

# La construcción del consumo: reflexiones epistemológicas<sup>1</sup>

Adrián ESPADA BENITO

Universidad Autónoma de Madrid, España

adrian.espada@uam.es



## 1. Introducción

### 1.1. Determinación del objeto de reflexión

Comenzaremos este breve ensayo bibliográfico apuntando al que será el tema principal del mismo. Queremos tomar aquí como objeto de reflexión principal la relación que la sociología del consumo mantiene con una serie de problemáticas epistemológicas, que consideramos transversales respecto a cualquier producción sociológica, cuya modulación práctica singular determina el “nivel de actividad” (o, de otro modo, el “grado de potencia”) de los ejercicios propios de su *racionalidad aplicada* (recordando la expresión bachelardiana). Esto es, buscaremos reactivar la relación que ésta mantiene con sus “presupuestos epistemológicos”<sup>2</sup>. Estos problemas transversales remiten a la forma de articular o construir las tensiones teóricas propias de la producción del conocimiento sobre lo social en sus diferentes registros y dimensiones. Éstas, a veces, han tomado -y aún toman- la forma de dualismos reductores que, por ello, aparecen como un grave obstáculo para el desarrollo del

<sup>1</sup> Este ensayo bibliográfico se ha elaborado a partir de la reseña de la obra *Estudios sociales sobre el consumo* editada por Luis Enrique Alonso, Carlos Fernández y Rafael Ibáñez (2020, CIS, 584 pp.).

<sup>2</sup> Hablamos aquí —recuperando las palabras del ya clásico libro de Bourdieu, Passeron y Chamboredon, *El oficio de sociólogo* ([1973] 2013: 17)— de esos “principios que definen las condiciones de posibilidad de todos los actos y todos los discursos propiamente sociológicos, y sólo de éstos, cualesquiera que sean las teorías del sistema social de quienes producen o produjeron obras sociológicas en nombre de estos principios”.

pensamiento racional sobre lo social. Dado que, como recuerdan Bronckart y Schurmans (2005: 189), “de Émile Durkheim a Pierre Bourdieu, el pensamiento sociológico más potente no ha dejado de intentar una superación de los dualismos que oponen subjetivismo y objetivismo, estructura y práctica, pensamiento y acción. Pero lo ha hecho, en el curso de la historia, con éxito desigual”. El objetivo de este ensayo es determinar la presencia de tales problemáticas en el ámbito sociológico particular de las prácticas de investigación sobre el consumo, apoyándonos, para ello, en la revisión de la obra *Estudios sociales sobre el consumo*, editada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en el año 2020.

## **1.2. Justificación bibliográfica y temática**

A cargo de Luis Enrique Alonso, Carlos J. Fernández Rodríguez y Rafael Ibáñez Rojo, la edición de esta obra supone un aporte sistemático y profuso, de gran interés para la sociología contemporánea escrita en castellano. Se trata de una ocasión, aparecida bajo la forma de un recurso bibliográfico bien forjado y completo, a través de la cual acceder a la historia de la sociología del consumo y sus problemáticas teóricas específicas, a sus grandes temas y trayectorias de investigación, así como a los nuevos objetos de estudio y perspectivas teóricas que se han ido constituyendo y están presentes en la actualidad, con algún énfasis destacable en el caso español. Es ésta una obra que, en definitiva, por su riqueza y rigor, amerita sobradamente su utilización para los fines que nos proponemos. Esto se visibiliza a través de la presentación sintética de su estructura: dividida en cinco grandes secciones, las dos iniciales quedan centradas en cuestiones epistemológicas como las herramientas de investigación, las teorías o los dispositivos de la sociología del consumo, mientras las tres últimas orbitan en torno a algunos temas fundamentales de este campo de estudio de las ciencias sociales como la transformación social, la relación entre el consumo y lo cultural o las redes y la ecología. En este sentido, podemos justificar la puesta en relación que proponemos a través de la constatación de que tales problemas fundamentales sobre los que queremos reflexionar están presentes en esta obra de forma constante y clara: bien sea de forma explícita, desde la misma introducción o en las primeras secciones, o bien sea implícitamente en los ejercicios en los ejercicios de análisis y exposición de las siguientes.

## **2. Reduccionismos, hipóstasis y antinomias de la racionalidad sociológica**

### **2.1. Estatuto y relevancia de estos problemas en la historia de la sociología**

Podemos decir que la práctica de la sociología, como ejercicio racional específico que es, está atravesada por ciertas relaciones o tensiones cognoscitivas (como la de objeto-sujeto o materia-forma, por citar algunas) a través de cuya determinación diversa (reflexivamente representada y/o sencillamente ejercida en las prácticas de investigación) se producen los diferentes posicionamientos y experiencias teóricas de quienes investigan.

Estas relaciones son expresión de toda una serie de problemáticas epistemológicas (así como ontológicas) que, estando presentes en la sociología de forma propia, constituyen a toda práctica racional (por tanto, también a otras prácticas como las filosóficas, artísticas o ético-políticas). La relación que se establece para con tales tensiones o problemáticas configura los modos de hacer, los alcances y los límites de un proceso de investigación y, con ello, tanto sus avances como sus estancamientos. Podemos reconocer dos "actitudes" principales -que se pueden dar de forma mezclada en un ejercicio teórico respecto a tramos distintos del mismo- dependiendo de si su *tendencia* es, en mayor medida, a la reducción, dicotómica y dualista, de los polos de tales relaciones a términos abstractos hipostatizados<sup>3</sup> (actitud *sustancialista*) o si apunta hacia el esfuerzo de afirmación (denominable de modos diversos: *constructivista*<sup>4</sup>, *dialéctico*, *relacional*) de la circulación entre las polaridades, de su co-determinación mutua, de su carácter secundario respecto a la relación ("trascendental" para con ellos).

Es importante destacar que consideramos que estas tensiones relacionales, no siendo exclusivas de la sociología ya que aparecerían en otros registros de acción racionalizada, siempre se presentan moduladas en un formato "análogo" (es decir, ni unívoco ni equívoco). Hablamos, en todo caso, de esas "antinomias de la razón" (también de la sociológica) que se hace obligado tratar de repensar y superar, dado que, de no ser así, se abriría la ocasión para la reaparición de los reduccionismos teóricos clásicos, presentes en sociología desde su comienzo mismo hasta la actualidad. Tales serían el subjetivismo o el objetivismo, el voluntarismo o el mecanicismo, el individualismo o el holismo, por poner algunos ejemplos reconocibles. Para recordar la presencia e importancia de tales problemas en la historia de la sociología podemos remitirnos al famoso debate entre dos de sus grandes clásicos: Durkheim y Tarde. Así se expresaba este último respecto a sus diferencias con el primero, apareciendo ahí, precisamente, estos problemas fundamentales a los que apuntábamos: "vuestro método es ontología pura. Entre nosotros se da el debate entre el nominalismo y el realismo escolástico. Y yo soy nominalista. No puede haber más que acciones individuales e interacciones. Todo lo demás no es más que una entidad metafísica, misticismo" (2012: 194). Este tema del debate, que, dicho en términos de la escolástica, se formula como nominalismo-realismo (extensible a otros pares de términos como idealismo-materialismo, inductivismo-deductivismo, etc.), declinado sociológicamente, reaparece bajo la forma de esos "paired concepts" (Bendix y Berger,

<sup>3</sup> Por ejemplo, el formalismo o el objetivismo serían casos de reducción o subordinación de la relación entre lo subjetivo-objetivo o lo material-formal a uno de los términos, privilegiado por tal gesto, que queda así (en mayor o menor grado siempre) abstraído, hipostatizado. Siendo, por ejemplo, este último, el objetivismo, definible como la *hipóstasis de las relaciones objetivadas*, "al tratarlas como realidades ya constituidas por fuera de la historia del individuo y del grupo" (Bourdieu, [1980] 2008: 85).

<sup>4</sup> Cfr. Corcuff, *Las nuevas sociologías* (1998: 9-10): "Los sociólogos más imaginativos intentan por diversos medios superar las antinomias clásicas (como material/ideal, objetivo/subjetivo, colectivo/individual o macro/micro), que, si bien son parte integrante de la sociología, en la actualidad tienen un papel poco productivo. Contra estas oposiciones, cada vez más estériles, se ha ido dibujando un nuevo espacio de interrogantes y problemas que aquí denominamos constructivismo social".

1959) que ya hemos ido señalando y cuya presencia es, para con la práctica sociológica, de algún modo, fundamental.

## 2.2. Los reduccionismos epistemológicos en los estudios sociales sobre el consumo

Así, es habitual encontrar, en el estudio de la historia de una disciplina científica como la sociológica, o en el análisis de sus prácticas de investigación concretas, que tales cuestiones siempre emergen o están presentes de una forma u otra, articulando insoslayablemente sus elaboraciones. Por ello, a pesar de que, desde cierta perspectiva, podría parecer un ejercicio algo gratuito o arbitrario recordar la presencia y la relevancia de la superación de los reduccionismos sociológicos con ocasión del ensayo sobre unos *Estudios sociales sobre el consumo*, aquí supondríamos, por el contrario, y siguiendo lo dicho anteriormente, que estos problemas tienen, por su carácter constitutivo, que estar haciendo “acto de presencia” en ellos de algún modo y pudiendo tener un papel considerable en sus desarrollos. Lo destacable aquí es que, en el caso de este libro, este es uno de los temas que atraviesan su propuesta teórica fundamental. Y lo hace, además, de forma explícita, continuada y reflexiva.

La tarea de *construcción* del consumo como objeto sociológico, tal como se retoma en estos estudios, busca hacerse cargo de las problemáticas fundamentales que han atravesado a tales prácticas de investigación a lo largo de su historia. Y esto supone, necesariamente, volver sobre los problemas y presupuestos epistemológicos que las han articulado. Sin ello, la racionalidad sociológica se ve obligatoriamente resentida, al dejar a lo inconsciente (y a los presupuestos estratificados bajo forma dogmática) el trabajo de determinación reflexiva y consciente de un ámbito esencial de su racionalidad. En el caso que nos ocupa, en las prácticas sociológicas sobre el consumo estas dicotomías también aparecen señaladas y tomadas, desde el inicio mismo de la obra y tal como sus editores apuntan, como un foco de atención central: “En este libro hemos querido sacar al consumo de cualquier *a priori* reduccionista y apostar por unos trabajos de investigación que, reactualizándose, se proyecten sobre el campo concreto -y complejo- de las prácticas adquisitivas” (Alonso et al., 2020: 10). La revisión de tales estudios, y de estos problemas en ellos, es, según se nos informa, el “objetivo panorámico” del libro. Para ello, el consumo habrá de ser “producido” en tanto que objeto sociológico y, en orden a ello, habrá de ser pensado, a la vez, como producción humana y como realidad objetiva. Es decir, habrá de construirse dialécticamente, incorporando —a la vez que superando— los reduccionismos precedentes.

Tal gesto de construcción sociológica tiene un carácter productivo al par que polémico, por ser doblemente negativo en su afirmación:

Pensar así en el consumo rompe de hecho —y a la vista está en las contribuciones aquí recogidas— con hipótesis bastante manidas en el mundo de los análisis sociales, tales como la concepción del consumidor *solamente* como un agente alienado y dominado, o la idea,

simétrica en su exageración, de la soberanía sin límites de *homo economicus* (Alonso et al., 2020: 10).

Tales perspectivas reductoras han atravesado históricamente las prácticas de investigación en sociología del consumo, pero han ido modificándose a lo largo del tiempo<sup>5</sup>. Así, tal como se nos informa al inicio de esta obra, en la perspectiva individualista se ha podido observar un desplazamiento desde el modelo del actor racional hacia la escuela de la economía del comportamiento o a los nuevos individualismos (el caso, en Francia, de R. Boudon), y, en el marco del holismo, de un enfoque objetivista de raigambre durkheimiana hacia teorizaciones que tratan de registrar la dimensión práctica y cultural del consumo. Para la superación de tales posiciones reduccionistas -que, al negarse simétricamente, co-afirman su raíz compartida como enfoques hipostáticos o sustancialistas-, se hace necesaria una *negación asimétrica* que se constituya desde una instancia afirmativa alterna y doblemente crítica con esos (simétricos) reduccionismos sustancialistas, es decir, que sea activa y conscientemente *relacional*.

### **3. Problematizaciones y propuestas de superación en los Estudios sociales sobre el consumo**

El enfoque que constituye esta obra, y que estaría presente en sus diferentes aportaciones, se propone el objetivo de intentar superar o de hacerse cargo de tales problemas. Tal como indican sus editores:

Como se observa de forma palmaria en las páginas que siguen, en los últimos años hemos ido pasando desde la idea del consumo como expresión del hombre absolutamente libre e individual, o el consumo entendido como alienación material o simbólica, al enfoque que constituye el eje central de esta antología de textos: el consumo como uso y apropiación (Alonso et al., 2020: 10).

Para dar cuenta de ello, nos aproximaremos a algunos desarrollos presentes en las diferentes secciones del libro. Por motivos de extensión, solo podremos determinarlos muy breve y superficialmente. Como es evidente, tampoco podremos analizar todas las aportaciones incluidas en cada una de estas secciones, sin que esto, por supuesto, vaya en menoscabo del interés, para estas cuestiones o por sí mismas, de la lectura de las otras propuestas incluidas en el libro.

---

<sup>5</sup> Perspectivas que han tenido que incluir "en acto", de alguna manera, aquella dimensión que negaban; en caso contrario, no podrían haberse constituido como ejercicios sociológicos en sentido estricto. Aunque, eso sí, en sus elaboraciones, hayan sobrepuesto un término de la relación a otro: por ejemplo, las relaciones objetivas de producción a las experiencias subjetivas en el objetivismo mecanicista; o las decisiones de los agentes a las determinaciones de las estructuras históricas en el atomismo voluntarista. En tal caso, siendo su racionalidad sociológica aplicada un caso de "verdadera sociología" no serían del todo "sociología verdadera", dado que trabajan con un dispositivo de construcción del objeto con una racionalidad mutilada, parcial, reducida por su reducción de lo real. En todo caso, y volviendo a la cuestión, apuntábamos a que, como señala Bunge (2001: 254-255), "puede sostenerse que el individualismo y el holismo son tipos ideales [...] un científico social en activo no puede ser ni holista consistente ni individualista consistente".

### 3.1. Contra el reduccionismo cuantitativista

Para empezar a determinar la presencia de este esfuerzo crítico de los reduccionismos a través de la reseña de algunos de los desarrollos presentes en la obra, podríamos hablar del texto de Rodríguez Victoriano sobre *El cualitativismo crítico español en su primera etapa (1959-1979)*, incluido en la primera sección del libro. En él encontramos una clara afirmación de la presencia y la importancia de estos problemas epistemológicos en la historia de las prácticas de investigación en sociología del consumo en España. Y esto lo vemos en lo esencial del gesto dialéctico que supuso la constitución teórica del cualitativismo, en tanto que, como afirma Rodríguez:

La recuperación de la dimensión cualitativa en esta tradición de la sociología española supuso una reacción crítica en tres dimensiones [...] significó una crítica a un empirismo abstracto que produce datos cada vez más precisos y cada vez menos relevantes [...] supuso una reacción crítica frente al sesgo conservador de las representaciones sociales que produce la encuesta estadística [...] implicó una reacción crítica frente al desconocimiento de la especificidad, riqueza y profundidad del orden simbólico y su expresión en los discursos sociales. Desde la perspectiva del cualitativismo crítico el investigador social se concibe como un «sujeto en proceso» [...] ajustado sintagma que condensa [...] uno de los principios epistemológicos principales de esta tradición, esto es, el sujeto investigador modifica, necesariamente, el proceso que observa y, a su vez, se modifica a sí mismo al observarlo (Rodríguez, 2020: 106).

Frente al reduccionismo positivista, formalista y objetivista de la investigación cuantitativa previa, se da, en la historia de la sociología del consumo española, una reacción crítica constituida bajo la forma de una sociología cualitativista. Es propio de ésta un esfuerzo dialéctico por superar reduccionismos anteriores. Por ejemplo, por hacer frente al “economicismo de las explicaciones procedentes de las teorías neoclásicas” en las que “el proceso de consumo se reducía a un mero intercambio mercantil en unas sociedades reducidas, a su vez, a un idealizado mercado económico de concurrencia perfecta” (Rodríguez, 2020: 91). Este es el contexto de la “forja [...] de una razón sociológica crítica” (Rodríguez, 2020: 93) que trata de compensar y superar estos efectos ideológicos, dualistas e hipostáticos. Y, tal como se nos indica, lo hace devolviendo a la labor sociológica la circularidad procesual (codeterminación sujeto-objeto de la investigación), la riqueza pluridimensional (recuperación de la dimensión subjetiva, simbólica, discursiva y práctica de lo social) y la construcción multimetodológica (superación de la reducción estadística) que es propia de (o, como mínimo, se encamina hacia) un enfoque de lo social dialéctico y no-hipostático. En esta corriente, además, se reúnen tres dimensiones esenciales (Rodríguez, 2020: 98-100): a) la perspectiva *histórica*: “la densidad teórica del cualitativismo crítico procederá de la asunción radical de esta dimensión histórica”; b) la centralidad *empírica*, que “introduce en esta perspectiva un sustantivo pragmatismo y un espacio permanente de contrastación empírica que les protegerá desde sus inicios tanto de la fascinación por el empirismo analítico como de las tentaciones de la «Gran

teoría»"; c) el *compromiso político* explícito, ligado a la lucha contra la dictadura franquista y al apoyo a las posibilidades de emancipación social.

### 3.2. Contra el reduccionismo objetivista

También podemos tener en cuenta las aportaciones del texto de la sección segunda del libro *El encuentro teórico entre el proceso de trabajo y las prácticas de consumo: el enfoque neomarxista*, cuyos autores son los editores del mismo. En él, tras un análisis de los alcances y límites del enfoque neomarxista se propone un concepto, de naturaleza dialéctica y de pretensión antireduccionista, como el de *habitus* de Bourdieu. Si bien un aporte fundamental de este enfoque neomarxista es recordar que "no se pueden separar las prácticas de consumo de las relaciones de producción", afirmando un "*principio de continuidad entre la esfera de la producción y la esfera del consumo*" (Alonso et al., 2020: 139), tal aproximación, se nos dice, supone "aspectos mecanicistas", deduciendo apriorísticamente las necesidades y sus representaciones, y con ello las prácticas de consumo, "de la reproducción de la fuerza de trabajo", de la esfera de la producción (Alonso et al., 2020: 144, 145). Es en este punto donde se hace necesaria una conceptualización alternativa, que permita pensar, sin apriorismos ni "subordinación entre las dimensiones objetivas y las dimensiones subjetivas de las necesidades" (Alonso et al., 2020: 147), la relación entre consumo y producción, esto es, "las mediaciones y articulaciones que permiten pasar de un campo a otro", así como la articulación de "estudios concretos de los procesos reales de consumo" (Alonso et al., 2020: 145).

A través del concepto de *habitus*, "concepto mediador", el consumo podría ser construido en su doble dimensión agencial y estructural, individual y colectiva, subjetiva y objetiva, yendo más allá del deductivismo mecanicista y objetivista propio de estos desarrollos neomarxistas. Y esto, claro, sin caer, por ello, en "la perspectiva liberal que separa el ámbito del consumo del de la producción y no tiene en cuenta el concepto de necesidad -como necesidad pública- para las explicaciones de las prácticas de consumo, convertidas en simples actos de demanda individualizados y aislados" (Alonso et al., 2020: 141). El *habitus* bourdiano, en tanto que sistema de disposiciones prácticas que es, a su vez, una incorporación de las estructuras objetivas, permitiría la reunión de ambas dimensiones. En tanto que hace posible pensar el "ajuste entre *probabilidades objetivas* y *aspiraciones subjetivas*" (Alonso et al., 2020: 149), permitiría la superación de esta dicotomía así como de los límites teóricos que impone sobre las prácticas de investigación, siendo propuesto como un importante recurso para la investigación de los procesos de consumo.

### 3.3. Aproximaciones relacionales al consumo (1): el enfoque sociomotivacional

Vamos a aproximarnos ahora a una aportación, incluida en la sección segunda del libro, en la cual se tratan de ensayar las reciprocidades entre dos disciplinas teóricas como el psicoanálisis y la sociología del consumo. A través de su examen podemos encontrar

otro ejemplo interesante del tipo de tensiones y problemáticas a las que estábamos apuntando. Se trata del texto de Marc Barbeta, titulado *Más allá del amor y la muerte: relaciones entre sociología del consumo y psicoanálisis*. En él se nos plantea la posibilidad de pensar las imbricaciones virtuosas entre una tradición teórica como la psicoanalítica, que se ha ocupado en conceptualizar “el descubrimiento del simbolismo libidinal, la mediación de componentes no racionales y no conscientes” (Barbeta, 2020: 198) que también estarían atravesando las prácticas de consumo, y la tradición sociológica de los estudios sobre el consumo, que permite entender esta dimensión libidinal, no tanto como relativa “a la pulsión -o *emociones primigenias*- en sí misma como a sus desarrollos socioculturales” (Barbeta, 2020: 199).

Se nos propone, en este texto, por tanto, una “psicosociología del consumo”, apoyada antes en “teorías relacionales que en el esquema freudiano de la tensión/descarga pulsional” (Barbeta, 2020: 198). Se nos habla, así, de un enfoque “sociomotivacional” (Barbeta, 2020: 196):

Lo sociomotivacional respondería a un proceso concreto con el que los consumidores establecen un *tipo de relación* respecto a un objeto/marca [...] El proceso motivacional se situaría en la estructuración de concepciones y vivencias afectivas sobre consumos determinados, por lo que debería ocuparse de analizar los procesos de *fijación* y *religación* específica. Las relaciones socio-motivacionales serían así aquellas por las que un tipo de consumo responde a un *fin* construido socialmente por los consumidores, desde contextos afectivos y socioculturales específicos [...] lo sociomotivacional podrá aparecer en gustos, deseos o proyecciones efectivas sobre grupos de marcas, líneas o gamas de productos que, en un campo de consumo, comparten entre sí determinadas estructuras simbólicas y usos sociales [...] funcionaría así en un momento temporal anterior a la demanda final, siendo donde se constituyen los *marcos de sentido* de las prácticas de consumo.

En este texto encontramos una aproximación a los procesos de consumo que trata de articular la co-determinación o circularidad causal entre la dimensión afectivo-operatoria y la dimensión histórico-estructural que constituye a los procesos sociales de consumo. En ese sentido, hablamos de una aproximación que está modulada por un ejercicio tendente a la relacionalidad epistemológica. Es decir, por un enfoque de pretensiones no dualistas o reductivistas, en el que la experiencia simbólica del consumo reúne, en un mismo proceso, ambas condiciones (agencia y estructura, afectos e historia). Esto es posible en la medida en que hablamos de una afectividad socializada, de “una eficacia simbólica siempre relativa, históricamente cambiante y sujeta a contextos específicos” (Barbeta, 2020: 195), así como de una comprensión de las estructuras históricas y los procesos objetivos que no es independiente de las transferencias de energía ni de las “razones prácticas y afectivas —leyendo aquí a Bourdieu con Weber y Freud—” (Barbeta, 2020: 197) que movilizan la operatividad de los agentes sociales. Y, todo ello, dentro de un esquema causal pluralista en el que se reconoce explícitamente la dinamicidad, historicidad y diversidad propia de estos procesos concretos, la presencia de una “pluralidad de lógicas psicosociales” (Barbeta, 2020: 194). Aproximación, por tanto, también ahí,



abiertamente enfrentada con un reduccionismo monocausal, finalmente formalista, al bloquear el vínculo real con lo empírico. Conexión siempre necesaria para posibilitar la *circulación epistemológica*, que pone en régimen de codeterminación las dimensiones conceptual y empírica constitutivas de toda investigación científica, esto es, que recorre de forma plena y consciente ese "círculo lógico" propio de la producción científica del que hablaba Edgar Wind (1936).

### **3.4. Aproximaciones relacionales al consumo (2): la aproximación pragmática**

En la sección cuarta de este libro, encontramos la aportación de Dafne Muntanyola titulada *El gusto es nuestro: el consumo cultural desde una aproximación pragmática*. Desde el comienzo mismo de este texto, encontramos una declaración de intenciones solidaria de las pretensiones de problematización que aquí nos proponemos: "sobre todo, reivindicamos aquí la perspectiva parcial de la sociología de la cultura que entiende el consumo cultural como fenómeno social en sí mismo, sin determinismos ni reduccionismos". Y añade que, partiendo de la constatación de que "los juicios de gusto y las evaluaciones sobre artefactos culturales están condicionados por el juego posicional de los consumidores, asociado a la clase social, el sexo o la edad, entre otros", se plantea como exigencia epistemológica "la integración tanto de diversas disciplinas en las ciencias sociales, humanísticas y tecnológicas como de una perspectiva macro y microsociológica" (Muntanyola, 2020: 387).

Así, frente a lo que se califica como una visión "dualista" de las prácticas del consumo, se trata de avanzar en otras direcciones y de estructurar una perspectiva que, de forma explícita y reiterada, se plantea como "relacional y/o pragmática" (Muntanyola, 2020: 399). Recordando cuestiones importantes como que "la legitimidad cultural no es una propiedad asociada a grupos sociales de forma rígida, sino un mecanismo relacional" se busca ir "más allá del debate entre distinción y omnivorismo" planteando "la necesidad de realizar un cambio paradigmático que no busque definir el consumo cultural en términos sustantivos y atributivos solamente" (Muntanyola, 2020: 393). De igual manera, volviendo sobre la práctica duchampiana de los *ready made*, se define la experiencia artística "como una forma de relación, y no en el contenido sustancial de lo que se considera una obra artística legítima en un lugar y momento determinados", con el fin de "evitar el dualismo entre legitimidades populistas y elitistas" y tratando de acceder "a la multiplicidad de prácticas, discursos y productos que surgen de las prácticas culturales y artísticas" (Muntanyola, 2020: 394). Es ahí donde aparece la reivindicación de una perspectiva sociológica pragmática como "microsociología del juicio del gusto" (Muntanyola, 2020: 394), en tanto tentativa crítica de construcción de las prácticas de consumo como objeto de investigación, cercana a las de la etnometodología y la etnográfica:

Una postura relacional real necesita incorporar cambios metodológicos y paradigmáticos, y entrar en la comprensión de las prácticas de consumo cultural en su contexto de producción. El análisis etnográfico de cómo percibimos los objetos culturales no se centra en un

estado específico, sino en la dinámica de la interacción y la conversación (...) Parece que para evitar el marketing puro y el amateurismo populista, se necesita más conversación (Muntanyola, 2020: 400).

Finalmente, se vuelve a recordar aquí que para que la perspectiva sociológica se ejerza plenamente como tal ha de tratar de superar esos dualismos que atraviesan su producción y su forma de construcción de los objetos de investigación. Para el caso específico de la sociología del consumo cultural, la dicotomía entre las perspectivas teóricas del omnivorismo y de la distinción aparece señalada como problemática a estos efectos. Perspectivas en las que, quizá, podría verse transparecer de nuevo, pero ahora en el terreno de la sociología del consumo cultural, una cierta tensión análoga a la que se da entre una perspectiva objetivista y una perspectiva subjetivista de lo social.

#### **4. Recapitulación y conclusiones**

Como hemos ido viendo a lo largo de este ensayo, la sociología del consumo, en tanto que práctica teórica, parece encontrarse atravesada por una serie de problemas epistemológicos que la tensan y la introducen en una dialéctica que le es constitutiva, en tanto determina sus condiciones de producción propias, sus límites y alcances. Unas tensiones epistemológicas de las que, por tanto, no puede dejar de hacerse cargo, sea de forma consciente y reflexiva o inconsciente y acrítica. Esta dialéctica, tal como aquí la hemos planteado, se modula en registros y formas tan diversas como diversos son los objetos y materias de la investigación o racionalización teórica que se lleve a cabo, aunque manteniendo siempre cierta identidad analógica. En el caso de la sociología del consumo, los análisis que hemos ido desplegando, desde las propuestas recogidas en los *Estudios sociales sobre el consumo*, han buscado dar cuenta de esta pluralidad de modalidades, así como de sus resonancias recíprocas. En los sucintos análisis que hemos realizado desde diferentes artículos incluidos en esta obra, han aparecido estas tensiones bajo la forma de perspectivas reductoras que son explícitamente negadas (como el cuantitativismo positivista y formalista o el objetivismo deductivista y mecanicista) por las diferentes lecturas de la historia de la sociología del consumo, así como formando parte del proceso crítico de construcción del objeto de estudio o de la propuesta teórica de investigación (bajo la forma de propuestas sociomotivacionales y pragmático-relacionales).

En este sentido, tal como intentábamos plantear, parece efectivamente constatable la presencia de estas cuestiones epistemológicas en las prácticas de investigación de sociología del consumo. En la medida en que esto sea así, nuestro ensayo habrá cumplido con su objetivo: reactivar ciertas problemáticas que circulan por ese pasaje de obligado tránsito que comunica los presupuestos epistemológicos científico-sociales y la investigación empírica en sociología. Determinando su presencia y relevancia en estos estudios, pero planteándolas como siendo importantes para todo proceso de investigación, se ha tratado de reafirmar la necesidad de la reflexividad sociológica también en esos niveles. Pero esto tiene, a su vez, sus límites. Por un lado, no sustituye, sino que de-

manda, una lectura independiente de esta obra para acceder de primera mano a sus contenidos y, desde ahí, poner a prueba la validez de las consideraciones aquí realizadas. Por el otro, se hace necesaria la ampliación y complejización de estas consideraciones epistemológicas, ejercitándolas también en otros ámbitos de la investigación sociológica. Esto es algo esencial de cara a hacerlas circular y modularse, siempre en contacto con la pluralidad de prácticas y objetos de investigación que se van produciendo, tratando con ello de evitar su conversión en dogmas, así como la "canonización de preceptos"<sup>6</sup>. Pero teniendo siempre, eso sí, la posibilidad de apoyarnos en el valioso recurso que nos brinda la historia de las prácticas de investigación en sociología del consumo, de gran vitalidad en nuestro presente y tan excelentemente presentadas en esta recopilación.

## 5. Referencias bibliográficas

Alonso, Luis Enrique; Carlos J. Fernández Rodríguez y Rafael Ibáñez Rojo (2020). "Estudios sociales sobre el consumo: una introducción. En L.E. Alonso, C.J. Fernández Rodríguez y R. Ibáñez Rojo (eds.), *Estudios sociales sobre el consume* (pp 7-25). CIS.

Alonso, Luis Enrique; Carlos J. Fernández Rodríguez y Rafael Ibáñez Rojo (2020). El encuentro teórico entre el proceso de trabajo y las prácticas de consumo: el enfoque neomarxista. En L.E. Alonso, C.J. Fernández Rodríguez y R. Ibáñez Rojo (eds.), *Estudios sociales sobre el consume* (pp. 131-156). CIS.

Bachelard, Gaston (2004). *Le rationalisme appliqué*. PUF.

Barbeta, Marc (2020). Más allá del amor y la muerte: relaciones entre sociología del consumo y psicoanálisis. En L.E. Alonso, C.J. Fernández Rodríguez y R. Ibáñez Rojo (eds.), *Estudios sociales sobre el consume* (pp. 185-203). CIS.

Baudix, Reinhardt y Benett Berger (1959). Images of Society and Problems of Concept Formation in Sociology. En Llewellyn Gross (ed.), *Symposium on Sociological Theory* (pp. 92-118). Harper and Row Publishers.

Bourdieu, Pierre [1980] (2008). *El sentido práctico*, Siglo XXI.

Bourdieu, Pierre; Jean-Claude Chamboredon y Jean-Claude Passeron [1973] (2013). *El oficio de sociólogo. Presupuestos epistemológicos*. Siglo XXI.

Bronckart, Jean-Paul y Marie-Noëlle Schurmans (2005). Pierre Bourdieu - Jean Piaget: *habitus*, esquemas y construcción de lo psicológico. En B. Lahire (ed.) *El trabajo sociológico de Pierre Bourdieu: deudas y críticas* (pp. 181-207). Siglo XXI.

Bunge, Mario (2001). *La relación entre la sociología y la filosofía*. EDAF.

Corcuff, Philippe (1998). *Las nuevas sociologías*. Alianza.

Muntanyola, Dafne (2020). Más allá del amor y la muerte: relaciones entre sociología del consumo y psicoanálisis. En L.E. Alonso, C.J. Fernández Rodríguez y R. Ibáñez Rojo (eds.), *Estudios sociales sobre el consume* (pp. 387-404). CIS.

<sup>6</sup> Cfr. Bourdieu et al. ([1973] 2013: 12): "Lo que nos ha detenido, entre otras razones, fue el temor de que este esfuerzo de esclarecimiento pedagógico [...] pueda conducir a negar que la enseñanza de la investigación es una enseñanza creativa, alentando la canonización de preceptos desgastados de una nueva metodología o, peor aún, de una nueva tradición teórica".

Rodríguez Victoriano, José Manuel (2020). El cualitativismo crítico español en su primera etapa (1959-1979) de las investigaciones de mercado a la investigación sociológica general. En L.E. Alonso, C.J. Fernández Rodríguez y R. Ibáñez Rojo (eds.), *Estudios sociales sobre el consume* (pp. 91-109). CIS.

Vargas, Eduardo; Bruno Latour; Bruno Karsenti; Frederique Aït-Touati y Louise Salmon (2012). El debate entre Gabriel Tarde y Émile Durkheim. Texto clásico. (Trad. Antonio Vallejos). *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 23, 167-199.

Wind, Edgar (1936). Some Points of Contact between History and Natural Science. En *Philosophy and History: Essays Presented to Cassirer* (pp. 255-264). Clarendon Press.