

## LA APOTEOSIS DEL CONSUMO

■ ENRIQUE GIL CALVO

PROFESOR DE SOCIOLOGIA

**A**l decir de ciertos moralistas, la Navidad se estaría progresivamente convirtiendo en una orgía de consumo desmesurado. Y si atendemos a los hechos, quizá tengan razón, a juzgar por las cifras de ventas de ciertos sectores, que hacen su agosto en el más crudo invierno.

Pero no es éste lugar de cuantificarlo, y mucho menos de criticar hipócritamente su dudosa moralidad, sino de analizar las razones que lo puedan explicar. ¿Cómo entender

que durante las Navidades se concentre una propensión al consumo tan intensa y cargada de significado?

Todo se debe a una cuestión de calendario. El comportamiento humano se distribuye en el tiempo no aleatoria ni homogéneamente sino de forma pautada, concentrándose en ciertas etapas muy densas, más o menos efímeras o prolongadas, que aparecen separadas por discontinuidades que duran lapsos prefijados de antemano. Tales relojes sociales sirven para sincronizar y coordinar conductas, existiendo tres tipos de calendarios según su escala temporal.

Por una parte tenemos el latido del más corto plazo, que regula el día a día de la vida cotidiana, prefijando ritmos diarios de actividad, trabajo, consumo y ocio. En el otro lado tenemos la periodización de más largo plazo, que prefija las etapas vitales de cada biografía personal, pautando estilos de vida y consumo para cada una de sus estaciones vitales: infancia, juventud, madurez. Y entre ambos extremos, el calendario estacional, determinado por las fiestas que jalonan el ciclo anual de la división del trabajo: Semana Santa en primavera, vacaciones de verano, rentré de otoño y en invierno, Navidad.

Pues bien, el significado de las fiestas de Navidad se sitúa en las antípodas de las vacaciones de verano: cada una es el revés de la otra, pues constituyen su antítesis en negativo, de modo que los excesos de una parecen rituales de purificación celebrados para



expiar los cometidos durante la otra. Por eso, si las vacaciones de verano son profanas, individualistas, vagabundas y aventureras, pues sirven para perderse por los espacios abiertos huyendo de la familia, los amigos y el trabajo, las fiestas de Navidad, por el contrario, son sagradas, comunitarias, hogareñas y sedentarias, pues sirven para recuperar raíces reintegrándose al seno cerrado del íntimo origen familiar.

Además, la Navidad cierra el balance del año.

Hay, pues, que hacer cuentas para saldarlo, derrochando en un gran fin de fiesta el remanente que haya quedado tras devolver, pagar, invertir y ahorrar.

Todo para poder afrontar el siguiente ejercicio con el crédito intacto, a fin de merecer la estima de propios y extraños.

De ahí el comensalismo para compartir en común el consumo suntuario, como pacto de carne y sangre (o pan y vino) se sella el contrato social del compromiso recíproco. Pues el regalarse a los demás, consumiendo comunitariamente todo lo ganado en el año, es la mejor forma de comprometerse moralmente con ello, haciéndose leal acreedor a toda su fidelidad.

¿Pero por qué más y más cada año, en una creciente espiral que parece un apoteósico crescendo final? En parte, para expresar el ascenso personal y familiar, como prueba de la ambición de superarse y progresar. Pero sobre todo porque la Navidad es la fiesta invernal que celebra el éxito del consumo, frente a la vacación veraniega que celebra el éxito de la producción. Antaño, el trabajo era el eje vertebrador de la sociedad industrial. Pero en la sociedad posindustrial la producción ha perdido su poder jerarquizador, que hoy ocupa el consumo como la primera dimensión social. De ahí que su fiesta por antonomasia, que es la Navidad, cada vez se celebre con mayor intensidad, para expresar la primacía jerárquica del consumo y la consumación. □