

JULIO MEJÍA NAVARRETE

SOCIEDAD, CONSUMO Y ÉTICA

El Perú en tiempos de globalización

Lima 2014. UNMSM Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Sociales

JAIME RÍOS BURGA

UNMSM

El libro de Julio Mejía Navarrete es la primera aproximación sociológica tórica-empírica sistémica de estudio e investigación de la problemática urbana del consumo en el Perú de hoy. Si bien el espacio de investigación se centra en el caso del centro comercial Mega Plaza, por su representatividad muestra las situaciones, las tendencias y los patrones de estructuración y reproducción global, específicas y centrales en sus aspectos económicos sociales y éticoculturales.

Empieza el estudio centrando su atención en el proceso sociológico de consumo del centro comercial, su reproducción como ciudad al interior de la ciudad, la privatización de la ciudadanía, el nuevo imaginario de consumo urbano. Luego aborda a los actores en su estructuración social como consumidores de nuevos sectores medios, los nuevos limeños y su impacto en la nueva estructuración social en los espacios populares caracterizados por una polarización social entre el alto consumo y los consumidores marginales. Una sociedad que se transforma de *homo economicus* a *homo consumens*, de un estilo aristocrático a uno medio-popular globalizado de consumo y consumismo en la recreación, la simulación, las nuevas necesidades, la compra emocional en sus

dinámicas de individuación, sociabilidad e identidades como actores.

La individuación como lazo difuso, las relaciones sociales cosificadas, el vivir y el comprar, lo privado mercantilizado y público privatizado, en un mercado social cada vez más globalizado y de nuevas igualdades y desigualdades como democratización pero también como conflicto étnico cultural donde la modernidad colonial sale a luz en todo su carácter y con todas sus manifestaciones. Aquí el consumo globalizado reestructura a los sujetos del consumo en términos de agrupamientos, generaciones, género bajo una cultura de privatización y tecnocratización de la subjetividad bajo el individualismo y egocentrismo, el desencantamiento de las emociones con los otros entre una movilidad de un yo empresarial y éticas de responsabilidad de consumo racional o racionalidad impulsiva. La globalización del consumo construye y destruye todas las relaciones pasadas existentes en un marco donde las promesas de la modernidad de ciudadanía, democratización y racionalización no se han cumplido sino más bien cobra fuerza el conservadurismo y las restricciones de la libertad ante la debilidad de una subjetividad que promueva cumplir con las promesas de la moderni-

dad, es decir, la búsqueda utópica de la igualdad social, la libertad y una vivencia societal más humana.

Teóricamente el estudio enriquece los estudios desde el marco de transformación del capitalismo global y capitalismo en todos sus aspectos. En la presente etapa del capitalismo financiero cognitivo global la relación social: cuerpo-emociones-consumo-dinero-capital-subjetividad nos transforma y consume. Como muestran los datos específicos aportados por la investigación el consumo va más allá de los deseos, crea estructuraciones profundas de reproducción social material, subjetiva, intersubjetiva y simbólica en la nueva dinámica global de reestructuración del poder mundial.

Vemos surgir nuevas dicotomías: consumo/consumismo, libertad/esclavitud, dejando de lado toda la tradición ética cristiana basada en el autocontrol y solidaridad. El capitalismo hoy todo lo mercantiliza en una socialización que seduce y donde el papel de los medios al servicio del capital global transforma y crea siste-

máticamente un cambio de las culturas asceta y estoicas del cuerpo y las emociones por una cultura hedonista consumista. Pero, contradictoriamente vemos surgir un hedonismo de vida donde el autocontrol y la cultura del consumo afirman la vida en todas sus formas.

Asistimos a un cambio globalizado de la matriz cultural que busca aliviar o hacer olvidar ficticiamente la dureza de las labores presentes en el mundo del trabajo hoy totalmente flexibilizado y/o el agobio de vivir en las metrópolis en sus espacios de individuación individualista que destruyen todo lazo social con el otro. Un aburguesamiento global tardío que en nuestros espacios urbanos se afirman y se agotan en su propia soledad anhelando cada vez más construir una nueva cultura civilizatoria urbana del consumo alejada de todo puritanismo donde se afirme e integre los lazos sociales en la unidad de sus diferencias, es decir, se construya una política civilizatoria de vida donde el yo se encuentra con el otro en un nosotros transcultural de vida.