

01/2013

## Sueños de consumismo

# CONSUMERISM



¿Ha conquistado el consumismo nuestro inconsciente? ¿Tenemos tan asumidos sus símbolos e imaginario que llegan incluso a ser parte de nuestros sueños? El objetivo principal de la tesis doctoral de Marlon Xavier, leída en el Departamento de Psicología Social de la UAB, es explorar cómo los sueños representan la colonización de la subjetividad por el imaginario de consumo. Utilizando una muestra de más de 1.400 sueños, esta tesis ha intentado demostrar cómo el consumismo se ha introducido, como una dictadura, en nuestro ser, cada vez más mercantilizado y más deshumanizado.

Proponiendo un enfoque en el concepto de inconsciente, esta tesis estudia el imaginario social del consumismo, y el sujeto psicológico que este produce, utilizando el sueño como leitmotif, o lente temática, y como objeto de investigación empírica. Así, este trabajo se insiere en el marco de los estudios sobre la subjetividad en el contexto de la sociedad de consumo postmoderna, en la que el sujeto es definido como consumidor y, incluso, como mercancía. Para eso desarrolla un abordaje exploratorio interdisciplinar, cuyo marco teórico se fundamenta principalmente en la psicología analítica de C. G. Jung, en diálogo con tradiciones de la sociología, antropología y filosofía.

El marco teórico se divide en dos bloques, basados en la discusión comparativa de dos formas distintas de imaginario y dos conceptos de sueño. El primer bloque explora los imaginarios simbólicos originales, sus interrelaciones con la psique inconsciente y los sueños, y como configuran la subjetividad. El segundo discute el imaginario semiótico de consumo, explorando sus típicas lógicas de mercantilización y colonización, su ideología y sus formas de fabricación de subjetividad del consumidor por medio de un foco en el concepto de sueños de consumo (los deseos, la fantasía-imaginación y la significación social fabricada y circulada como un imaginario por medio de la lógica de la publicidad).

Así pues, el objetivo principal de esta investigación es explorar de qué maneras los sueños representan la colonización de la subjetividad por el imaginario de consumo.

Para lograr este objetivo se realizó un diseño metodológico cualitativo, consistente en un estudio de múltiples casos. A partir de un corpus de más de 1400 sueños recogidos de fuentes diversas (en su mayoría de internet, ofrecidos voluntariamente en contextos no clínicos), 16 sueños fueron seleccionados en función de su tema, relevancia y riqueza en información. La mayoría de ellos presenta la particularidad de tener McDonald's, Disneyland, centros comerciales o grandes tiendas de departamentos como sus escenarios (*dreamscapes*) o temas principales. Los argumentos para esa selección son: tales escenarios representan formas típicas de colonización cultural por el ethos de consumo (formas estudiadas en sociología por medio de las conocidas teorías de McDonaldización y Disneyzación, de George Ritzer y Alan Bryman); y también representan lo que Walter Benjamin llamó "mundos de sueño del consumo", simbolizando globalmente el imaginario del consumismo.

La tesis doctoral presentada demuestra que los sueños pueden revelar una crítica objetiva y profunda de la realidad sociocultural. Tal crítica se centra en la idea de que el imaginario del consumo engendra una colonización masiva de imaginarios simbólicos, en un proceso de absorción y sustitución de los símbolos por signos y simulacros fabricados. Sus imágenes y narrativas aparecen como una ideología totalizante -el régimen del consumismo- que simula un imaginario religioso o mítico.

Este imaginario aparece en los sueños produciendo diversas formas de colonización de la subjetividad, las cuales pueden ser resumidas en una forma general: la mercantilización de diferentes factores psicológicos que son definidores de la identidad subjetiva, pero particularmente de factores irracionales como deseos, emociones, imaginación e instintos.

Finalmente, los sueños revelaron además otras implicaciones posibles de tales procesos socioculturales y subjetivos; la más importante de ellas parece ser la de que la mutación cultural

de imaginarios genera también una transformación antropológica, la cual apareció simbolizada como una mercantilización y deshumanización progresivas del ser.

**Marlon Xavier.**

[marlonx73@gmail.com](mailto:marlonx73@gmail.com)

## Referencias

"Sueños de consumo: Cómo los sueños revelan la colonización de la subjetividad por el Imaginario de consumo", tesis doctoral de Marlon Xavier Lleída en el Departamento de Psicología Social de la UAB.

[View low-bandwidth version](#)