

LA SOCIEDAD DE CONSUMO* **(1945-1960)**

Por RAMÓN VICENTE CHACÓN VARGAS

INTRODUCCIÓN

Realizar una investigación sobre un tema que nos es tan poco familiar —en el plano estrictamente académico— no nos resultó la tarea más cómoda (al menos eso fue lo que ocurrió al principio). Debemos confesar que nuestros conocimientos sobre el asunto eran bastante limitados y superficiales. En verdad, nunca antes a lo largo de nuestra formación profesional habíamos tenido ocasión de abordar el tema, concebido como objetivo de una investigación.

Aunque las dimensiones del trabajo que intentamos realizar son bastante modestas, no dejó de constituir el mismo, un pequeño reto en el recorrido de nuestra formación académica. Si no hubiese sido por la gentileza que tuvo el profesor de la asignatura de facilitarnos la mayor parte de la bibliografía consultada, huelga decir que nos habría resultado muy cuesta arriba concluir la presente investigación, a pesar de que sus propósitos estaban enmarcados en los límites de una obligación netamente académica que tal vez no trascienda más allá del ámbito escolar.

El conocimiento que nosotros teníamos de la “sociedad de consumo” lo habíamos aprendido de manera asistemática en la conversación informal sostenida con el colega “cuestionador”, “revolucionario”, para quien el uso, o disfrute de todo producto del capitalismo venía a ser una especie de “pecado abominable”, de acuerdo con lo aprendido en el catecismo de Marx y Engels, refrendado por el pseudo conocimiento de la ortodoxia leninista-stalinista.

Por otra parte, habíamos oído también hasta el cansancio la retahíla de acusaciones que hacían aparecer a la “sociedad de consumo” como la causa absoluta de los graves problemas éticos del mundo occidental en la boca de quienes osaban presentarse como profetas apocalípticos, presagiando el fin inminente de la “corrupta” sociedad capitalista decadente.

No faltaron, tampoco, en nuestra desordenada información sobre el tema, las típicas versiones laudatorias, en las cuales todo cuanto proceda de aquellas

* Trabajo final del Seminario de Historia Social dictado por el profesor Dr. Arístides Silva Otero.

sociedades verdaderamente “civilizadas” (discúlpeme el lector el barbarismo), europeas occidentales o norteamericanas, es digno de ser acogido con beneplácito y sin ninguna reserva.

Teniendo por respaldo tan disímiles y superficiales nociones, nos aprestamos a abordar nuestro trabajo, con no muy pocas dudas y sí bastante curiosidad. En un principio nos planteamos un ambicioso plan del que no escapaba ni siquiera el examen del fenómeno consumista en las sociedades de los países subdesarrollados. Bien pronto caímos en la cuenta de que debíamos limitar severamente el pretencioso proyecto inicial, y fue así como el trabajo quedó circunscrito a sólo tres partes.

En la primera parte, tratamos de entender qué era la “sociedad de consumo” a la luz de críticos y apologistas, para luego pasar a examinar el desarrollo histórico de la misma en las partes segunda y tercera, tanto en los EE.UU. como en la Europa occidental respectivamente.

Al final, creemos que, en lo personal, nos quedó una visión más serena de la “sociedad de consumo”, en la medida en que nos acercamos al tema dentro del marco de cierta sistematización metodológica, que nos permitió comprender el proceso histórico mediante el cual se fue creando y desarrollando este importante fenómeno del siglo xx como lo es el “consumismo”.

I. - EN TORNO A LA SOCIEDAD DE CONSUMO

Lo primero que debemos plantearnos al dar inicio al presente trabajo es la pregunta de cuándo surge la sociedad de consumo. Y al indagar un poco en torno al tema caemos en la cuenta de que no podemos precisar con exactitud un momento particular en el cual la sociedad se haya despertado de pronto, y se haya encontrado con que amaneció nadando en la abundancia de bienes y objetos duraderos y perecederos, que harían más grato el vivir.

Durante miles de años los seres humanos vivieron bastante limitados en cuanto al disfrute de objetos que les hicieran más cómoda la vida. Los primeros objetos elaborados por los hombres, cuya antigüedad se remonta al más lejano pasado, al período prehistórico, al paleolítico inferior y superior, tenían una finalidad utilitaria. Se trataba de artefactos manufacturados de una forma muy elemental, empleando para ello piedras, huesos de animales, conchas de algunos moluscos, etc., que de alguna manera les ayudaban en las tareas diarias llevadas a cabo para la satisfacción de necesidades primarias fundamentalmente. La jabalina, el arco, la flecha, el arpón, cuchillos y raspadores eran algunos de los objetos utilizados por el hombre primitivo para pescar, cazar o confeccionar otros objetos con los cuales pudiera guarecerse de la intemperie. Había en la elaboración de estos bienes un sentido utilitario; proveerse de la comida o del vestido eran incentivos muy fuertes que aguijoneaban constantemente al hombre y le estimulaban a mejorar su confección. Del mismo modo, lo que durante mucho tiempo se tuvo como creaciones puramente artísticas, los hallazgos pictóricos que tapizaban las paredes de las cavernas, hoy día sabemos que se trataba de imágenes con-

cebidas con una intención utilitaria. Bástenos recordar las escenas de caza tantas veces citados en los textos sobre la prehistoria, correspondientes a las cavernas de Altamira en España, donde los seres primitivos que allí vivieron pretendieron facilitar sus labores de cacería mediante la reproducción pictórica de las acciones que realizaban en la vida real al momento de herir o capturar a sus presas.

No crea el lector que vamos a hacer un recuento detallado de todas y cada una de las distintas épocas históricas por las cuales ha pasado la humanidad y de la forma cómo el hombre ha producido los bienes necesarios; no lo haremos porque ese no es el objetivo primordial de este trabajo. Sin embargo, lo que nos interesa resaltar es el hecho de que el hombre durante la mayor parte de su historia ha vivido en medio de grandes limitaciones en cuanto a la producción de bienes se refiere. La humanidad ha vivido mucho tiempo bajo el signo de la pobreza y la escasez. La abundancia de bienes es una señal inequívoca de nuestro tiempo, que dio origen a la llamada "sociedad de consumo".

La figura del "consumidor" y hasta el propio término "consumo" son de reciente data. En las antiguas civilizaciones greco-latinas y en la Europa medieval no existía una palabra que sirviera para designar al "consumidor".¹

La moderna sociedad de consumo es un fenómeno que llega a su máxima expresión después de la II Guerra Mundial. En cuanto al momento en que ella se inicia, ya hemos señalado que no hay un instante preciso que pueda ser tomado como tal. Se trata más bien de un fenómeno que venía madurando a lo largo del siglo xx y que por razones muy especiales, que analizaremos más adelante, se aceleró su realización después de 1945.

Ciertamente, en los Estados Unidos se encuentran los prolegómenos de la sociedad de consumo, antes que en Europa occidental, pudiéndose situar los mismos hacia los años treinta, después de la gran depresión.² Justamente, a partir de este momento van ocurriendo importantes cambios en cuanto a los objetivos que debían tener presentes quienes hacían la planificación en los más importantes centros industriales norteamericanos, trasladándose dichos objetivos "del campo de la producción al terreno del consumo".³ Cuando esto ocurre es cuando puede hablarse propiamente de "sociedad de consumo de masas".⁴

Mientras tanto, en Europa la plenitud no será alcanzada por la sociedad de consumo sino después de 1945 cuando concluya la guerra y se eche a andar el Plan Marshall, hacia 1947, teniendo como objetivo primordial la reconstrucción del devastado continente mediante la apertura de créditos para una enorme comunidad de individuos que "podrían adquirir productos de consumo en Estados Unidos... beneficiados de una propaganda absoluta".⁵

Después de la segunda guerra mundial, es bien sabido que Estados Unidos no quedó tan maltrecho como el continente europeo, en cuyo suelo se llevaron a

1. ALVIN TOFFLER, *La tercera ola*, pp. 52-53.

2. JUAN CUETO, *La sociedad de consumo de masas*, p. 11.

3. *Ibidem*.

4. *Ib*.

5. SALVAT EDITORES (G.T.) *La sociedad de consumo*, pp. 31-32.

cabo las más importantes acciones bélicas de esta conflagración. Este hecho le permitió a Norteamérica contar con una industria intacta y en plena capacidad de producción, con lo cual le resultaba relativamente fácil inundar de productos manufacturados tanto su propio territorio como Europa, surgiendo de este modo una nueva ley de inversión consistente en el hecho de que “si hasta entonces la demanda había regulado la producción, ésta comenzaba ahora a regular la demanda”.⁶

Desde este momento se pusieron en marcha una serie de mecanismos tendentes a orientar el gusto de los consumidores, poniendo en práctica “la fabricación en serie de nuevas necesidades, o lo que es lo mismo . . . la creación y mantenimiento de consumidores”.⁷

La moderna sociedad de consumo produjo de inmediato una serie de cambios en la economía industrial clásica cuya vigencia se había venido manteniendo durante más de dos siglos;⁸ con estos cambios se transfería a las empresas un gran poder de decisión sobre los compradores, los cuales empezaban a ser manipulados. “Ahora es la propia empresa de producción la que controla y produce los comportamientos de consumo, como si fueran otra mercancía más”.⁹

La sociedad de consumo estimuló la producción de nuevas necesidades creando en el individuo una sensación de bienestar nunca antes sentida en otras épocas históricas. Indudablemente que aquí jugaron un papel muy importante tanto el desarrollo de nuevas tecnologías industriales, como el avance inusitado de los modernos medios de comunicación de masas, que ejercerían sobre las colectividades una indiscutible influencia persuasiva en cuanto a la orientación del gusto de los consumidores. La producción de todo tipo de mercancías “exigía . . . la existencia de una masa de consumidores capaz de engullir homogéneamente, dócilmente, y a un ritmo similar al de la producción, tal volumen de bienes y servicios”.¹⁰ En consecuencia de todo esto había que producir “necesidades de masas”¹¹ sutilmente disfrazadas con el ropaje del prestigio social, sin tomar en cuenta muy directamente la capacidad adquisitiva de cada consumidor ni tampoco sus verdaderas necesidades primarias. Para llevar adelante todo esto se desarrolló la figura “del crédito de consumo”¹² o de ventas a plazos estimuladas fuertemente “por el nuevo concepto de prestigio social”¹³ difundido ampliamente en intensas campañas publicitarias a través de los modernos medios de comunicación de masas.

Al incrementarse la producción de bienes podría pensarse ingenuamente que las necesidades primarias de las inmensas mayorías se verían totalmente cubiertas, y no fue así. La pobreza ha persistido en los países capitalistas y hasta en los propios Estados Unidos se han mantenido los bolsones de miseria, que la sociedad de consumo no ha podido extirpar. El incremento de la producción de bienes ha

6. *Ibidem*.

7. JUAN CUETO, *ob. cit.* p. 11.

8. *Ibidem*, p. 7.

9. *Ibidem*.

10. *Ib.*

11. *Ib.*

12. *Ib.*

13. *Ib.*

servido para despertar el apetito y las ansias de goce en aquellos sectores sociales a los cuales va dirigida en virtud de la capacidad por ellos demostrada para consumir más. De estamnera "...el incremento del producto satisface el ansia de coches más elegantes, de comidas más exóticas, de un vestuario más erótico, de diversiones más rebuscadas, en fin, del repertorio moderno completo de deseos sensuales, edificantes y mortales".¹⁴

Para algunos observadores y analistas de los problemas económicos, la mayor producción de bienes de alguna manera tiende a eliminar los marcados niveles de desigualdad social que se habían generado por la mayor capacidad adquisitiva de unos sectores y las menguadas posibilidades de otros. La preocupación de quienes dirigen las cuestiones económicas en los países más desarrollados parece estar centrada en la búsqueda de fórmulas que contribuyan a incrementar la producción "...se ha hecho evidente (...) que el aumento de la producción es una alternativa de la redistribución o incluso de la reducción de la desigualdad".¹⁵

También es cierto que el actual nivel de desarrollo de la industria la ha colocado en una situación en la cual puede generar rápidos cambios, capaces de convertir prontamente en obsoletos muchos de sus bienes producidos. Ante esta circunstancia de peligro aparente para la existencia de la propia industria, las investigaciones que desarrollan las empresas modernas las colocan en una posición en la cual pueden prever estas circunstancias y paralelamente adelantan fórmulas que contribuyen a inducir el gusto y la preferencia de los consumidores hacia los nuevos productos que se lanzarán al mercado.

Para evitar que la producción disminuya, se hacen ingentes esfuerzos en publicidad, estableciéndose "...una amplia relación empírica entre lo que se invierte en la producción de bienes de consumo y lo invertido en la elaboración de los deseos que se experimenten por esa producción".¹⁶

En la actualidad cualquier inversión que se lleve a cabo para colocar un nuevo producto en el mercado debe hacerse teniendo en cuenta un importante presupuesto destinado a la publicidad. "Los desembolsos que se realicen para la fabricación de un producto no son más importantes, de acuerdo con la estrategia de la empresa comercial moderna, que los desembolsos que se efectúen para elaborar una demanda para ese producto".¹⁷

Como consecuencia de esto, que podríamos llamar la nueva filosofía de las empresas orientadas hacia el pleno desarrollo de la sociedad de consumo, surge con bastante fuerza el fenómeno de la publicidad como un instrumento imprescindible de la nueva realidad en que se desenvuelve el mundo empresarial. Un ejemplo elocuente de ello lo tenemos en los Estados Unidos, donde el año 1956 se llegaron a gastar en publicidad alrededor de diez mil millones de dólares, incrementándose esta cifra en cerca de mil millones de dólares anuales.¹⁸ Como

14. J. K. GALBRAITH, *La sociedad opulenta*, p. 185.

15. *Ibidem*, p. 141.

16. *Ibidem*, pp. 201-202.

17. *Ibidem*.

18. *Ibidem*, p. 202.

se habrá podido observar, a este respecto no se escatima ningún esfuerzo, con lo cual entendemos que las ganancias obtenidas luego de esta jugosa inversión no debieron ser desestimables.

Nadie puede dudar hoy día que la producción de bienes es singularmente abundante. Bienes de todo tipo; desde aquellos que emplea el hombre en la satisfacción de sus necesidades básicas, hasta los que pueden denominarse suntuarios. Sin embargo, a pesar de la opulencia de que puede hacer gala —y con bastante razón— la sociedad contemporánea, persiste, como ya lo hemos señalado antes, sectores que en cierta forma se encuentran al margen de los beneficios de esa opulencia. No obstante, la producción no se detiene y se siguen fabricando bienes de todo tipo. Da la impresión que en nuestra sociedad no se pensara en otra cosa más que en producir y que este fenómeno se convierte cada vez más en "...el patrón y medida de la calidad y progreso de nuestra civilización".¹⁹

Pues bien, esta producción incesante va empujando al ser humano a sentir nuevas necesidades y estas necesidades sentidas por un solo hombre se van contagiando a los demás hasta que el fenómeno se masifica. Esto es lo que ha hecho decir al profesor J.K. Galbraith que: "El consumo que realice un hombre se convierte en el deseo de su vecino".²⁰ De manera que cuantas más cosas se produzcan, tantas más necesidades nuevas aparecerán. En este sentido se está dejando en manos de los productores la posibilidad cierta de manipular a su antojo la conducta de los consumidores hasta límites insospechados. Es por ello que el profesor Galbraith también afirma que "...la producción crea las necesidades que procura satisfacer no de una forma pasiva, a través de la competencia, sino de una forma activa, mediante la publicidad...".²¹

Ya hemos visto antes cómo la inversión en publicidad es uno de los aspectos importantes a tomar en cuenta a la hora de lanzar cualquier producto al mercado. La publicidad y la propaganda son los grandes puntales de la sociedad de consumo que contribuyen a mantener y a perpetuar una producción incesante. En la actualidad los especialistas de estos campos trabajan en un área muy particular de la conducta humana en procura de lograr lo que ellos han llamado el "desgaste psicológico de los artículos"²² que no es otra cosa más que tratar de hacer creer a los consumidores que los artículos que poseen, aun cuando estén en buen estado, deben ser cambiados por otros, pues ya no están a la moda y lucen feos o anticuados.

Por otra parte, los "estimuladores" del consumo —como los llama Max Pietsch—²³ se han metido también en la exploración de esa otra parte de las debilidades humanas como lo es el concepto de prestigio personal, el éxito, el alto status social, etc., haciéndolo derivar del poder adquisitivo demostrado por las personas. En los Estados Unidos, por ejemplo, el automóvil es un símbolo del "status", y aun cuando se trata de un "artículo de consumo estable"²⁴ son muchos

19. *Ibidem*, pp. 167-168.

20. *Ibidem*, p. 200.

21. *Ibidem*, p. 202.

22. MAX PIETSCH, *La revolución industrial*, pp. 141-142.

23. *Ibidem*.

24. *Ibidem*, pp. 142-143.

los individuos que cambian periódicamente su vehículo, no porque esté viejo y deteriorado, sino porque continuar con el mismo carro es una especie de afrenta al "status social", que se supone está directamente vinculado con la ostentación que se haga de los bienes poseídos.

Evidentemente, en la sociedad de consumo se tiene en alta estima y como un supremo valor la posesión de la riqueza por encima de cualquier otra condición ética. El trabajo y la inventiva, como fuente de creación, son relegados a un segundo plano para dar paso a los placeres derivados de la capacidad adquisitiva. En este sentido R.H. Tawney ha forjado una de las más severas críticas a la sociedad de consumo al afirmar lo siguiente:

"...En una sociedad organizada para el fomento de la actividad creadora, quienes gocen de más alta estima no serán, como en el mundo organizado para el placer, los que poseen, sino los que creen".²⁵

Para superar la situación antes planteada se debe llegar a un total estado de conciencia colectiva donde las "funciones" cumplidas por cada individuo sean el ideal supremo a realizar. Esa sociedad, donde se valore a los hombres por lo que hacen y no por lo que poseen, realmente no existe. La sociedad moderna, la sociedad de consumo, valora en demasía los aspectos económicos y descuida en muchas oportunidades la esencia de su propia existencia, que es el hombre.

"...Las sociedades modernas aspiran a proteger los derechos económicos, dejando que las funciones económicas se cumplan por sí solas excepto en momentos de una emergencia anormal".²⁶

Hay que tomar en cuenta que estas afirmaciones las hacía Tawney hacia la década de los años veinte, cuando todavía la moderna sociedad de consumo no había llegado a su plenitud. Por esa época, no obstante, ya se presagiaba lo que el "consumismo", como fenómeno, social y económico, traería al hombre del presente siglo. Una nueva moral se anunciaba, basada en cierta forma en un sentimiento de egoísmo, nacido del avasallante deseo de poseer cosas, y de la capacidad real que la sociedad "adquisitiva" le brindaría a los individuos. De esta manera la sociedad adquisitiva planteaba al hombre una concepción ética inspirada en principios donde lo económico comienza a ser lo esencial y que ha sido sintetizada por Tawney de esta manera:

"...La seductora visión de la expansión infinita, asegura a los hombres que no hay otros fines que los suyos, ni otra ley que sus deseos, ni más límite que el que ellos crean aconsejable. Así convierte al individuo en el centro de su propio universo y disuelve los principios morales en una elección entre cosas convenientes...".²⁷

Siguiendo con su implacable actitud crítica frente a la sociedad "adquisitiva", Tawney asegura que la misma libera a las comunidades de tener que hacer un

25. R. H. TAWNEY, *La sociedad adquisitiva*, p. 178.

26. *Ibidem*, pp. 32-33.

27. *Ibidem*, p. 34.

esfuerzo por distinguir entre el bien y el mal, cuando de hacer riquezas se trata. Ya no tendrán que distinguir:

“...Entre diferentes tipos de actividad económica y diferentes fuentes de riqueza, entre espíritu emprendedor y avaricia, entre energía y codicia sin escrúpulos, entre propiedad legítima y propiedad que equivale a robo, entre el justo disfrute de los frutos del trabajo y el ocioso parasitismo de nacimiento o fortuna...”²⁸

El objetivo fundamental de la sociedad “adquisitiva” será entonces el afán de hacer riqueza a cualquier precio. “...La fe de que la riqueza no es un medio sino un fin implica que toda actividad económica es igualmente válida, esté o no subordinada a un objetivo social”.²⁹ Con esta reflexión se evidencia el cambio de rumbo que iría tomando la vida social a partir de las primeras décadas del siglo xx en cuanto a usos, costumbres, comportamiento colectivo, escala de valores, etc., las cuales han dejado una profunda huella en la sociedad de consumo contemporánea y que caracteriza hoy por hoy la vida en los países más desarrollados de la tierra, así como también la de todos aquellos otros pueblos que reciben directa o indirectamente la influencia de aquellas naciones.

Otra crítica que el autor le hace a la sociedad “adquisitiva” es la de considerar que ella no le da al trabajador la importancia que se merece en un mundo donde el producto de su trabajo es altamente apreciado. Los trabajadores son la gran mayoría de la humanidad y “...no reciben grandes recompensas por su trabajo...”³⁰ y esto ocurre porque se ha perdido la perspectiva del verdadero objeto de la industria, que ha de ser “el servicio al hombre”.³¹ Existe una distorsión de valores y de objetivos dentro de la sociedad adquisitiva, donde pareciera que lo único importante es el afán de lucro, quedando sintetizada esta idea en la siguiente afirmación:

“...Cuando se ha olvidado el criterio de función, el único criterio que queda es el de la riqueza, y una sociedad adquisitiva venera la posesión de riquezas, como una sociedad funcional honraría incluso en la persona del más humilde y más trabajador artesano, las artes de la creación”.³²

También puede decirse de la sociedad de consumo que acabó definitivamente con la economía de subsistencia. El autoabastecimiento perdió todo sentido en el marco de las nuevas relaciones económicas donde la interdependencia entre productores y consumidores pasó a ocupar un primer plano. Alvin Toffler atribuye esta separación entre productores y consumidores al desarrollo del “industrialismo”. El “industrialismo” es un fenómeno económico que tiene profundas influencias, no sólo en el mundo capitalista, sino también en el mundo socialista. De manera que “...la obsesiva preocupación por el dinero, los bienes y las cosas”³³ se convierte en una aspiración común a ambos sistemas políticos, en la

28. *Ibidem.*

29. *Ibidem*, p. 36.

30. *Ibidem*, p. 38.

31. *Ibidem.*

32. *Ib.*

33. ALVIN TOFFLER, *La tercera ola*, p. 55.

medida en que sus respectivas sociedades aceleran el proceso de desarrollo industrial.

Con el auge de la sociedad de consumo, se ha planteado una nueva manera de concebir hoy día lo que se entiende por sociedad capitalista. Es evidente que el sistema capitalista ha superado una serie de estigmas que lo caracterizaron durante mucho tiempo. El sistema capitalista hace unos cuantos años que dejó de ser el sistema de la escasez, para convertirse en el sistema de la abundancia. Buen ejemplo de ello lo constituyen los Estados Unidos a partir de la década de los cincuenta, donde el mercado se vio abarrotado por una superproducción general de todo tipo de bienes, como no la hubo nunca antes. Este hecho hacía exclamar y con bastante razón al presidente de la asociación de jefes de ventas de ese país: "El capitalismo ha muerto, ¡Viva el consumismo!".³⁴

II. - LA SOCIEDAD DE CONSUMO NORTEAMERICANA

En nuestro capítulo anterior pudimos constatar una serie de hechos que pusieron en evidencia la existencia de la sociedad de consumo, lo cual nos permite afirmar, casi sin temor a exagerar, que el siglo xx es el siglo del "consumismo", o por lo menos, si no lo es totalmente, buena parte de él ha estado fuertemente signado por este acontecimiento singular, único en la historia de la humanidad.

La primera sociedad de consumo se configuró en los Estados Unidos hacia la década de los años veinte, cuando después de firmarse el Tratado de Versalles en 1919, con el cual se puso término a la primera guerra mundial, Inglaterra fue desplazada ligeramente de su rango de primera potencia mundial¹ y empezó a ceder paso a la nación americana. Realmente Estados Unidos no salió al escenario de las naciones que firmaron la paz de Versalles a ocupar un lugar de primerísima figura en el espacio político internacional —eso va a suceder después de la segunda guerra mundial— pero, sin embargo, ocurrieron una serie de acontecimientos que fortalecieron su situación económica de manera notable. "...El dólar se convirtió entonces en la moneda más fuerte del mundo, Nueva York en el mercado monetario y de capitales más importante, la industria norteamericana en la más fuerte y también en la más innovadora del mundo..."² Con estos acontecimientos, entre otros, puede decirse que para esta época los Estados Unidos se encontraban en los prolegómenos de lo que sería posteriormente la sociedad de consumo.

El poder adquisitivo y los ingresos promedio de una familia obrera norteamericana se elevaron dos veces y media en el período comprendido entre 1901 y 1956, tomando en consideración que para el mismo período se producía una desvalorización del dólar alrededor de dos tercios de su valor, sin embargo, el

34. La expresión ha sido citada por MAX PIETSCH en su obra, *La revolución industrial*, p. 140.

1. HERMAN VAN DER WEE, *Historia económica mundial del siglo XX*, p. 22.

2. *Ibidem*.

estilo de vida de los trabajadores y el de sus familiares cada vez más tendía a parecerse al de otros estratos con más alto status social y económico.³

Existen algunos indicadores económicos que permiten comparar el ascenso en el nivel de vida de los trabajadores en los primeros cincuenta años del siglo xx, como, por ejemplo, los gastos correspondientes a calefacción, luz y vivienda. En 1950 un trabajador gastaba el 15% de sus ingresos en los rubros señalados, a comienzos de siglo, para cubrir las mismas necesidades, debía destinar el 24% de sus ingresos. A pesar de que antes era mayor el gasto, nadie puede dudar que hacia la década de los cincuenta se vivía mejor que a comienzos de siglo cuando se llegaba a compartir un cuarto por cada dos personas, mientras que en los años cincuenta una familia obrera podía contar con un cuarto y medio por persona, lo cual indica que en los primeros cincuenta años del presente siglo el consumo, correspondiente al rubro habitacional, aumentó dos veces y media.⁴

La adquisición de una vivienda propia en 1901 sólo estaba al alcance de un 19% de los trabajadores; en 1950 el 51% podía hacer dicha adquisición y en las décadas siguientes ya se beneficiaba el 60%, utilizando el sistema de préstamos hipotecarios garantizados por el Estado y amortizables en un plazo de 15 a 20 años.⁵ Claramente podemos ir observando que los distintos indicadores que tipifican la "sociedad del bienestar" comienzan a gestarse antes de la década de los años veinte y progresivamente van perfilándose de tal manera que llegan a su apogeo hacia la mitad del siglo.

El bienestar que paulatinamente se fue operando en los Estados Unidos podemos encontrarlo expresado hasta en ciertos momentos críticos del mundo occidental en los cuales esta tendencia no se detuvo. En 1941 los estrategas de las altas finanzas norteamericanas planifican la manera como deberá llevarse a cabo la integración económica mundial de manera que resulte mucho más favorable para los Estados Unidos. En este sentido fue convocada la conferencia de Breton Woods en 1944, presidida por los propios Estados Unidos, donde se echaron las bases para la estructuración de dos organismos de significativa importancia en lo que restaba del siglo xx: el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial.⁶ Las cuarenta y cuatro naciones signatarias del acuerdo de creación de los dos institutos multinacionales contrajeron una serie de obligaciones de las cuales sobra decir que favorecían abiertamente a los Estados Unidos.

"El F.M.I. obligó a sus naciones miembros a ligar su moneda al dólar americano o al oro, la mayor parte del cual se hallaba en poder de los Estados Unidos. (En 1948, los Estados Unidos poseían el 72% de todas las reservas de oro del mundo). El F.M.I. fijaba así las relaciones básicas de las más importantes monedas del mundo".⁷

Por su parte, el Banco Mundial, creado con la intención de prestar ayuda económica a los países europeos arruinados por la segunda guerra mundial,

3. MAX PIETSCH, *La revolución industrial*, pp. 132-133.

4. *Ibidem*, pp. 133-134.

5. *Ibidem*.

6. ALVIN TOFFLER, *La tercera ola*, p. 104.

7. *Ibidem*.

bien pronto prestó también dinero a los países subdesarrollados para que invirtieran en obras de infraestructura portuaria y vialidad, contribuyendo de esta manera a facilitar la exportación de materias primas hacia los grandes centros industriales del planeta, especialmente hacia Estados Unidos.⁸

Una vez que concluyó la guerra en 1945, el gobierno federal asumió la responsabilidad de controlar la economía a través de medidas fiscales, reajustes en el nivel de gastos y ahorros o tratando de absorber de alguna forma el nivel de desempleo. Las medidas adoptadas por el gobierno expresan un alto grado de intervencionismo del Estado en los asuntos económicos, con lo cual se daba al traste con el sistema liberal, que había sido durante mucho tiempo la base del sistema capitalista "...los controles introducidos por el gobierno durante la Segunda Guerra Mundial acabaron por enterrar el liberalismo a ultranza".⁹

Las medidas que se tomaron tenían como objetivo primordial controlar la fuerte inflación que se estaba operando tanto a nivel de los salarios como de los precios. El precio de los alimentos, por ejemplo, se había elevado en un 25% entre 1945 y 1947 debido a un notable aumento registrado en la demanda y motivado también por la eliminación de los controles de los precios.¹⁰

La situación planteada al terminar la guerra por el desmantelamiento de una economía hecha para tal fin, conjuntamente con la desmovilización del personal militar, traerían indefectiblemente un proceso de recesión, que trataba de evitarse al máximo posible con las medidas adelantadas por el gobierno del presidente Truman, donde destacaban el apoyo dado a la Employment Act de 1946, la creación del grupo de Consejeros Económicos y el impulso destinado a promocionar "...máximo empleo, producción y poder adquisitivo".¹¹

Las consecuencias de estas medidas fueron muy positivas para Estados Unidos. Las metas planteadas fueron rebasadas ampliamente y los niveles de empleo superaron en mucho a los existentes durante la guerra. A partir de este momento la nación entrará en una etapa económica floreciente, sin precedentes, abriendo las puertas de par en par a la sociedad "opulenta", "adquisitiva" o de "consumo", que inundará el mercado con una gigantesca producción de bienes y servicios nunca antes vista.

Casi paralelamente con el florecimiento económico se opera también la recuperación demográfica del país. En 1940 habían 132.122.000 habitantes, mientras que en 1950 se alcanza la cifra de 151.325.000; se había logrado en el decenio un incremento de 19.403.000 habitantes, de los cuales 14,5 millones correspondían a la población urbana y 4,5 millones a la rural.¹² El incremento del número de pobladores tendría una importante repercusión en el posterior afianzamiento de la sociedad de consumo.

8. *Ib.*

9. EDITORIAL VERGARA, *Historia mundial del siglo XX*, pp. 142-143.

10. *Ibidem*, p. 143.

11. *Ibidem*.

12. PIERRE LEÓN, *Historia económica y social del mundo*, t. 5, pp. 606-607.

“...En total, el crecimiento demográfico lanzaba al mercado, en una década, cerca de 20 millones de consumidores suplementarios, muy dispuestos a comprar, ya que vivían en su mayor parte en las ciudades. Prestos también a consumir porque disponían más que nunca, de los medios necesarios. El alza general de las ventas y, más aún, su mejor distribución fueron los elementos determinantes de un crecimiento acelerado del consumo”.¹³

Durante la guerra y posteriormente en la década del cincuenta la economía norteamericana creció de manera incesante. La industria aeronáutica se expandió notablemente impulsando la inversión en otras áreas, especialmente algunas ramas de la industria química.

Como consecuencia de la ayuda militar brindada por Estados Unidos a la OTAN entre 1948 y 1954 se generaron alrededor de 25 millones de nuevos puestos de trabajo¹⁴ y en buena medida se impulsó el desarrollo de industrias orientadas hacia el consumidor, como fue el caso de la industria automotriz “...cuyos accionistas se hicieron más ricos y cuyos trabajadores ganaron mejores sueldos”.¹⁵

Aunque todavía para ese momento el país contaba con cierto número de desocupados y de trabajadores mal pagados, sin lugar a dudas la situación iba mejorando de manera sustancial. Se había logrado conformar un importante mercado a donde llegaban importaciones en gran escala procedentes de diferentes partes del mundo. De Asia, Africa y Oceanía llegaban materias primas, mientras que de Europa occidental arribaban productos manufacturados. Todo esto permitió una reactivación significativa en las industrias automovilísticas de Inglaterra y Alemania, impulsando también la industria ligera francesa e italiana.

La industria automotriz norteamericana experimentó un crecimiento asombroso. En 1944 sólo se produjeron 610 unidades; en 1945 se elevó a 70.000 unidades; en 1946 asciende a 2.150.000; en 1947 se llegó a 3.560.000; y finalmente en 1948 se alcanza la cifra de 3.900.000 unidades producidas.¹⁶ Este incremento en el número de unidades producidas hizo que el parque automotor creciera en un 30% en cuatro años, pasando de 30 millones y medio en 1944 a 41 millones en 1948.¹⁷ El automóvil se convirtió en un objeto indispensable para la vida del ciudadano medio norteamericano y también para la economía del país, por la cantidad de actividades derivadas que generaba, tales como el refinamiento del petróleo, redes de ventas de vehículos nuevos y usados, construcción y mantenimiento de autopistas, etc. Del mismo modo, el automóvil llegó a ser el símbolo indiscutible de la sociedad de consumo por la gran cantidad de partes y accesorios que se emplean en el ornamento de los mismos “...se cubre de un ‘carnaval’ de cromos, de enormes faros de posición y de señalización, de parabrisas desbordantes, de guardabarros gigantescos y se adorna con combinaciones de colores y de tonos del más perfecto mal gusto”.¹⁸

13. *Ibidem.*

14. EDITORIAL VERGARA, *Historia mundial del siglo XX*, p. 49.

15. *Ibidem.*

16. PIERRE LEÓN, *Historia económica y social del mundo*, t. 5, pp. 607-608.

17. *Ibidem.*

18. *Ib.*

El número de vehículos en circulación y la posesión de uno o más de ellos por familia son indicadores que contribuyen a medir el aumento en el nivel de vida experimentado en la postguerra. En 1950 circulaban 49,3 millones de vehículos, ascendiendo esta cifra a 73,8 millones en 1960 y a 108,3 en 1970, correspondiendo el 80% del total a coches particulares. Y si tomamos en cuenta el número de familias propietarias de vehículos nos encontramos con datos verdaderamente interesantes. "En 1950 el 59% de las familias poseía uno o varios vehículos; en 1960, el 77%; en 1970, el 82%".¹⁹ "...Más reveladora aún es la proporción de familias que poseen dos o más coches: 7% en 1950, 15% en 1960 y 28% en 1970".²⁰ Las cifras presentadas expresan el afianzamiento de la sociedad opulenta. La capacidad adquisitiva de una parte considerable de la sociedad americana se incrementaba de una manera extraordinaria, como no había ocurrido nunca antes.

Si tomamos en consideración ahora el monto de las deudas contraídas para la adquisición de vehículos, nos encontramos con cifras elocuentes que denotan la importancia de este objeto en la sociedad consumista de la postguerra norteamericana. 14.500 millones de dólares en 1956, frente a 2.500 millones en 1941,²¹ es una cifra digna de ser considerada, sobre todo por el volumen que ella representa en comparación con todas las demás adquisiciones que también podían realizarse por la vía del crédito. El automóvil se había convertido en un bien tan importante para la sociedad consumista americana "...que, según el derecho americano, no se puede empeñar".²²

El consumo de otros bienes que contribuirán a mejorar la calidad de vida del ciudadano común y corriente también aumentó de manera considerable mediante el sistema de ventas a crédito. "La desaparición del prestamista y el aumento de compañías de venta a plazos eran signos de una opulencia general".²³

Aprovechando las nuevas posibilidades adquisitivas, facilitadas por la venta a plazos, el mercado se vio inundado de bienes que podían ser adquiridos por los trabajadores.

"El hogar de un trabajador está hoy provisto no sólo de electricidad y agua caliente, de uno o varios cuartos de baño y calefacción central, sino también de frigoríficos, lavadora, mecánica, aspiradora, teléfono, varias radios, televisión y garage en local propio. En muchos casos hay también aparatos para fregar la vajilla, un dispositivo para retirar automáticamente los restos de la cocina, secadora eléctrica de ropa, instalaciones climáticas en uno o varios cuartos y máquinas con motor para segar el césped".²⁴

Los gastos de la familia trabajadora se han incrementado "dos veces y medio más que hace 40 años para el arreglo de la casa. En esto se manifiesta el creciente bienestar".²⁵ Una vez cubiertas estas necesidades se pueden continuar comprando

19. PIERRE LEÓN, *Ob cit.*, t. 6 pp. 220-221.

20. *Ibidem*.

21. MAX PIETSCH, *La revolución industrial*, p. 138.

22. *Ibidem*.

23. EDITORIAL VERGARA, *Historia mundial del siglo XX*, pp. 52-54.

24. MAX PIETSCH, *La revolución industria*, p. 134.

25. *Ibidem*, pp. 134-135.

muchas otras cosas para el hogar, tales como alimentos enlatados, productos para los niños preparados mediante el sistema "Baby Food", "pañales que se pueden adquirir por suscripción",²⁶ y hasta las toallas y la ropa de cama pueden obtenerse mediante un sistema de abono.

Después de la guerra el consumo de textiles por persona aumentó en un 50% más que a comienzos del siglo. La producción en masa ha hecho que se reduzca el precio de cada unidad producida, transformando de una manera radical la industria del vestido, sobre todo con el descubrimiento de las fibras sintéticas, lo cual ha permitido un mayor surtido de prendas de vestir disponibles en el mercado. Al disminuir el precio de estos productos, el trabajador puede disponer de más recursos para ser gastados adquiriendo otros objetos.

La postguerra es la época de los grandes cambios en diferentes campos de la producción industrial que han incidido directamente en el modo de vida de las personas comunes y corrientes. La industria química en mucho ha sido responsable de estos cambios tan importantes con la colocación en el mercado de productos tales como el nylon, los plásticos, fibras sintéticas, detergentes, insecticidas, silicones, etc. También puede decirse que es la época de auge de los utensilios eléctricos "(acondicionadores de aire, mantas eléctricas, lavadoras, neveras, trituradoras de basura y cortadoras de césped) y más moderna aún, del aparato electrónico (rectificadores y selectores de corriente, transistores, semiconductores, y todo el equipo de receptores y emisores de televisión)".²⁷

Tratamiento aparte en el mundo de la sociedad "opulenta" norteamericana merece la televisión por la notable influencia que este invento ha ejercido en la conducta de las masas consumidoras. La industria de la televisión es la actividad que ha experimentado "la más formidable expansión de todo el sector secundario estadounidense".²⁸ Véase el incremento experimentado en el número de aparatos receptores fabricados entre 1946 y 1950.²⁹

Año	Nº de receptores
1946	6.000
1947	180.000
1948	1.000.000
1949	3.000.000
1950	7.000.000

Del mismo modo es importante destacar que, para el año 1948, en los Estados Unidos se habían equipado 17 estaciones transmisoras de televisión.³⁰

Otro índice importante es el correspondiente al porcentaje de familias que poseían aparatos de televisión entre 1955 y 1970.

26. *Ibidem.*

27. PIERRE LEÓN, *Historia económica y social del mundo, t. 5*, pp. 608-609.

28. *Ibidem.*

29. PIERRE LEÓN, *Ob. cit., t. 5*, pp. 608-609.

30. *Ibidem.*

Año	Porcentaje de familias con TV ³¹
1955	61%
1960	88%
1965	92%
1970	96%

En 1960 el 11% de las familias poseía dos o más aparatos de TV, mientras que para 1970 ya era el 29% quien contaba con este beneficio.

Existen también otros índices que expresan de manera elocuente el bienestar de las grandes mayorías de norteamericanos después de la segunda guerra mundial. En 1960, 74,5 millones de familias poseían lavadoras de ropa; esta cifra descendió en 1970 a 70 millones como consecuencia del auge de las lavanderías automáticas; en 1960, 4,8 millones de familias poseían lavaplatos automáticos y en 1970 la cifra asciende a 17,3 millones. Con respecto a los equipos de aire acondicionado tenemos 12,8 millones en 1960 y diez años después su uso se extendía a 20,5 millones de familias.³²

Otras innovaciones ocurridas a mediados de la década de los cincuenta son expresión elocuente de los cambios y transformaciones vertiginosas que se sucedían en la sociedad, como expresión sintomática del consumismo en auge. Los pueblos y ciudades norteamericanos se convirtieron en testigos de un fenómeno que hoy nos es tan familiar a todos, tanto dentro, como fuera de los EE.UU.; se trata de un lugar destinado a facilitar —y hasta cierto punto a ser placentera— la compra de artículos de todo tipo, nos referimos al “supermercado”, donde pueden adquirirse los más variados artículos que la sociedad de consumo pone al alcance de los compradores.

El desarrollo de la ciencia y de la técnica permitió al genio y la inventiva pragmática de los norteamericanos, en la década del cincuenta, aplicar muchos de los avances alcanzados en la industria a los más variados usos de la vida corriente; un ejemplo de ello fueron los “transistores”. Posteriormente en la década de los sesenta las técnicas de la computación harían lo suyo, contribuyendo a transformar de manera radical la sociedad americana.

Como consecuencia de la demanda generada por la “sociedad del bienestar” se estimuló grandemente la expansión de las grandes empresas oligopólicas. Este hecho obligó a que se redujera el número de locales de negocio “...que los centros de ventas ampliaran sus dimensiones por término medio, que ramas diferentes se fusionasen, que se difundiese el autoservicio y fenómenos de análogo orden. Pero al mismo tiempo la demanda de la sociedad de bienestar estimulaba la tendencia contraria a través de las inversiones en unidades productivas de menores dimensiones (...). Los talleres de reparación de automóviles y las estaciones de servicio son el mejor ejemplo de esto”.³³ En 1966 en los EE.UU., el 19% de los empleados y obreros se encontraba laborando en las 500 mayores empresas

31. PIERRE LEÓN, *Ob cit.*, t. 6, pp. 219-220.

32. *Ibidem.*

33. HERMAN VAN DER WEE, *Historia económica mundial del siglo XX*, pp. 285-286.

del país, mientras que el 97% de las empresas eran pequeñas unidades que operaban con menos de 50 trabajadores cada una.³⁴

“Los grandes logros técnicos alcanzados durante y después de la Segunda Guerra Mundial, conjuntamente con la inmensa capacidad demostrada por el país para reconvertir su potencial industrial, aunado al mayor poder adquisitivo de las grandes mayorías harían que el ‘consumo de masa’ de los años veinte resultase casi irrisorio”³⁵ al comparársele con lo que ocurría en los años cincuenta, donde las palabras claves que servían para definir el sentir de esa década serían: “abundancia, consumo, (...) derroche y goce”.³⁶ Inmersos dentro de esta atmósfera hedonista, la sociedad norteamericana se acercaba cada vez más al momento “en que una parte de la población activa —los hombres de la publicidad— se iba a dedicar al estímulo artificial del consumo”.³⁷

Los “hombres de traje gris” de la Madison Avenue de Nueva York volcarían gran parte de sus esfuerzos a tratar de estimular a las gentes para que consumieran cuanto se producía en el país. La empresa de la publicidad descubría un filón riquísimo que le proporcionaría los más jugosos dividendos; no en balde se invirtieron el año 1955 en el negocio de la publicidad 9.000 millones de dólares, que venían a representar 53\$ per capita, para tratar de convencer a cada ciudadano norteamericano de que debía consumir cualquier cosa que se estuviese produciendo en el país.³⁸ El volumen de inversión que cada empresa destinaba a propaganda y fomento del mercado da una idea de la importancia que le prestaban a este campo los empresarios. Se dice que una fábrica de cosméticos destinó “la cuarta parte del producto total de sus ventas”³⁹ para promocionar los artículos que ofrecía al público, e igualmente se atribuye “a un magnate de la industria de productos de belleza”⁴⁰ la siguiente expresión: “No vendemos barras de labios, sino que compramos consumidores”.⁴¹

Pero la abundancia trajo también sus problemas, derivados de las presiones sociales hacia el consumismo que comenzaron a agobiar la vida de los ciudadanos. La sociedad americana se volvió “. . .una ‘pesadilla con aire acondicionado’”.⁴² Las personas empezaron a preocuparse por tener cada vez más objetos de los que se promocionaban en todos los medios de comunicación de masas. “La familia que no poseía un automóvil nuevo, un televisor, una nevera bien provista y una máquina lavavajillas, era considerada como marginada. Tales posesiones eran ‘símbolos del status’, y la ansiedad del status se convirtió en la enfermiza preocupación cotidiana”.⁴³

34. *Ibidem.*

35. PIERRE LEÓN, *Ob. cit.*, t. 5, p. 609.

36. *Ibidem.*

37. *Ib.*

38. MAX PIETSCH, *Ob. cit.*, p. 141.

39. *Ibidem.*

40. *Ib.*

41. *Ib.*

42. La frase ha sido atribuida a Henry Miller y aparece citada en la *Historia mundial del siglo XX*, de la Editorial Vergara, p. 143.

43. EDITORIAL VERGARA, *Ob. cit.*, p. 143.

Todo esto ocurriría en momentos en que la sociedad se hacía cada vez más urbana en detrimento de la población rural. La tendencia de los pobladores era hacia la concentración en los suburbios de las grandes ciudades debido a que los grandes núcleos urbanos se mostraban cada vez más congestionados. Los migrantes hacia las grandes urbes eran quienes particularmente sufrían el impacto de este nuevo modelo de vida especialmente marcado por el consumismo, que se venía notando desde los tiempos de la Segunda Guerra Mundial, pero que oportunamente se acentuó en los años de la postguerra.

El nuevo estilo de vida desarrollado en las ciudades por las capas medias y alta de la población trajo consigo una serie de conflictos con la moral tradicional, y el esquema clásico de valores del puritanismo anglosajón basado en la austeridad y el trabajo empezó a resquebrajarse. La “glorificación de la abundancia y del consumismo”⁴⁴ así como la exaltación del “hedonismo materialista”⁴⁵ comenzarían a poner en entredicho “los fundamentos mismos del capitalismo, desde un punto de vista ideológico”.⁴⁶

Desde la década de los veinte, en aquella “América de los años locos”⁴⁷ se venían haciendo ciertos cuestionamientos a la incipiente “sociedad de consumo” de esos días por parte de pensadores jóvenes, entre los cuales se contaban intelectuales, periodistas, novelistas, universitarios, etc., que comenzaban a descollar durante la primera postguerra mundial. También durante la segunda postguerra ocurrió algo parecido, pero asumido de una manera más radical por quienes comenzaban a hablar del “nuevo capitalismo”,⁴⁸ alabando al mismo tiempo “los progresos de la producción y las delicias del consumismo”,⁴⁹ con lo cual se caía en una importante contradicción que exigía por un lado “las virtudes tradicionales (ardor en el trabajo, espíritu de ahorro, comportamiento austero)”⁵⁰ y por el otro exaltaba “la elevación del nivel de vida, (...) La mentalidad de goce, el gusto por el tiempo libre, la búsqueda de satisfacciones inmediatas”, etc.⁵¹ Los grandes logros alcanzados dentro del sistema capitalista al proporcionar un estado de bienestar a las grandes mayorías, elevando el nivel de vida y aumentando el poder adquisitivo de las personas, pueden llegar a colapsar algún día en la medida en que se vayan deteriorando aquellos valores que le sirvieron de puntales. “El nuevo capitalismo” lleva consigo la permissive society. De un modo aún más general, y a largo plazo, pone en tela de juicio, en el plano ideológico y cultural al propio capitalismo”.⁵²

Una vez que hemos visto a lo largo de estas líneas, de un modo bastante general, cuál ha sido la evolución de la “sociedad de consumo” en los EE.UU. con sus “pro” y sus “contra”, surge la pregunta, a manera de reflexión: ¿cuál será el destino final de esta forma histórica tan arraigada hoy día en el mundo

44. PIERRE LEÓN, *Ob. cit.*, t. 5, p. 609.

45. *Ibidem.*

46. *Ib.*

47. *Ibidem*, pp. 613-614.

48. *Ibidem.*

49. *Ib.*

50. *Ib.*

51. *Ib.*

52. *Ib.*

occidental? Como nosotros no somos capaces de predecir el futuro, pues nuestro oficio no ha sido más que el de lectores de historia, dejamos esa pregunta flotando y hacemos nuestros también los interrogantes de Georges Dupeux en torno al mismo problema:

“...¿En qué va a parar este sistema, basado en una ética austera (aplazamiento del placer para más adelante, privación previa con el fin de constituir un capital, sumisión a una naturaleza que se considera parca), si la incesante creación de nuevas necesidades (mediante la publicidad, la oferta de consumo anticipado por medio de la liberación y la democratización del crédito, la incitación al despilfarro), se convierten en los motores de la economía? ¿Si aún más profundamente, se propone el hedonismo como el nuevo y único valor universal?

“En su país predilecto, el capitalismo liberal parece, si no condenado, al menos amenazado, en un futuro lejano, por sus propios éxitos”.⁵³

III. - LA SOCIEDAD DE CONSUMO EN EUROPA OCCIDENTAL

Desde finales del siglo xv, cuando llegó Colón por primera vez al Nuevo Mundo (1492), los europeos mantuvieron un proceso de expansión de su cultura hacia el resto del planeta, casi de manera ininterrumpida hasta el siglo xx. Esa expansión cultural implicó también un proceso de dominación política, militar y económica. Hacia finales del siglo xv y comienzos del xvi apenas controlaban una ínfima parte del planeta, sólo un 9%; en 1801 ejercían dominación sobre la tercera parte; para 1880 la hegemonía europea se dejaba sentir sobre las dos terceras partes del mundo y en 1935 mantenían un control político sobre el 85% de las zonas emergidas y sobre el 70% de sus habitantes.¹

La expansión europea por el resto del mundo le sirvió al viejo continente para mantener un alto nivel de vida en sus clases dirigentes, sobre todo en aquellos países que lograron consolidar grandes imperios coloniales. La riqueza de los territorios dependientes, sobre todo la exportación de materia prima de bajo costo permitió el auge y la bonanza económica que disfrutaron buena parte de las naciones europeas durante un tiempo considerable. “...Fue la explotación de estos territorios y el creciente tráfico comercial realizado con ellos lo que reportó a la familia europea una riqueza de dimensiones jamás conocida hasta entonces...”²

Con el desarrollo de los acontecimientos históricos del siglo xx, que desembocaron en las dos guerras mundiales, Europa sufrió los embates de ambas conflagraciones de manera directa, y aunque las secuelas dejadas por ambas contiendas tuvieron un profundo efecto destructor, el viejo continente se supo recuperar asombrosamente sobre todo desde el punto de vista económico.

53. GEORGES DUPEUX, “Conclusión” escrita en la obra dirigida por PIERRE LEÓN, *Historia económica y social del mundo*, t. 5, p. 614.

1. ALVIN TOFFLER, *La tercera ola*, p. 103.

2. La expresión corresponde al historiador William Woodruff, quien es citado por ALVIN TOFFLER, *Ob. cit.*, p. 103.

Después de la Primera Guerra Mundial, Europa continuó manteniendo una importante cuota de poder en la mayor parte de las decisiones trascendentales que se tomaban a nivel mundial. No es sino a partir de la segunda postguerra mundial cuando el centro del poder mundial capitalista se traslada hacia los EE.UU. y adviene la bipolarización de los sistemas políticos y económicos antagónicos: capitalismo y socialismo, quienes tratarán de liderizar al resto del planeta, llegando incluso a ciertos enfrentamientos bélicos de menor monta, si se les compara con la Segunda Guerra Mundial, como el caso de Corea y Viet Nam, donde EE.UU. y la U.R.S.S. tuvieron oportunidad de medir sus respectivas fuerzas sin haber llegado a conflagraciones totales, felizmente.

A partir de 1945 con el fin de la Segunda Guerra Mundial, el modelo de consumo norteamericano se expandió a todos los países industrializados de Occidente determinando igualmente una expansión de la demanda, provocando en los empresarios una actitud favorable hacia la multiplicación de las inversiones. La demanda fue estimulada por la necesidad imperiosa de la reconstrucción que se dejaba sentir en toda Europa, devastada como estaba, por los estragos de la guerra. "Había que recuperar el subconsumo forzoso de los años de la guerra, había que reponer los equipos agotados de los hogares, los comercios y las empresas, había que reconstruir los barrios residenciales y los edificios fabriles arrasados, así como la infraestructura destruida y había que sustituir también un parque de maquinarias obsoleto".³

Al lograr la reconstrucción total de Europa, se estableció la "sociedad del bienestar" que continuó motivando la demanda de bienes y servicios. Para los EE.UU. la coyuntura presentada por la postguerra significaba la posibilidad de expandir su economía, expandiendo a la vez la sociedad del bienestar. Mientras que Europa y Japón tenían que construir esa "sociedad del bienestar" con la ayuda norteamericana, materializada en el viejo continente a través del Plan Marshall, que había destinado para tal fin "13.150 millones de dólares entre 1948 y 1952".⁴ Todos los programas de gobierno presentados en los distintos estados europeos en esta época planteaban "el aumento del bienestar"⁵ como uno de los postulados más importantes de sus planes vinculados con la seguridad social.

En el período comprendido entre las dos guerras mundiales, el signo característico de la economía había estado determinado por "la depresión y el descenso de los precios",⁶ originando una actitud poco favorable para que los empresarios se decidieran a realizar grandes inversiones. Al finalizar la segunda guerra el panorama empezó a cambiar y paulatinamente se fue creando una atmósfera de seguridad impulsada por el aumento de la demanda. Había un optimismo generalizado en cuanto a los beneficios que podrían obtenerse derivados de la nueva situación planteada. Se pensaba que el alza de los costos podía neutralizarse con el empleo adecuado de los progresos tecnológicos y el aumento de la productividad.

3. HERMAN VAN DER WEE, *Historia económica mundial del siglo XX*, p. 283.

4. ARÍSTIDES SILVA OTERO, *La segunda guerra mundial como tema de historia económica*, p. 124.

5. HERMAN VAN DER WEE, *Ob. cit.*, p. 283.

6. *Ibidem*, pp. 284-285.

Las empresas realizaban cuantiosas inversiones tendentes a influir en los consumidores. Se pusieron en práctica políticas de venta que tomaran en consideración la edad de los consumidores de manera especial, y en este sentido se prestaba singular atención a la creciente capacidad adquisitiva demostrada por la juventud y al proceso de envejecimiento que mostraba cierto sector de la población. A través de una adecuada promoción de bienes y servicios se iba determinando el establecimiento de la "sociedad de consumo".

El crecimiento de la población tuvo mucho que ver con el proceso de desarrollo de la economía en el mundo occidental. Desarrollo industrial y crecimiento de la población venían desenvolviéndose de manera casi pareja desde la segunda mitad del siglo XVIII cuando irrumpe, como uno de los grandes acontecimientos históricos de la humanidad, la revolución industrial, hasta comienzos del siglo XX, en que las tasas de crecimiento de la población europea tienden a estabilizarse como consecuencia del descenso sufrido por las tasas de natalidad.⁷

Puede notarse que se empieza a operar una actitud diferente hacia la vida y la manera de encarar ciertas situaciones como la relación existente entre el tamaño de las familias y el ingreso. "El número de hijos por familia bajó, en los grupos de renta más baja de los países europeos, de manera considerable desde mediados de siglo, pero ha crecido notablemente desde entonces en las familias de mayores ingresos".⁸ La relación existente entre el ingreso y el número de personas ha sufrido una favorable transformación que lo hace aparecer cada vez más igualitario. De acuerdo con este parámetro "la diferencia entre las ventas más altas y las más bajas se reduce en países como la República Federal de Alemania y los Países Bajos aproximadamente a la mitad".⁹ Esta tendencia hacia una más equitativa distribución del ingreso per capita ha contribuido a proporcionar mayor bienestar a los europeos.

Los niveles de bienestar alcanzados por los europeos en la década del cincuenta pueden ser también corroborados a partir de otros índices demográficos como la mortalidad de las madres, la cual "...había descendido a la mitad de los niveles de 1946, y a un sexto de los de 1938".¹⁰ Del mismo modo, la mortalidad infantil, que es uno de los índices más sintomáticos de lo que ocurre en una sociedad en cuanto al bienestar de sus ciudadanos se refiere, se había reducido en 1956 a la mitad con respecto a los años anteriores a la guerra. La expectativa de vida aumentó y las personas de setenta años se encontraban todavía en plena capacidad productiva. El aumento de la esperanza de vida y el descenso en la tasa de natalidad traerían otro tipo de problemas para países como Francia, donde la estructura de la población mostraba una marcada tendencia hacia el envejecimiento, con toda la secuela que esto acarrea en la capacidad productiva de este país. No obstante, la Europa occidental de la postguerra "...se había convertido en un lugar más rico y próspero donde trabajar y vivir".¹¹

7. ROLAND PRESSAT, *Introducción a la demografía*, pp. 24-25.

8. HERMAN VAN DER WEE, *Ob. cit.*, p. 294.

9. *Ibidem*.

10. ED. VERGARA, *Historia mundial del siglo XX*, p. 55.

11. *Ibidem*.

Los avances producidos en materia de seguridad social fueron verdaderamente notables en la Europa de postguerra. La cobertura de sus beneficios alcanzaba a madres, ancianos, lisiados, desamparados, etc.

“La futura madre recibiría una ayuda en metálico y asistencia médica; el sistema de subsidio familiar hizo la vida más fácil a la familia; los enfermos, desocupados, imposibilitados y ancianos percibían sus pensiones y subsidios en todos los Estados Europeos Occidentales”.¹²

En materia de salud, los progresos alcanzados por la ciencia y la técnica pusieron en manos de los ciudadanos la posibilidad de vivir mejor en la medida en que desaparecían ciertas enfermedades y se llevaba a cabo un adecuado saneamiento ambiental que, combinado con una mejor higiene, contribuía a prolongar la vida útil de las personas.

“Se consigue un verdadero progreso social cuando la ciencia y una nueva tecnología se combinan para producir de forma masiva una gama cada vez más amplia de antibióticos y vacunas, leche pasteurizada, e ingeniosos mecanismos que sustituyen ciertas funciones orgánicas, como el riñón artificial. (...) Algunas enfermedades prácticamente desaparecen, como la difteria y otras pierden su virulencia como la tuberculosis”.¹³

En la medida en que los distintos gobiernos fueron implementando los planes de seguridad social, los gastos de salud por ciudadano se fueron reduciendo de manera notable, lo cual les permitía gastar más en otras áreas. Podían de esta manera destinar parte importante de sus ingresos a consumir bienes y servicios que de otra forma les hubieran resultado prohibitivos. Un ejemplo elocuente es Gran Bretaña, donde la prosperidad de sus ciudadanos se debía en gran parte al Servicio de Sanidad Nacional.

“...Un inglés no tiene que pagar más que unas cantidades módicas para el médico, el dentista o las medicinas... la parte del presupuesto familiar que antiguamente se destinaba al cuidado médico puede gastarse ahora en cualquier cosa, desde tocino al aparato de alta fidelidad”.¹⁴

Inglaterra no era el único país europeo que invertía parte de sus ingresos en sanidad y seguridad social. Otros estados también lo hacían, destinando para tal fin entre el 12% y el 20% de sus respectivos ingresos.

12. *Ib.*

13. *Ib.*

14. La observación corresponde al escritor norteamericano John Gunter cuando estuvo de visita en Gran Bretaña el año 1955. Tomado de la *Historia mundial del siglo XX*, de Editorial Vergara, p. 55.

<i>País</i>	<i>Porcentaje del presupuesto destinado a seguridad social¹⁵</i>
Gran Bretaña	12%
Alemania Federal	20%
Francia	19%
Bélgica	16%
Italia	15%
Suecia	13%

Sin lugar a dudas, el nivel de vida de los países europeos occidentales unos cuantos años después de concluida la segunda guerra mundial “era más elevado que nunca”.¹⁶ Buena prueba de ello la tenemos en el incremento que se aplica en el consumo de alimentos. “El consumo de carne y pescado, azúcar, leche y huevos, (...) ha ido creciendo rápidamente, y otro tanto las calorías ingeridas por habitante y día, como promedio”.¹⁷

<i>País</i>	<i>Ingesta calórica por habitante¹⁸</i>		
	<i>Años:</i>	1950	1960
Francia		2.800	2.940
Italia		2.300	2.750

En la década del sesenta el principal problema nutricional que confrontaban los europeos occidentales es que comían demasiado. Para muestra basta observar el índice de consumo de algunos alimentos: “Italianos y belgas continúan siendo los dos pueblos (...) que más pan consumen (122 kilos por persona y año), mientras que los belgas y franceses comen más carne que nadie (56/58 kilos por persona y año), y los holandeses beben más leche que cualquier otro europeo (153 litros), y son los italianos los primeros en el consumo de fruta fresca (54 kilos)”.

“El consumo de vino en Italia pasó de 84 litros anuales por persona, en 1938, a los 95 en los años sesenta pero bajó en Francia (donde la mortalidad por alcoholismo revestía importancia no desdeñable) de 138 a 116 litros en diez años”.¹⁹

El gasto destinado al consumo de alcohol oscilaba entre el 5% y el 7% del consumo familiar,²⁰ mientras que el gasto destinado a tabaco llegaba al 4% del consumo personal en toda Europa occidental.²¹ Con respecto al consumo de tabaco hay que señalar que la relación existente entre el hábito de fumar y el cáncer

15. *Ib.*

16. J. K. GALBRAITH, *La sociedad opulenta*, pp. 66-67.

17. WALTER LAQUEUR, *Europa después de Hitler*, p. 255.

18. *Ibidem.*

19. *Ib.*

20. *Ibidem*, pp. 255-256.

21. *Ibidem.*

pulmonar produjo un ligero descenso en el consumo a partir de la década del sesenta, el cual se ha venido manteniendo en años posteriores.

El consumo de energía eléctrica en Europa occidental por sí sólo no nos permite establecer un parangón que nos sirva de indicador del nivel de vida, pues es bien sabido que los países septentrionales, en virtud de su latitud, requieren un consumo mayor de este rubro, pero en cambio los artículos de consumo duradero utilizados en el hogar sí pueden ser tomados en cuenta para observar el bienestar alcanzado en los años de postguerra. El consumo de electrodomésticos se ha incrementado por doquier en los países de Europa occidental. "El número de teléfonos, televisores y radios, como el de refrigeradores domésticos y automóviles, ha pasado a ser la acostumbrada unidad de medida estadística para conocer cómo van los niveles de vida de un país dado".²² En este sentido, las familias europeas llegaron a poseer cualquiera de estos objetos en mayor medida después de la guerra que en los años anteriores al conflicto, dando lugar con ello al establecimiento de la sociedad del bienestar, "...el gasto en artículos electrodomésticos es lo que, dentro del gasto familiar, ha subido más y con mayor rapidez".²³

El sistema de ventas a crédito permitió a las familias de las clases trabajadoras adquirir cierto artículos cuyo costo era más o menos elevado en comparación con los ingresos devengados. De esta manera se facilitó la adquisición de lavadoras, refrigeradoras, aspiradoras para el polvo, cocinas, etc., cuyo uso se fue extendiendo progresivamente a partir de los años cincuenta y sesenta a los grupos de más reducidos ingresos.

Una serie de productos nuevos en el rubro de alimentos, aparecidos en los mercados europeos a mediados de la década del cincuenta nos dan otra idea más de los vientos de cambio y de mejoría económica que se estaban viviendo. "Alimentos enlatados, congelados, precocidos, etc., se desarrollaron en volumen y variedad, desde el jugo de naranja helado al café instantáneo".²⁴

El desarrollo de la industria textil basada en las fibras sintéticas tuvo un auge sin precedentes, cuadruplicándose la producción entre 1960 y 1966, hecho este que le permitió a los europeos de la postguerra destinar menor cantidad de su presupuesto familiar para obtener mejor calidad de ropa.

"...Efectivamente, la cuota de este apartado en su presupuesto bajó, en el caso de Francia, desde un 14.5% en los últimos años veinte, al 11% a mediados de la década de 1960-1970. Para Bélgica, ese apartado pasó, en el mismo tiempo, del 14% al 12%. En la Gran Bretaña lo hizo del 13% al 11%".²⁵

El apoyo estatal dado a pequeñas y medianas empresas contribuyó de manera eficiente al crecimiento de este sector. "En Bélgica las empresas de servicios con un máximo de 50 reunían conjuntamente más del 40% del total de preceptores de sueldos y salarios. Representan el 94,2% de las empresas y su produc-

22. *Ibidem.*

23. *Ibidem.*

24. *Ibidem*, pp. 256-257.

25. *Ibidem.*

ción casi el 40% del producto social bruto".²⁶ Este hecho ha permitido que los estratos altos de la clase media vean incrementados sus ingresos, a la par que, empleando un mayor número de personas en estas empresas, sea mayor también la cantidad de individuos que por este concepto perciben sueldos y salarios, produciendo el respectivo efecto benefactor en el poder adquisitivo de los mismos.

En cuanto a los sindicatos, cabe señalar que muchos de ellos sirvieron de base para la organización de partidos obreros que en no pocas oportunidades alcanzaron responsabilidades de gobierno en distintos países europeos, contribuyendo de esta manera a su integración en la estructura del sistema capitalista, con lo cual ayudaban a estimular el creciente bienestar que se disfrutaba en la postguerra. Este hecho servía también para que el afianzamiento de la "sociedad de consumo" en Europa occidental fuese cada vez más una auténtica realidad.

IV. - CONCLUSIONES

Al llegar a este punto advienen a la mente unas cuantas reflexiones en torno al tema que hemos intentado desarrollar. En primer lugar tenemos que señalar la fuerte influencia que el "hecho económico" ha ejercido en la actividad humana de todos los tiempos y de una manera muy particular en el siglo xx, y más especialmente en la segunda mitad del mismo. Hemos visto cómo el fenómeno del "consumismo" es un acontecimiento típico de nuestro siglo. También pudimos observar de qué manera iba tomando cuerpo y se iba fortaleciendo sobre todo después de la segunda guerra mundial, llegando a su apogeo en los dorados años cincuenta.

Nos percatamos de que la "sociedad del bienestar" comenzó a perfilarse hacia la década de "los años locos", y paulatinamente se fue afianzando hasta que la "producción" se convirtió en el gran acontecimiento que inundaría el entorno de las personas, analizando la acción humana por medio de una agresiva propaganda, que iría formando rápidamente una ética tipificadora de la conducta ciudadana en la segunda mitad del siglo.

Resultó interesante ver de qué manera fue cambiando la "sociedad de consumo". Y al final, parecía que el bienestar social, logrado con una mística centrada en la valoración por el trabajo y las costumbres morigeradas, daría al traste con todo lo que se había logrado para el disfrute de las mayorías, en la medida en que los antivalores que incitaban al goce, al placer, a la abundancia, se instalaban como el modo común de vida que había de llevarse para estar a tono con la exigencia de los nuevos tiempos.

Pudimos constatar cómo el máximo bienestar disfrutado por la humanidad (rectifico, por una parte significativa de ella) fue alcanzado después de vivir la conflagración más espantosa de todos los tiempos, como lo fue la segunda guerra mundial. Este hecho por sí sólo, visto en una perspectiva histórica, debe servirnos para creer en el hombre, para tener fe en que la humanidad sabrá siempre superar los abismos de irracionalidad en que a menudo ha caído, como consecuencia de la torpeza que en oportunidades se ha apoderado de quienes la dirigen.

26. HERMAN VAN DER WEE, *Ob. cit.*, p. 286.

BIBLIOGRAFIA

1. CUETO, JUAN, *La sociedad de consumo de masas* (Colección Salvat. Temas Clave N° 46). Barcelona, Salvat editores, S.A., 1981, pp. 64.
2. GALBRAITH, J. K., *Desarrollo económico* (Col. Ariel Quincenal N° 72). Barcelona, ediciones Ariel, 1972, pp. 169.
3. ————. *La sociedad opulenta*, Barcelona, editorial Ariel, 1984, pp. 408.
4. LAQUEUR, WALTER, *Europa después de Hitler*. Barcelona, México, ediciones Grijalbo, S.A., 1974, pp. 506.
5. LEÓN, PIERRE, *Historia económica y social del mundo*. (Vol. 5, Guerras y crisis, 1914-1947). Madrid, ediciones Zero-ZYX y Encuentro, 1979, pp. 644.
6. ————. *Historia económica y social del mundo* (Vol. 6, El nuevo siglo XX, 1947 a nuestros días). Madrid, ediciones Zero-ZYX y Encuentro, 1979, pp. 624.
7. PIETSCH, MAX, *La revolución industrial* (Vol. II, De la racionalización a la automatización). (Pequeña Biblioteca Herder, N° 55). Barcelona, editorial Herder, 1965, pp. 147.
8. PRESSAT, ROLAND, *Introducción a la demografía* (Col. Ariel Quincenal, N° 127). Barcelona, editorial Ariel, 1981, pp. 210.
9. EDITORIAL SALVAT, *La sociedad de consumo* (Biblioteca Salvat de Grandes Temas, N° 54). Barcelona, Salvat editores, S.A., 1973, pp. 142.
10. SILVA OTERO, ARÍSTIDES, *Introducción al estudio de la historia económica*. Caracas, U.C.V. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 1978, pp. 132.
11. ————. *La segunda guerra mundial como tema de historia económica*. Caracas, U.C.A.B., Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Escuela de Economía, s/f., pp. 152.
12. TAMANES, RAMÓN, *La polémica sobre los límites al crecimiento* (Col. El Libro de Bolsillo, N° 519). Madrid, Alianza editorial, 1974, pp. 176.
13. TAWNEY, R.H., *La sociedad adquisitiva*. Madrid, Alianza editorial, 1972, pp. 211.
14. TAYLOR, A.J.O. y J.M. ROBERTS, *Historia mundial del siglo 20* (Volumen quinto). Barcelona, editorial Vergara, 1972, pp. 483.
15. TOFFLER, ALVIN, *La tercera ola*. Barcelona, Plaza & Janés editores, 1980, pp. 494.
16. TOURAINE, ALAIN, *La sociedad post-industrial* (Col. Ariel Quincenal, N° 23). Barcelona, ediciones Ariel, 1971, pp. 237.
17. VAN DER WEE, HERMAN, *Historia económica mundial del siglo XX* (Prosperidad y crisis. Reconstrucción, crecimiento y cambio, 1945-1980). Barcelona, editorial Crítica, grupo editorial Grijalbo, 1986, pp. 680.
18. VOIGT, JÜRGEN, *La destrucción del equilibrio ecológico* (Col. El Libro de Bolsillo, N° 294), Madrid, Alianza editorial, 1971, pp. 163.