

## **La pobreza: consumo de identidad social en la ciudad**

*Poverty: social identity consumption in the city*

Juan Esteban Posada M.

### **Filiación**

Politólogo Universidad Nacional de Colombia. Magister © en Historia.  
Grupo Narrativas y Crítica del Presente  
E mail: [jeposada@unal.edu.co](mailto:jeposada@unal.edu.co)

### **Resumen**

La idea central de este artículo se delimita a partir de la pregunta por la forma en que la categoría *identidad* surge de la satisfacción al momento de consumir y de su relación con el referente estigmatizante de la pobreza. Lo que se quiere sustentar, es que este referente es constitutivo en la pretensión de estructurar una estética de la ciudad y para la ciudad. Con base en estos planteamientos, el texto se organiza esbozando una premisa general sobre los juicios, individuales y colectivos, como estructurantes de un ejercicio de construcción social en el mercado, además de cómo se aborda la individualidad en la sociedad de consumo, para seguir con el señalamiento de algunos ejes centrales sobre la pobreza, la diversidad de estigmatizaciones, y la vida pública. Se intentara sugerir que este no es un problema meramente epistemológico, y que la escisión entre lo colectivo y lo individual es articuladora de una serie de prácticas de identidad social, en tanto que encarna una apuesta normativa sobre lo que debe ser la pobreza como índice de discriminación y de estigmatización, problemas asociados y desarrollados como propios y singulares del capitalismo de consumo.

### **Palabras clave**

Ética del consumo; consumismo; pobreza; ciudad; identidad.

### **Abstract**

*The central idea is delimited from the question of how the identity category arises from the satisfaction and also time consuming as arises from its relationship with the referent stigmatizing poverty. What you want to support this distinction is that the claim constitutes an aesthetic structure of the city and for the city. Based on these approaches, arrange text outlining a general premise judgments, individual and collective, and structuring of a social building exercise for the market, as well as address the individuality in consumer society, to continue pointing out some central themes of poverty, diversity of stigmatization, and public life. He tried to suggest that this is not merely epistemological problem, and that the split between the collective and the individual is articulating a series of social identity practices, while legislation embodies a bet on what should be the rate of poverty as discrimination and stigmatization, problems associated with poverty as own unique developments of consumer capitalism.*

### **Keywords**

*Ethics of consumption; consumerism; poverty; city; identity.*

## Sumario

### Introducción

- 1.-La ciudad: lógica colectiva de estigmatizaciones, reino de la identidad
- 2.-La ciudad, interés individual
- 3.-La pobreza, impugnación propia y singular del capitalismo de consumo
- 4.-Conclusión: este no es un problema meramente epistemológico

### Bibliografía

*“Desde esta época de uniformidad, desde este tiempo de soledad, la edad del Gran Hermano, la época del doble pensar... ¡Muchas felicidades!”*

*George Orwell*

## Introducción<sup>1</sup>

El devenir de la ciudad se consolida por éticas, aquellas que alimentan la necesidad y la creación de jerarquías identitarias. Así pues, los comportamientos, fungen como un plan de acción individual, entre la experiencia y la utopía.

Por lo tanto, uno de los principales aspectos a resaltar, es como los individuos promueven el movimiento de la vida urbana, a través de su estructura material, reforzando el contrato social establecido por el consumismo. O sea, significando lugares y formas de consumo, como lugares y formas aptas o fallidas. Es así como la pobreza, ofensa social, fenómeno de exclusión, de criminalización<sup>2</sup>, aparece como una categoría que se instala firmemente en la comunidad de consumidores, identificación permanente, insumo del consumismo. Cuando se comienza a analizar el funcionamiento de las ciudades, nos encontramos con dicho insumo estigmatizante, particularmente cuando la ciudad es concebida como una huella, causada por la elección de sus habitantes.

En este sentido, para poder valorar el significado de dicha elección, la sociedad de consumidores, establece las “libertades” como decisiones individuales, con consecuencias económicas, o sea la privatización de la pobreza. Así esta privatización de la pobreza, estructura la división del espacio para consolidar derechos, funciones y competencias. De hecho, los derechos, las funciones, y las competencias son aquellos territorios, son aquellas enunciaciones, donde la cantidad de deseos satisfechos, la velocidad de aparición de los mismos, y la velocidad con la cual el individuo pueda o no satisfacerlos, aseguran la cualificación de los grupos, incluyen o excluyen.

<sup>1</sup> El presente trabajo recoge algunos de los desarrollos teóricos del estudio *Filantropía y solidaridad en una sociedad de consumidores: un estudio analítico-conceptual sobre el cuerpo, la salud, la vulnerabilidad y la pobreza en perspectiva local*, realizado por el grupo *Producción, Apropriación y Circulación de Saberes PROCIRCAS*, financiado por la Dirección de investigaciones de Universidad Nacional (DIME). El presente escrito hace parte del texto *Que significa ser pobre en la sociedad de consumidores*, dentro del equipo de trabajo *elaboración de la relación consumo pobreza*.

<sup>2</sup> Como es explicado por Bauman cuando enuncia que la pobreza, entonces, deja de ser tema de política social para convertirse en asunto de justicia penal y criminal. Los pobres ya no son los marginados de la sociedad de consumo, derrotados en la competencia feroz; son los enemigos declarados de la sociedad (2004: 99).

En este contexto, la pobreza y sus pobres, se configuran por las disposiciones que limitan el acceso a la participación en la vida consumista; un individuo se hace efectivamente ciudadano, cuando se le identifica por medio de los niveles de dicha participación, determinando condiciones de normalidad o anormalidad, o sea, en nuestras sociedades contemporáneas se consume identidad, para categorizarse como ciudadano.

Por ende, los deseos que escalan cada segundo hacia el anhelo trazado, la tensión que causan los estímulos del mercado, las respuestas y la reacción del individuo para ser un buen producto-ciudadano, comprenden el conjunto de disposiciones que conforman la normativa cultural y legal de la ciudad.

Así pues, la fórmula es el procedimiento a través del cual las preferencias societales consumistas se convierten en identidades, y éstas a su vez, se traducen en mayorías y minorías incluidas o excluidas. Dichas preferencias proponen un modelo de representación de la ciudad, un escenario donde los pobres, los consumidores defectuosos, se identifican, se preservan en la oscuridad, en la invisibilidad de una sociedad de consumismo, lejos de la luz de los respaldos económicos del mercado.

Dicha oscuridad surge con unos parámetros sujetos a la noción de marginalidad, sujetos a una significación atemorizante, sujetos a unos juicios de valor, expresando enunciaciones para las experiencias, que apuntan hacia las decisiones y acciones, naturaleza de la identidad de los ciudadanos<sup>3</sup>, valoración que parte de una *ética del consumismo*.

Es claro pues que para entender el avance de dicha asignación *-ética del consumismo-*, hay que entender *el trabajo* como un problema estético, dado que estructura, desde la imagen, al "productor eficiente" que consume, al ritmo impuesto por el mercado, bienestar para él y su familia. Este bienestar consumista, es el fundamento de la dignidad en la sociedad de consumidores, modo implícito de la valoración individual. Así pues, el trabajo, como plan de acción público, es el eje fundamental de la identificación social, marcado por el uso de los sistemas económicos, como equivalentes al desarrollo de los derechos civiles. Agreguemos que se distingue además otro punto de análisis, la pobreza como distinción no solo de privación sino además de degradación, política y social, marca sus procesos persuasivos a través del desempleo, este define quienes no dispondrán de beneficios sociales<sup>4</sup>.

### **1.-La ciudad: lógica colectiva de estigmatizaciones, reino de la identidad**

Cuando se comienza a analizar la pobreza al interior de la ciudad, nos encontramos con el funcionamiento de una categoría que se instala firmemente en la discriminación. Dicha categoría implica un grado de intención social, intención que aborda componentes en materia legal, subrayando que con ella se estructura un modelo de competencia discriminatoria, caracterizada por la estrecha vinculación entre el ejercicio del consumismo y el territorio, al tenor de lo dispuesto por un regulador legal.

En este contexto, lo dispuesto por el regulador legal de la ciudad, establece la libertad en el espacio, por medio de la penalidad; ambigüedad y contradicción en las evocaciones materiales. Así pues, la libertad posee un sistema complejo de significaciones, siendo este sistema la única

---

<sup>3</sup> Bauman, 1999. p.80

<sup>4</sup> Uno de los principales aspectos a resaltar, es como se recupera la legitimidad del papel que juegan los beneficios sociales en los procesos de equidad social, como es expuesto por Nussbaum, al Establecer de manera exacta las dimensiones de este problema que depende, en alguna medida, del contexto social: si el desempleo no es estigmatizado, los hombres y las mujeres desocupados pueden usar los beneficios sociales que tienen para continuar su educación y aun funcionar como ciudadanos plenamente iguales (2006: 134).

alternativa de acción en la ciudad, porque hace existir una enunciación para la normalización<sup>5</sup>. Por lo tanto, las experiencias, ente de socialización, percepción formadora de lo público y lo privado, estructuran una ciudad con múltiples apreciaciones, convergencia cerrada de ideas y razones.

El significado de esta convergencia, en los propios fines determinados culturalmente para la ciudad, es la práctica del consumismo que instituye con normas propias, con normas del mercado, sus imágenes<sup>6</sup>. Por lo tanto la ciudad no es regidora de alguna respuesta, es no más que la amalgama de concepciones, mundos y éticas, escenarios y caracterizaciones, que instituyen como patrones específicos esta imagen universal, la imagen de la movilidad en el mercado, como valor intrínseco hedonista, aprehensión de nuestra propia identidad ciudadina<sup>7</sup>. Así pues, cuando una sociedad está impregnada por la culturización de determinar estéticas como identidades, las significaciones se hacen importantes, por las experiencias sensoriales de la experimentación que se dan en una lógica de elección consumista.

Estos experimentos sensoriales dan cuenta de la vulnerabilidad y el miedo en la ciudad, como factores esenciales en la estructuración de la utopía legalista, que excluye, que inserta en el imaginario colectivo, un grado de sacralidad de los espacios de la ciudad, a partir de un modelo de representación de igualdad, tanto social como política. A partir de este modelo se elaboran unos sistemas de control que la sociedad acata, creando así un medio muy utilizado como instrumento de vigilancia, ya que por medio de dichas regencias, se pueden ver las relaciones en las estructuras sociales, abordándolas como un escenario de inscripción general, donde se superponen y mezclan ideologías, marcando trazos sobre la ciudad, creando mixturas y significancias que toman expresión en las realidades cotidianas, relacionando identidades y reconociendo realidades sociales, formando interpretaciones superpuestas y en conjunción, para la sustentación de la identidad, como constitutiva de la ciudad<sup>8</sup>.

## **2.-La ciudad, interés individual**

Lo que le impide a los sujetos desarrollarse, al interior de los postulados del capitalismo de consumo, es la lógica operacional, estructurada como si fuera un compendio de postulados para el colectivo, o sea, códigos morales, olvidando la subjetividad, la ética, el gobierno de sí, que a todos nos envuelve<sup>9</sup>.

Dicha lógica operacional, se forma siguiendo líneas y tendencias proporcionadas por el mercado, por ejemplo, el valor de elegir. Las relaciones de poder, a su vez, definen las

---

<sup>5</sup> Nussbaum explica que uno siente que algo anda mal a esta altura. Se pierden de vista dos cuestiones cruciales: la libertad de elección y la de igualdad. La frontera entre lo público y lo privado no funciona simétricamente a ambos lados, porque protege a los normales tanto en su elección de ocultar como en la de hacer público, mientras que a los anormales, se les requiere ocultar (2006: 168).

<sup>6</sup> Lipovetsky plantea dicha conceptualización como la disolución del Yo, es a lo que apunta la nueva ética permisiva y hedonista: el esfuerzo ya no está de moda, todo lo que supone sujeción o disciplina austera se ha desvalorizado en beneficio del culto al deseo y de su realización inmediato como si se tratase de llevar a sus últimas consecuencias el diagnóstico de Nietzsche sobre la tendencia moderna a favorecer "la debilidad de voluntad" es decir, la **anarquía de los impulsos o tendencias** y, correlativamente, la pérdida de un centro de gravedad que lo jerarquiza todo (1986: 40).

<sup>7</sup> Lipovetsky, 1986. p.56

<sup>8</sup> Maffesoli desarrollo este postulado planteando que, el deseo de participar mágicamente con los demás, con los objetos, con las situaciones, con los eventos que nos rodean. No es neutro por otro lado que Durand clasifique esta tendencia como la de adhesividad entre las estructuras místicas de lo imaginario, estructura que busca la intimidad, la pérdida de trascendencia, que sea en la deidad o en la más difusa del cuerpo social. En cada uno de estos casos se trata de fusión con el otro o con los otros y por tanto de la permanencia del todo sobre las partes (2005: 125).

<sup>9</sup> Lipovetsky lo ejemplifica de forma extraordinaria expresando que desconectando los deseos de los dispositivos colectivos, movilizandolos las energías, temperando los entusiasmos e indagaciones relacionadas con lo social, el sistema invita al descanso, al descompromiso emocional (1994: 50).

transacciones y los canjes, deciden las apropiaciones y los usos de los productos. La sociedad paradójicamente, lleva a lo micro las grandes líneas de la estructura de poder, jerarquizando desde la familia el consumo de un liderazgo dado, como posibilidad material de satisfacer los deseos. Esta lógica contrasta de un modo muy brusco y directo, en el individuo, provocando un efecto, una provocación, una lucha<sup>10</sup>, construyendo, de hecho, a partir del poder micro, individual, la concepción de cada uno de los participantes de ciudad. Digamos que es un punto de referencia esencial, la combinación de modos de inclusión y exclusión que tiene el individuo.

Por lo tanto, estos modos se construyen y funcionan a partir de otros individuos, de cuanto puedan afectarse, reconocer y reconocerse. Dicha aceptación no parte de los valores instituidos por el mismo individuo, sino más bien, a partir de los deseos que posee su propia historia, aquellos que han sido colonizados, utilizados, transformados, por formas de dominación global mercantil, mecanismos que llamando a la homogenización, presentan la igualdad como fin común. Las demandas de objetividad son imposibles en un dominio en el cual la ciudad en sí misma siempre es una construcción que divaga por el mercado.

Esa es la fórmula, el matiz, cada vez más sutil. La individualidad en la sociedad de consumo es un parámetro con que se dictaminan los acontecimientos en la ciudad, para la persecución de los intereses, algo así como una *prisión de la independencia*<sup>11</sup>.

Así la construcción de la ciudad, es estructurada por medio de la convivencia de las indiferencias entre los individuos contenidos por el espacio. De dicho contexto resulta un aprendizaje privado, que atomiza la comprensión y las valoraciones de lo público, por ejemplo, el estar en un centro comercial como individuo, pudiendo consumir o no.

Este aprendizaje, en este mundo de consumismo, clama por no perder lo que nunca se tuvo, es aquí donde cada individuo comienza a aprender el sentido de aprovechar el día, como finalidad identitaria, como connotación individualista, aparece la "virtud moral" y la "virtud cívica", esplendores de la "independencia". Comprendiendo la "independencia" como el gran *escondite*, lugar que permite la realización de una forma de vida dedicada al interés individual, arquetipo de la actividad clandestina<sup>12</sup>.

En este contexto entonces, la ciudad puede ser pensada a través de la superfluidad del individuo como superfluidad del colectivo, ya que siendo el régimen más conforme a la naturaleza "libertaria" individual, colectiviza los asuntos humanos, inunda nuestra estética y nuestra ética, es el sentido social de nuestras actuaciones.

Por lo tanto las condiciones de colectivización óptima que ofrece la sociedad de consumo, serán tanto más duraderas cuanto más logren imitar a través de la fuerza del deseo, una estructura sólida del devenir social.

Dicho devenir gestiona la representación de los individuos en los colectivos, con unos efectos que genera sobre las relaciones de poder. Desaparece la frontera que permite dar cuenta de la atomización subjetiva, o sea, es la privatización del colectivo como lo expresa Maffesoli<sup>13</sup>. Así, la valoración de lo colectivo arranca y va acompañada por movimientos de identificación, de pertenencia, de unión y de extensión de los individuos.

La ciudad es entonces la proyección material de la unión y la extensión de los individuos, donde se pone en circulación el proceso de elección, que genera necesidades y aspiraciones sociales

<sup>10</sup> Foucault y Deleuze, 1981. p.19

<sup>11</sup> Lipovetsky, 1986. p.42

<sup>12</sup> Esta idea es planteada por Maffesoli diciendo que se vive en un ambiente objetual que hace que el individuo ya no sea el YO poderoso y solitario, sino que se convierte en un objeto entre los objetos (2005: 79).

<sup>13</sup> Maffesoli, 2005. p.215

que antes no existían y que expande como opciones ideológicas; genera, en suma, una verdadera revolución de expectativas crecientes<sup>14</sup>.

Esta revolución atomizada de expectativas crecientes, trastoca también los patrones tradicionales de identidad comunitaria y de integración social. En otras palabras, para que la ciudad no caiga en el “caos” de manera permanente, es necesario que se construya un patrón cultural, para trabajar en forma individual<sup>15</sup>, no en forma comunal. En consecuencia, la noción de ciudad será acorde a los intereses y a la ideología de la valoración que haga el individuo del ejercicio de consumismo, o sea, sería un modelo de representación del mundo que referencia la ciudad, como una identificación específica que se propone como única. Una vez la identificación queda fijada, el colectivo va a instaurar implícitamente las estratificaciones que justifiquen y sirvan para jerarquizar todos aquellos que estén insertos en el mercado. Los individuos que no satisfagan sus deseos, serán excluidos, y eliminados. Aquellos que fallan en este cometido quedan expulsados, quedan marginados en la escala oficial de la ciudad, se convertirán en pobres<sup>16</sup>.

Dichos individuos representaran lo despreciable del colectivo, sobre ellos, el poder del mercado, se hará cargo de institucionalizar una imagen altamente negativa que la colectividad interiorizará, hasta el punto de llegar a parecer normal y necesaria su exclusión. Estos modelos estigmatizantes y discriminatorios existen para ejemplificar y concretar el destino de los consumidores fallidos, y para convertirlos en paradigmas de la violencia más implacable que la sociedad de consumidores es capaz de aplicar.

En este contexto la ciudad debe desaparecer a quienes pretenden escaparse de sus dinámicas. El rechazo, la marginación, y hasta la criminalización, son las amenazas permanentes para los individuos que son incapaces de poner en proceso de materialización el deseo, como pauta de comportamiento para la inclusión. Cada ciudad edifica un universo en el que delimita una serie de peligros, contra ellos crea procesos de normalización que institucionaliza como control social, como código moral del capitalismo de consumo.

La sociedad de consumo pues, en su dinámica de instaurar un relacionamiento entre los individuos, sus deseos, y el mercado, no solo excluye a los que no materializan dichos deseos y entregan su existencia a la simple sobrevivencia, sino que intenta dar una imagen moralmente negativa de éstos, una imagen que justifica la estigmatización y la discriminación a que somete a dichos individuos, los pobres. *La estigmatización total*, si así lo podemos llamar, se alcanza cuando el individuo, el pobre, llega a interiorizar el rechazo y lo asume como algo permanente e intrínseco, aceptando pasivamente el juicio discriminatorio que sobre él se propaga, hasta que se deteste a sí mismo, ésta será la mayor estigmatización que el mercado puede instituir.

Es claro entonces que el ideal urbano se dota de una dinámica de control para instaurar un orden moral, un orden establecido en muy variadas formas coercitivas, formas mercantilistas. El ideal urbano se ha valido de una clasificación total e integrada para significar, marginar o expulsar a cualquier miembro considerado indeseable<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup> Como es explicado por Maffesoli, se trata de un estar-juntos grupal que va privilegiar el todo sobre sus diversos componentes (2005 p.207).

<sup>15</sup> Maffesoli, 2005. p.270

<sup>16</sup> Bauman postula dicha lógica como una recategorización, como víctimas colaterales del consumismo, los pobres son ahora, por primera vez en la historia, pura y exclusivamente un lastre y una molestia (2004: 156).

<sup>17</sup> Herbert J. Gans conceptualiza dicho postulado como la definición conductista que abarca a los pobres que abandonan la escuela, no trabajan, y en el caso de las mujeres jóvenes, a las que tienen bebés sin el beneficio del matrimonio y dependen del bienestar social. La infracalse definida por su comportamiento incluye también a los sin techo, los mendigos y pordioseros, los pobres adictos al alcohol y las drogas y a los delincuentes callejeros. Como el término es flexible, los pobres que viven en viviendas sociales, los inmigrantes ilegales y las pandillas adolescentes suelen incluirse en esta categoría. De hecho, la flexibilidad de esta definición conductista se presta a que el término se



A dichos miembros se les ha inculcado de oponerse a los modos normales de la vida urbana, representan una amenaza para la integridad consumista, son opositores a las estructuras que constituyen el ideal de ciudad.

Pero es entonces cuando unos pobres pretenden alcanzar las normas del mercado, los deseos, materializándolos desde la ilegalidad, traspasando las normas sociales, perturbando las leyes, las normas, las prohibiciones de la sociedad de consumidores.

### **3.-La pobreza, impugnación propia y singular del capitalismo de consumo**

La ciudad se ha pretendido construir en una lógica estable, en el que los objetos y las personas deben tener formas reconocibles y permanentes, todo aquello que no se ajuste a estos modelos tendemos a ignorarlo, marginarlo o esconderlo para que no turbe estos supuestos de elección. Todo lo que aparece como amenaza es alimentada por el *individuo-peligro*, estigmatizado con el fin de proteger lo que se entiende como *bien común*, jerarquizando lo diverso, privatización de los pobres desde el discurso de la culpa por serlo.

Por tanto el pobre se encuentra vigilado, tanto por el carácter estigmatizante que emplea la sociedad de consumo en la ciudad, para identificar sus miembros, como por la propia coerción que el individuo ha interiorizado desde la *ética del consumo*, normalizando los elementos considerados inapropiados para dicha ética.

En este sentido, los consumidores fracasados vendrían a ser las manifestaciones más bajas de todo aquello que esta jerarquizado por los esquemas del mercado, serían *la ciudad discriminada*.

Ahora bien, de todo aquello que ha sido silenciado, ha sido hecho invisible, lo criminal, lo que se quiere desaparecer, en tanto que muestra lo que la sociedad de consumo desea suprimir, todo ello se torna contundentemente macabro al instaurar o instituir la categoría de *infraclase*<sup>18</sup>, ya que "la ciudad ideal", el bien social del mercado, no pacta con la *infraclase* porque representan el consumidor fallido, subraya y acentúa su condición, su imposibilidad de redención, su ausencia de funciones básicas como consumidor, peculiaridades aborrecibles de unos "seres condenados", seres que la sociedad de consumo no necesita.

Si la pobreza plantea la amenaza de violación o incluso de destrucción del consumidor apto para la lógica consumista, debemos tener en cuenta que el consumismo apto es el "reino de la armonía y la belleza", siempre amenazado por la pobreza, imperio del traumatismo, del caos.

Una amenaza que no puede anticiparse sino bajo la forma del "peligro absoluto", pues es lo que rompe completamente con la normalidad constituida y no puede anunciarse o presentarse más que bajo la calificación de impugnación mítica y real.

Así los pobres se les ha confinado a una no elección, hecha de dinámicas económicas, sociales y políticas, que enfatizan su diferencia y su pertenencia al mundo de la incapacidad, a la par que se rompen los vínculos de semejanza con los consumidores aptos, evidenciando la imposibilidad de abrir moviidades en la ciudad. Además, frente a la incapacidad a la que el pobre se ve reducido, se levanta el discurso de las instituciones, que no tiene otra función que la de restablecer el orden de la ciudad, maquinaria destinada a la exclusión.

En este contexto el no sentirse como un pobre, el no identificarse con la pobreza, hace sentir superior a un consumidor, aun con el deseo vivo, sin materializarse. El pobre anuncia la

---

convierta en un rotulo que puede emplearse para estigmatizar a los pobres, sea cual fuere su comportamiento (1995: 2).

<sup>18</sup> Bauman, 2007. p.166

fragilidad del orden en que vivimos. Así mismo, la animadversión por la pobreza puede ser entendida como la proyección de un deseo sublimado, en este sentido, nuestra reacción ante la pobreza tiene más que ver con el miedo a que la movilidad del mercado nos instale en la incapacidad de materializar el deseo<sup>19</sup>.

De una u otra manera, podemos observar entonces cómo se crea una especie de privatización de los pobres, poniendo en relación directa una forma y una verbalización que los lleva a elaborar un discurso culpabilizante alrededor de sí mismos; así, la pobreza no es leída como resultado de la dinámica del mercado, sino como una falta individual, como un pecado.

#### **4.-Conclusión: este no es un problema meramente epistemológico**

La ciudad no es regidora de alguna respuesta, no es más que la amalgama de inclusiones y exclusiones, que pueden instituir como patrones específicos, la estructura de compromisos, vacíos o superfluos, como fines del ejercicio de consumismo. Cuando una ciudad está impregnada por la culturización del capitalismo de consumismo, la atribución que las relaciones de poder hacen importantes son las experiencias personales y no las experiencias grupales, ellas son una consecuencia. Además constantemente alrededor de lo elegible, se crea la individualización del colectivismo, dado que confieren al deseo la capacidad de inclusión, por ejemplo “quererme parecer”, homogeneizarme, pertenecer desde una decisión propia a un grupo de iguales, desde la apariencia.

Por lo tanto, la estructura de la psique, en la construcción de una identidad, inestable en el tiempo, sutilizada y oculta por el sentimiento narciso, como las premisas de lo privado, crea un medio que problematiza, la insatisfacción. Esta insatisfacción marca trazos sobre la ciudad para la sustentación de la identidad, crea evocaciones materiales, o sea, crea una ciudad sujeta a la noción de permanencia en la elección del deseo impuesto por el consumismo.

Este último acercamiento plantea los contenidos más inconscientes de las formas de pobreza en la ciudad, aquella que surge en el interior de la mente del individuo y en las relaciones de poder que se gestan en el colectivo<sup>20</sup>.

El pobre siente una profunda angustia ante toda emoción reprimida que retorna, y esto es lo que denomina el fracaso. Para hablar de ello Bauman utiliza el término “producto”<sup>21</sup>, que tiene un significado ambiguo, por un lado hace referencia a lo que es deseado, y por el otro, al valor propio del individuo en el mercado. Así, el “producto” se produce cuando se desvanecen los límites entre el *yo* y el colectivo, cuando el *yo* interviene en lo real. Por ello, cuando el *yo* se hace producto estructura su carácter.

Es así como el marketing resulta ser el símbolo perfecto de esa extraña relación, una lógica perteneciente a los dominios del deseo que adopta las formas del mercado, materializando al individuo como principal producto, como un bien de cambio.

Por tanto, para el consumidor, es la pugna entre el postularse como un producto que atrae clientes, y la incapacidad de satisfacer y satisfacerse como deseo. De esa pugna continua entre los deseos inconscientes y la represión impuesta, asumida como algo natural, se origina el pobre que a la vez repugna y horroriza. La pobreza entonces, procedería de una combinación

---

<sup>19</sup> Bauman, 2007. p.187

<sup>20</sup> Bauman desarrolla este postulado como la subjetividad de los consumidores está hecha de elecciones de consumo, elecciones tanto del sujeto como de potenciales compradores del sujeto en cuestión: su descripción se parece a una lista de supermercado. Lo que supuestamente es la materialización de la verdad interior del *yo* no es otra cosa que una idealización de las huellas materiales –cosificadas- de sus elecciones a la hora de consumir (2007: 25).

<sup>21</sup> Bauman, 2007. p.17



de las represiones individuales y grupales, represiones de los deseos; es la proyección y la difusión de lo que el capital censura.

Son los pobres, individuos que “perturban moralmente”, son representaciones de la desdicha, y el dolor. La pobreza invade como una plaga la “normalidad” de la ciudad y convierte a las personas en bestias que aterrorizan al espectador. La pobreza está íntimamente ligada al miedo, el miedo está unido al deseo. Esta lógica es posible, porque esta relación aparece en cada uno de nosotros, coexistiendo con el placer de las pulsiones del consumismo, con la necesidad de venderse, de ahí la alternancia de seducción y exclusión que siente el consumidor.

Al observar la pobreza en el capitalismo de consumo, se nos revela una parte de nosotros mismos, que desconocemos, se despierta en nuestro interior la ocasión de expresar, de proyectar los temores aceptados que conforman lo más profundo de la existencia en la lógica del mercado, o sea un *fetichismo de la subjetividad*<sup>22</sup>.

### Bibliografía

- ARENAS, L. (2011). *Fantasmas de la vida moderna. Ampliaciones y quiebras del sujeto en la ciudad contemporánea*. Editorial Trotta.
- BAUMAN, Z. (1999). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona. Editorial Gedisa.
- BAUMAN, Z. (2002). *La ambivalencia de la modernidad y otras conversaciones*. Barcelona. Paidós.
- BAUMAN, Z. (2004). *La sociedad sitiada*. Fondo de Cultura Económica.
- BAUMAN, Z. (2004). *Vidas desperdiciadas*. Fondo de Cultura Económica.
- BAUMAN, Z. (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- BAUMAN, Z. (2009). *Confianza y temor en la ciudad. Vivir con extranjeros*. Barcelona. Arcadia.
- BECK, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Madrid: SIGLO XXI.
- CASTEL, R. (2010). *El ascenso de las incertidumbres*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- CAVALLETTI, A. (2010). *Mitología de la seguridad*. Buenos aires: Adriana Hidalgo Editora.
- DE CERTEAU, M. (1995). *Historia y psicoanálisis. Entre ciencia y ficción*. México, D.F.: Universidad Iberoamericana.
- DE CERTEAU, M. (2007). *La invención de lo cotidiano*. México D.F. Universidad Iberoamericana.
- DELEUZE, G., GUATTARI, F. (1988). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia. Pre-Textos.
- DELGADO, M. (1999). *El animal público*. Anagrama.
- DELGADO, M. (2011). *El espacio público como ideología*. Madrid. Catarata.
- FOUCAULT, M., DELEUZE, G. (1981). *Un dialogo sobre el poder*. Madrid. Alianza Editorial.
- FOUCAULT, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica*. Fondo de Cultura Económica.
- FOUCAULT, M. (1980). *La verdad y las formas jurídicas*. Gedisa

---

<sup>22</sup> Bauman, 2007. p.23

- FOUCAULT, M. (1976). *Vigilar y castigar*. Barcelona. Opera Mundi.
- FOUCAULT, M. (1987). *La historia de la sexualidad. La inquietud de sí*. México D.F. Siglo Veintiuno Editores.
- FOUCAULT, M. (1991). *Espacios de poder*. Madrid. La Piqueta.
- FOUCAULT, M. (2008). *Defender la sociedad*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- GANS, H. (1995). *The war against the poor: the underclass and antipoverty policy*. (La guerra contra los pobres) Nueva York. Basic Books.
- HABERMAS, J. (1991). *Escritos sobre moralidad y eticidad*. Paidós.
- HABERMAS, J. (1999). *La inclusión del otro: estudios de teoría política*. Paidós
- HONNETH, A. (1997). *Lucha por el reconocimiento*. Grijalbo.
- LEFEBVRE, H. (1976). *Espacio y política. El derecho a la ciudad II*. Barcelona. Ediciones Península.
- LIPOVETSKY, G. (1986). *La era del vacío*. Barcelona. Editorial Anagrama.
- LIPOVETSKY, G. (1994). *El crepúsculo del deber*. Editorial Anagrama.
- MAFFESOLI, M. (2005). *La transfiguración de lo político*. Herder Ediciones.
- MOREY, M. (1986). *Lectura de Foucault*. Madrid: Taurus.
- NUSSBAUM, M. (2006). *El ocultamiento de lo humano: repugnancia, vergüenza y ley*. Buenos aires. Katz Editores.
- RAWLS, J. (2001). *El derecho de gentes*. Paidós.
- RAWLS, J. (2002). *Una revisión de la idea de razón pública*. Paidós.
- SENNETT, Richard (2002). *Carne y piedra*. Madrid. Alianza Editorial.
- SLOTEDIJK, P. (2000). *Normas para el parquet humano*. Madrid. Siruela.
- ZIZEK, S. (2005). *La suspensión política de la ética*. Fondo de Cultura Económica.
- ZIZEK, S. (2009). *El acoso de las fantasías*. Siglo Veintiuno editores