



RIDAA

Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Medina, Víctor Damián

La producción de consumidores y el estancamiento económico : una contribución para el análisis de la construcción cultural de la demanda



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.

Atribución - 2.5

<https://creativecommons.org/licenses/by/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Medina, V. D. (2015). *La producción de consumidores y el estancamiento económico : una contribución para el análisis de la construcción cultural de la demanda*. *Revista de Ciencias Sociales, segunda época* 28, 131-144. Bernal, Argentina : Universidad Nacional del Quilmes Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1636>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Víctor Damián Medina

La producción de consumidores y el estancamiento económico

UNA CONTRIBUCIÓN PARA EL ANÁLISIS DE LA
CONSTRUCCIÓN CULTURAL DE LA DEMANDA

Introducción

Arrigui (1998), al analizar la progresiva participación del sector financiero en la economía estadounidense —de manera sostenida, a partir de la década del ochenta, con la finalización de los acuerdos de Bretton Woods—, señala que no deben tomarse como fenómenos enteramente novedosos algunos hechos que parecerían ser propios de la denominada “globalización” (de orden económico que, por su trascendencia internacional, es así reconocido). El sociólogo y economista italiano plantea que la situación actual, de desequilibrio financiero y salvataje a la banca internacional, con epicentro en los Estados Unidos, en realidad se inscribiría en el contexto de un ciclo económico semejante al que derivó en el fin de la hegemonía británica a fines del siglo XIX y principios del XX. Introduce el concepto de “ciclos sistémicos de acumulación”

para argumentar que la crisis económica existente no es un fenómeno nuevo —como tampoco lo sería la crisis del sistema financiero, que en boca de otros analistas pareciera ser la clave que singularizaría estos días—, sino más bien hechos que responden históricamente a una sucesión de momentos clave en la expansión y desarrollo del modo de producción capitalista.

Son ciclos que ubica también en otras potencias económicas a lo largo de la historia moderna de Occidente, y que sirven para explicar su auge y caída. Así identifica: la prosperidad y hegemonía económica de las provincias unidas de los Países Bajos a mediados del siglo XVII, desplazando a las ciudades-Estado italianas del Medioevo (particularmente a Génova); Gran Bretaña y su poderío industrial en los albores del capitalismo; y, por último, el liderazgo de Estados Unidos, disputado a fines del siglo XIX con Alemania, y consolidado luego de la

Segunda Guerra Mundial. En particular, vincula el protagonismo progresivo de las finanzas con las reestructuraciones de poder y decadencia que atravesaron estas economías luego de haber contribuido aquellas a su apuntalamiento. La repetición de estas circunstancias es la que permitiría pensar, a la luz de la noción de “ciclo sistémico de acumulación”, el rol que cumple el sistema financiero en la actualidad, en particular en relación con la crisis económica mundial y el espacio hegemónico que pareciera estar perdiendo Estados Unidos.

Sin embargo, no son del todo claros las condiciones o los factores desencadenantes que supondrían la reiteración de un nuevo “ciclo sistémico de acumulación” a partir del cual, también, pudiera avizorarse la consolidación de alguna potencia económica que cuestionara de manera concluyente el liderazgo estadounidense. En este sentido, el objetivo de este artículo es detallar sintéticamente algunas de las condiciones que determinaron el pujante crecimiento económico de posguerra, los llamados treinta años gloriosos en Estados Unidos (la principal potencia económica) y de Alemania y Japón, sus inmediatos competidores. El propósito siguiente es atender las expresiones salientes del orden social, es decir, las posibles manifestaciones de la superestructura, en términos marxistas, que indiquen los cambios atravesados por la estructura económica y el modo de procesarlos. Esto permitirá avanzar en la dilucidación de los límites críticos que encontró este ciclo a mediados de los años setenta para posteriormente señalar sus posibles vínculos con el rol protagónico que asumieron las innovaciones tecnológicas en la estructura

económica y, en particular, la configuración de la demanda en relación con los estímulos al consumo y la creación de los consumidores como fenómenos superestructurales emergentes.

Los inmediatos años de posguerra y la edad de oro del capitalismo

Los treinta años gloriosos, o edad de oro del capitalismo, toman su nombre del ciclo económico expansivo que caracterizó al período de posguerra hasta mediados de la década de 1970. Los países que experimentaron esta onda expansiva fueron, principalmente, Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, la República Federal de Alemania, Japón y Holanda (Arrizabaló Montoro, 1997; Eiros, 2012). Estados Unidos, a diferencia de los que posteriormente se presentarían como los únicos países capaces de disputarle el liderazgo, Japón y Alemania, emergió fortalecido luego de terminada la Segunda Guerra Mundial. De hecho, el auge de su crecimiento comienza unos años antes de que finalizara esta, a partir de 1942, cuando le declara la guerra al Eje y comienza el ciclo de crecimiento impulsado por la industria bélica (Eiros, 2012).

Luego, en la inmediata posguerra y hasta fines de la década del sesenta, estas tres economías experimentarán un crecimiento desigual que reestructurará las cuotas de poder de cada una en el mundo. Particularmente, esto tendrá una notable incidencia en Estados Unidos, que verá reducida su participación en la producción y el comercio internacional en abierta correspondencia al crecimiento de sus inmediatos compe-

tidores, Japón y Alemania (Eiros, 2012).

El crecimiento de Japón en la posguerra estuvo atravesado por el papel no menor que desempeñó el Estado. En un contexto mundial en el que proliferaban los estados de bienestar y la aplicación de políticas keynesianas como canal de estímulo a la marcha de la economía, esto no implicaría un dato de sumo relieve. Sin embargo, el Estado japonés intervino de manera mucho más decidida y sistematizada en el funcionamiento de la economía (Arrizabalo Montoro, 1997, p. 69), en mayor medida que lo que el credo liberal podía permitirle a Estados Unidos, evidenciando así, de manera explícita, los objetivos estratégicos a alcanzar. Los gastos del gobierno se dirigieron principalmente a promover las exportaciones y a estimular las inversiones, financiándolas, con el firme propósito de abaratar los costos de sus productos para ganar competitividad y aumentar su participación en el mercado mundial (Eiros, 2012). Bajo ese objetivo el mercado doméstico pasó a tener una importancia secundaria; el Estado no se dirigió mayormente a promover la demanda interna y el gasto público para dinamizar la economía, sino que más bien estimuló el direccionamiento de las inversiones privadas hacia las áreas de producción de ciencia y tecnología con destino de exportación. En concordancia con ello se implementaron políticas tendientes a comprimir las demandas salariales y a reducir el costo relativo de la fuerza de trabajo para abaratar los productos destinados a los mercados externos; confluieron, además, políticas que procuraron constreñir el consumo interno y evitar la disparada de precios. En resumidas cuentas, el crecimiento económico y prosperidad del capital japonés se de-

bió a la productividad alcanzada por los trabajadores japoneses y a los salarios significativamente bajos en relación con su capacidad (Brenner, 1999, p. 63); la explotación a la que sometieron a los trabajadores fue clave para ganar competitividad internacionalmente.

Alemania también dirigió su economía con el propósito de alcanzar una participación más amplia en el mercado internacional, por lo que sus políticas se orientaron a estimular las exportaciones. Con un menor grado de protagonismo en relación con Japón, el Estado intervino en el andamiaje director que le imprimió a su economía. La sobreexplotación de la fuerza de trabajo también fue una constante, al igual que en Estados Unidos, aunque con diversos grados de intensidad (Arrizabalo Montoro, 1997, p. 54). A ello concurrió el alto nivel de capacitación de los trabajadores que participó en elevar la productividad y los niveles de rentabilidad de la industria superando los aumentos salariales del período. Esto permitió reducir el costo laboral unitario de la fuerza de trabajo alemana en relación con Estados Unidos, aunque no así respecto a Japón (que se mantuvo en la vanguardia de la explotación laboral), e incrementar su participación en el mercado doméstico del país del norte de América. También, el repunte de la industria alemana y su direccionamiento principal a los mercados externos se valieron de la capacidad instalada previa a la guerra y de una posición “favorable” en la relación capital-trabajo, que el nazismo en gran parte había logrado disciplinando la fuerza de trabajo y disolviendo a sus organizaciones gremiales (Brenner, 1999, pp. 79 y 95). Ello, junto a políticas de desaliento al consumo interno, logró mantener cierta estabilidad en el precio de los bienes y

servicios que se transaban en el mercado interno y que podían llegar a repercutir en el precio de los productos exportables.

En concreto, y al igual que Japón –aunque en menor intensidad–, la sobreexplotación de los trabajadores permitió que los productos exportables de Alemania ganaran en competitividad aumentando la participación comercial de este país en el mercado mundial, aun cuando a inicios de los años sesenta comenzó a resentirse su crecimiento ante los considerables montos de divisas que ingresaron en la economía como oferta monetaria y que obligó al país nórdico a revaluar su moneda.

A todo esto, la mano de obra estadounidense, en relación con sus homónimas de Japón y Alemania, se caracterizó por ser la que experimentó la menor explotación relativa a lo largo del período, lo que contribuyó a que los productos exportables de Estados Unidos perdieran competitividad frente al desproporcionado avance del capital sobre el trabajo de sus más inmediatos contrincantes. Privilegiando el mercado doméstico, las políticas de incentivo al consumo interno ayudaron a que aumentaran los precios de los bienes y servicios exportables e incrementaran las importaciones, perdiendo competitividad en los mercados externos y derivando en un crónico déficit en la balanza de pagos (Eiros, 2012). Asimismo, el aumento de la inversión externa en países que ofrecían condiciones de acumulación mucho más favorables para el capital norteamericano se materializó en desmedro de la inversión productiva, científica y tecnológica en el medio lo-

cal, lo cual también redujo la competitividad de los productos manufacturados estadounidenses en el mercado mundial (Brenner, 1999, p. 71). Aun así, logró recuperar parcialmente su participación comercial a inicios de la década de 1960, posible, en parte, por la revaluación de la moneda de uno de sus principales competidores, Alemania, pero también por acontecimientos internos: sus productos se hicieron internacionalmente más competitivos a partir de la progresiva caída en el aumento real de los salarios de los trabajadores. También, lo que comenzó a suplir esta pérdida de participación en los mercados internacionales, con cada vez mayor protagonismo y dinamismo, aunque con severos desequilibrios fiscales, fue el gasto en defensa. En efecto, la producción de armamentos junto a la cada vez mayor propagación especulativa del sector financiero (Arrizabalo Montoro, 1997, pp. 59-65), gracias al establecimiento del régimen dólar como moneda de cambio hegemónica (Gowan, 2000), permitió dinamizar su economía y sostener el lugar preponderante de Estados Unidos como primera potencia económica mundial.

Descenso de la tasa de ganancia y estancamiento económico

La tasa de rentabilidad a nivel mundial, y en particular en los tres países considerados, comienza a decaer y a mostrar signos de estancamiento económico a principios de la década del setenta (Eiros, 2012).¹ Este estancamiento, que aún

¹ Se entiende por estancamiento cuando la economía de un país, o de un conjunto de países, no crece o lo hace de manera muy restringida.

persiste, se origina por la crisis de sobreproducción y sobrecapacidad del sector manufacturero de la economía, que no logró recuperar las tasas de rentabilidad que le siguieron a los años de posguerra (Brenner, 1999). Una crisis de sobreproducción que tuvo sus orígenes en la participación cada vez más extendida de Alemania y Japón en la economía mundial, y que tendieron, luego de la posguerra, a producir a costos más bajos que Estados Unidos, creando una situación de saturación de la oferta hacia el final de los años sesenta. Al constituirse Alemania y Japón en las principales economías competidoras de Estados Unidos, es comprensible que durante buena parte del período los buenos resultados de unas hayan sido el reverso de la otra y viceversa. Las sucesivas devaluaciones del dólar a partir de dicha década y la revaluación de las monedas de los países competidores indicaban las participaciones en el comercio mundial que fueron ganando unos y perdiendo otros, sin que por ello se recuperaran las tasas de rentabilidad pasadas. Luego se añadirían otros polos productivos provenientes principalmente de la región sudeste de Asia, que contribuirían a la permanencia de esta situación, compitiendo por los cada vez más ajustados márgenes de ganancia.

A pesar de los intervalos de crecimiento económico que se sucedieron luego, que parecieron dar señales de recomposición, las condiciones generales continuaron exhibiendo problemas de sobreproducción y saturación de oferta en determinadas ramas industriales, lo que en definitiva precipitó la caída de precios y, en consecuencia, las tasas de ganancia. En este sentido, las razones tecnológicas que formaron parte de la reestructuración productiva que ocu-

rrieron a partir de ese momento respondieron a una agudizada tendencia a la disminución de la tasa de ganancia del capital, cuya composición orgánica, cada vez más elevada, evidenciaba la participación progresiva que la tecnología de punta iba ocupando en los procesos de producción. Consecutivamente, la productividad a ella asociada determinaba la disminución de costos y la competitividad que podía alcanzar cada empresa en su rama de producción hasta alcanzar tasas de rentabilidad que al menos temporariamente superaran el promedio. Ello derivó, como manifestación elocuente, en el agotamiento del modelo productivo taylorista-fordista-keynesiano, propiciando la entrada en escena de nuevos esquemas alternativos de producción en los procesos de trabajo. Con el objetivo de alcanzar tasas de ganancia más elevadas, el esquema de producción fordista fue reemplazado por modelos que innovaron en la organización del proceso productivo y en la explotación sistematizada de la fuerza de trabajo. En este contexto es donde emergieron nuevos modelos de organización del trabajo en la cadena productiva como el fordista reformado, el neofordista, el neotaylorista y el posfordista.

Junto a estos cambios, simultáneamente convergieron una serie de reformas laborales que disolvieron históricas conquistas sociales de los trabajadores e inclinaron la balanza a favor del capital. Fue así como también las nuevas tecnologías se hicieron presentes, cada vez con mayor protagonismo, en la explotación de los trabajadores y en la organización de los procesos productivos que debían sostenerse para alcanzar márgenes de ganancias cada vez más escurridizos.

Con todo, Brenner (1999, pp. 199-330) señala que a pesar de estos embates hacia la clase trabajadora la caída de la tasa de ganancia respecto a los años de posguerra persistió por la permanencia de una serie de factores que anularon la posibilidad de todo reajuste, y que permitieron que la sobreproducción en el sector manufacturero se mantuviera. Esto fue a causa de la salida insuficiente de capitales individuales y el agregado de otros contendientes, provenientes en su mayoría del sudeste asiático, que incrementaron la competencia en las principales ramas de producción manufacturera. Además, muchas de las innovaciones técnicas que sobrevivieron luego tuvieron su contrapartida entre las más importantes firmas rivales, que no doblegaron en el intento de mantener su cuota de participación en el mercado, y con ello sus activos intangibles, aceptando la reducción de parte de sus utilidades. Primaba en ello la red de vínculos establecidos y cierta consolidación y renombre de las marcas intervinientes. También algunas políticas económicas llevadas adelante por los gobiernos de los principales países productores contribuyeron a que esta situación permanezca: la eliminación de restricciones relativas a la circulación operatoria del capital financiero y el predominio cada vez mayor que fue adquiriendo este sector posibilitó que muchas firmas accedieran a crédito barato, se endeudaran y continuaran produciendo, aletargando los reajustes y salidas de las menos productivas. La manera de mantener los maltrechos ritmos de crecimiento y los márgenes de ganancia cada vez más elusivos era a través de la concesión de créditos al consumo y la estimulación de las activi-

dades financieras asociadas a ello. Para sostener el crecimiento y la expansión de la economía comenzó a tomar forma un financiamiento adicional a fin de mantener la vitalidad de la demanda y como respuesta a la necesidad de realización de las mercancías en el mercado en un contexto general de caída de la tasa de rentabilidad y estancamiento económico.

En este punto quisiera detenerme y referir la importancia que entraña la construcción cultural de la demanda y las pautas de consumo que se asocian a ella. Ambos son fenómenos que encuentran vinculantes a la saturación y sobreproducción de mercancías, a sus dificultades de realización como valor de cambio y a la necesidad del capital de conservar sus cada vez más estrechos márgenes de ganancia.

El consumo y la urgencia de demanda

En las décadas de 1950 y 1960 se produjeron dos procesos que alimentaron la financiarización: nuevos principios para el crédito al consumo y el alza de las finanzas institucionales y la gestión de fondos. En el período de posguerra, los comerciantes e industriales estadounidenses construyeron un mundo nuevo de créditos renovables y “cuentas en opciones”, que culminó finalmente en la tarjeta de crédito. El crecimiento del crédito al consumo se hizo pronto vital para el éxito de una amplia gama de negocios (Blackburn, 2010, p. 74).

La sociedad de consumo acompaña el dinamismo continuo vinculado a la reproducción ampliada del capital. Este dinamismo, que se funda cada vez más

en los avances científico-técnicos, favorece la innovación y la renovación constante de bienes y servicios que circulan en el mercado. A través de ellos se hacen presentes las nuevas necesidades y la construcción de potenciales demandantes que permiten inyectar mayores estímulos al crecimiento económico y rentabilizar las inversiones. Si la innovación técnico-productiva se acelera, la competencia capitalista obliga a reproducciones ampliadas de capital más rápidas y ello hace que el resto de los procesos también se aceleren, incluidos los que involucran la circulación de mercancías y su realización en el consumo.

Pero el ciclo de vida efímero de los bienes y servicios y la súbita obsolescencia de la tecnología que los acompaña deben vincularse a cierto tipo de subjetividad que sigue con no poco interés las últimas novedades tecnológicas que estos ciclos representan y efectivizan al momento de consumirlas. En términos de Néstor García Canclini (1995), el consumo comprende una serie de procesos socioculturales en el que toman efecto la apropiación y los usos que hacen las personas de aquello que consumen. Esto implica enhebrar algún tipo de consideración respecto a la producción de la subjetividad del consumidor, de su creación como sujeto demandante en el mercado, tomando en cuenta, junto a las transformaciones tecnológicas, una probable tendencia a su homogeneización.

Es notorio cómo el *marketing*, las publicidades, las industrias culturales, presentan estrategias de elaboración cada vez más diversas para atraer a sus potenciales clientes, redundando en una mayor inversión en publicidad tendiente a crear las condiciones para sostener una

demanda solvente. Se expresa de manera particularmente notoria en la producción de bienes suntuosos vinculados a las nuevas tecnologías, que disponen una renovación constante de los diseños en períodos más cortos, dando origen no solo a la adecuación de los procesos de producción sino también a la elaboración “creativa” de campañas de publicidad para dar a conocer los nuevos productos.

Al depender el crecimiento económico de la creación subjetiva de nuevas necesidades, la publicidad adquiere cada vez mayor notoriedad, pues la acumulación del capital requiere dar a conocer los nuevos bienes y servicios a ofrecer. Los patrones de consumo se terminan rigiendo por las necesidades de venta y por la construcción de las nuevas necesidades subjetivas encarnadas en la figura del consumidor. Así es como la producción se articula no solo en función de las necesidades básicas sino también de necesidades suplementarias que muchas veces se vinculan al prestigio social que los consumidores creen encontrar en ellas.

Pero el consumo y los consumidores no han existido siempre: es el corolario de un proceso determinado vinculado a la generación y la necesidad de realización de plusvalía a escala ampliada como objetivo último de la producción capitalista (Zarur Osorio, 1998, p. 174).

A partir de la segunda mitad del siglo XX, al finalizar la Segunda Guerra Mundial –y de manera más afianzada a fines de la década del setenta y principios de los ochenta–, las innovaciones tecnológicas, principalmente en Estados Unidos, comenzaron a desplegarse a una velocidad relativamente menor que las referidas al producto, por lo que

las grandes empresas estratégicamente comenzaron a centralizar su atención en la atracción de sus posibles clientes y, en ocasiones, a cierto *target* individualmente visualizado y tipificado en el mercado. Las innovaciones comenzaron a girar en torno a la variedad, estilo y presentación de los productos, el impulso de hábitos de consumo y la aplicación de nuevas tecnologías (Zarur Osorio, 1998, p. 174).

Las políticas económicas neoliberales, que supusieron un cambio en relación con los términos de ajuste que propiciarían el crecimiento económico, comenzaron a imponerse progresivamente a partir de la década de 1970 involucrando también cierta asignación de protagonismo al individuo en tanto sujeto consumidor con plena conciencia de sus elecciones en el mercado (Fridman, 2008). En los esquemas ideológicos del neoliberalismo, comenzó a ocupar un lugar preponderante la condensación de la demanda en la figura del individuo atomizado dispuesto a hacer valer sus elecciones racionales en el mercado. A la par de la privatización de las propiedades estatales, entre otras materializaciones de claro raigambre neoliberal, la diversificación de productos a consumir y la acelerada frecuencia de los consumos se anexaron como manifestaciones ejemplares del sustrato ideario que propugnaba el libre mercado y los sujetos que debían encarnarlo.

Como rasgo distintivo, a partir de estos años comienzan a ampliarse la oferta y diversificación de los bienes y servicios consumibles, expandiéndose los detalles de las nuevas necesidades y las opciones

de compra² al tiempo que se planifica su obsolescencia, su “vida útil”, no precisamente porque hayan dejado de servir y cumplir sus funciones sino porque dejan de ser “atractivos”, pasando a formar parte de tendencias efímeras pasadas de moda (Roldán Olmedo, 2010).

Adecuándose a ello es como el sistema financiero comienza también a desempeñar un papel fundamental en este modelo a través de la concesión de créditos al consumidor, fundamentándose principalmente en la lógica de la sociedad de consumo de los países más desarrollados de promoción del crecimiento mundial basado en la creación de nuevas necesidades y una aceleración del ciclo productivo. La banca, para mantener su actividad de negocio, precisa del creciente endeudamiento de empresas y la existencia de consumidores, lo que involucra la construcción de sujetos dispuestos a ello.

La creación de los consumidores

Llegado a este tramo me parece oportuno introducir lo que el sociólogo francés Michel Callon (2008) denominó performatividad: “el concepto de performatividad implica que la ciencia económica no solamente estudia la economía sino que además la performa. Desde este punto de vista, los modelos económicos no son apenas un reflejo de una realidad que existe independiente de ellos, sino que tienen la capacidad de dar forma a la realidad, haciendo que se comporte del modo en que los modelos predicen. Para Callon,

² Abarcan un espectro amplio de mercancías, incluidas las intangibles, como pensamientos, sensaciones físicas o emociones.

el hecho de que el *homo economicus* no sea natural no significa que no exista. De hecho, puede ser producido” (Fridman, 2008, pp. 1-2).

Desde una mirada neoclásica, el mercado se erige como un ente autónomo y autorregulado sobre el que descansa universalmente el dinamismo funcional de toda economía. Las partes que concurren al mercado, los oferentes y los demandantes, parecerían carecer de toda historia, de vínculos sociales que los contengan: son individuos atomizados que deciden racionalmente sus acciones. Por el contrario, al referirse al efecto performativo de la ciencia económica, Callon compromete una dimensión histórica que contextualiza las supuestas regularidades de las leyes del mercado y el sujeto económico representado en la figura del *homo economicus*. Al respecto, señala que ninguno de los dos forma parte de la naturaleza oculta del ser humano, pero tampoco afirma que sean puras y definitivas ficciones. Son, en cambio, “el resultado histórico del movimiento conjunto de la economía y las ciencias económicas” (Callon, 2008, p. 10). Esto quiere decir que el *homo economicus* no es un ente abstracto pergeñado por los economistas liberales, aunque tampoco es un sujeto que expresa atributos o modelos de conducta intrínsecos a las condiciones naturales de los seres humanos.

Sin embargo, no por ser una visión reduccionista de la condición humana –y abandonando con ello toda intención ontológica– debe negarse su existencia y su intervención en las relaciones socioeconómicas. Esto permite reconocer su contingencia histórica pero también sus efectos performativos, los cuales no

son privativos de la ciencia económica: también otras “prótesis” ideológicas y culturales adosadas a las condiciones materiales de existencia de las personas permiten dotar de sentido al mundo pero, más importante aun, practicarlo, es decir, performarlo.

La sociología económica ha demostrado gran interés en estudiar las variables históricas, culturales y políticas que intervienen en las relaciones económicas. Desde perspectivas neoinstitucionalistas (Mora Salas, 2004), por ejemplo, se ha insistido en la centralidad que ocupan las convenciones sociales –históricamente consolidadas en instituciones– en su cristalización. Las concepciones vinculadas a un supuesto *homo economicus* han recibido críticas y cuestionamientos por sostener una idea antropológica apriorística y naturalizada de los individuos y las relaciones económicas que mantienen entre sí. En este sentido, las instituciones ofrecerían un contexto social e histórico en el que valores y normas de comportamiento más o menos regladas atenuarían la atomicidad aparentemente autosuficiente del *homo economicus*. También, en el afán de sopesar la mirada neoclásica, se ha dirigido el interés en registrar la intervención de otro tipo de racionalidades (Landaburu y Presta, 2009) y la incidencia de tradiciones culturales fuertemente arraigadas en la dinámica particular de determinadas relaciones sociales no del todo asimilables a la calculabilidad y conveniencia de la reproducción del capital.

En términos generales, la sociología económica ha reivindicado el papel que cumplen los valores, las creencias o costumbres, el imaginario colectivo, en el comportamiento de agentes económicos cuyo accionar se ubica –y comprende–

en el marco de vínculos socioculturales contruidos colectiva e históricamente. Se destaca entonces su utilidad como disciplina propuesta a iluminar aquellos “otros” aspectos no contemplados por la mirada reduccionista, aunque hegemónica, de una corriente de pensamiento que ubica en la acción racional la causa última y principal del comportamiento de los individuos.

No obstante, no han sido abundantes los abordajes que consideran el efecto concreto de paradigmas económicos, como el fundado en la perspectiva neoclásica, en las relaciones económicas que se establecen en sociedad. Es decir, no han sido evaluados con igual suficiencia los efectos producidos y la construcción de sentido vinculados a ciertos elementos analíticos de la ciencia económica. Pareciera ser preciso, entonces, interrogarse acerca de los efectos que la extendida mirada de la corriente neoclásica pareciera haber alcanzado, a punto tal de que prestamente hiciera emerger una lectura sociológica específica que con énfasis propusiera resaltar los “otros” aspectos que componen las relaciones económicas (culturales, políticos, etc.) no vinculados, supuestamente, en lo inmediato, a lo “económico”.

Al evaluar el impacto que tienen las ideas en la conducta de las personas y el papel desempeñado por la ciencia económica, Fridman, aludiendo al concepto de performatividad de Callon, devela que “pese a que formalmente intentaría comprender el funcionamiento de los mercados, la economía como disciplina en gran medida configura la economía

como realidad, y a los actores que se desenvuelven en ella” (Fridman, 2008, p. 73). Esto quiere decir que no solo compromete una visión pura y estrictamente disciplinaria, sino que la enunciación de su discurso también produce sentidos y modos de proceder concretos encarnados en sujetos que terminan realizando el orden social representado por la ciencia económica. De ninguna manera esto implica que las consecuencias performativas de los discursos sean patrimonio exclusivo de esta ciencia, pero sí comprenden un orden legítimo mayor que cualquier otro discurso al presentar credenciales que la avalan en tanto disciplina científica.³

Vinculado a ello, para continuar con el tema que me interesa presentar me parece importante situar el fenómeno performativo en consonancia con la caída y el estancamiento de la tasa de ganancia del capital a mediados de la década del setenta. En correspondencia con el consumo, se trata de algo que es oportuno considerar, pues es un fenómeno que tiene bases materiales en la estructura económica, en las necesidades del capital por la realización del plusvalor, pero también porque se integra a determinadas pautas culturales que en tanto expresiones superestructurales son resultado de procesos históricos concretos en una sociedad. A través del consumo y de la manera de consumir, las sociedades y los individuos manifiestan una serie de valores que no pueden dejar de pensarse como expresión del cuerpo social y de su trama significativa. Íntimamente vinculado a las necesidades de realización

³ Sobre todo en aquellos países que han atravesado períodos de profunda inestabilidad, donde quizás las personas son más propensas a escuchar la opinión de los economistas en los medios de comunicación y necesitan reconocer algún grado de certidumbre en sus discursos.

de las mercancías y a la acumulación del capital en su devenir más que a un hecho rigurosamente individual, el consumo es una actividad social de creciente complejidad que no se reduce a la utilización de medios de vida para satisfacer necesidades vitales de sobrevivencia como alimentarse, vestirse o protegerse. En tanto que actividad humana, el consumo es un fenómeno social y, por tanto, cultural, en la medida en que a través de él se expresa u objetiva una serie de valores socialmente creados y aceptados.⁴

En definitiva, el consumo forma parte de la vida diaria y en su proceso histórico ha venido acumulando un amplio bagaje material y espiritual. Se ha construido junto con otras prácticas, con los llamados estilos de vida, las costumbres o los conocimientos que forman parte del modo en que los seres humanos comprenden el mundo que les rodea. En este sentido, el consumo es un fenómeno social, económico y cultural cuyas dimensiones exceden la connotación simplista que suelen darle algunos publicistas al identificar este proceso como una decisión personal orientada a satisfacer determinadas necesidades.

Así como el *homo economicus* es formado y equipado por “prótesis” disciplinarias que lo transforman en algo asequible, los efectos culturales de la ideología neoliberal configuran en gran medida la economía como realidad y los actores que se desenvuelven en ella, contribuyendo a crear a los consumidores en tanto sujetos atomizados que toman

decisiones a partir de cálculos racionales que maximizan sus elecciones “libres” en el mercado.⁵

Reflexiones finales

La noción de performatividad propone traer a la luz el contexto social e histórico para dar cuenta de algunas características de los agentes que intervienen en las relaciones económicas. En contraposición a ello, las teorías que tienden a la atomización de las acciones económicas centran su atención en el individuo, en los individuos como portadores de una razón universal que les permitiría tomar las decisiones más adecuadas en el momento preciso. Esta elección racional explicaría en última instancia la dinámica de las relaciones económicas, y entre ellas la existencia del mercado. Pero el mercado (los mercados) no constituye una entidad autónoma y eterna, tal como lo define la economía neoclásica, sino que responde a determinadas condiciones sociales e históricas que hicieron posible su surgimiento y consolidación.

Estudiar la performatividad es entonces aceptar que los sujetos sociales, aun en la dimensión económica, tienen una historia y que su incorporación a formas particulares de intercambio mercantil implica un trabajo de producción social, tanto de las formas institucionales en que se organiza el mercado como de las identidades de los agentes sociales. Por eso, más que afirmar que

⁴ La cultura, señala García Canclini, es un proceso de ensamblado mundial, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier persona de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar (1995, p. 16).

⁵ Desde las campañas publicitarias, por ejemplo, se reconocen la individualidad de las personas y su libertad de elegir como ejes del proceso de consumo.

ciertas habilidades y formas de actuar conforman propiedades inherentes al ser humano, este artículo ha buscado acentuar la dimensión cultural, socialmente construida, de esta competencia que se manifiesta en determinados mandatos, a veces de manera silenciosa pero no por eso menos efectiva.

Observando que esta vinculación entre modos de ser, pensar y actuar y estructura económica puede ser rastreada desde la constitución misma de la ciencia económica como disciplina y la construcción de su objeto de estudio, la “naturaleza” del hecho y el sujeto económico, se puede pensar en un *ethos*, un modo de conducirse y una subjetividad “ajustable” al devenir del modo de producción capitalista. En efecto, se trata de dar cuenta de la intencionalidad performativa que asoma en conceptos como los que refieren al *homo economicus*, pero que operan más allá del discurso de la ciencia económica: la construcción de un sujeto social “adecuado” al modelo de acumulación dominante. Así, al imponerse la concepción neoliberal y la llamada economía de mercado como ideología dominante, se reducen los fenómenos sociales a prácticas individuales que niegan la heterogeneidad social y afirman que el consumo es el ejercicio de gustos y necesidades individuales y no como fenómenos sociales –superestructurales– en que los deseos se convierten en demandas y en actos socialmente regulados.⁶

En definitiva, no puede afirmarse que las leyes de mercado y la construcción antropológica condensada en la figura del

homo economicus constituyan la naturaleza oculta del ser humano, pero tampoco pertenecen al ámbito de lo puramente ficcional; son, en cambio, resultado de procesos históricos vinculados a la acumulación del capital y su reproducción.

Considerando los últimos 40 años, deben analizarse estos procesos como parte de las estrategias que el capital llevó adelante ante la dilatada caída de la tasa de ganancia y el estancamiento en varias de las economías de Occidente. La crisis de realización –derivada de la crisis de sobreacumulación– en buena medida significó el apuntalamiento del sector financiero y el apalancamiento y dotación de poder de compra mediante la emisión de deuda pero también, de manera complementaria, implicó incentivar el consumo –principalmente entre las capas medias y altas de los países desarrollados– de bienes y servicios prescindibles y vorazmente adaptados a gastos más volubles y al acortamiento de su ciclo de vida (Katz, 2011).

Cabe entonces preguntarse por la relación del binomio estructura-superestructura y la acumulación del capital en un contexto de estancamiento económico generalizado. Y presentar la emergencia del consumo, su anclaje en la subjetividad individualizada de los consumidores, desde la necesidad de sostener niveles de demanda que respondan a las condiciones atravesadas por la estructura material de las sociedades.

(Recibido el 23 de enero de 2015.)

(Evaluado el 5 de marzo de 2015.)

⁶ No deben dejar de mencionarse los efectos disciplinarios de la performatividad y su utilidad en términos de control social. Los consumidores, acordes a su atomización, deberían proceder de manera muy distinta al accionar de una clase social organizada al momento de hacer oír sus reclamos, ejerciendo su derecho como individuos y no como un cuerpo colectivo organizado (Fridman, 2008).

Referencias bibliográficas

- Arrighi, G. (1998), "La globalización, la soberanía estatal y la interminable acumulación del capital", ponencia presentada en la conferencia Estados y Soberanía en la Economía Mundial, Irvine, Universidad de California, del 21 al 23 de febrero de 1997, disponible en <<http://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/100617.pdf>>.
- Arrizabalo Montoro, X. (1997), *Crisis y ajuste en la economía mundial*, Madrid, Editorial Síntesis.
- Blackburn, R. (2010), "La crisis de las hipotecas *subprime*", *New Left Review*, N° 50, pp. 53-95, Madrid, Traficantes de Sueños, disponible en <<http://newleftreview.es/authors/robin-blackburn>>.
- Brenner, R. (1999), *Turbulencias en la economía mundial*, Santiago de Chile, Ediciones LOM.
- Callon, M. (2008), "Los mercados y la performatividad de las ciencias económicas", *Apuntes de Investigación del CECyP*, N° 14, pp. 11-68, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, disponible en <<http://apuntescecy.com.ar/index.php/apuntes/article/view/123/108>>.
- Eiros, M. (2012), "Economía política internacional", Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
- Fridman, D. (2008), "La creación de los consumidores en la última dictadura argentina", *Apuntes de Investigación del CECyP*, N° 14, pp. 71-92, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, disponible en <<http://www.apuntescecy.com.ar/index.php/apuntes/article/view/124/109>>.
- (2012), "La performatividad de la economía y la creación de sujetos económicos", VII Jornadas de Sociología, Universidad Nacional de General Sarmiento, 24 y 25 de abril, disponible en <http://www.ungs.edu.ar/ms_ici/wp-content/uploads/2012/11/GT4_Mesa-Ib_Daniel-Fridman.pdf>.
- García Canclini, N. (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.
- Gowan, P. (2000), *La apuesta por la globalización*, Madrid, Ediciones Akal.
- Harvey, D. (2004), "El 'nuevo' imperialismo: acumulación por desposesión", *Socialist Register*, pp. 99-129, Buenos Aires, CLACSO, disponible en <<http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsdll/collect/clacso/index/assoc/D8555.dir/harvey.pdf>>.
- Katz, C. (2011), "Las tres dimensiones de la crisis", *Ciclos en la Historia, la Economía y la Sociedad*, vol. 19, N° 38, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones de Historia Económica y Social, disponible en <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-37352011000200001&script=sci_arttext>.
- Landaburu, L. y S. Presta (2009), "¿Racionalidad o doble racionalidad económica?", *Revista Papeles de Trabajo-Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Socio-Cultural*, N° 17, Rosario, Universidad Nacional de Rosario. Disponible en <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-45082009000100003&lng=es&nrm=iso>, consultado el 21 de enero de 2015.
- Mora Salas, M. (2004), "Hacia una visión sociológica de la acción económica: desarrollos y desafíos de la sociología económica", *Economía y Sociedad*, vol. 8, N° 24, pp. 79-95, Costa Rica, Escuela de Economía de la Universidad Nacional de Costa Rica (ESEUNA), disponible en <<http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/1012>>.
- Pérez, A. (2009), "La sociología económica: orientación teórica, aparato conceptual y aspectos metodológicos de un campo de investigación en ciencias sociales", *Ciencia y Sociedad*, vol. 34, N° 1, pp. 97-119, Santo Domingo, Instituto Tecnológico de Santo Domingo, disponible en <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87014565005>>.

- Polanyi, K. (1992), *La gran transformación*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Roldán Olmedo, S. (2010), "El valor de la marca en época de crisis económica", tesis de maestría, Universidad de Palermo, disponible en <http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/61%20Silvina%20Roldan.pdf>.
- Wallerstein, I. (2006), *La decadencia del poder estadounidense*, Buenos Aires, Capital Intelectual.
- Zarur Osorio, A. E. (1998), "El consumo, un fenómeno social complejo de fin de siglo", *Gestión y Estrategia*, N° 14, pp. 173-182, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, disponible en <<http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/articulos?format=raw&task=download&fid=213>>.
-

Autor

Víctor Damián Medina es licenciado en Sociología de la Universidad de Buenos Aires, magíster en Ciencias Sociales y Humanidades (mención en Política y Gestión Pública) de la Universidad Nacional de Quilmes y doctorando en la Universidad de Buenos Aires. Es investigador adjunto en la Fundación Bariloche.

Publicación reciente:

- (2014), "Rentas urbanas y alternativas de recuperación estatal. Aproximaciones al caso de San Carlos de Bariloche y la participación municipal en la renta diferencial", *Quid*, N° 16.
-

Cómo citar este artículo

Medina, V. D., "La producción de consumidores y el estancamiento económico. Una contribución para el análisis de la construcción cultural de la demanda", *Revista de Ciencias Sociales, segunda época*, año 7, N° 28, Bernal, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, primavera de 2015, pp. 131-144, edición digital, <<http://www.unq.edu.ar/catalogo/-revista-de-ciencias-sociales-n-28.php>>.