

PRESENTACIÓN

*A la memoria de Jesús Ibañez, pionero
en España de la sociología crítica.*

Este número monográfico de *Política y Sociedad* se ocupa de algunos de los principales problemas teórico-metodológicos implicados en la comprensión sociológica de los procesos de consumo. Los textos que recoge no constituyen una unidad sistemática. Las referencias explícitas de unos a otros son muy escasas. Sin embargo, aunque cada uno de ellos ha sido elaborado autónomamente, es posible percibir —a través de todos ellos— una misma línea argumental, teórica e ideológica, que contribuye a dotarlos de una cierta unidad programática, tal vez prometedora de un desarrollo más elaborado.

Naturalmente, esta comunidad de fondo no es casual. La mayoría de los autores de los textos tienen una larga experiencia de investigación empírica en el campo del consumo (incluida la investigación sobre los procesos de comunicación de masas), y esa experiencia por lo general ha tomado como punto de partida las aportaciones teóricas y metodológicas de Jesús Ibañez. En este campo de la Sociología del Consumo, Ibañez también fue pionero. Él abrió esos caminos teórico-metodológicos que tan productivos han resultado para el desarrollo de una *sociología sustantiva*. Por eso hemos querido dedicar a su memoria este conjunto de textos.

Por otra parte, esa comunidad de fondo se justifica también porque la mayoría de los autores han venido construyendo durante bastantes años una posición sociológica colectiva, y esta tarea les ha obligado a un intercambio permanente de hipótesis teóricas y de informaciones empíricas. El *curso de especialista universitario* en «Praxis de la Sociología del Consumo» —un curso que ya va por su octava promoción— ha contribuido considerablemente a intensificar estos intercambios. La elaboración colectiva de un programa de trabajo para los alumnos y su desarrollo coordinado por el conjunto de los docentes han proporcionado un campo donde contrastar la pluralidad de los puntos de vista particulares y construir, desde esa pluralidad, hipótesis fundamentales compartidas.

Por lo que respecta al contenido, las colaboraciones particulares pueden agruparse en *cuatro apartados* bien diferenciados.

En primer lugar, las colaboraciones más generales de Agustín García Calvo y de Nelly Schnaith. La primera es la transcripción —un tanto truncada por necesidades de edición— de una conferencia pronunciada en abril de 1991, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, dentro de las actividades del *curso de especialistas* mencionado. Agustín García

Calvo propone aquí, desde una perspectiva dialéctica, la tarea de desvelar la contradicción implícita en la relación de intercambio y poner así de manifiesto la violencia que la constituye. Nelly Schnaith, por su parte, desde la perspectiva de una historia de la cultura, contrasta el ideal utópico del bienestar y del consumo, característico de la primera burguesía, con el carácter irrisorio de la metafísica del consumo, puesta en evidencia por la crisis.

El segundo apartado incluye –por este orden– las colaboraciones de Angel de Lucas, Alfonso Ortí, Javier Callejo y la firmada conjuntamente por este último y por Luis Enrique Alonso. Todas ellas tienen un contenido teórico-metodológico. En general, tienen en común una intención crítica frente al individualismo metodológico dominante, y están orientadas a poner de manifiesto el lugar estratégico que ocupan las prácticas socializadas de consumo en los procesos de reproducción material e ideológica en las sociedades capitalistas avanzadas. En particular, la colaboración de Alfonso Ortí, la más extensa y elaborada, incluye en buena medida a las restantes, y puede ser considerada como una guía teórica y metodológica para la investigación empírica de los procesos de consumo.

El tercer apartado incluye las colaboraciones de Fernando Conde, José María Arribas y la firmada conjuntamente por José Miguel Marinas y Cristina Santamarina. Las dos primeras se refieren a la génesis histórica de la *sociedad de consumo* española y se orientan a poner de manifiesto las condiciones que han determinado la formación, en el caso español, de una pauta social de consumo marcadamente irreflexiva y voraz si se la compara con los países capitalistas centrales. La de Fernando Conde tiene una perspectiva global, mientras que la de José María Arribas se centra en los aspectos particulares de los años veinte. Por su parte, la colaboración de José Miguel Marinas y Cristina Santamarina describe, desde sus inicios en los años sesenta, el desarrollo de la práctica de las investigaciones sobre el consumo en España.

Las colaboraciones de Gonzalo Fresnillo, Luis Infante, María Luisa López Vara, Hilario Sáez y Araceli Serrano, que constituyen el cuarto apartado, son –cada una de ellas– trabajos realizados dentro de las tareas del *curso de especialistas* durante el año que cada uno de los autores lo siguieron. En general, están orientados a identificar aspectos parciales de la evolución de la sociedad de consumo en España, y se apoyan en material empírico de hemeroteca, referido a la comunicación publicitaria de una marca o producto concretos.

Por último, hemos incluido, como anexo, una relación casi completa de los trabajos realizados por los alumnos del *curso* en sus ediciones sucesivas. En ella se señalan los autores y los títulos de cada investigación, se describe brevemente su contenido y se detallan los materiales empíricos utilizados. Están disponibles para consulta en el banco de datos del *curso*.

Angel de Lucas