

## CONSECUENCIAS SOCIALES DE LA SOCIEDAD DEL CONSUMO GLOBAL

*un síntoma postmoderno - clase 19/03/25*

### ¿Qué es la globalización?

La globalización es un proceso económico, tecnológico, social y cultural, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países unificando sus mercados, sociedades y culturas.

La globalización significa el aumento de la vincularidad, la expansión y profundización de las distintas relaciones sociales, económicas y políticas, la creciente interdependencia de todas las sociedades.

### Elementos de la cultura

- Todo es parte de la cultura
- La cultura se manifiesta en cada acto de nuestra vida diariamente.
- La cultura se manifiesta en: ropa, comida, música, creencias valores, tradiciones, etc.
- Es nuestra "huella social"

(explicaciones del proyecto)

#### *mercado moderno*

- es racional
- vender - producir
- funcionalidad
- hay un apego a lo tecnologico

#### *mercado postmoderno*

- es emocional
- es consumir
- banalidad - imagen
- hedonismo

(acabó explicación)

### Subculturas

Es un grupo de personas con un conjunto distintivo de comportamientos y creencias que les diferencia de la cultura dominante de la que forman parte.

Nace como necesidad de la urgencia de una identidad.

### Sociedad subcultural

- *Las tribus urbanas*: el mosaico cultural.
- Los movimientos sociales son absorbidos a medida que se organizan.
- *La moda*: un concepto imposible de predecir de manera segura.

### **La diferencia cultural como construcción social**

- *La multiculturalidad*: creación y mantenimiento de la diferencia.
- *El individualismo*: síntoma globalizador.
- En el discurso globalizador se crean individuos apasionados para consumir.
- *La globalización rompe identidades nacionales*: se crean fragmentaciones culturales.

### **Éticas del consumo**

- *Las empresas multinacionales*: la nueva “lógica del mercado”.
- El consumidor libre ¿existe? O sólo es ficción.
- *El contexto social y los grupos primarios*: el “primer brazo capitalista”.

### **El potencial transformador del consumo**

- *La igualdad*: un concepto moderno que nunca ha sido concretado.
- *La sociedad capitalista*: el espejismo de la igualdad.
- Los dos valores del consumo: simbólicos y materiales.
- El consumo es el modo de relación predominante de nuestra sociedad.