

la contra

LA VANGUARDIA

MANÉ ESPINOSA

“El consumismo endeuda a los estadounidenses”

66 años. **Nació en Nueva York y vive en Washington.** Casado, 2 hijos y 3 nietos. **Licenciado en Psicología y doctor en Comportamiento y Relaciones Laborales e Industriales.** Profesor de la Universidad de Maryland. **No me gusta la política del consumo.** Daré una conferencia en el simposio que organiza Intelligent Coast en julio



GEORGE RITZER

ESTUDIA LA MACDONALIZACIÓN DE LA SOCIEDAD

No le gustan las hamburguesas? –No me gusta la macdonalización de la sociedad, la homogeneidad mundial que crean 30.000 McDonald's repartidos por el mundo y todas sus copias (Starbucks, Dunkin Donuts, Burger King...). Pero lo más importante no es eso.

–**Me lo temía.**
–El modelo McDonald's se basa en una estructura de funcionamiento que ha influenciado nuestra manera de pensar.

–**Y cuáles son sus principios?**
–La eficiencia; la previsibilidad, es decir, que en cualquier parte del mundo sabes qué comerás; ofrecer cantidad a bajo precio, poniendo la atención en la cantidad en lugar de la calidad, y el control.

–**¿Qué tipo de control?**
–A través de la tecnología controlan tanto a sus empleados como a los consumidores. La silla de McDonald's es un famoso ejemplo: intencionadamente incómoda, está diseñada para que la gente no aguante sentada en ella más de 20 minutos. Pero para mí lo esencial es la irracionalidad de la racionalidad.

–**¿?**
–Son productos que crean problemas de salud a gran escala y dañan el medio ambiente.

–**Vayamos más allá.**
–El consumo ha devenido un elemento crucial de la cultura de masas. Las compañías de este tipo crecen de manera exponencial y se han convertido en el corazón del desarrollo del capitalismo.

–**Modelo que ha conquistado el mundo.**
–Las compañías necesitan expandirse, crear en todo el mundo hambre de consumir.

–**¿Ustedes, en Estados Unidos, han llegado ya al punto de saturación?**
–Dos días después del atentado del 11-S, el alcalde de Nueva York pidió por televisión que la gente saliera de tiendas, y al día siguiente lo hizo Bush. La economía de

Estados Unidos se basa en el consumo.

–**¿Qué ha sido de lo auténtico?**
–Ha sido reemplazado por la copia. Vivimos en un mundo simulado y la gente prefiere la copia a lo auténtico.

–**Exagera.**
–Uno de los viajes más populares en Estados Unidos con diferencia es a Las Vegas, donde lo que se visita son reproducciones de París, Venecia... A pocos kilómetros está el valle de la Muerte, un desierto que es emblema de Estados Unidos, pero nadie lo visita porque no hay nada que consumir.

–**¿Por qué nos atrapa ese mundo?**
–Hay una enorme cantidad de dinero invertido en la catedral del consumo. Nos han convencido.

–**¿De qué?**
–De que la felicidad la da el consumo. Pero es una falsa promesa. Todos sabemos que no recibimos del producto (coche, vestido o crucero) la gratificación tan esperada.

–**Entonces, ¿por qué seguimos comprando?**
–La trampa es la alimentación del deseo. Creemos que la próxima compra sí nos acercará a la felicidad, ése es el mecanismo.

–**¿El sistema no llegará a colapsarse?**
–Tenderá a expandirse más y más a nivel global. A McDonald's todavía le quedan 300 países en el mundo vírgenes. Pronto podremos comer lo mismo en absolutamente todos los rincones del mundo, ver la misma arquitectura y la misma forma de vestir.

–**¿Qué alegría!**
–Pero lo más preocupante es que las estructuras de funcionamiento del consumo están calando a fondo a nivel individual.

–**Me está asustando.**
–Mi último estudio versa sobre cómo la subcontratación de productos está permeando en la vida personal y cómo se dispara su crecimiento. Ya es habitual en Estados Unidos subcontratar servicios que organicen tu boda, eduquen y paseen a tu perro, cuiden tu

CONSUMIDOS

Estudia esa incomodidad que provoca la globalización de esas grandes compañías que controlan a la sociedad de masas a través del consumo. Te vas de vacaciones a un lugar exótico y ahí está McDonald's, idéntico a sí mismo, como cada vez más lo son los aeropuertos, la forma de vestir e incluso de relacionarse. A esto Ritzer lo llama la globalización de nada.

“En contraposición, ‘algo’ es un concepto ligado a una realidad local con control local y permeabilidad con el entorno.”

En ‘La McDonalización de la sociedad’, traducido a 17 lenguas, propone globalizar conceptos como el ‘slow food’.

Y me advierte del uso de las tarjetas de crédito: “La deuda es una forma de tenernos controlados muchos años”.

El consumismo nos consume como una enfermedad.

mente, te asesoren en imagen personal y relaciones, te ordenen los armarios, y se encarguen del ocio y las carencias de tus hijos.

–**¿Adónde nos puede llevar todo esto?**
–Al vacío. Esa manera de subcontratar servicios para que nos resuelvan la vida resulta muy atractivo porque nos permite dedicarnos a otras cosas que nos parecen más importantes, pero al final, ¿qué es más importante que ocuparte de ti mismo y de los tuyos?

–**¿!**
–Me temo que este vacío nos dejará cada vez más vacíos y sin capacidad para darnos cuenta de hasta qué punto estamos controlados y dirigidos.

–**Este sistema crea seres humanos dependientes, ansiosos y violentos. ¿Le es útil el capitalismo o es un efecto colateral?**

–Vivimos en la cultura del miedo; miedo de no estar a la altura del resto de los consumidores, así que tendemos a consumir más. Es una cadena: el miedo provoca ansiedad y necesidad, pero el mercado siempre propone soluciones, tenemos todo tipo de fármacos.

–**¿Estamos ante la globalización de nada?**
–Sí, productos que nos definen y que se crean en un centro lejano, que son controlados por informes estadísticos sobre las necesidades de los consumidores e idénticos en todas partes. Nada es Coca-Cola, McDonald's y también bolsos de Gucci o gafas Chanel, que son formas de nada muy caras.

–**...Mientras las tarjetas de crédito den.**
–La estrategia básica del capitalismo del consumo es hacerte gastar todo tu sueldo. En EE.UU. el promedio de ahorro es de 0%.

–**El sistema quiere endeudados, ¿por qué?**
–Para que la economía crezca más y más se requiere que tú entres en débito más y más, un sistema tan inestable como un castillo de naipes. En EE.UU. la deuda por tarjeta de crédito, gastos de compras, ha superado a la de vivienda o coche.

IMA SANCHÍS

45105



CUPÓN