

La escalera¹

Stairs

Mike Angelo Rivera Contreras

Escuela de Ciencia Política
Universidad de San Carlos de Guatemala

*Autor a quien se dirige la correspondencia: riveracontreras@hotmail.com

Resumen

El tema central abordado es la violencia, sin dejar de explorar otros temas paralelos como lo constituyen la corrupción y el crimen organizado. En la actualidad, la globalización económica impone un sistema de valores especialmente basado en la cultura consumista. Hay un sobrado énfasis en adquirir determinados bienes materiales que dotan de cierto prestigio y estatus para quien los porta y ostenta. Por el contrario, las personas que no pueden adquirir ese nivel de vida basado en el éxito material y personal pueden verse sujetas a una condición de frustración social que se traduce en un desencanto de su “yo ideal” socialmente construido. Esto afecta especialmente a jóvenes pobres de las ciudades y zonas semi-urbanas. Las clases media y alta no están exentas del acoplamiento de sus conductas a estos actos delictivos como se examina en el ensayo. La propuesta intenta dar una explicación a la violencia desde una óptica menos común, la de la riqueza, los centros comerciales y la cultura VIP.

Palabras clave: consumismo, globalización, violencia, clases sociales, frustración social

Abstract

The central issue addressed is the violence, without fail to explore other topics parallel as are corruption and organized crime. At present, the economic globalization imposes a system of values based particularly in consumerist culture. There is ample emphasis in acquiring certain tangible property that gives a certain prestige and status for whom transports and withholds. On the contrary, the people who can't afford that level of life based on the material success and staff may be subject to a condition of social frustration that translates into a disappointment of his “ego ideal” socially constructed. This particularly affects young urban poor areas and semi-urban. The middle and upper classes are not exempt from the coupling of their behavior to these criminal acts as discussed in the essay. The proposal seeks to give an explanation to violence from a less common optical: wealth, commercial centers and the VIP culture.

Keywords: consumerism, globalization, violence, social classes, social frustration

¹ Primer lugar del 2^{do}. Concurso de Ensayo Científico 2014 “Educación, salud, seguridad alimentaria y violencia” de la Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



Como *el flaco* se conoce al joven menor de edad que lanzó una granada a un camión repartidor de agua purificada en la zona dieciocho el pasado mes de julio de 2014. El acto dejó once personas heridas y una anciana fallecida. Unos meses antes, en el mes de abril, muere Kevin Díaz quien estaba a unas cuantas horas de cumplir su mayoría de edad. Díaz aficionado de un popular equipo de futbol local, murió en manos de otros jóvenes, supuestos seguidores del equipo rival, luego de una golpiza. Un mes después, en mayo, muere un joven estudiante de diecisiete años, apuñalado por otro grupo de supuestos estudiantes en pleno Centro Histórico de la ciudad capital. Pareciera ser que la cada vez más frecuente repetición de estos actos ha propiciado en los guatemaltecos una preocupación generalizada, a la vez que hay una sensación de asumir con cierta normalidad esta violencia que hoy parece formar parte de nuestra cultura y vida cotidiana.

Los fríos datos estadísticos suelen ser los más divulgados. Sobresalen los que indican que en el país hay un número aproximado de entre 15 y 20 muertos diarios de forma violenta. Algunos expertos en seguridad indican que esta cantidad sobrepasa el número de muertes diarias de países que se encuentran en guerra como es el caso de Irak o Afganistán. Informes y estudios nacionales como internacionales se acercan a la conclusión de que la violencia es resultado de las condiciones de pobreza en la cual se encuentra sumida buena parte de la población. Sobre todo destacan los resultados de las investigaciones cuantitativas que con datos y números grafican la violencia en sus diferentes formas y dimensiones, haciendo hincapié en posibles causas como la desintegración familiar, el alcoholismo y las drogas, la perdida de principios y valores, y la violencia intrafamiliar. Se adiciona, en algunos casos, una corresponsabilidad del Estado por su omisión al no implementar proyectos y programas adscritos a políticas públicas, especialmente en materia de seguridad y educación que en alguna medida pudieran coadyuvar a reducir la violencia y todos los problemas sociales paralelos a ella.

En la última década se implementaron cuestionables programas en la región con el ánimo de encontrar soluciones al problema. Ejemplo de esto lo constituyeron los planes de *mano dura* y *súper mano dura*, implementados tanto en El Salvador, Honduras y Guatemala, los cuales fueron catalogados como un fracaso. Con alivio, algunos informes como el del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, concluyeron que este tipo de medidas, además de no ser una solución, provocaron efectos adversos, entre estos que

los jóvenes pandilleros se articularon y reorganizaron en las cárceles, por lo cual, se intensificó la violencia y aumentó la saña con que cometían los crímenes. Constituye pues, una forma de respuesta que reta a la sociedad que les discrimina y excluye, y a un Estado que los criminaliza y reprime. Las acciones encaminadas hasta el momento para evitar los actos delictivos y la violencia especialmente se han caracterizado por ser represivas, lo cual no ha generado un efecto disuasivo. Se ha evidenciado más bien lo contrario. Las medidas implementadas han atendido la forma, no el fondo. En ese sentido, en nuestro medio se han explorado y atendido menos las tesis sociales que abordan e intentan explicar el fenómeno de la violencia y la criminalidad. Hace un siglo aproximadamente, el sociólogo y criminólogo italiano, fundador de la escuela positivista, [Ferri \(1856-1929\)](#), innovaba al indicar que las razones por las cuales el individuo se convierte en delincuente son ajena a su voluntad. Ferri manifestaba que existe un factor social en el crimen, argumento que adquiere notoriedad y significado, si se tiene en consideración que emana en los albores del surgimiento de la sociología y la sociología criminal en la Europa industrial de ese momento, que debido a los procesos migratorios, la conformación de las nuevas urbes, el desempleo y la explotación laboral, implicó altos niveles de violencia y criminalidad, lo que condujo a despertar el interés de estos teóricos, que fueron acercándose a una interesante conclusión: el ser humano no actúa por sus impulsos individuales, aunque hay rasgos y antecedentes biológicos y genéticos que nos predisponen individualmente, estos pueden ser controlados por el entorno y las relaciones sociales de las que disponemos. Más bien, nuestras acciones son resultado de nuestro contexto y nuestras circunstancias, del nivel de oportunidades o la ausencia de ellas. En otras palabras, este contexto intelectual asumía de cierta manera que el ser humano tiene más de bueno que de malo por naturaleza, pero su actuar estaba definido por la estructura, organización y sistema social que le instigaba a hacer el bien o lo contrario. El psicoanalista judeo-alemán, décadas más tarde, manifestaría con propiedad al respecto:

[...] la salud mental no puede definirse como “adaptación” del individuo a su sociedad, sino que, por el contrario, se la debe definir como adaptación de la sociedad a las necesidades del hombre, y por el papel de ella en impulsar o impedir el desarrollo de la salud mental. Si el individuo está o no está sano, no es primordialmente un asunto individual, sino que depende de la estructura de la sociedad ([Fromm, 1985](#), p. 66).

Estas teorías se adentraron a profundizar en el individuo y la sociedad que le rodea y le constriñe y a la vez encamina su accionar en colectividad. En ese conjunto de instituciones que lo forman o lo deforman socialmente como individuo, tales como el sistema educativo, las creencias religiosas, su entorno rural o urbano, el barrio en el que crece, su familia y el sistema político y económico en el que se desenvuelve. La sencilla frase expuesta varias décadas atrás por el escritor español [Ortega y Gasset \(1883-1955\)](#) lo resume mejor: “yo soy yo y mis circunstancias”.

En ese sentido, uno de los teóricos más importantes fue el destacado sociólogo de origen estadounidense [Merton \(1910-2003\)](#), quien nos complementa lo expuesto al indicarnos que esto no quiere decir que los seres humanos tengan tendencias biológicas diferentes, sino que están actuando de forma normal frente a la situación social en la cual se encuentran (1960, p.52). Según su propuesta teórica, el problema de la “conducta social desviada” de las personas no radica en el individuo como tal, sino en el sistema social en el que vive, conocida también como desviación social, hace referencia a la “violación” producida por parte de un individuo de una norma que es asumida como buena o “normal” para el resto de la colectividad. El sistema social y el entorno definen el actuar del individuo, si el sistema le excluye, por lo tanto se asume como “normal” la desviación social perpetrada por parte de los individuos. El autor agrega que las estructuras sociales ejercen una presión definida sobre ciertas personas en la sociedad induciéndolas a una conducta de rebeldía antes que de conformidad. El contexto que conduce a Merton a plantear lo anterior es la sociedad estadounidense de las décadas de los años cuarenta y cincuenta del siglo anterior, caracterizada por el crecimiento económico que manifestaba luego de la depresión económica de finales de los veinte; y por otra parte, por los altos índices de criminalidad que se reproducían y aumentaban en varias ciudades. Esto lo condujo a realizar un planteamiento interesante. En la medida en que la sociedad produce y consume más; en que los parámetros del éxito personal van más asociados al éxito material, en esa misma medida provocan mayor frustración social, y por lo tanto vuelve proclives a las personas a ajustar su actuar en lo que se denomina la conducta social desviada. Hay que apuntar que Estados Unidos venía saliendo de la segunda guerra mundial, varios productos y bienes que antes eran exclusivos de cierto grupo, empiezan a masificarse, la televisión aparece a mediados de siglo y con ello

la expansión de la publicidad, en general esta generación bautizada como los *baby boomers* nacidos entre las décadas de los cuarenta y sesenta, se convierten en la clase media estadounidense, más informados, educados y con mayores recursos económicos, que las generaciones anteriores. Sin embargo, esa *escalera* no fue la misma para toda la sociedad estadounidense. Un buen antecedente lo constituye el año de 1963, fecha en que asiste el primer estudiante de origen afroamericano a una universidad estadounidense. Merton fue categórico y atinado al indicar que: “la gran virtud americana (estadounidense), de la «ambición» promueve el gran vicio americano del «comportamiento desviado»” (1960, p. 68). Hay un orden simbólico, según cierta jerarquía de valores. Las metas dominantes constituyen una escala de aspiraciones con diversos grados de emotividad y significado; es decir, son las cosas por las cuales vale la pena sacrificarse (Merton 1960, p. 53). Los criterios no son determinados por los individuos, sino por el *sistema*. En este sentido, una de las mayores fuentes de insatisfacción es carecer de determinados bienes cuando otros sí los tienen ([Corrtina, 2002](#), p. 79). Desde esta perspectiva analítica, se asume entonces como *normal* a la violencia desencadenada por un sistema social que protege a ciertos individuos y expulsa a la gran mayoría, considerándolos como fracasados, dado que las condiciones para alcanzar ese éxito y reconocimiento social no son las mismas para todos en la sociedad. Hacia esa ecuación apunta el presente trabajo. En ese sentido es más cómodo plantearlo a través de una pregunta. La sociedad guatemalteca se caracteriza económica y socialmente por su limitado nivel de desarrollo en varios aspectos. A partir de la década de los años noventa, la cultura consumista ha venido expandiéndose y enraizándose vertiginosamente bajo el paraguas de la globalización económica. ¿Acaso existe una correlación o nivel de incidencia de la violencia imperante en Guatemala como una forma de frustración social, resultado de la combinación de la cultura consumista y una sociedad subdesarrollada y básicamente pobre?

Revisemos. El punto de partida de la cultura consumista en la sociedad guatemalteca se inicia a mediados de la década de los ochenta del siglo pasado. Varios son los factores. Uno de ellos son los inicios de la democracia en Guatemala. Se crean una serie de instancias especialmente jurídicas que servirían de plataforma para tal propósito como el Tribunal Supremo Electoral, la Procuraduría de los Derechos Humanos y la Corte de Constitucionalidad, así como una

nueva Constitución Política de la República y la Ley Electoral y de Partidos Políticos. El sistema de justicia se fortaleció con la creación del Ministerio Público y el Instituto de la Defensa Pública Penal. Es una década en la cual se inician las negociaciones para que se suscriban posteriormente varios Acuerdos de Paz, iniciando en 1991 y culminando con la firma de la paz en 1996. En el ámbito internacional, surgen medidas económicas como las Políticas de Ajuste Estructural, las reformas económicas propuestas a través del Consenso de Washington, diez medidas sugeridas por el Banco Mundial (2009) y el Fondo Monetario Internacional en 1989 (Stiglitz, 2007, pp. 35-39).

A finales de los años ochenta e inicios de los noventa, se derrumba el modelo económico socialista, propiciando con ello el final de la guerra fría. En 1992, el autor estadounidense de origen japonés Fukuyama sintetizó lo expuesto en su ensayo *El fin de la historia y el último hombre*, donde hizo hincapié en que las ideologías resultado de la guerra fría habían terminado, dando paso a un nuevo escenario mundial: la economía de mercado. Sus postulados fueron controversiales, pero no dejaba de acertar al predecir hace más de veinte años que el mundo se regiría bajo una nueva ideología económica. Tan literal se aplicó su propuesta que tres años más tarde después de haber presentado su polémica tesis, se crea la Organización Mundial del Comercio, instancia que actualmente agrupa a 160 países. Un año después, en 1996, se suscribe el Acuerdo de Paz Firme y Duradera en Guatemala.

Resultado de las medidas impuestas en los noventa por el Consenso de Washington, se llevan a cabo las privatizaciones de los principales servicios que eran prestados por el Estado. Era un escenario donde también se establecía la plataforma de un nuevo enfoque jurídico uniforme, en materia de derechos de autor, pero especialmente en lo relativo a la propiedad intelectual. Se estaban sentando las bases para lo que en materia comercial vivimos en la actualidad. Este escenario muestra como las nuevas políticas económicas adoptadas desde el libre mercado especialmente proveniente de Estados Unidos, requería de ciertas condiciones para operar. Las directrices macroeconómicas estaban sentadas. Para ello se necesitaba del funcionamiento más sólido del sistema de justicia, algunas bases jurídicas para garantizar la inversión extranjera y garantizar el resguardo de la propiedad privada e intelectual, garantizando la menor intervención del Estado. Todo lo anterior se impulsó bajo el paraguas que implicó la democracia. Expresado de otra forma.

El modelo posfordista de producción estadounidense adquiere a partir de la década de los años setenta y ochenta, nuevos criterios económicos, resultado de las nuevas tecnologías y los nuevos abordajes teóricos que implicaban al nuevo consumidor. Se percataban que la sociedad estadounidense ya no era suficiente para vender la sobreproducción de productos, especialmente concerniente a línea blanca, vehículos, vestuario y una amplia cantidad de artículos emergentes, que se producían de manera masiva. Por lo tanto se necesitaba de nuevos mercados y América Latina se visualizó como ese mercado emergente para cubrir esa sobreproducción de bienes y servicios. Esa atinada proyección de los estadounidenses y posteriormente de los europeos, facilitó que décadas después los guatemaltecos en la actualidad tengamos la posibilidad de enviar mensajes desde un Iphone, hagamos el *shopping* en alguna tienda española Zara, bebamos un café en alguna de las varias cafeterías de la cadena estadounidense Starbucks, o que adquiramos los productos de la canasta básica en alguno de los diferentes supermercados de la corporación multinacional de origen estadounidense Walmart. Surge entonces la idea de un mundo sin fronteras, equitativo y que unificará mercados a esto se le llamó en su momento globalización económica, a la cual para restarle ese desagradable peso economicista le agregaron elementos como tecnología, humanidad y cultura, denominando al nuevo modelo económico únicamente como globalización. Este proceso encuentra en los Tratados de Libre Comercio entre Centro América y Estados Unidos su momento cumbre, el mismo fue ratificado en el 2005. En las negociaciones quedó altamente evidenciado el posicionamiento de Estados Unidos y el sometimiento de aceptar los términos por parte de Guatemala. Incluso, la conocida como Ley Monsanto, es un claro ejemplo de lo acordado en el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos en ese momento. En el campo de las ciencias sociales, todo este nuevo dinamismo económico se conoce también con el término de cultura consumista. Esta transición la ilustra de mejor manera la periodista canadiense Klein, quien en su conocido libro: *No logo*, manifiesta que: “[...] las tan cacareadas ventajas de la globalización económica se resumen a más de lo mismo: los patronos han cambiado los uniformes militares por trajes italianos y un teléfono móvil marca Ericsson” (2007, p. 506).

Otros autores lo resumen así: la sociedad del consumo es el último eslabón del modelo de producción conocido como industrialización. Desde hace déca-

das algunos talentosos escritores y artistas de manera futurista presagiaban lo que se venía. En 1932, en su célebre libro *Brave new world*, conocido en castellano como *Un mundo feliz*, el escritor inglés **Huxley (1894-1963)**, realizaba una sagaz crítica de la sociedad que en ese momento experimentaba especialmente las injusticias sociales producidas por la industrialización. Bien pueden rastrearse en su obra elementos que hablan de la sociedad como un experimento social, donde se imponen la producción controlada, la tecnología y la sociedad consumista. Con un lenguaje sarcástico anota el autor que es “una nueva era después de Ford” (**Huxley, 2000**, p. 41). Haciendo referencia a un cambio radical en la humanidad desde la construcción del vehículo Ford Model T, producido en las primeras décadas del siglo XX por la compañía del estadounidense Henry Ford (1863-1947).

El origen de las investigaciones vinculadas con el consumo, especialmente las de tradición estadounidense, asociaron el fenómeno al comportamiento del consumidor en el mercado. Un claro ejemplo de esto es el artículo publicado por Ryyränen, denominado *“A search for interpretation and understanding: Consumer studies in design research”*, el cual muestra las etapas en las que la investigación relacionada con el consumo atravesó durante las últimas décadas. El autor menciona que a partir de la década de los años 50 y 60 se vuelven predominantes los estudios relacionados con el comportamiento del consumidor en el mercado, el marketing y la publicidad (**Ryyränen, 2010**, pp. 1-24). Durante más de medio siglo la concepción dominante en la formulación de las teorías sobre el consumo, fueron las teorías microeconómicas de la demanda (**Alonso, 2005**, p. 3). El concepto trasciende en definitiva el círculo de la actividad económica: producción, intercambio, distribución y consumo. Por su parte, la literatura social asume el fenómeno del consumo como un hecho social que recorre la generalidad de nuestra existencia. Abarca la totalidad de los espacios de la vida y todas las dimensiones de la persona (**Marinas, 2001**, p. 17). El consumo tiene una visión global que desborda los meros hechos económicos. El bien por consumir se convierte en un deseo, una obsesión y deja su lado estrictamente utilitarista, para convertirse en una insatisfacción reiterativa y permanente. Al respecto complementa Fromm: “consumir es esencialmente satisfacer fantasías artificialmente estimuladas, una creación de la fantasía ajena a nuestro ser real y concreto” (**1985**, p. 115).

Uno de los autores que se ha convertido en una referencia obligada cada vez que se aborda el tema es el sociólogo Bauman. En sus aportes el autor distingue la diferencia que hay entre consumir y consumismo. Por consumir indica, es un proceso inalienable y no planificado de la vida en sociedad. Es una función de carácter biológico, la cual no tiene ataduras con la historia ni con la época. Se percibe como una función adscrita y natural del ser humano que tiene necesidades y que impulsado por la naturaleza busca satisfacerlas. Por el contrario, el consumismo adquiere una valoración distinta para el autor de origen polaco. Indica que es un acuerdo social, resultado de la reconvenión de los deseos y anhelos humanos como el principal impulso, coordinados por el sistema, la integración social, la estratificación y la formación del individuo. Agrega, el consumismo deja de ser un acto natural, para construirse socialmente (**2007**, p. 47). Por su parte Cortina señala que: “Actualmente ya no existen individuos con necesidades auténticas y deseos puros, sino la persona inscrita en estilos de vida socialmente compartidos” (**2002**, p. 51). En esa línea un clásico de la cultura consumista nos compartía en la década de los sesenta que las personas no eligen al azar; sus elecciones están socialmente controladas y reflejan el modelo cultural en el cual se efectúan (**Baudrillard, 2009**, p. 68). En ese mismo período otro autor francés manifestaba que la industrialización más efectiva puede servir para la restricción y manipulación de las necesidades (**Marcuse, 1994**, p. 48). Lo cierto es que el consumo se constituye en la esencia humana en el cambio del milenio, convirtiéndonos en el *homo consumens* como bien afirma la filósofa española de origen valenciano **Cortina (2002, p. 21)**. El autor Torres, va más allá al expresar que “el consumismo es la auténtica y más potente religión del siglo XXI” (**2005, p. 60**). Es debido a ello que el sociólogo británico Giddens indica retomando a Marx, que en el capitalismo las relaciones humanas tienden a quedar reducidas a operaciones de mercado (**2000, p. 48**). “El consumo no es tanto un placer en sí mismo como un cumplimiento placentero de deberes sociales” (**Featherstone, 1991, p. 196**). En esa línea, los individuos no somos totalmente autónomos, sino que estamos totalmente controlados a través de las necesidades en su gran mayoría falsas que impone el medio social y especialmente el mercado. Vivir en determinado sector, llevar cierta ropa de marca, conducir determinado vehículo, comprar en ciertas tiendas, supermercados y centros comerciales de *prestigio*, acudir a cierto tipo de restaurantes, llevar

determinado modelo de celular, etcétera El problema surge cuando este nuevo grupo de deseos y necesidades creadas por el mercado se entremezclan con otro grupo igual de grande de necesidades básicas no satisfechas, propias de una sociedad como la guatemalteca, como educación, vivienda, salud, vestuario, incluso alimentación, dado los altos índices de desnutrición. “El desheredado de fortuna puede exhibir una variedad de sentimientos con respecto del afortunado [...] envidia, odio, agresión, deseo de quitar a aquellos que tienen y apropiarse sus posesiones y hasta deseo de aniquilar a los que tienen” (Kardiner, 1945, pp. 411-412). El artículo desarrollado por Goodstein “*Style as substance: Georg Simmel's phenomenology of culture*”, insiste en la trascendental importancia que dio el autor a la influencia del dinero en las relaciones de las personas, dando como resultado lo que ella denomina *the hegemony of de money economy*. Agrega la autora que Simmel es pionero en establecer una cultura moderna que resulta de la asociación entre la economía monetaria y los desarrollos sociales, políticos y psicológicos (2002, pp. 212-213).

Guatemala se está convirtiendo en una sociedad que da sobrado énfasis al prestigio social y al consumo oneroso, pero por otra parte hay una amplia parte de la población que no accede a los tres tiempos de comida, esa inequitativa fusión de exuberancias de riqueza más excesos de pobreza, desencadena en desequilibrios sociales que se traducirán tarde o temprano en el acoplamiento de las personas a acciones relacionadas con la conducta social desviada (robo, corrupción, secuestros, homicidios, suicidios, extorsiones, narcotráfico, contrabando, sicariato, etcétera), acciones que van acompañadas en su mayoría de las veces de altas dosis de violencia; propiciado en buena parte por ese consumo ostentoso y a esa deidad en que se ha convertido el dinero, al cual no pueden acceder, por los medios lícitos por lo menos gran parte de la población. Otra minoría que si tiene acceso a la escalera que conduce al éxito material y social, acoplan su accionar en una conducta social desviada como lo puede ser en actos como corrupción y el tráfico de influencias, es el caso de algunos políticos, empresarios, administradores públicos y de justicia, banqueros, que motivados básicamente por la ambición y el *american way of life* rápidamente se hacen rodear de ostentosas mansiones y vehículos. Lo cual tiene sentido. En la era del consumo, se adquieren bienes para que sean vistos por los demás y con ello ganar admiración, asombro, pero sobre todo respeto. Para el resto de sectores de la población que no cuenta

con esa escalera al éxito la situación es más complicada y especialmente tensa. Allí en el sótano donde no hay puertas ni ventanas, como bien lo ejemplificaría en un artículo de prensa hace algunos años el sociólogo guatemalteco Torres, desearán también acceder a esos mismos bienes de consumo, normalmente a través de la vía de actos ilícitos. Aunque es apropiada una aclaración. No es la regla. Muchas personas pobres logran alcanzar el éxito económico y social, construyéndose su propia escalera, educándose, dedicándose al comercio o bien siendo deportistas destacados. Curiosamente en este sentido la clase más propensa a la conducta social desviada es la clase media. Es ese fragmento de la población situado especialmente en la metrópoli capitalina y algunas ciudades del interior. Son ese segmento poblacional que anhela vivir como la clase pudiente del país. Quiere tener a sus hijos en buenos colegios, su sueño es vivir en el naranjo, San Lucas o carretera a El Salvador, difícilmente pueden conducir un fino vehículo europeo reciente, cuando lo hacen es antiguo o normalmente optan por endeudarse por algún automóvil nuevo coreano o japonés, con lo cual consiguen algo de estatus con sus allegados. Se ven obligados a viajar a Estados Unidos, usualmente es a Los Ángeles, aunque insistan en que fue a Miami u Orlando. Ese falso estilo de vida, les mantiene en un constante asedio, viven al día y por lo mismo son un segmento poblacional susceptible de verse involucrados en actos especialmente de corrupción, entre estos muchos profesionales jóvenes, son los conocidos como delincuentes de *cuello blanco* del sector público y la iniciativa privada. Se visualizan menos, porque no son una parte amplia de la población. Por su parte, la minoritaria clase alta, tiene también acoplamiento de la conducta social desviada, especialmente a través del tráfico de influencias, evasión tributaria y en algunos casos corrupción con el ánimo de mantener su *status quo*. La gran mayoría defensores del libre mercado encontraron en la globalización y especialmente en las transnacionales su propia némesis. La era del consumo con sus espejismos y deseos se muestra a toda la sociedad sin cortapisas. Para la clase alta se traduce en ambición, en la clase media desesperación y para la clase baja frustración. Este grupo no deja de jactarse de su origen español y de sus buenas costumbres y modales. Los gustos refinados son un medio de prueba de que se es de buena familia, debido a que este tipo de educación requiere tiempo, aplicación y gasto, y no pueden ser adquiridos por aquellos cuyo tiempo y energía han de dedicarse al trabajo. Los modales, gestos y la etiqueta social suele imponerlos la clase alta.

Uno de los trabajos más sobrios en relación al tema del estatus y prestigio social, que a pesar de haber sido escrito hace más de un siglo cobra harta notoriedad y vigencia fue realizado por el estadounidense, hijo de inmigrantes noruegos, [Veblen \(2008\)](#). Agregaría elementos conceptuales innovadores, incluyendo al consumo de bienes como la base del sistema capitalista, alejándose de la idea de la producción *per se*, en la que se centraron los alemanes Engels (1844-1900) y Marx (1818-1883). Su obra cumbre, *Teoría de la clase ociosa* (1899), es una referencia importante para interpretar los elementos que rodean la cultura consumista. Contribuiría con una serie de conceptos que aclararían la simbología que rodea la cultura del consumo. La interpretación de significados como: ostentación, consumo conspicuo y vicario; así como el derroche, el despilfarro y el honor, son términos hábilmente conceptualizados por el autor. Adelante para entonces la importancia que tiene para los grupos sociales el significado de las cosas y nuestro comportamiento. En consecuencia, uno de los más destacados autores de nuestro tiempo, el francés [Bourdieu \(1930-2002\)](#) “añade que los bienes cobran vida y circulan para que el capital se reproduzca y las clases se diferencien” (1990, p. 44). Bajo esta dinámica la necesidad como tal pasa a un segundo plano. Los objetos de consumo no tienen sentido por su valor de uso sino por su significado simbólico. A este criterio se van sumando otros autores que indican que los individuos lo que consumen es primordialmente signos como es el caso de [Featherstone \(1991, p. 145\)](#) “Es lo que determinado bien significa para mí y lo que considero significa para los demás”. Se añade un valor simbólico a nuestros actos y relaciones. Quien conduce un lujoso vehículo de origen alemán marca Mercedes Benz de modelo reciente, envía significados a los demás de su capacidad de pago y con ello, no solo su poder económico de cierta medida también evidencia su poder político y social, contactos, influencias, etcétera. Esto lo logra sin decirnos una sola palabra. Quien vive en la limonada, se moviliza en transporte público y su hijo estudia en un instituto público también nos envía mensajes, *es un don nadie*. Al menos para este modelo económico que nos estratifica por los bienes que poseemos y el prestigio que connotan. Por ello es que el consumo es un mundo de significados, y de alguna medida de apariencias. Sin pretender ser discolo en la exposición el éxito de las megatiendas que venden ropa usada o de segunda proveniente de Estados Unidos, es porque añaden ese valor simbólico del con-

sumo asociado al prestigio social. La gente no acude a adquirir una prenda, especialmente va a comprar *ropa de marca*, porque algo transmite para quien la porta como para el inquietante observador que ve y juzga. La marca es ese signo distintivo, es un escudo que sirve de defensa frente a lo barato. Esa bandera en fondo azul, rojo y blanco que caracteriza a la marca Tommy Hilfiger, provoca en quien la porta signos de distinción y la admiración en quien lo observa. Importa la marca, la bandera, no la calidad ni su fabricación. Asombro podría provocar en quien porta una distintiva marca si observa la etiqueta y se percata que fue fabricada en El Salvador, Honduras, Nicaragua o Guatemala, debido a que la mano de obra es más barata.

Así, desde la percepción de Veblen (2008) de lo que está en juego en el mundo del consumo, los sistemas de equivalencia, incluyendo el dinero, muestran no tanto su capacidad de ser eso: medios de cambio o patrones de valor o almacenes de riqueza, cuanto otra cualidad radicalmente sociocultural: son expresiones de poder ([Marinas, 2001, p. 31](#)).

Otro aspecto llamativo es que ese efecto provocado por la ropa de segunda en el área rural adquiere un significado diferente. En la ciudad se entablan relaciones sociales distantes, donde el contacto cara a cara y la cercanía personal no es tan marcada como en entornos rurales. Por lo tanto, al haber mayor población en la ciudad la posibilidad de que alguien más nos vea comprando es probable, pero remota. En las comunidades rurales entra en juego un factor determinante, *la vergüenza*. Resultado de que todos se conocen y el castigo social es *el que dirán*. Esto nos ayuda a explicar otro fenómeno, el de la violencia y la conducta social desviada en el interior. En los pueblos o comunidades rurales dada esa cercanía social propicia efectos de solidaridad que hacen menos probable el involucramiento de jóvenes en pandillas o en actividades delincuenciales, porque lo que está en juego es el *honor familiar*. Las clases sociales están en mayor contacto, estudian juntos, van al mismo estadio y parque central, sus padres se conocen entre sí, *socializan más*, propiciando cohesión grupal. Lo cual no quiere decir que no se manifiesten otras formas de violencia, especialmente se dan las relacionadas al narcotráfico y corrupción. Llama la atención que recientemente en las comunidades y poblados rurales hay una invasión cada vez más latente de los algunos elementos asociados a la cultura consumista. El ocio en el parque y calles se está desplazando a los centros comerciales y los grandes supermercados, la televisión por satélite

está provocando que las familias se relacionen menos, por aparte la televisión abre la ventana al infinito mundo de los deseos. Mientras los niños pasan buena parte de su tiempo entretenidos con los videojuegos. Esto a mediano plazo puede provocar un incremento en la desviación social debido a que no todos tienen acceso a esos bienes de consumo que se van instaurando sibilosamente en el área rural. Por el contrario, en la capital y sus municipios circundantes, si bien la pobreza es menor en comparación al resto de departamentos, es el lugar que genera mayor violencia ¿Por qué? Es el espacio donde se reproduce ese mundo artificial y fantasmagórico del consumo ostentoso. Centros comerciales, vehículos de reciente modelo, los conciergos y áreas VIP, sectores residenciales etcétera, es una estructura social que a diferencia del área rural aleja a los individuos en lugar de acercarlos. El joven que estudia en carretera a El Salvador o en la zona 15, no tiene ningún contacto con su igual que estudia en un establecimiento público de la zona uno, las realidades sociales de cada uno son ajena para ambos. Para el joven de la zona 18, solo por residir en una considerada como zona roja, tiene más limitadas opciones de conseguir trabajo, solo por el lugar en el que vive. Sobre todo si se compara con el joven que estudia en uno de estos centros educativos que le garantizará hablar por lo menos dos idiomas además del español, y a sus dieciocho años habrá viajado muy probablemente a Estados Unidos y varias ciudades europeas. Este joven cuenta con una sólida escalera que le garantiza un alto grado de roce social. Revisando otro aspecto, el ocio para los capitalinos y sectores circundantes se limita a lo que el estadounidense Ritzer (2000) con propiedad denominaría *las catedrales del consumo*, los centros comerciales. Los gigantes y atractivos espejismos provocados por los *malls*, son una ofensa para los pobres del país pero especialmente para quienes viven en las áreas marginales y periféricas donde se agrupa la pobreza. ¿Esta construcción física y social de la ciudad no va a generar resentimiento y frustración social? Y qué decir de la violencia amurallada y los sectores residenciales ¿El vedarle la entrada a alguien a un lugar no es una forma de ofenderlo y violentarlo?

Esa analogía entre lo urbano y lo rural condujo a los sociólogos, el estadounidense Scott y el británico profesor de la Universidad de Lancaster Urry, quienes a través del capitalismo de la posorganización nos exponen que puede percibirse un cambio trascendental entre lo que ellos denominan las sociedades tradicionales y las modernas, en relación al objeto

y sujeto. Agregan que el proceso simbólico viene acompañado de una violencia simbólica reproducida especialmente por los comerciantes en complicidad con los productores. Esta violencia se reproduce por lo menos a tres niveles: *espacial* modificación física del entorno, *temporal* desarraigos sociales, e *ideológica* reproducción de la clase dominante, imponiendo el poder mediático frente a lo comprendido como social (1998, pp. 30-35).

El lujo y la mendicidad convergen, viven, se desarrollan juntos e irrespetan mutuamente. Todas las clases sociales, pero especialmente los sectores de clases medias y especialmente las bajas recienten esta anormalidad del sistema social en el que viven y desarrollan sus relaciones sociales. El psicoanalista estadounidense Kardiner (1891-1981), en el libro, *El individuo y su sociedad*, nos suministra otro elemento importante relacionado con la frustración. El autor menciona desde un punto de vista más vinculado a la psicología, la ausencia de protección del individuo. Esta se desarrolla desde los primeros días de vida, especialmente relacionado con la ausencia de alimentación (1945, pp. 391-393). En su etapa adulta esta falta de protección puede ser asociada al Estado y a la sociedad. Cuando el individuo siente que no encuentra protección, al contrario, presente coacción, intimidación y exclusión, seguramente se sentirá frustrado. La sociedad impone una carga de valores que son asumidos como verdaderos por los habitantes de determinado conglomerado social. Ese proceso de socialización conduce a que pase a formar parte del *yo* de cada individuo, de modo que la autoestima de la persona depende de alcanzar las metas que se les impone; conseguir un estilo de vida alto y con bienes costosos pasa a formar parte del *yo ideal*, por lo tanto quien no alcanza las metas impuestas tiene una mala imagen de sí mismo y pierde su autoestima (Cortina, 2002, pp. 107-108). Cuando la pobreza y sus desventajas que resultan de la competencia por los valores culturales aprobados para todos los miembros de la sociedad, se juntan a un énfasis cultural en el éxito pecuniario como meta dominante, la consecuencia normal es una elevada incidencia de conducta delictual. Concluimos entonces que el fenómeno de la violencia, la corrupción, el crimen organizado, etcétera, va más allá de la tradicional visión y respuesta del *ius puniendi* y el *ius poenale*. Hoy en día en las sociedades de consumo, especialmente en las últimas tres décadas los individuos valoran y dan importancia a ciertos bienes que connotan un significado simbólico, especialmente

asociados al prestigio y estatus social. Para sociedades como la guatemalteca esto es aún más difícil y complicado de atender dado la estructura social que dista en mucho de las condiciones sociales que tienen en Estados Unidos o Europa, en donde el Estado y la sociedad asumen roles distintos, más favorables y menos perversos que los que se producen en el sistema social, político y económico guatemalteco, donde claramente la escalara para llegar al éxito material impuesto por la sociedad está disponible únicamente para una parte de la población. No hay que descartar que puede haber un sano equilibrio entre consumismo, mercado y sociedad. Al respecto la participación de Estado es clave. Hay que empezar a construir peldaños, para que todos tengan acceso a la escalera, al propiciarlo en definitiva se tendrán mejores individuos y por ende una mejor sociedad.

Referencias

Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Madrid, España: Siglo XXI editores

Banco Mundial. (2009). *Evaluación de la pobreza. Buen desempeño a bajo nivel*. Guatemala: Departamento de América Central, Unidad de reducción de pobreza y gestión económica región de América Latina y el Caribe.

Baudrillard, J. (2009). *La sociedad del consumo. Sus mitos, sus estructuras*. España: Siglo XXI.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.

Bourdieu, P. (1990). *Espacio social y génesis de las clases, en sociología y cultura*. México: Grijalbo.

Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo*. España: Taurus.

Featherstone, M. (1991). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Fromm, E. (1985). *Psicoanálisis de la sociedad contemporánea*. México: Fondo de Cultura Económica.

Fukuyama, F. (1992). *El fin de la historia y el último hombre*. Buenos Aires, Argentina: Planeta

Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. España: Taurus.

Goodstein, E. (2002). *Style as substance: Georg Simmel's phenomenology of cultura*. Berlin: Humboldt.

Huxley, A. (2000). *Un mundo feliz*. Barcelona, España: Plaza & Janés.

Kardiner, A. (1945). *El individuo y su sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Klein, N. (2007). *No Logo*. Barcelona, España: Paidós

Marcuse, H. (1994). *El hombre unidimensional*. Barcelona, España: Ariel.

Marinas, J. M. (2001). *La fábula del bazar: Orígenes de la cultura de consumo* (Colección: La balsa de la medusa, Vol. 118). Madrid, España: A. Machado Libros.

Merton, R. (1960). *Teoría social y estructura social* (Cuadernos de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales). Santiago de Chile: Andrés Bello.

Programa De las Naciones Unidas para el Desarrollo. Índice de Desarrollo Humano. (2010). *La verdadera riqueza de las naciones: Caminos al desarrollo humano*. (Edición del vigésimo aniversario). Guatemala: Autor

Ritzer, G. (2000). *El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo*. Madrid, España: Ariel.

Ryynänen, T. (2010). *A search for interpretation and understanding. Consumer studies in design research* (Discussion Papers No. 49). Helsinki: University of Helsinki, Department of Economics and Management.

Scott, L. & Urry, J. (1998). *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.

Stiglitz, J. (2007). *El malestar en la globalización*. En C. Rodríguez (Trad.). España: Punto de lectura.

Torres, J. (2005). *Consumo luego existo. Poder mercado y publicidad*. Barcelona, España: Icaria.

Veblen, T. (2008). *Teoría de la clase ociosa*. España: Alianza.