

SOCIEDAD DE CONSUMO Y SOCIEDAD DE EXCLAVITUD DE ESPIRITU

–SOCIEDAD DE CONSUMO

Dentro de éste concepto podemos definir:

–Los individuos extro–determinados

- La sociedad con fuerte potencial de crecimiento, caracterizada por la lentitud de los cambios en su organización social y por la libertad de creación de valores sociales. Los individuos están determinados por la tradición. Reina el conformismo tradicional.
- La sociedad de crecimiento transitorio, caracterizada por cambios rápidos en su organización social y por la libertad de creación de valores. Los individuos son intro – determinados, es decir se determinan por ideales personales internos.
- La sociedad en declinación demográfica, caracterizada por una nueva forma de estabilidad, donde los individuos son extra – determinados, es decir que los comportamientos de los individuos están determinados por influencias exteriores. Todo se convierte en objeto de consumo. Lo único en que se interesa es en lo que le gusta y en el consumo.

–La masificación

Es el resultado de dos factores que acumulan su acción y se agravan mutuamente por una especie de círculo vicioso irresistible:

1º La despersonalización típica de la extrodeterminación: Empequeñecimiento personal, pérdida del sentimiento de la creación de valores, conformidad de la conducta, etc.

2º La acción de los medios de comunicación social que produce la muchedumbre solitaria: Conduce al aislamiento de cada uno y afecta a cada uno individualmente en su soledad.

–El condicionamiento de masa

La publicidad y la acción de los medios de comunicación consiguen así cultivar ciertos comportamientos y operar un condicionamiento a dos niveles:

1º A nivel de las elecciones comerciales con el condicionamiento publicitario que "fija" al cliente en una marca.

2º Desde otro punto de vista, este sistema en su conjunto produce un verdadero cultivo del cliente, cultivo industrial. Se da, en efecto, aprendizaje de un modo de vida, a nivel general. A este nivel se sitúa el aprendizaje, el indocinamiento, el reforzamiento de los comportamientos mediante la repetición.

–LA SOCIEDAD DE CONSUMO, TEMA DE PROPAGANDA

–La sociedad de consumo es acusada de ser una forma de terrorismo.

Según LEFEBVRE, "En la sociedad de consumo reina un terror difuso. Las presiones se ejercen por doquier en los miembros de esta sociedad. El sistema capta a cada persona y la somete al conjunto, es decir, a una estrategia, a una finalidad oculta, a fines que solo conocen los poderes de decisión, y que nadie cuestiona realmente.

Se apela a la violencia destructora que será defensiva y salvadora de la humanidad.

Existen dos peligros, pero esta presentación de la sociedad de consumo, inspirada en la propaganda, es inevitablemente parcial.

La sociedad de consumo es, ante todo, una sociedad en la que las necesidades humanas encuentran su satisfacción, y donde el nivel de vida hace retroceder lo más posible el hambre, la enfermedad, el miedo y la ignorancia. Además, libera a los individuos de la preocupación exclusiva y animal por la propia supervivencia.

-La sociedad no puede ser exclusivamente "de consumo".

La conducta de consumidor no es sino una parte de las conductas de la población activa de nuestras sociedades. Otra parte importante esta consagrada a la producción y a la invención. Sin producción, no habría consumo.

-La masificación es una palabra de doble sentido.

La masificación es denunciada en la sociedad occidental como la nivelación en el embrutecimiento y la despersonalización: pero existe un riesgo que no es real sino cuando se dan ciertas condiciones que debemos precisar.

La masificación eleva a un nivel decente la vida material y cultural a una masa hasta hoy condenada a la ignorancia y a la precariedad de condiciones de vida.

La masificación no adopta el otro sentido sino cuando significa condicionamiento de masa, extinción de la reflexión y de la creatividad personales, supresión de la libertad de expresión y de elección, gregarización intelectual y total de la masa de gobernados mediante la acción de los dirigentes.

Existe, pues, una masificación que es igualar niveles de vida, de acceso a la cultura y a la información; y una masificación que es indoctrinamiento y condicionamiento con restricción de la información y utilización de los medios de comunicación social para provecho de la ideología política oficial.