ser miembro de una sociedad cada vez más libre, más justa, más educada, más responsable y aún más feliz». ¿Qué importa que crezcan las ciudades, se construyan más viviendas, etcétera, si la vida en las mismas se deteriora por momentos? ¿A dónde conduce la creciente producción de mercancías, la construcción de fábricas... si las generaciones futuras —como también se ha dicho— van a heredar hormigueros inhabitables cuyo mejor destino será la demolición y la piqueta?... «Más mercancías» no sólo no es idéntico a «mayor felicidad», sino que, dado el carácter anárquico y desordenado con que las mismas se producen y se reparten, es muy posible que —ante la penuria con que se satisfacen otras necesidades del hombre— todo ello se convierta en un proceso regresivo, pero donde la necesidad de liberación y de transformación radical de la sociedad pase a constituirse en el centro de gravedad de las aspiraciones y deseos de los individuos.

A. Yébenes.—¿Cuál es la rela-

ción capital-trabajo en la sociedad de consumo?

J. Ariza.—En la sociedad de consumo es el capital quien de hecho detenta el poder, quien marca la actividad de los demás, quien propone los objetivos y fines de la sociedad, quien determina, en definitiva, las vidas de los ciudadanos. En la sociedad de consumo, el Estado debe alcanzar niveles de organización y autonomía que sirvan de cobertura a los intereses capitalistas, pero si por cualquier razón los niveles son rebasados en sentido contrario a los citados intereses, juegan los mecanismos de auto-defensa de los verdaderos detentadores del poder. Naturalmente, la oligarquía hace todo lo posible por persuadir a las masas de que el sistema lo forman ellas conjuntamente con los millonarios; citemos el ejemplo de los pequeños inversores —que en estas sociedades, e incluso en España, forman legión—, y que precisamente por su número ponen cantidades formidables de capital a disposición de una minoría. Estos pequeños inversores buscan —a través de unas cuantas acciones o colocando en cuentas y cartillas sus modestas disponibilidades de dinero— algún rendimiento marginal. Es evidente que esa masa de gente no decide nada y que la gran mayoría no tiene siquiera una idea de cuál es la verdadera rentabilidad de la empresa que contribuyen a financiar. Leí hace poco que la Telefónica tiene repartidas sus acciones entre cerca de setenta mil inversores, y supongo que para la General Motors, la IBM, la Standard Oil... las cosas serán parecidas, en proporción, y hay alguien tan ingenuo como para creer que los que deciden en estas empresas pasan de las dos docenas? Pero ciñéndonos al contenido de la pregunta, hay que reconocer que para la mayoría de los hombres, el trabajo ha sido más bien una maldición, y ello, a causa de unas relaciones de producción que han convertido al trabajador en un instrumento manejado por unos pocos, precisamente los que disponían de los medios de producción... Los trabajadores buscamos, además de participación en los frutos del progreso técnico, participación en las orientaciones globales de la sociedad; estar presentes, en suma, en el aparato del poder y marcar su impronta en el mismo, lo cual nos llevaría a todos a una utilización y distribución más racionales de los beneficios del progreso. Esto es incompatible, por definición, con el capitalismo.

A. Yébenes.—¿Cuál podría ser una de las facetas más significativas —de las no abordadas hasta aquí— de la sociedad de consumo, desde un punto de vista sociológico?

E. Terrón.—Podría ser el hecho de que las clases dominantes de los países capitalistas —agotado su papel histórico de protagonistas privilegiadas— han renunciado

a ser clases dirigentes, y se limitan a ejercer una dominación simple y llana. Faltas de proyecto coherente que ofrecer, las respectivas burguesías intentan evitar a todo trance que las masas tomen conciencia de esta realidad a base de inundarlo todo de seudorracionalismo, de reducir la ciencia a puro problema de opinión, de proponer un materialismo vulgar y mezquino, no dialéctico. Tratan de poner en tela de juicio cuanto suponga orientación con visión de futuro o proyecto de vida total para el hombre; se niega validez a la filosofía —en cuanto concepción del mundo capaz de orientar—, e incluso en algunos países se pretende suprimir su enseñanza... Y al mismo tiempo se montan tinglados como el de una sociedad de consumo parecida a un escaparate lleno de cosas que —se repite una y otra vez, machaconamente— son «importantes y necesarias», que sólo hay que alargar la mano para cogerlas... si se tiene con qué pagarlas, claro, «al contado o en cómodos plazos». Y mientras se vive de esperanzas nunca satisfechas de verdad, la existencia sigue siendo —para la inmensa mayoría— de una monotonía, de una pobreza en todos los sentidos, de una falta de horizontes verdaderamente abrumadores. Confrontado a esta situación insostenible, surge la tendencia a buscar soluciones individuales o fórmulas-milagro. Y es aquí donde se sitúa una de las facetas más caracterizadas de la sociedad de consumo: en que cuando el avance de la ciencia y de la técnica alcanza puntos álgidos, se produce paralelamente un rebrote increíble de diferentes formas de evasión irracional —astrología, droga, apuestas...—.

A. Yébenes.—Pero, ¿por qué?

E. Terrón.—Por la utilización de la ciencia —o, mejor dicho, de los científicos— al servicio de intereses egoístas, sin otra visión que la puramente utilitaria y la rentabilidad a corto plazo, lo cual se traduce en desprestigio de la razón, en deserción frente al mundo real y búsqueda de refugio en lo mágico, en lo fortuito. Y también porque existe la necesidad de reaccionar contra un estado de cosas absurdo: el hombre que hace un trabajo que no le gusta o no como a él le gustaría, cuya finalidad no comprende o aprueba, que pierde horas en sus desplazamientos cotidianos, que se siente frustrado y reprimido por todas partes, que no tiene ocasión de sentirse persona al cien por cien, ¿cómo va a reaccionar, condicionado como está desde que nace hasta que muere, veinticuatro horas al día?

A. Yébenes.—¿Cómo va a reaccionar?

E. Terrón.—En unos casos, frecuentes —y es comprensible—, integrándose con mayor o menor resignación y fortuna; en otros, tomando conciencia de la situación y de los medios más eficaces para poner remedio. ■ A. Y.