

## ÍNDICE

<i>Presentación</i> .....	13
<b>Capítulo I. CRÍTICA DE LAS TEORÍAS ECONÓMICAS SOBRE EL CONSUMO</b> .....	15
1. Las teorías de la demanda del consumidor.....	16
2. La crítica de Galbraith.....	20
3. ¿Necesidades individuales o práctica social? .....	23
4. Una aproximación a la Sociología del Consumo de Maurice Halbwachs .....	29
Bibliografía.....	40
<b>Capítulo II. LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO DE MASAS: UN PROCESO HISTÓRICO</b> .....	41
1. Los orígenes del consumo de masas: el contexto internacional.....	42
2. Fordismo y producción de la norma social de consumo.....	45
3. La construcción del discurso ideológico del consumo .....	52
4. La constitución de la norma social de consumo: el caso español .....	56
4.1. El proceso de urbanización.....	59
4.2. La producción industrial de bienes de consumo duradero.....	61
4.3. La vivienda .....	62
4.4. La institucionalización de la lucha de clases .....	63
4.5. El discurso de la publicidad .....	65
5. La consolidación de la norma de consumo de masas.....	74
5.1. El «nuevo consumidor» de la sociedad posmoderna.....	78
Bibliografía.....	80

<b>Capítulo III. LA FORMACIÓN DEL MERCADO NEOCAPITALISTA.....</b>	<b>83</b>
1. Crisis capitalistas y Estado del Bienestar .....	83
1.1. Límites del mercado neocapitalista y crisis de las sociedades de consumo de masas .....	84
1.2. Los mecanismos de regulación de las crisis capitalistas..	87
2. La erosión del modelo fordista.....	93
3. Crisis de los Estados del bienestar europeos.....	99
4. Perspectivas de futuro ante el escenario de un poscapitalismo liberal ¿Hacia la xinización del mundo? .....	104
Bibliografía.....	110
<b>Capítulo IV. PARADIGMAS TEÓRICOS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS ....</b>	<b>111</b>
1. Teoría de las ideologías.....	111
1.1. El concepto de ideología .....	112
1.2. La ideología como representación del mundo .....	113
1.3. Marx y el fetichismo de la mercancía .....	116
1.4. El enfoque estructuralista .....	121
1.5. El nivel de la simbolización, la función integradora de la ideología y el valor de los signos.....	128
Bibliografía.....	133
2. Teorías de la interpretación.....	133
2.1. La primera tópica freudiana .....	135
2.2. La interpretación de los sueños .....	138
2.3. La estructura del aparato psíquico .....	145
2.4. Algunos conceptos básicos .....	150
2.5. Fantasmática de la publicidad .....	154
Bibliografía.....	166
3. Teorías de la significación .....	167
3.1. La lingüística estructural.....	167
3.2. La naturaleza de la lengua .....	168
3.3. El signo lingüístico .....	174
3.4. Relaciones sintagmáticas y asociativas .....	177
3.5. Semiología y lenguaje.....	180
– Lengua / habla, código / mensaje .....	181
– Denotación y connotación .....	183
3.6. Retórica de la imagen.....	184
3.7. Lingüística y poética: las funciones del lenguaje.....	190
Bibliografía.....	193

<i>Capítulo V. LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL DE MERCADOS</i> .....	195
1. Técnicas cuantitativas.....	195
1.1. Fuentes de datos estadísticos sobre consumo.....	198
2. Las técnicas cualitativas .....	206
2.1. Fundamentación metodológica de la investigación social cualitativa.....	206
2.2. El Grupo de Discusión como práctica cualitativa de in- vestigación social .....	213
2.2.1. Crítica de la encuesta estadística .....	213
2.2.2. El marco teórico del Grupo de Discusión.....	216
2.2.3. Guía para la realización de un grupo de discu- sión.....	217
– El proyecto.....	217
– Los trabajos de campo .....	220
– La dinámica .....	222
– El análisis.....	225
– El informe final .....	228
Bibliografía.....	228

CAPÍTULO II  
LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO DE MASAS:  
UN PROCESO HISTÓRICO

**Guía didáctica**

Del estudio de este capítulo deberá haber comprendido lo siguiente:

1. Generación de un **nuevo modo de acumulación** a partir de la I Guerra Mundial: ¿Por qué se produce el agotamiento del modelo anterior? ¿Cuáles son las características básicas de este nuevo modelo? ¿Cuál es su relación con el consumo de masas?
2. ¿Qué entiende Aglietta por **norma de consumo de masas**? ¿qué papel tiene la reproducción de las condiciones de existencia de la clase obrera? Forma paradigmática de organización del trabajo y mercancías básicas de esta norma de consumo. Implicaciones para el consumo de masas.
3. Dimensiones características del nuevo **discurso ideológico del consumo**. ¿Qué características adopta el discurso para el caso español? ¿A qué colectivos interpela especialmente?
4. Desarrollo histórico de la **norma de consumo de masas en España**: ¿En qué período se constituye y por qué? ¿Cuáles son sus características diferenciales? ¿Qué papel juegan en nuestro país las mercancías básicas de la norma de consumo? Características de la consolidación de la norma de consumo de masas.

Desde una perspectiva sociológica, entendemos por «consumo de masas» el fenómeno social característico de un período histórico concreto. No estamos hablando, por tanto, de un «consumo humano» abstracto, concebido fuera de todo tiempo y lugar. En el presente capítulo, analizaremos el modelo de consumo que se instituye a partir del fordismo, un modelo que se convertirá en el referente social y político de todo el período comprendido entre la primera y la II Guerra Mundial. Veremos primero el contexto internacional y las principales características de lo que el economista Mi-

chel Aglietta ha llamado la «norma de consumo de masas», para pasar a continuación al proceso de instauración en la sociedad española.

## **1. LOS ORÍGENES DEL CONSUMO DE MASAS: EL CONTEXTO INTERNACIONAL**

Lejos de constituir el resultado de un proceso lineal o mecánico de progresiva mejora de los niveles de vida, el consumo de masas tiene su origen en las transformaciones de los modos de producción y de reproducción de la fuerza de trabajo que, durante la segunda década del siglo XX, comenzaron a implantarse en los países capitalistas más avanzados. Unas transformaciones que responden al agotamiento del modelo de expansión capitalista que se había producido durante el siglo anterior, basado en la generalización de la máquina de vapor y en el establecimiento de unas condiciones —bajos niveles salariales asociados a largas jornadas de trabajo— que difícilmente procuraban la reposición de la fuerza de trabajo.

En efecto, las plusvalías absolutas que estas condiciones de trabajo generaban y el mantenimiento de mercados exteriores para colocar los excedentes de producción bajo la fórmula militar y política del imperialismo, hicieron posible el enorme crecimiento económico que durante un tiempo pudo resolver con eficacia las contradicciones existentes entre una industria que aumentaba progresivamente la producción y una población con escasos recursos para el consumo. Sin embargo, la aparición del petróleo y la electricidad como nuevas fuentes de energía, la mayor concentración del capital, la aplicación de nuevas formas de organización del trabajo y el aumento de conciencia política de la clase obrera, minaron los cimientos de un modelo de acumulación que se iba a derrumbar durante la I Guerra Mundial.

Uno de los primeros teóricos sociales que anticiparon el final de aquel modelo fue el británico John Atkinson Hobson<sup>1</sup>, quien ya en 1902 consideraba innecesaria la apertura de mercados extranjeros por la vía militar del imperialismo si los mercados nacionales podían crecer «indefinidamente». Para este reformista y pionero de la economía moderna, la creciente capacidad de producción y la tendencia a la oligopolización empresarial habían

---

<sup>1</sup> Hobson, J. A. (1981): *Estudio del imperialismo*. Alianza Universidad: Madrid, p. 100.

puesto en cuestión las viejas teorías liberales de equilibrio microeconómico del *laissez-faire*, pues se comprobó que al aumento de la oferta productiva no siguió la caída de los precios y el aumento del consumo. Al contrario, los oligopolios estaban provocando alzas de precios con el consiguiente aumento del infraconsumo y el paro, impidiendo aún más la generación de un mercado nacional que pudiera absorber el aumento de la producción.

Observando que el nivel de consumo de la sociedad no crecía al mismo ritmo que la producción, Hobson se dedicó a analizar los problemas derivados del exceso de ahorro y la distribución de riqueza, poniendo de manifiesto la falta de correspondencia entre la riqueza de la sociedad y las necesidades, así como su relación inmediata con el imperialismo y la guerra. En efecto, la concentración de empresas y de capital estaba aumentando la parte del plusvalor que las clases propietarias destinaban a la acumulación, reduciendo entonces la parte que tradicionalmente destinaban a la adquisición de bienes de lujo. De ese modo, se producía un desproporcionado aumento del ahorro y una salida inevitable del capital hacia el exterior en busca de nuevos mercados, tal como sucedió en Inglaterra y en Estados Unidos cuando, después de liquidar su deuda, se lanzaron a la expansión exterior. El imperialismo se había convertido así en la piedra angular de un modelo que pronto habría de ser sustituido por otro en el que la seguridad internacional se podía mantener sobre la base de «quitar a las clases poseedoras los incrementos no ganados de sus ingresos»<sup>2</sup> incorporándolos a los salarios de las clases trabajadoras, o a la renta pública, para ser gastados en el aumento del consumo, tal como ocurrió después de la I Guerra Mundial en la mayor parte de los países industriales.

La reducción del comercio mundial durante la guerra puso de manifiesto que el recurso a los mercados coloniales era limitado, y que en última instancia, podía provocar el empeoramiento de las condiciones de vida. Así, al modelo basado en la obtención de plusvalías absolutas y la expansión colonial, comenzó a sucederle otro basado en el *desarrollo de los mercados nacionales* y en la *incorporación de las condiciones de existencia de la clase obrera a la realización del valor*. Los excedentes de capital dejaron de fluir masivamente hacia la construcción de ferrocarriles coloniales canalizándose hacia el sector nacional de bienes de consumo duradero, al tiempo

---

<sup>2</sup> Hobson (1981: 101).

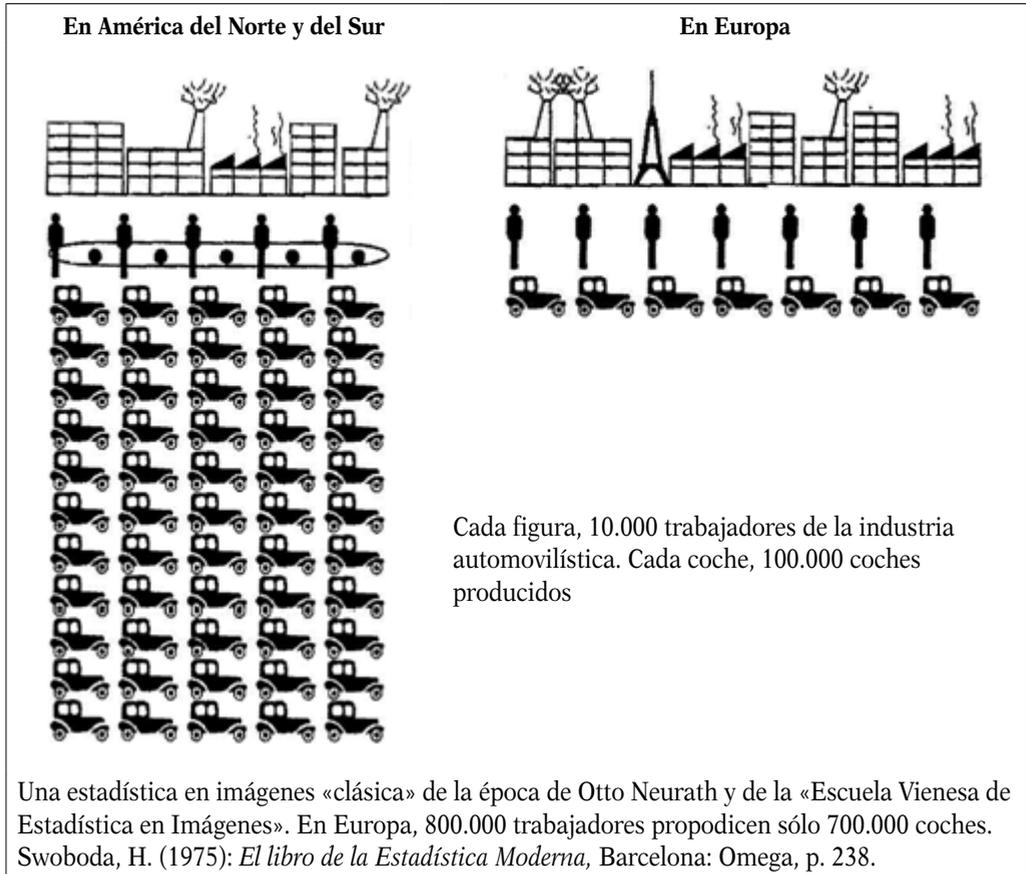
que la nueva organización del trabajo en cadena hacía posible el incremento de los salarios reales y la participación de los trabajadores en el nuevo consumo de masas. El final de la guerra fue un cambio de era, el nacimiento de un modelo de sociedad que iba a caracterizar todo el siglo XX, y que implicaba la sustitución del mercado autorregulado por una política económica en la que el Estado interviene la tierra —los mercados agrícolas—, el trabajo —reglamentaciones laborales—, y el capital —más allá del control de aranceles, impuestos y circulación monetaria—, participando activamente en la creación de monopolios —electricidad, petróleo, comunicaciones; un escenario que coincide con el nuevo liderazgo de la economía americana en la escena mundial.

Durante esos años se produce en Estados Unidos un aumento de la producción y una rápida concentración de empresas —durante la I Guerra Mundial, tan sólo 200 compañías de ferrocarriles, servicios públicos e industria controlaban la mitad del activo total industrial— hecho que, junto al crecimiento de la población —en 1920 supera los cien millones de habitantes— abre la posibilidad de construir un mercado nacional de dimensiones continentales. Superado el bache de la guerra mundial, la economía norteamericana continuará creciendo hasta 1926, momento en que las contradicciones entre un *sector de bienes de producción*, que progresivamente necesita menos fuerza de trabajo, y un *sector de bienes de consumo duradero* urgido de una demanda creciente, pusieron de manifiesto que el nuevo consumo de masas aún no estaba suficientemente maduro.

La organización «científica» taylorista del trabajo y la cadena de montaje fordista dieron lugar a una crisis de superproducción que obligó a los Estados Unidos a adoptar, después de 1929, un conjunto de reformas sociales que entrañaban un considerable aumento del gasto público, y que Franklin Delano Roosevelt llamará «constitución de orden económico». En efecto, las posibilidades de valorizar los excedentes de capital en el sector de los bienes de producción (equipos industriales, maquinarias, ferrocarril) se habían agotado, y era preciso encontrar su aplicación en la producción de bienes de consumo duradero en el mercado nacional, es decir, en el sector destinado a reponer las fuerzas del trabajo asalariado. La política del New Deal nació para sostener la participación de trabajadores y campesinos en la circulación general de mercancías, articulando proceso de producción y modo de consumo en un conjunto de transformaciones

que Michel Aglietta ha denominado la constitución de la *norma de consumo de masas*, y que suponen, además de la intervención del Estado en la economía, la *institucionalización de la lucha de clases* bajo la fórmula de la negociación colectiva.

### La industria automovilística en 1929



## 2. FORDISMO Y PRODUCCIÓN DE LA NORMA SOCIAL DE CONSUMO

En su trabajo *Regulación y crisis del capitalismo*, Michel Aglietta plantea el estudio del modo de consumo característico del fordismo a partir del

análisis de la reproducción de la fuerza de trabajo social como fundamento de la acumulación capitalista. Desde esta perspectiva, el consumo no se observa como el comportamiento individual de un consumidor abstracto, tal como sostienen las teorías convencionales sobre la demanda, sino como la manifestación del proceso de creación y transformación de las condiciones de existencia de la clase obrera en el seno de la sociedad capitalista.

Aglietta considera que son en realidad las relaciones de producción capitalista las que estructuran el modo de consumir de las clases trabajadoras. Dado que estas clases se encuentran separadas de la propiedad de los medios de producción, dependen de la obtención de un salario que permita su mantenimiento y reproducción. Esta relación salarial conduce a un modo característico de consumo en la sociedad capitalista, que Aglietta denominó «*norma social de consumo obrero*», alejada de los tradicionales modos de consumo campesino. Pero, a su vez, esta norma de consumo es esencial para reproducir las relaciones de producción capitalistas, dado que constituye un elemento fundamental de la generación de plusvalías.

«La separación de los trabajadores de los medios de producción, que se encuentra en el origen de la relación salarial, implica una destrucción de los diversos modos tradicionales de consumo, y conduce a la creación de un modo de consumo específico del capitalismo. Se crea así una *norma social de consumo obrero*, que es un factor esencial en la extensión de la relación salarial, ya que es una modalidad fundamental del plusvalor relativo. Mediante la norma social de consumo, el modo de consumo se integra en las condiciones de producción» (Aglietta, 1986: 130).

Pero, ¿cuál es el origen de la norma de consumo obrero? Con la mecanización del trabajo y la implantación de nuevas formas de organización del mismo, el trabajador pierde cualquier control sobre los tiempos y los contenidos de su actividad productiva. Primero el cronometraje taylorista, y después la división y especialización sistemática de las tareas propias de la cadena de montaje fordista, terminan por homogeneizar las actividades de los trabajadores, que son abstraídas de cualquier contenido relacionado con el sentido de esa actividad para el trabajador, y consideradas simplemente como «tiempo de trabajo». Convertido así el trabajo en mercancía intercambiable en el mercado, los trabajadores han de competir entre sí para lograr una relación salarial que permita la reproducción de sus condiciones de existencia. Una reproducción que entraña inevitablemente su

participación en el consumo de mercancías que los nuevos sistemas productivos permiten producir en masa; de ahí que Aglietta transmita en su explicación la idea de *ciclo*, de relación circular entre la producción y el consumo, al referirse al mantenimiento de la fuerza de trabajo social:

«Los lazos entre producción y consumo, en el ciclo de mantenimiento de la fuerza de trabajo social, son múltiples. Hemos visto que el proceso de trabajo capitalista está regido por la mecanización del trabajo. Despojándose de cualquier tipo de contenido propio de un oficio, el trabajo obrero pierde cualquier carácter cualitativo diferenciado que pueda influir sobre el modo de vida. Como la fuerza de trabajo se ha convertido en mercancía, está incorporada a un sistema productivo cuya razón de ser es la producción de plusvalor, y cuyos principios internos de desarrollo son la parcelación de tareas y la reducción a duración pura. La transformación de las relaciones de producción crea la producción en masa de mercancías, la cual, por la lógica de las relaciones de equivalencia en el intercambio, tiende a destruir las formas de producción no capitalistas a medida que se constituye un único espacio de circulación de mercancías [...]. Homogeneizados en cuanto parcelas de una sola fuerza de trabajo social, pero simultáneamente aislados por el contrato salarial en cuanto fuerzas de trabajo individuales que compiten entre sí, los trabajadores se ven forzosamente atados al capitalismo por el consumo individual de mercancías resultantes de la producción en masa. Ese modo de consumo uniforme de productos trivializados es un *consumo de masas*» (Aglietta, 1986: 131).

Por tanto, Aglietta parte de la consideración del consumo como algo más complejo que un mero comportamiento: se trata de un proceso, de un conjunto de actividades sujetas a una lógica de «reconstitución de las fuerzas gastadas en las prácticas sociales» y de «conservación de las capacidades y actitudes» necesarias para la reproducción de las relaciones sociales que, a su vez, han originado tal modo de consumo. El hecho de que las prácticas concretas de la norma de consumo obrero se desarrollen fundamentalmente en el tiempo y lugar de «lo privado» (fuera del tiempo de trabajo y en el hogar, como entorno privilegiado para la privacidad), nada tiene que ver con que el consumo dependa de una decisión de demanda individual. El ámbito privado y las prácticas de consumo allí desarrolladas generan diferenciaciones y elementos ideológicos asociados a ellas relacionadas con la posición que los individuos representan respecto a otros grupos sociales con los que entran en relación: