



BLOGGERS INVITADAS >>

Por Natalia Zlachevsky y Mora Laiño

isf-argentina.org

CONSUMO, PERTENENCIA, IDENTIDADES: HACIA NUEVAS FORMAS DE ENCUENTRO COLECTIVO

¿Qué ropa usás? ¿Qué música escuchás? ¿Sos militante político? ¿Perteneceés a algún grupo religioso? Las posibles respuestas a cualquiera de estas preguntas podrían darnos pistas para descubrir semejanzas y distinciones entre individuos o grupos sociales. Estas afinidades no son naturales, sino construidas y nos aseguran la existencia de identificaciones con grupos de pares y la pertenencia social.

Los seres humanos nos caracterizamos por la vida en sociedad organizada. Pero a diferencia de las hormigas o las abejas -que también tienen cierto nivel de organización-, nosotros recreamos de manera colectiva diferentes sentimientos de pertenencia hacia valores, ideas, prácticas o creencias.

Las formas identitarias orientan nuestra manera de expresarnos y de actuar en sociedad, pero, además, son flexibles y tienen distinto nivel de dinamismo: no se cambia de nacionalidad con la misma facilidad con la que se abandona una tribu urbana. Si bien las identidades no son fijas, ni naturales, nos condicionan y repercuten en nuestra vida cotidiana de manera contundente.

En la sociedad moderna globalizada, la nacionalidad, la religión y la afiliación política como grandes ejes identitarios coexisten con prácticas de consumo que trascienden el carácter económico y utilitario de un simple intercambio de bienes o servicios. Nos acercamos a otros por compartir la misma música, frecuentar los mismos lugares o vestir la misma ropa. En la actualidad, el consumo es una de las lógicas dominantes de encuentro y de intercambio. Un caso para analizar es Netflix, que si bien es un servicio que se adquiere de manera individual, nos acerca a otros con los que compartimos la maratón de series que estamos transitando.

Además de incidir y estructurar formas de vida, en el acto de consumir se visibiliza la desigualdad de oportunidades, la distinción. Accedemos a algo a los que otros no pueden acceder o no accedemos a algo a lo que otros grupos sociales pueden. Por eso, cuando se adquiere un objeto se adquieren también los sentidos asociados a él, la exclusión y la inclusión que representan. Así, el consumo parece arrinconarnos y dejar poco espacio para encuentros que trasciendan la posición económica: nos vinculamos con aquellos que pueden consumir lo mismo que nosotros.



¿Podemos escapar a esta lógica de encuentro y vinculación con los demás? Un primer paso es identificar el consumo como parte de los rituales de la vida cotidiana moderna y prestar atención a otros rituales que configuran identidades en otra dirección. Es humano organizarse a partir de ideas trascendentes. Compartir modelos culturales, creencias, posiciones ideológicas, valores como la defensa de los derechos humanos, la igualdad o la justicia, también estructura espacios de pertenencia.

En Ingeniería Sin Fronteras Argentina cientos de voluntarios y voluntarias se encuentran cada sábado para hormigonar, techar y levantar paredes en proyectos de infraestructura en barrios y asentamientos. Este ritual se repite durante un año y medio, a veces dos. La mayoría son estudiantes o profesionales que nunca agarraron una herramienta, pero encuentran en esas arduas jornadas de trabajo un sentido comunitario que creían perdido. Muchos son extranjeros de distintos países que ante el desarraigo encuentran un espacio de pertenencia. Es en esta modalidad de interacción donde los voluntarios y voluntarias se reconocen con un otro y encuentran en el compromiso social un sentido que traspasa las fronteras del consumo.

Existen múltiples espacios de encuentro ritualizados en forma de agrupaciones políticas, asociaciones civiles, grupos misioneros o activistas, colectividades migrantes, organizaciones comunitarias que sirven como catalizadores de creencias, valores y percepciones sobre la realidad y el mundo deseable. Habitarlos de manera consciente es una oportunidad para moldear identidades colectivas por fuera del consumo acrítico que refuerza la desigualdad social.

¿En qué creés? ¿Qué te indigna? ¿Cómo usás tu tiempo? ¿De qué manera aportás a la transformación del mundo? ¿Qué podemos hacer juntos? ¿Qué opinás? Son preguntas que circulan en espacios donde las identidades se construyen con un horizonte compartido ligado al bien común. Quizás sea en estos intersticios donde podamos desnaturalizar la idea del consumo como medida y mediador de las relaciones sociales.

Autores como García Canclini, Barbero y Mato, se dedicaron a reflexionar sobre el carácter dinámico, cambiante y conflictivo de la construcción de identidades en la sociedad moderna globalizada. No te pierdas el libro "Consumidores y ciudadanos" de Néstor García Canclini.