



Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades
ISSN: 2550-6722
Universidad Nacional de Chimborazo

Piñeiro Aguiar, Eleder; Diz, Carlos
AGRIETAR EL CONSUMISMO DESDE EL ARTE. UNA
REFLEXIÓN SOBRE LAS MASAS EN EL CONSUMO
Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades, núm. 19, 2023, pp. 251-268
Universidad Nacional de Chimborazo

DOI: <https://doi.org/10.37135/chk.002.19.15>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571775123015>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNEN  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
CHIMBORAZO

Revista de Ciencias Sociales y Humanidades

CHAKIÑAN

ISSN 2550 - 6722

Número 19 / ABRIL, 2023 (251-268)

AGRIETAR EL CONSUMISMO DESDE EL ARTE. UNA REFLEXIÓN SOBRE LAS MASAS EN EL CONSUMO

*CRACK CONSUMERISM FROM ART. A REFLECTION ON
THE MASSES IN CONSUMPTION*

DOI:

<https://doi.org/10.37135/chk.002.19.15>

Artículo de Reflexión

Recibido: (18/07/2022)

Aceptado: (27/10/2022)

Eleder Piñeiro Aguiar



Universidade da Coruña, Facultad de Sociología,
Departamento de Sociología y Comunicación, A
Coruña, España
elederpa1983@gmail.com

Carlos Diz



Universidade da Coruña, Facultad de Sociología,
Departamento de Sociología y Comunicación, A
Coruña, España
carlos.diz@udc.es



AGRIETAR EL CONSUMISMO DESDE EL ARTE. UNA REFLEXIÓN SOBRE LAS MASAS EN EL CONSUMO

CRACK CONSUMERISM FROM ART. A REFLECTION ON THE MASSES IN CONSUMPTION

RESUMEN

En este texto de carácter reflexivo, crítico y ensayístico se realiza una crítica al consumo de masas basada en autores clásicos y contemporáneos de las Ciencias Sociales, en función de comprender el proceso acaecido desde la época fordista hasta el estado actual caracterizado por la uberización de la economía y el capitalismo esquizo. Como resultados se analizaron diversas obras de arte contemporáneo para debatir acerca del rol del arte como crítico al consumismo de masas; a la vez generador de lo que Deleuze y Guatari conceptualizan como máquinas deseantes. Se expone una visión negativa del consumo, por cuanto la capacidad de agencia de la ciudadanía se atomiza en múltiples elecciones nunca motivadas desde la propia voluntad individual, sino generadas desde un sistema egoísta y alienador.

PALABRAS CLAVE: Capitalismo, consumidor, arte contemporáneo, alienación, neoliberalismo

ABSTRACT

In this reflective, critical, and essayistic text, a critique of mass consumption is made based on classic and contemporary authors of the Social Sciences in order to understand the process that has taken place from the Fordist era to the current state characterized by the uberization of the economy and schizo capitalism. As a result, various works of contemporary art were analyzed to discuss the role of art as a critic of mass consumerism and, at the same time, a generator of what Deleuze and Guatari conceptualize as desiring machines. A negative vision of consumption is exposed since the capacity of citizenship agency is atomized in multiple choices, never motivated by the individual will, but generated from a selfish and alienating system.

KEYWORDS: Capitalism, consumer, contemporary art, alienation, neoliberalism

INTRODUCCIÓN

- Es un Jackson Pollock precioso.
- Sí.
- ¿Qué te sugiere?
- Reafirma la negatividad del universo, el terrible vacío y la soledad de la existencia. La nada. El suplicio del hombre que vive en una eternidad estéril, sin Dios, como una llama diminuta que parpadea en un inmenso vacío, sin nada salvo desolación, horror y degradación que le oprimen en un cosmos negro y absurdo.
- ¿Qué haces el sábado?
- Suicidarme.
- ¿Y el viernes por la noche?

(Herbert Ross (director), *Play It Again, Sam* [film], 1972)

El pasado 2020 la plataforma Netflix estrenó *El juicio de los 7 de Chicago*, película de Aaron Sorkin basada en hechos reales y que representa la detención y juicio de un grupo de activistas durante la Convención Nacional Demócrata desarrollada en Estados Unidos en el agitado 1968. La acotación 1968-2020 no puede ser más ajustada a lo que se pretende exponer en estas líneas -desde una visión artístico-hermenéutica- en torno al contexto de crisis, contracultura, movimiento antisistémico, neoliberalismo y efectos que el consumo y el consumismo provocan en el capitalismo global actual.

Si bien el consumo de masas apareció décadas atrás con el fordismo, los cambios producidos tras la segunda posguerra mundial, parejos al auge y declive del Estado de Bienestar, generan un modelo económico que al llegar a los años 70 del siglo XX dio paso al empuje del neoliberalismo.

Teóricos del trabajo como Daniel Bell (1976), Jeremy Rifkin (1996) o Alvin W. Gouldner (2000) dieron algunas de las coordenadas que supuso el cambio de unas sociedades industriales a unas

posindustriales o posfordistas. Su propuesta es que hacia los años 70 el mundo de la industria fue desplazado por el sector servicios, lo que implicó el plantearse el análisis de lo social desde las viejas categorías de clases.

A un mundo donde la educación y la comunicación cobraban cada vez más ventajas frente al centralismo económico, se sumaba la visión en torno a que la meritocracia (con la educación universal generalizada) tenía cada vez mejor acogida. Frente a visiones optimistas como las de Bell o Gouldner, Jeremy Rifkin proponía que el trabajo es un bien escaso, cada vez más, lo que lleva a una mayor competencia, la cual sumada a desplazamientos de la industria y al surgimiento de infraclasses, era caldo de cultivo para nuevos conflictos.

Es en esa época donde también se produce un cierto desplazamiento desde lo económico hacia lo identitario-cultural en las luchas y protestas sociales (Melucci 1989; Touraine 1990; Offe 1992), ligado todo ello a una atomización individualista donde el mundo del consumo cobra cada vez mayor relevancia a la hora de configurar subjetividades. Deleuze y Guattari (2009) hablan de un capitalismo esquizo donde se insta al deseo y se exige que los flujos rompan barreras, que fluyan por todo lo social. Dichos flujos (informativos, tecnológicos, comerciales...) generan pavor, son una especie de diluvio y es así que el capitalismo puede ser contado como una totalidad, como una historia total, pues deviene límite.

En este proceso de individualización, cada vez más extremo, el sujeto se ve obligado de manera radical a definirse activamente ante la sociedad, a encontrar constantemente su propio estilo de vida; esto le obliga a elegir entre múltiples ofertas culturales, las cuales quizá no podrían estar mejor definidas que en la película *Trainspotting* (Danny Boyle 1996; adaptada de la obra homónima de Irving Welsh 1993):

Elige la vida. Elige un empleo. Elige una carrera. Elige una familia. Elige un televisor grande que te cagas. Elige lavadoras, coches, equipos de compact disc y abrelatas eléctricos. Elige la salud, colesterol bajo y seguros dentales. Elige

pagar hipotecas a interés fijo. Elige un piso piloto. Elige a tus amigos. Elige ropa deportiva y maletas a juego. Elige pagar a plazos un traje de marca en una amplia gama de putos tejidos. Elige bricolaje y preguntarte quién coño eres los domingos por la mañana. Elige sentarte en el sofá a ver tele-concursos que embotan la mente y aplastan el espíritu mientras llenas tu boca de puta comida basura. Elige pudrirte de viejo cagándote y meándote encima en un asilo miserable, siendo una carga para los niños egoístas y hechos polvo que has engendrado para reemplazarte. Elige tu futuro. Elige la vida... ¿pero por qué iba yo a querer hacer algo así? Yo elegí no elegir la vida: yo elegí otra cosa. ¿Y las razones? No hay razones. ¿Quién necesita razones cuando tienes heroína? (Boyle, D. (director). 1996. *Trainspotting* [film]. Film4 Productions)

No es baladí que *trainspotting* signifique, por una parte, buscar venas para pincharse con una aguja para introducir alguna sustancia estupefaciente (generalmente heroína); pero por otra la acción (o más bien inacción) de ver pasar los trenes, metáfora de una vida que transcurre ante ojos hastiados y tediosos. Y es que las metáforas de la movilidad, de las tecnologías, y del mundo del desplazamiento han sido constantes en la construcción histórica del capitalismo. En la época actual, de incertidumbre, precariedad y vacío de futuro, la soledad constituye una de las claves explicativas y se define, por lo contrario, por la quietud. Dicha soledad es mucho mayor en los parados que en los activos, y entre otros aspectos genera un aumento del consumo de sustancias psicotrópicas.

Obsérvese que diferentes épocas se denominan fordismo, posfordismo, toyotismo, llegando a colocarse en el argot actual y al calor de las nuevas transformaciones socioeconómicas, por el contrario, términos como uberización (Woodcock 2021). Que todo ello vaya parejo a la capacidad que las drogas presentan de evadirse de la realidad, sobre todo con el influjo que la heroína en los 80 ha tenido en las sociedades europeas, o sabiendo cómo la cocaína y otras drogas están generando toda una nueva saga de antihéroes en las industrias culturales más

populares (Narcos, Fariña, El Patrón del mal, Breaking Bad, etc.), nos permite comprobar que los ritmos de aceleración del consumo en general son un motivo que justifica una reflexión pormenorizada.

Y es que hablar del mundo del consumo es realizar una crítica de toda teoría crítica. Si en un primer momento la teoría clásica se basaba en que los individuos actúan racionalmente, jerarquizan gustos y preferencias y enfatizan aspectos materiales con respecto a su capacidad de gasto, el marxismo vino a rebatir estas tesis. Para ello colocó al consumo como supeditado a la producción, y dicho consumo es una falsa representación, un fetichismo.

El consumo de masas vendría a ser una trampa para la clase obrera, una miseria moral y a la vez una opresión: “la producción no produce solamente un objeto para un sujeto, sino también un sujeto para el objeto” (Marx 1957:157). Además, el consumo sirve, según la visión marxista, para promover la acumulación de capital y envía a la clase obrera a una zona gris entre la polaridad libertad-opresión: “el deseo ha de ser constantemente estimulado con vistas a convertirlo en insaciable” (Boltanski y Chiapello 2002:538) y así llenar los vacíos de la vida.

En una actualización del pensamiento marxista, Polanyi (2016) expone cómo surgen con la modernidad capitalista tres mercancías ficticias: trabajo, tierra y capital. Frente a todo momento histórico anterior, y frente a lo sucedido en otras zonas y culturas del mundo, en el industrialismo eurocéntrico surgido en el último tercio del siglo XVII se producen dos fenómenos: la aparición de un individuo aislado, base de lo económico; y de una esfera económica separada del resto de esferas de lo social. Frente a culturas integradas (*embedded*), con instituciones plenamente relacionadas de manera holística, la atomización que supone la aparición del modelo capitalista genera una ruptura, a decir del autor de La Gran Transformación. Y a esta ruptura va pareja la forma de entender la vida económica como una tríada entre la producción, la distribución y el consumo.

En estos debates teóricos, dos figuras clásicas

de la sociología son relevantes para comprender la importancia del consumo. Por una parte, Max Weber (1993) enfatiza la importancia del análisis del consumo para los grupos de estatus y de clase; además, expone cómo los estamentos se configuran en torno a formas de vida distintivas con el fin de buscar prestigio, algo que posteriormente será investigado en profundidad por Pierre Bourdieu (1991).

A decir del autor de *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, el reconocimiento social no responde por completo al precio de los productos que consumimos, a lo que se suma que los grupos privilegiados tratan de reproducir el orden social también mediante la apropiación y reproducción del consumo.

Por otra parte, tenemos en Thorstein Veblen (1966), con su teoría de la clase ociosa, una gran ruptura con las teorías clásicas y en concreto con el utilitarismo. Dirá que no se consume por necesidad, placer o utilidad, sino por obligación. Abre aquí una perspectiva a entender el mundo del consumo como un campo en disputa, definiendo incluso lo que significa el consumo ostensible y la emulación pecuniaria.

La búsqueda de ostentación mediante la acumulación y visibilidad de bienes y productos va de la mano de un entramado social donde los de abajo quieren emular a los de arriba, que a su vez marcan las pautas con el fin de delimitar sus lugares en la jerarquía social. Introduce en lo social un punto de vista psicologicista del ser humano: la emulación es intrínseca a nuestra especie por cuanto queremos compararnos y superar a los demás.

Además de ello, expone cómo el nivel de vida funciona como una prescripción social, donde el consumo es un marcador social de las posiciones que se ocupan. Critica en este sentido a las clases ociosas por atentar contra el trabajo eficaz pues se adineran explotando a otros, lo cual le da ganancias, pero sin contribuir a un bien social. A esta clase le importa más demostrar las riquezas que poseen que poseerlas en sí. Veblen denomina consumo ostentoso a la exhibición formalizada mediante derroche, a la capacidad de despilfarrar. Para él, todo ello es improductivo

y va contra lo que denomina hazaña, propia de las clases trabajadoras que valoran el trabajo como un fin en sí mismo.

Analizar la trayectoria desde el mundo del consumo ligándolo a ciertas vanguardias artísticas servirá, en este sentido, para reflexionar y visibilizar la dicotomía consumo-consumismo. Se pondrán de relieve ciertas obras consideradas paradigmáticas del periodo, a la par que se sustentará teóricamente cómo el mundo del consumo y de las marcas ha hegemonizado la idea del “consumo, luego existo”.

Y es que el mundo del arte se viene preguntando en las últimas décadas acerca de nuevas miradas, nuevos públicos, la muerte del autor, la politización del arte y la estetización de la política. Ya desde el debate Benjamin-Adorno del primer tercio del siglo pasado existe toda una teorización que en los últimos años lleva a algunos teóricos y críticos a preguntarse por si estamos ante un “occidente posideológico” (Aznar, 2019), por cuanto la democracia es un largo proceso reconceptualizado constantemente, lo que lleva -a decir de Žižek (2012)- a un vacío de democracia. Nuestro objetivo al plantear una crítica al consumo desde el campo artístico es también observar cómo dicho consumo desdemocratiza por cuanto es consustancial al mundo capitalista el generar excedentes y asimetrías en una lógica neoliberal de la competencia.

METODOLOGÍA

El presente artículo de reflexión teórica se basa en una revisión bibliográfica triangulada con la interpretación de obras de arte contemporáneo; se procedió a un análisis de las mismas en pos de responder acerca de cómo el consumo de masas puede ser pensado desde la contracrítica del consumo de arte.

En primer lugar, se escogieron autores clásicos provenientes de la sociología, referentes para comprender el mundo del consumo, muchos

de ellos visibles en prácticamente cualquier manual introductorio a esta disciplina (por ejemplo: Ritzer 2001) y que han conformado el corpus clásico de esta ciencia social, en concreto hablamos de Weber, Veblen, Lefebvre, Marcuse o Bourdieu.

En segundo lugar, se seleccionaron obras como el manual básico de la carrera de Filosofía de la Universidad Nacional a Distancia (Aznar 2019), sumado a las de Foucault, Barthes, Krauss y Zizek.

Con los referentes antedichos, los cuales contextualizamos dentro del denominado pensamiento crítico y con miras hacia teorías deconstructivas y decoloniales, nos basamos de manera subyacente en el clásico debate Adorno-Benjamin en torno a la obra de arte, su aura y la crítica del arte al fascismo, así como su papel en la lucha revolucionaria, dentro de una teoría crítica a la que se suman autores provenientes de la antropología, la filosofía y la sociología.

Una vez seleccionadas, las obras fueron elegidas por su actualidad (arte moderno y contemporáneo), acotadas al mundo del consumo y del consumismo y que tuviesen como escenario tanto el estar insertas en museos, como criticar el hecho de la galería de arte como institución de autoridad, a la vez que proponer *performances* que hiciesen reflexionar acerca del papel de los artistas, del arte y del público. En concreto las obras seleccionadas fueron *Roba este Libro* de Dora García (2009), *Consumición del arte* dinámica del público: devorar el arte de Piero Manzoni (1960), *Inmigrantes* de Jesús Rodríguez (2001), *Los encargados* de Sierra y Galindo (2013) y *Especie* de María Núñez (2019).

Como categorías de análisis y con el fin de cumplir con el objetivo central de criticar al consumismo desde el arte, uno de los hilos argumentales y transversales a la selección teórica y artística está el colocar algunas obras cinematográficas actuales como amalgama de la discusión. Para ello se atendió a *films* que tienen en el consumo y la contracritica sus ejes fundamentales.

Tales películas fueron: *El juicio de los 7 de Chicago* (*The Trial of Chicago Seven* en su

versión original de 2020), *El club de la lucha* (*El Club de la Pelea* en su versión latina; *Fight Club* en su versión original de 1999) y *Matrix* (*The Matrix* en su versión original, 1999). Esta selección permitió acotar en las últimas décadas lo sucedido en torno al arte como crítica a la vez que contextualizar el paso de sociedades industriales a postindustriales, factor clave tanto en el análisis de lo social que pretende este texto, como en las rupturas que el mundo del arte ha tenido en los últimos tiempos para criticar al capitalismo y la globalización.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

ES UN JUICIO POLÍTICO, ASÍ QUE ROBA ESTE LIBRO

A lo largo del *film* mencionado en la introducción (*El juicio de los 7 de Chicago*), surgía una dicotomía en torno a si se trataba de un juicio penal o si el entramado era mayor y se estaba produciendo un juicio político (que en paralelo se daba un juicio mediático no se coloca en duda). Y es que Mayo del 68 es la época de la contracultura, de los eslóganes en calles y plazas (y universidades):

En una extraordinaria explosión internacional, los jóvenes radicales tomaron las calles, al principio para oponerse a la Guerra de Vietnam y a la segregación racial en Estados Unidos. Pronto empezaron a cuestionar rasgos fundamentales de la modernidad capitalista que la socialdemocracia había naturalizado hasta entonces: el materialismo, el consumismo, y «la ética del triunfo»; la burocracia, la cultura corporativa, y el «control social»; la represión sexual, el sexismo y la heteronormatividad. Al abrir una brecha en las rutinas políticas normalizadas de la época anterior, los nuevos actores sociales formaron nuevos movimientos sociales. (Fraser 2015:19, sus cursivas)

Los sesenta son la época en la que también se materializa la idea de que otro consumo de la vida es posible. Uno de los protagonistas de *Los 7 de Chicago*, Abbie Hoffman, tras los sucesos y el juicio, elaboró todo un contramanual de lucha contra el gobierno y las empresas titulado *Roba este libro* (Hoffman 1970) y es el detonante para nuestro primer análisis artístico con el fin de analizar cómo un cine basado en ciertos hechos reales produce una crítica al consumismo actual. En primer lugar, debemos situar que esa crítica del consumismo, con las vanguardias en auge ya unas décadas atrás, ha supuesto reconocer que el arte ha salido de la calle, se ha generado un “campo expandido” (Krauss 2002), ya que el arte trabaja en cualquier medio y en cualquier lugar, a la vez que ha salido de sus clásicos soportes y espacios tradicionales. En otras palabras, se ha hecho político. Y uno de los puntos centrales de esa politización es criticar el supuesto consenso que está bajo la mirada de un Estado benefactor. Todo lo contrario, lo que el Estado hace es evitar conflictos entre individuos particulares, y en concreto en la extensión de la dignidad humana que supone el colocar a la propiedad como eje primordial de su defensa. No es tanto la función del Estado defender al individuo en su individualidad. Observamos que esto sucede tanto en la película mencionada cuanto en la obra *Roba este libro*, por cuanto en la primera proliferan escenas donde lo primordial es el mantenimiento del orden por sobre toda diversidad; a lo que se suma que al incitar a robar se espera, por parte de ciudadanos civilizados, precisamente que no lo hagan.

Se produce asimismo a partir de los sesenta, en segundo lugar, una crítica a la autoridad que decide colocar unas obras u otras en ciertos lugares (museos, galerías) y que incluso define qué es o deja de ser arte (Danto 2005). El arte, por tanto, sale a la calle; a la vez que los museos son lugares de interacción, pero también de contracrítica (Clifford 1995).

En este sentido, consumir ocio y cultura pueden ser también entendidos como un acto de rebelión por cuanto supone separarse de las jerarquías y de las autoridades impuestas: ¿quién coloca una pieza de arte en un museo? ¿Por qué a alguien se le considera artista? ¿Qué es arte y cuál es

la fina línea que lo separa de la artesanía (o de otra producción cultural, más o menos elitista o popular, si es que se puede usar esa dicotomía)? En los 60, con la Escuela de Frankfurt, se criticó precisamente la proliferación del consumo de masas y se comenzó a reflexionar acerca del papel del público.

Los teóricos de Frankfurt expondrán que una sociedad de la abundancia es una sociedad manipuladora que genera individuos alienados. Existe, pues, una cultura del consumo sometida a la producción y al mercado (observemos que el consumo ya no sería, ahora, la definitiva parte de la triada producción-distribución-consumo, sino que estaría en el centro del ecosistema capitalista). Es por todo ello que el sujeto pierde autonomía, se vuelve pasivo y el deseo sustituye a la necesidad como base del consumo. Estaríamos ante lo que Lefebvre (1984) denomina “obsolescencia de la necesidad”, se extiende el consumo ostentoso y la dualidad consumo de élite-consumo obrero se diluye.

Pero también se habló hace unas décadas de la muerte del autor (Barthes 1987) y del arte como resistencia. Además, y aquí es clave para la obra en cuestión, que haya muerto el artista significa que ha nacido un público que ya no puede tener una mirada distraída sino reconocer que las imágenes (obras, objetos, etc.) nos hablan (Piñeiro y Diz 2021). En este sentido en la figura 1 se puede observar la instalación presentada por Dora García en la que se interpelaba al público a interactuar con la obra y con una norma, la de robar libros:

Fuente: <https://universes.art/es/bienal-de-lyon/2009/tour/la-sucriere/dora-garcia>, consultado el 02/07/2022



Figura 1: Dora García, Roba este libro, bienal de Lyon

Si la propiedad es un robo o incluso un asesinato (pues hacer esclavo al hombre es asesinarlo), tal como manifestaba Proudhon (2010), robar como norma, ¿no es al fin y al cabo instaurarse precisamente en lo que el sistema consumista nos pide? Si robo el libro, hago lo que me dicen. Si no lo hago, me estoy basando en otra normatividad, pero también estoy haciendo lo que me dicen. En palabras de Aznar y López (2019:119), a quienes seguimos para la interpretación de las obras aquí escogidas: “violo ocasionalmente las reglas porque esto es también parte de las reglas o, más bien, soy perfectamente consciente de que las transgresiones no son en absoluto transgresiones, sino sólo colorantes artificiales que enfatizan el carácter gris de la realidad.”

No obstante, en muchas de estas transgresiones se cuelan, de cuando en vez, notables procesos de invención, imaginación y creatividad que, aunque momentánea y superficialmente, agrietan o desvelan las costuras de los grandes procesos de dominación económica capitalista. Tal es el caso, para el ejemplo español, de lo que en su día supuso el movimiento *Yomango*, a medio camino entre la subversión artístico-situacionista y la resistencia simbólico-política. Parodiando a la marca comercial Mango y enfatizando el juego de palabras (yo mango equivale a yo robo), artistas y activistas desafiaban los derechos *copyright* creando sus propios logos, moviéndose en los

límites del *culture jamming* y animando a la reapropiación de lemas, objetos y modos de vida enfatizados por las multinacionales a comienzos del siglo XXI.

Analizando la película *Matrix*, Zizek (2013) expone que la verdadera elección entre la pastilla roja y la pastilla azul es también el poder elegir ninguna pastilla. Por tanto, estamos ante unas elecciones que se presentan al consumidor que para nada son decisiones autónomas y libres ni por supuesto actos de resistencia, sino que más bien exponen un abanico de oportunidades ya previamente definidas, las cuales son ajenas a la voluntad de la persona que las va a seleccionar. Al fin y al cabo, “una ausencia de libertad cómoda, suave, razonable y democrática, señal de progreso técnico, prevalece en la sociedad industrial avanzada”, tal como inicia Marcuse (1987:18) su *Hombre Unidimensional*.

Al final, la decisión pretendidamente autónoma y personal, base de la moralidad, se disloca en una elección pretendidamente libre, si bien acotada en la lógica de haz lo uno o haz lo otro, pero haz algo. *Just do it*, vamos, como la afamada marca de deportivas inserta a modo de eslogan, como si simplemente de eso se tratase, de hacerlo.

¿Pero qué es ese hacer? Pues el estar haciendo algo siempre, en todo momento y lugar. La eterna sensación de que debemos estar actualizados, en la novedad, a la moda. Ese es el encanto de un mundo cultural, el del consumo, que engloba todo, que atrapa todo, que es como el agua de Foucault al referirse al sistema capitalista. Es el eterno deseo del que habla Zizek cuando expone que no hay (no habría, más bien) nada peor para el deseo que dejar de desear. Somos máquinas deseantes y esquizo, dirán Deleuze y Guattari:

(...) el fetichismo de renovarse. No usar lo que se necesita -cuando ni se sabe qué se necesita-, pues sólo se necesita lo que se puede comprar. Sólo en el mercado está la diferencia, mientras tanto los ciudadanos son iguales. (Anta 2017:61)

La pregunta eterna que aparece cuando exponemos acerca del consumo es si las necesidades son generadas por los individuos o es el propio sistema (las estructuras, el capital,

el mercado...) el que las genera. Desde la psicología tenemos a Maslow (1943), quien, con Una teoría sobre la motivación humana aporta una de las conceptualizaciones más visitadas (y criticadas) en torno a las necesidades.

El argumento gira en torno a que los seres humanos tenemos una serie de necesidades jerárquicas, organizadas gráficamente en la forma de una pirámide, que una vez se van satisfaciendo las de más abajo se puede ir caminando de manera ascendente hacia las siguientes. Nuestra propuesta en lo que sigue es utilizar dicha escalera de necesidades de consumo y analizar algunas obras de arte actuales que entendemos que precisamente hacen una crítica a ellas; crítica ya realizada desde otras instancias, como por ejemplo desde Manfred Max Neef y Martin Hopenhayn en el libro Desarrollo a escala humana (1994), y también con Paul Ekins y Mayer Hillman (1992) en Riquezas sin límites: desde el Atlas Gaia de la economía verde.

Pero lo que queremos remarcar aquí, insistiendo en que otro consumo sí es posible, es cómo desde el campo artístico la crítica es más voraz, más visual e incluso genera unas subjetividades críticas frente a la alienación y a la mirada distraída con la que Walter Benjamin acusaba al arte. El fin, por tanto, se relaciona con proponer algunos ejemplos desde los que politizar el arte y por tanto la vida, tomando el campo del consumo como eje.

OTRA FORMA DE VER LAS NECESIDADES

Comienza esta sección dando cuenta de una de las obras clásicas del arte moderno, más los planteamientos de Manzoni (1960) en los sesenta, tal como se observa en la figura 2, donde se comenzó a reflexionar acerca de si todo lo que hace un artista es arte o si existe una separación entre obra y artista que haga reflexionar al público, el cual a su vez interpreta de manera

autónoma.

Fuente: <https://ildiavolocompramaver.wordpress.com/2015/02/21/piero-manzoni/>.

Consultado 16/09/2021



Figura 2: Consumición del arte dinámica del público: devorar el arte de Piero Manzoni (1960)

Maslow (1943) coloca en la parte más baja de la escalera y por tanto como necesidades a ser cubiertas en primer lugar las que tienen que ver con lo fisiológico: respiración, alimentación, sexo. Observemos que en los 60 los accionistas vieneses ya hablaron del desagrado de la violencia e incluso realizaban *performances* en las que literalmente se quedaban (y dejaban al público sin respiración), como por ejemplo en la Acción 6 de Rudolf Schvarzkogler, quien encapsula y asfixia su cuerpo.

Es también interesante conocer cómo el aliento vital, el último soplo si se quiere, permite reconocer y consumir un arte crítico con toda violencia, como en la obra Aliento de Oscar Muñoz (1996-2000), quien hace sentir la pérdida de desaparecidos en las dictaduras latinoamericanas impeliendo al espectador a que sople en el espejo de su obra, momento en el cual, por arte de magia, aparecen las caras de algunos de esos desaparecidos.

Si además de respiración hablamos de sexo,

hay todo un recorrido, sobre todo desde artistas feministas que en los años 60 precisamente criticaron al sexo patriarcal, siendo la feminidad un valor a ser protegido. Para ello elaboraron obras y *performances* que hablan de la agorafobia que sufren las mujeres, de la histeria o de la domesticidad ultraconservadora. “El vaciamiento de la subjetividad y de la capacidad actuante de la mujer es una de las consecuencias de esa exhibición de imágenes nutridas de violencia simbólica” (Vicente 2010:33).

La obra *Mujer-Casa* de Bourgeois (1946-47) ya fue un precedente en este sentido; y el *Cine para palpar y tocar* de Valie Export (1968), donde la artista semidesnuda y envuelta en una caja de cartón invita a ser tocada a quien se atreviese, exponiendo que sus pechos no son solo de ella o de un solo hombre, sino de cualquiera que estuviese dispuesto a pasar la frontera de esa caja. “Lo personal es político”, famoso lema del feminismo de segunda ola de los años sesenta y setenta, cobra así una relevancia visual y táctil como crítica a una forma de entender la sexualidad que cosifica a la mujer y la coloca como mercancía de consumo.

Y llegamos a esa necesidad básica como es el comer, en donde tenemos a Piero Manzoni y su *Devorar el arte* (Figura 2). Este autor coloca al espectador en la obra, aleja al arte del mercado y lo inserta en la política. Presenta en una galería, con carta de invitación incluida, a una *performance* en donde el público colabora. Tras hervir huevos y estampar su huella en ellos, los entrega al público para que los coma. Es así como se entra no solo en diálogo con el arte, sino que también se critica el consumo de arte elitista por cuanto todos los comensales son igualados en el acto de ingesta. Con Manzoni tenemos una de las preguntas referentes del mundo del arte actual en torno a si todo lo que genera un artista es arte (el mismo autor enlata sus heces y las “publica” en otra obra), por cuanto los huevos, antes de ser dados al público, fueron sellados con la huella dactilar del artista. En cierto sentido, al romper la cáscara, el comensal rompe el sello que lo hace introducirse en un mundo del arte que a continuación es engullido, produciendo un acto de codigofagia público-actor a la vez que iguala al público en la digestión: se nutre del arte

a la vez que se le obliga a rumiar una reflexión acerca de la *performance*.

No sucede lo mismo con una obra ya analizada en otro contexto (Piñeiro y Lorenzo 2021), donde exponíamos lo propuesto por Arantxa Araújo en una *performance* donde se pasaba horas pelando ajos y rábanos con el fin de mostrar el consumo ostentoso de las clases pudientes frente al trabajo precario en restaurantes de migrantes:

Principios generadores de prácticas distintas y distintivas, lo que come el obrero y sobre todo su forma de comerlo, el deporte que practica y su manera de expresarlas difieren sistemáticamente de lo que consume o de las actividades correspondientes del empresario industrial; pero también son esquemas clasificatorios, principios de clasificación, principios de visión y de división, aficiones, diferentes. Establecen divisiones entre lo que es bueno y lo que es malo, entre lo que está bien y lo que está mal, entre lo que es distinguido y lo que es vulgar, etc., pero no son las mismas diferencias para unos y otros. De este modo, por ejemplo, el mismo comportamiento o el mismo bien puede parecerle distinguido a uno, pretencioso u ostentoso a otros, vulgar a un tercero. (Bourdieu 1997:20)

Como podemos observar, la satisfacción de necesidades básicas desde el campo del arte muestra una crítica a lo ostentoso del consumo, incluso en acciones básicas como comer o respirar; a la vez que permite al espectador reflexionar acerca de las condiciones de vida (y de muerte) que la sociedad posfordista arroja.

Y avanzando en la escalera de Maslow tenemos que la segunda de las necesidades a cubrir será la de seguridad. Los tiempos en los que Maslow escribía, previos a la aparición de un Estado de Bienestar (o estado paternalista o providencia) quedan ya lejos. Y uno de los elementos que más ha estado en juego en la aparición de la crisis de dicho estado y del auge del sistema neoliberal es precisamente el campo de la securitización. También en la misma obra antes reseñada (Piñeiro y Lorenzo 2021) nos hacíamos eco acerca de las desigualdades Norte-Sur, en el análisis de una obra de José Palazón en donde el

artista tomaba una fotografía en la que a un lado de una valla militarizada aparecían migrantes que querían llegar a Europa y del otro lado golfistas disfrutando de unos momentos de ocio y esparcimiento en su club privado. Y es que la seguridad tiene que ver entre otros factores con una situación estable dentro del campo de la producción; pero también, cada vez más, con cómo nos insertamos en el campo del consumo.

Al ser ciudadanos, en cierto sentido también somos consumidores de lo público (sanidad, educación, servicios sociales), pero también somos clientes que de algún modo ven aumentar su poder directivo a base de reseñas, likes, valoraciones, hojas de reclamaciones, etc. Por ello, es clave entender el momento de crisis que el Estado de Bienestar atraviesa, no solo por ausencia de recursos, precariedad y repliegue sobre lógicas neoliberales; sino también por una crisis de legitimidad institucional y política.

El aumento de precarios, nómadas, refugiados, *outsiders*, parias, subalternos y desechos humanos (Bauman 2005), va en la lógica de entender que esos elementos de seguridad que Maslow colocaba (física, empleo, recursos, familia) están también atravesando una crisis. Pero es que además todo ello se agudiza por una racionalidad neoliberal que coloca a los ciudadanos, a decir de Zuboff (2020) en la lógica de ser simples algoritmos a dispensas de convertirse en excedentes conductuales para las grandes empresas de uso y almacenamiento de datos. Algo similar a lo que Lins Ribeiro denomina economía de la carnada: “al proceso de intercambio entre el regalo, o sea el servicio que Google suministra, y lo que le cedemos de nuestra información más personal” (cit. en García Canclini 2021:81).

Por poner un ejemplo de estas inseguridades (Figura 3), Jesús Rodríguez (2001) expone *Inmigrantes* en el Encuentro Entremundos.

Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/624170829585092385/>, consultado el 9/11/2021



Figura 3: Jesús Rodríguez, *Inmigrantes*, La Rábida, 2001

Las categorías expuestas por Mezzadra (2005) en Derecho de fuga son puestas aquí en cuanto a qué le acontece a ese migrante precario, que vive en la incertidumbre, inseguro, sin un lugar sólido al que aferrarse. El autor coloca ramos de flores dando la bienvenida a orillas de la playa; pero también como señal de luto por ese campo de concentración que es el Mediterráneo, donde llegan pateras, y donde también hay naufragios, dolor, desesperación y muerte. Donde, en fin, si hay seguridad es la que interponen agencias como Frontex o Sive, por cuanto la seguridad de los migrantes es cada día puesta en entredicho. El artista anticipa la tragedia a la vez que homenajea a los migrantes pasados y a los futuros.

La búsqueda de empleo y de recursos, el reagrupar lazos familiares o tan siquiera una seguridad física que permita salir de zonas de guerra o de violencia no es cumplida hacia personas que buscan asilo, refugio o un futuro mejor para ellos o para sus hijos. Es así que esta obra o la expuesta por Arthur Barrio en Bultos

sangrientos, quien critica la dictadura brasileña colocando en la ciudad y a orillas de ríos trajes, sangre, papeles, tinta, periódicos viejos, huesos, sirven para mostrar la época de incertidumbre, la vulnerabilidad humana de unas vidas precarias (Butler 2006) y el reconocer cómo el arte en este caso provoca una grieta en la supuesta tranquilidad y certeza de las sociedades occidentales. Habla en este sentido Homi Bhabha acerca del ver/ser visto, conceptualizando lo que denomina una pulsión escópica en la cual la mirada es objeto del deseo, configurando al sujeto colonial (o al migrante de la obra de Jesús Rodríguez o a cualquier migrante o refugiado) como un “efecto de poder que es productivo (disciplinario y ‘placentero’)” (Bhabha 2007:101, sus comillas). Tenemos, por tanto en la obra analizada una *performance* en donde la crítica al consumo no se centra en la generación de necesidades artificiales o en el fetichismo de las mercancías, sino el ver cuerpos humanos y sus situaciones de discriminación y desprotección como engranajes de un capitalismo que solicita mano de obra a la vez que subalterniza e invisibiliza las vidas y las muertes de millones de personas, muchas de las cuales llegan a las costas de la denominada Europa fortaleza para ser fuerza al servicio del capital. La metáfora del ramo colocado en fila, cual cadena de montaje, en un suelo arenoso e inestable contra un paisaje que evoca la otra orilla es, por tanto, también vista desde nuestro punto de vista de un objeto de deseo como el sueño europeo de una vida mejor.

AUTORREALIZACIÓN, SATISFACCIÓN Y RECONOCIMIENTO HACIA EL CONSUMO

Las tres siguientes necesidades expuestas por Maslow (afiliación, reconocimiento, autorrealización), teóricos posteriores las han visto como necesidades postmateriales (Inglehart 1991), al punto de afirmar que muchas personas prefieren primero satisfacer estas que algunas de las primeras. Aspectos como la amistad, la búsqueda de respeto y éxito, o la creatividad

y el saber aceptar los problemas estarían entre las principales búsquedas dentro de estas necesidades.

La economía crítica estadounidense, que bien podríamos colocar en la lógica de este postmodernismo o al menos que incide en el análisis del mismo, expone de la misma manera que corrientes marxistas que el consumidor es una persona alienada. Pero además se centra en reconocer el papel que la publicidad y los medios de comunicación tienen hoy día para hacer del consumo el territorio completo de lo social.

Mediante promover el gasto continuo, el consumo campa a sus anchas y es así que el productor ya no solo genera bienes, servicios y mercancías, sino que elabora deseos (Baudrillard 2014). La publicidad de Coca-Cola es un claro ejemplo de ello, pues habla de la diversión, felicidad y experiencias que se destapan al abrir una botella. Y que de manera contestataria es utilizada por Cildo Meireles (1970) en *Inserción en circuitos ideológicos*. Proyecto Coca-Cola, cuando coloca la frase: *Yankees go home* en la botella del afamado refresco.

Como decíamos al inicio, la crítica contracultural de los 60 también situaba las proclamas antibelicistas, sobre todo ante la guerra de Vietnam, en el frontispicio de sus críticas. El mismo Forrest Gump, al visitar la Casa Blanca y ser atendido por el presidente John F. Kennedy, le contesta que se hace “pipí” cuando este le pregunta qué se siente al estar en tan alta institución, en lo que se puede interpretar también como una crítica inocente, ridiculista y burlona al *establishment* (motivada, insistimos, por beber demasiados refrescos, que aun por encima -a decir de Forrest- eran gratis).

Asimismo, el artista Antonio Caro (1997) elaboró en una exposición el nombre de su país, Colombia, escrito con el logotipo de la Coca-Cola, en una clara alusión no solo a la cocaína sino a las íntimas relaciones internacionales de amistad entre USA y el país cafetalero.

En general, podemos observar que los efectos de la globalización no se sienten por igual en todas las partes del mundo, y que incluso un supuesto homogeneizador cultural como puede ser el

aclamado refresco es reinterpretado de maneras diferentes en lugares distintos, a manera de contracrítica (Warnier 2002). La Coca-Cola es la cosa maligna que los dioses enviaron desde el cielo en la película Los dioses deben estar locos, y por tanto es un artefacto que debe ser apartado del poblado.

Pero bebidas energéticas aparte, lo que algo da energía al mundo actual del consumo es la industria militar y el aparato farmacológico. Según Beatriz Preciado (2008) vivimos en un capitalismo farmacopornográfico en donde, entre otros aspectos, hay más inversión para el viagra que para la lucha contra el cáncer. Una seguridad con enormes inversiones de gasto tanto a nivel micro (puertas de seguridad, cámaras de vigilancia, cerrojos) como a nivel macro (guerras preventivas, externalización de las fronteras). Somos en este sentido consumidoras de los miedos e incertidumbres y de los atajos que se nos venden para paliarlos. Y para que ello sea eficiente surge la figura de unas autoridades que cual mesías se deben hacer cargo. En este sentido, es interesante lo expuesto por Santiago Sierra (2012) en las céntricas calles de Madrid, tal como observamos en la figura 4:

Fuente: <https://proyector.info/profile/los-encargados/>, consultado el 9/11/2021



Figura 4: Santiago Sierra y Jorge Galindo, Los encargados, Gran Vía de Madrid. Enlace a video: https://youtu.be/QlIF0mwJe_I, consultado el 9/07/2022

Colocados al son de la varsoviana en una de las calles principales de la capital de España, Santiago Sierra utiliza carteles de diferentes presidentes de la democracia española encabezados por el

dictador Francisco Franco. La pregunta que surge al espectador (al transeúnte, al paseante, al turista, al vagabundo, al comerciante... pues al final todo ciudadano que pase por la Gran Vía verá la exposición) es de qué se encargan y de quién se encargan. No deja de ser necesario reclamar que al ser ciudadanos somos, también, consumidores-clientes de una democracia a la que en ocasiones es difícil solicitar cuentas:

Muchas preguntas propias de los ciudadanos -a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses- se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos. (García Canclini 2021:85).

Y es por ello que algunas de las proclamas de diversas marchas y movilizaciones (Seattle, antiglobalización, *Occupy Wall Street*, zapatismo, indignados, contracumbres G8 o G20, Primaveras árabes...) reclaman otro mundo posible que pasa por desmontar las caretas (ponerlas boca abajo, en la *performance* de Sierra) de una democracia que ya no representa y ante la que la ciudadanía no puede ni tan siquiera elegir, por cuanto sus autoridades, derechos y libertades se ven cada vez más lejanos de los verdaderos problemas (Diz 2016).

El hecho de agrietar el capitalismo pasa también por criticar las formas de democracia en las que este se inserta, donde el mundo del consumo deviene eje vertebral, por cuanto las múltiples elecciones que plantea desde el mercado pueden tener un correlato de participación efectiva para el sistema democrático, cuando realmente no hablamos de los mismos campos. El transeúnte y el *flâneur* conceptualizados por Benjamin (2005) como figuras centrales de la modernidad son puestas en entredicho en esta obra, donde los viandantes de las calles de Madrid no pueden desarrollar una mirada distraída. Incluso la música escogida, himno socialista y revolucionario, generan un simbolismo que afecta el paseo por las céntricas calles. Esto genera una paradoja: cántico revolucionario-figuras autoritarias, lo cual desde nuestro punto de vista puede ir hacia la inconsistencia del mundo del consumo que el

arte crítica: necesidades no creadas son cubiertas por medios no autogestionados pero disfrazados de libertad y autonomía del mundo del consumo, máxima del ordoliberalismo alemán que coloca al ciudadano-consumidor como un igual que tiene para con sus conciudadanos un consenso basado precisamente en la libertad de consumo (Laval y Dardot 2015:115).

Es más, el campo de la múltiple elección del consumo ensombrece cuando no invisibiliza las verdaderas demandas ciudadanas y confunde nivel de consumo con calidad de vida. Baudrillard (2014) propone que el consumo es la modalidad característica de nuestra sociedad, que tiene que ver no tanto con consumidores individuales sino con el sistema en su conjunto. Incluso denuncia el carácter ideológico del concepto de necesidad, sustituido por el consumo de signos culturales (un iPhone, una vivienda en el centro, un viaje exótico, las fotos que enviamos a redes sobre lo que comemos...).

Ya en los albores de la modernidad, la primera burbuja y consiguiente crisis se dio por el precio elevado en el mercado de futuros al que llegaron los tulipanes, verdadero símbolo de distinción primero en las cortes y después en diferentes estratos del entramado social hacia el siglo XVI. Y es que, como dice Baudrillard, el objeto de consumo adquiere sentido en su diferencia y jerarquía con respecto a los demás.

En otras palabras, con Appadurai (1986), las cosas tienen un sentido social y las relaciones (y sentidos y significados) de los seres humanos con los objetos son claves para comprender el momento actual en el que vivimos; hasta el punto, dirá Baudrillard, que vivimos en la época del simulacro: una copia de un original que no existe. La meta del consumo, dirá, es producirse y reproducirse a uno mismo mediante avatares, identidades de videojuegos, personalidades difusas en redes sociales, anonimato o cualesquiera otras formas tomemos dentro de la realidad social.

Pero es interesante recordar lo expuesto por Paz Moreno Feliú (2012), según la cual la revolución del consumo fue anterior incluso a la revolución industrial. Hacia el 1700 aparecen ya nuevos

productos que se van extendiendo por todo el mundo, como el caso paradigmático del azúcar analizado por Mintz (1996).

Además, se fue asociando a otros productos (té, café) y hoy día es un bien considerado de primera necesidad a pesar de los estragos que contribuye a provocar en forma de diabetes, obesidad y otras enfermedades coronarias y circulatorias. En la misma época de la proliferación del azúcar tenemos la acumulación de muebles y enseres, así como los tulipanes antedichos. Por centrarnos en los muebles, observemos que ni tan siquiera se pueden acoger a formar parte de las necesidades básicas propuestas por Maslow.

CONCLUSIONES

Zizek (2012) utiliza la figura del autista para exponer cómo estamos alejados de toda realidad, a la vez que estamos descomprometidos con el resto de lo social. Clases acomodadas que acuden a subastas de cuadros para su obtención, diseñadores prestigiosos o grandes almacenes forman parte de un entramado donde los niveles de distinción analizados por Bourdieu se difuminan en una constante movilidad ascendente y descendente, en la que páginas como Wallapop no hacen sino entrar a formar parte del campo. Es el deseo del coleccionista en estado puro, personaje que nunca tiene un fin, pues el fin mismo de su vida es no concluir la colección, lo cual es clave como exacerbación del deseo. Incluso el propio protagonista (¿cuál de los dos?, podríamos decir) de *El Club de la pelea* (*Fight Club*) reconocía estar enganchado a cambiar de colecciones de muebles de Ikea para tratar de vencer el insomnio, algo que fue después vencido gracias a acudir a grupos de autoayuda y ver gente que lo estaba pasando peor que él. Realmente a lo que estaba enganchado el protagonista (Edward Norton) era a su alter ego (Bradd Pitt), deseando la vida de otro para enajenarse de la propia.

A continuación, su consumo se fue hacia su

propio cuerpo, en esos clubes cuya primera norma es que no se puede hablar de ellos. Tenemos el arquetipo de consumidor moderno en esta evolución: cosas, relaciones, el propio cuerpo. La propia Beatriz Preciado (2008) en *Testo Yonki* narra cómo se fue convirtiendo en una adicta a la testosterona en el proceso de su cambio de género, lo que refuerza la teoría inicial de la somatización (en el sentido del soma de Huxley (2000), pero también en el sentido de enfermedad cultural) del sistema consumista actual. En este sentido los cuerpos híbridos y tecnológicos son también conceptualizados artísticamente, como por ejemplo en lo expuesto en la figura 5:

Fuente: <https://www.lagran.eu/marina-nunez-obra>, consultado el 9/11/2021

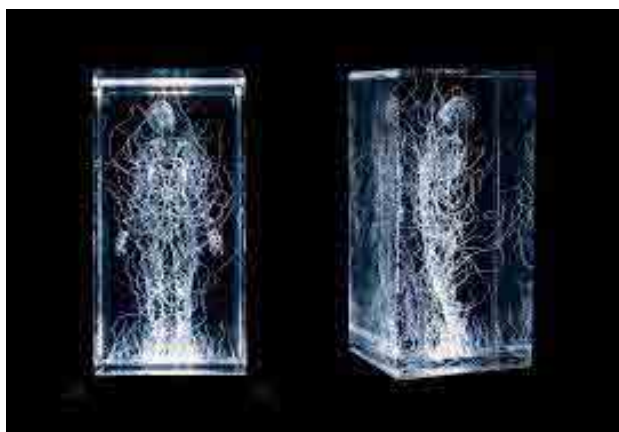


Figura 5: Marina Núñez, *Especie* (2019)

Cosas, relaciones y humanos pasados por las tecnologías del consumo. Somos híbridos, mutantes, zombis del consumo que critican las categorías de lo humano para llevarlo a límites donde lo posthumano ha llegado para quedarse, tal como expone Marina Núñez (Figura 5). Nacemos en incubadoras, vivimos pegados a pantallas y morimos llenos de stents, cables y toda sofisticación tecnológica.

El discurso de Morpheo según el cual “somos pilas, no nacemos, sino que nos cultivan”, de *Matrix*, se queda corto en este mundo de

lo hiperreal, lo acelerado, lo esquizo y lo maquínico. Las cápsulas de *Matrix* donde las incubadoras son verdaderos campos de cultivo para el excedente humano puesto a disposición de lo maquínico asemeja a la obra de la artista, en donde lo rizomático deleuziano rompe fronteras y moldes queriéndose, parece, salir de los encapsulamientos propios del capitalismo. Somos ese *Devenir-Cyborg* del que hablaba Haraway (2014), pero transitados por las vidas precarias y vulnerables expuestas por Butler (2006), en un mundo en el que Bauman (2005) dirá que los pobres han pasado de ser mano de obra del ejército de reserva a consumidores expulsados del mercado. El sueño de Marx de generar un hombre nuevo autorrealizado mediante la no desconexión vida-trabajo se ve vuelto pesadilla por cuanto el consumo

Presenta un abanico de elecciones cuya mera enumeración nos muestra la fragmentación y contradicción con que lo envuelve la ideología de la globalización: una nueva forma de transitar por los distintos estilos culturales; una aparente diversificación interna según las categorías de género y edad; una homogeneidad “igualitaria” como ocurre en el consumo de los refrescos de cola o las hamburguesas “asequibles” para todo el mundo, y un marcador de fronteras de clase a través de las categorías de la distinción. (Moreno 2012:263-264)

Finalicemos con algunas de esas distinciones, reconociendo de nuevo a Bourdieu (1991) el haber teorizado toda una propuesta sobre la desigualdad y las asimetrías en los campos del gusto y del consumo, sin olvidar el poder que las marcas han cobrado en los últimos tiempos, tal como analiza Naomi Klein (2001). Por su parte, García Canclini expone en su más reciente publicación (2021) que lo que había escrito hace 25 años (García Canclini 1995), a saber, que el consumo sirve para pensar, hoy es difícil de sostener. Mediante el consumo, a su entender,

Las divisiones entre quienes consumen de un modo u otro disminuyen la ilusión de la igualdad de derechos de los ciudadanos, definido en términos universales y establecidos jurídicamente. Descubrimos

que nos dividen los barrios en que habitamos y el uso de transporte colectivo individual, el color de la piel, la ropa y los dispositivos tecnológicos de distintas generaciones. Emergen nuevas demandas por derechos a consumir que surgen a partir de identidades étnicas, de género, de edad y de acceso a recursos comunicacionales avanzados. Suele defenderse, más que la igualdad de todos, el derecho a ser diferentes. (García Canclini 2021:85-86)

Es precisamente debido al consumo como se categoriza el lugar en el que se está en la brecha digital, el optar a bienes y servicios básicos, la pobreza energética, el copago farmacéutico o las posibilidades que unas personas u otras tienen de viajar de manera más o menos lujosa, o de estar en la imposibilidad de moverse de sus zonas debido a la pobreza extrema o a condiciones de violencia o de crisis estructural. “Cada vez menos es el consumidor el que va hacia el producto o accede a él; el producto va hacia el consumidor, se instala en su existencia” (García Canclini 2021:88). Bienvenidos al desierto de lo real, le diría Morpheo a Neo en *Matrix*. ¡Sobrevivir!, ¡Luchar! y ¡Liberar! eran los capítulos que componían la obra *Roba este libro*, escrita por Abbie Hoffman al poco tiempo del juicio de Chicago. Crear una radio libre, plantar marihuana, robarle al imperio yanqui, hacer fraudes o vivir en una comuna hippie son algunos de sus consejos para resistir y combatir al sistema. Unos cuantos años después, en su nota de suicidio, escribiría: “Es demasiado tarde. No podemos ganar. Se han hecho demasiado poderosos” (Soler, 2012). Corría el año 1989...

DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERESES: Los autores declaran no tener conflictos de interés.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anta, J. L. (2017) Ciberetnografías. De la política de lo peor en el mundo del simulacro global. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 13, 55-68.

Appadurai, A. (ed.). (1986). *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge, Inglaterra: University Press.

Aznar, Y. (2019) *Miradas políticas en el país de las fantasías*. Madrid, España: Akal.

Aznar, Y. y López, J. L. (2019). *Arte desde los setenta: Prácticas en lo político*. Madrid, España: Editorial Centro de Estudios Ramon Areces SA.

Barthes, R. (1987). *El susurro del lenguaje*. Barcelona, España: Paidós.

Baudrillard, J. (2014). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Madrid, España: Siglo XXI.

Bauman, Z. (2005). *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias*. Barcelona, España: Paidós.

Bell, D. (1976). *El advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*. Madrid, España: Alianza.

Benjamin, W. (1973). “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Discursos interrumpidos I*. Madrid, España: Taurus.

Benjamin, W. (2005). *El libro de los Pasajes*. Madrid, España: Akal.

Bhabha, H. (2007). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.

Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid, España: Akal.

Boyle, D. (director) (1996). *Trainspotting* [film]. Film4productions.

Bourdieu, P. (1991). *La Distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, España: Taurus.

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*. Barcelona, España: Anagrama.

- Butler, J. (2006). *Vida precaria: el poder del duelo y la violencia*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Clifford, J. (1995). *Dilemas de la cultura. Antropología, literatura y arte en la perspectiva posmoderna*. Barcelona, España: Gedisa.
- Danto, A. C. (2005). *El abuso de la belleza. La estética y el concepto de arte*. Barcelona, España: Paidós.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (2009). *El Anti Edipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Diz, C. (2016). Escuelas de democracia y 15M. Participación, redes, ensayos. *Educação em Perspectiva*, 7(2), 367-390.
- Ekins, P., & Hillman, M. (1992). *Riqueza sin límite: el atlas gaia de la economía verde*. Madrid: España: Edaf.
- Fraser, N. (2015). *Fortunas del feminismo*. Madrid, España: Traficantes de Sueños.
- García, D. (2009). *Roba este libro* [exposición, performance]. 10ª Bienal de Lyon. <https://universes.art/es/bienal-de-lyon/2009/tour/la-sucriere/dora-garcia>
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México D. F., México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (2021). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Guadalajara, México: Calas.
- Gouldner, A. W. (2000). *La crisis de la sociología occidental*. Buenos Aires. Argentina: Amorrortu.
- Haraway, D. (2014). *Manifiesto para Cyborgs: ciencia, tecnología y feminismo socialista a finales del siglo XX*. Avellaneda, Argentina: Puente Aéreo Ediciones.
- Hoffman, A. (1970). *Steal this book*. Nueva York, Estados Unidos: Four Walls Eight Windows.
- Huxley, A. (2000). *Un mundo feliz*. México D.F., México: Selector.
- Inglehart, R. (1991). *El Cambio cultural en las sociedades industriales*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Klein, N. (2001). *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona, España: Paidós.
- Krauss, R. (2002). La escultura en el campo expandido. En H. Foster. (2002). *La posmodernidad*. Madrid, España: Kairós, pp. 59-74.
- Laval, C., y Dardot, P. (2015). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona, España: Gedisa.
- Lefebvre, H. (1984). *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid, España: Alianza.
- Manzoni, P. (1960) Consumición del arte dinámica del público: devorar el arte [acción]. Galería Azimut. <https://ildiavolocompramaver.wordpress.com/2015/02/21/piero-manzoni/>
- Marcuse, H. (1987). *El hombre unidimensional*. Barcelona, España: Ariel.
- Marx, K. (1957). *Contribution à la critique de l'économie politique*. París, Francia: Éditions Sociales.
- Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370-396.
- Max-Neef, M. A., y Hopenhayn, M. (1994). *Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Barcelona, España: Icaria Editorial.
- Melucci, A. (1989). *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Culture*. London, Inglaterra: Hutchinson.
- Mezzadra, S. (2005). *Derecho de fuga. Migraciones, ciudadanía y globalización*. Madrid, España: Traficantes de Sueños.

- Mintz, S. W. (1996). *Dulzura y poder: el lugar del azúcar en la historia moderna*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Moreno, P. (2012). *El bosque de las Gracias y sus pasatiempos: raíces de la antropología económica*. Madrid, España: Trotta.
- Núñez, M. (2019) *Especie* [Escultura. Cristal tallado con láser y base de luz LED] <https://www.lagran.eu/marina-nunez-obra>
- Offe, C. (1992). *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*. Madrid, España: Sistema.
- Piñeiro, E. y Diz, C. (2021). La imagen de la etnografía: El uso de la fotografía en el trabajo de campo. *New Trends in Qualitative Research*, 9, 355-363.
- Piñeiro, E. y Lorenzo, J. J. (2021). Paisajes fronterizos. Movilidad humana y límites desde una mirada artístico-antropológica. *Tercio creciente*, (20), 111-127.
- Polanyi, K. (2016). *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico*. Barcelona, España: Virus.
- Preciado, B. (2008). *Testo yonki*. Madrid, España: Espasa Calpe.
- Proudhon, P. J. (2010). *¿Qué es la propiedad?* Madrid, España: Diario Público.
- Rodríguez, J. (2001) *Inmigrantes, la Rábida* [performance] <https://www.pinterest.es/pin/624170829585092385/>
- Rifkin, J. (1996). *El fin del trabajo. Nuevas tecnologías contra puestos de trabajo: el nacimiento de una nueva era*. Barcelona, España: Paidós.
- Ritzer, G. (2001). *Teoría sociológica clásica*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Touraine, A. (1990). *Movimientos sociales de hoy*. Barcelona, España: Hacer.
- Ross, H. (director) (1972) *Play It Again, Sam* [film], Paramount Pictures.
- Sierra, S. y Galindo, (2013). *Los encargados* [formatos y formas, video] Sede Museu Nacional Arte Contemporanea Chiado. <https://proyector.info/profile/los-encargados/>
- Soler, J. (9 de diciembre de 2012). Los deudores. El País. https://elpais.com/elpais/2012/12/07/opinion/1354903230_650817.html#:~:text=Es%20demasiado%20tarde.,en%20su%20nota%20de%20suicidio.
- Veblen, T. (1966). *Teoría de la clase ociosa*. México D. F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Vicente, J. (2010). *Orden fálico. Androcentrismo y violencia de género en las prácticas artísticas del Siglo XX*. Madrid, España: Akal.
- Warnier, J. P. (2002). *La mundialización de la cultura*. Barcelona, España: Gedisa.
- Weber, M. (1993). *La Ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona, España: Península.
- Welsh, I. (1993). *Trainspotting*. Secker & Warburg; Anagrama.
- Woodcock, J. (2021). *The Fight Against Platform Capitalism: An Inquiry into the Global Struggles of the Gig Economy*. London, Inglaterra: University of Westminster Press.
- Zizek, S. (2013). [youtube]. (2013, 7 de marzo). El Cine según Slavoj Zizek - The Pervert's Guide to Cinema. [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=LAAxRoj3Ftc>
- Zizek, S. (2012). *Viviendo en el final de los tiempos*. Madrid, España: Akal.
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Barcelona: España: Ediciones Paidós.