En lo sociocultural, el impacto del automóvil es innegable. Fue en el siglo XX que el automóvil se volvió un producto cotidiano de consumo y de primera necesidad, gracias a la masificación de su producción y la adaptación de las grandes metrópolis para su circulación. Justamente en esta época, el automóvil pasó a ser símbolo de la autonomía y una expresión del estatus social (El País, 2016).

Originalmente, el automóvil se concibió como representación del triunfo burgués sobre el resto de la población. Se pensó originalmente como un bien privativo, personal, no disponible para el resto de la población, que permitiese al individuo desplazarse en el momento que fuera necesario y sin sujetarse a los itinerarios de otros medios como el ferrocarril (Gorz, 2009). Pese a su llegada al alcance de la población general, permaneció como un instrumento de opresión sobre las masas, en función de la clase social.

La cultura occidental se vio revolucionada con la aparición de los ideales racionales y liberales del siglo XVIII. Esto se relaciona con el automóvil, en el sentido que su uso representa todo lo que es considerado “bueno” por estas corrientes de pensamiento: el desarrollo urbano, el éxito social y el progreso de la tecnología (Christilleb, s.f).

La expansión de estas ideas, junto al crecimiento de la popularidad del automóvil, ha propiciado la aparición de lo que puede llamarse “cultura del automóvil”. Este rasgo de las sociedades contemporáneas consiste en la tendencia a ver el automóvil como un objeto central e indispensable. Tal forma de pensar propicia que, como ya se ha mencionado, el automóvil se vuelva un objeto de utilidad tanto práctica como social. Es, además, producto del proceso de globalización, ya que la diversificación de los puntos de producción automotriz lleva a una mayor facilidad para adquirir automóviles ().

De hecho, desde la producción del auto hay indicios de opresión. El fordismo, modelo de producción adoptado por Henry Ford, apostó por maximizar la mano de obra y las herramientas para la producción en serie. La idea de la “economización de tiempos y movimientos” se basó en las ideas de Frederick Taylor, quitando al obrero el control sobre su tiempo en la fábrica, con la organización segregada y cronometrada del trabajo. Con este mismo fin destacan las estrategias de productividad de la empresa Toyota, como la gestión por incentivos o la administración “just-in-time” (García López, 2011).

Según el investigador de la UNAM, Federico Fernández Christlieb, esta cultura centrada en el automóvil divide de forma inmediata a aquellos que poseen un carro y a los que no. Además, Christlieb afirma que el crecimiento metropolitano actual se da en función de los automovilistas. Existen casos de vías peatonales convertidas en automovilísticas, cambio que a su vez facilita la aparición de más vehículos (Crónica, 2014).

La posesión de un automóvil es vista como prueba de un mayor nivel socioeconómico, debido a los gastos que conllevan su compra y mantenimiento. Por ello, dentro de la sociedad mexicana, la compra de un automóvil a menudo se asocia con un ascenso dentro de la escala social (Crónica, 2014). A menudo, la preferencia por el automóvil también se deriva de la idea que éste proporciona un nivel mucho mayor al del transporte público, como si se tratase de una extensión del espacio personal o del mismo hogar (Marco Movil, 2013).

Cabe mencionar que las políticas públicas suelen construirse a favor de los vehículos privados. Esta situación causa que se canalicen recursos a la construcción de una infraestructura que sólo beneficia a un sector específico de la población. Asimismo, medidas gubernamentales como el “Hoy No Circula” resultan poco eficaces y sencillas de burlar, debido a la facilidad de comprar múltiples vehículos para circular la mayor cantidad de días posible (Crónica, 2014).

Fuentes:  
<https://elpais.com/ccaa/2016/09/24/catalunya/1474741171_922697.html>

<http://congreso.pucp.edu.pe/cibim8/pdf/25/25-16.pdf>

<http://www.cronica.com.mx/notas/2014/845003.html>

<http://marcomovil.blogspot.com/2013/04/de-la-cultura-del-automovil-la-cultura.html>

<http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal4/Geografiasocioeconomica/Geografiadeltransporte/08.pdf>

<http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/andrade_a_ja/capitulo0.pdf>

<https://www.letraslibres.com/mexico-espana/la-ideologia-social-del-automovil>

<https://www.briega.org/es/opinion/impacto-social-automovil>