

## Una cuestión sustantiva

**Juan María González-Anleo** es doctor en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Pontificia de Salamanca y experto en Juventud y Sociedad por la UNED. Ha sido profesor invitado en universidades de París, La Haya, Mainz, Budapest o Viena. En la actualidad es profesor en el CES Don Bosco y el ESIC. Por eso, a su conocimiento riguroso de la teoría sociológica, añade el contacto directo docente con jóvenes universitarios.

Estamos ante un análisis serio y profundo de la relación entre *jóvenes* y *consumismo*. El lector se engañará si, antes de zambullirse en sus páginas, espera encontrar un tema muy conocido del que ya está todo dicho. Precisamente, el huir de los tópicos simplificadores es una de las grandes virtudes del libro. El autor demuestra con brillantez que el consumismo no es una característica más de la sociedad actual y de los jóvenes, sino *una clave central para comprender lo que está ocurriendo* en estos primeros años del siglo XXI: no es una cuestión adjetiva, sino sustantiva. El autor nos va mostrando por qué y hasta qué punto se está produciendo lo que **R. Bock** denomina una progresiva "transformación de las necesidades en deseos: los consumidores posmodernos nunca se sentirán satisfechos. Cuando más consuman, más desearán consumir" (pp. 102; 185).

En el primer capítulo se resume el paso a lo largo del siglo XX de una *sociedad del consumo* a una *sociedad consumista*, de la mano de autores como **Galbraith**, **Rostow**, **Katona**, **Slater**, **Baudrillard** o **Bruckner**. Vemos cómo, en definitiva, la sociedad

consumista solo cierra un camino, "el de no consumir" (p. 41).

El segundo capítulo presenta a la juventud actual como sujeto y objeto de consumo ("Consumidores consumidos"). Apoyándose en estudios empíricos y en una reflexión bien fundamentada, se demuestra que se está dando una "metafunción del consumismo para los jóvenes: la creación de identidad" (p. 78). La otra cara de la moneda es que "la sociedad consumista ha consolidado lo juvenil como un valor social de referencia" (p. 82). Se trata de "una sociedad en que los adultos aprenden de los niños y de los jóvenes" (p. 89).

El tercer capítulo amplía y profundiza lo anterior, constataando que "el consumismo ayu-

### EL LIBRO DEL MES

**KHAF**

**CONSUMIDORES  
CONSUMIDOS**

**Juventud y cultura  
consumista**

**Juan María González-Anleo**  
Madrid, 2014 · 230 pp.

**Consumidores  
consumidos**

JUVENTUD Y CULTURA CONSUMISTA  
Juan María González-Anleo



da al joven a crear su identidad y –casi más importante– a comunicarla a los demás" (p. 96). El autor muestra las funciones del consumo en esta creación de identidad juvenil: autonomía, relación con los otros y nuevos significados del cuerpo físico.

El cuarto capítulo analiza la curiosa *relación entre consumismo y rebeldía*. Y es que

"la mansión del consumismo tiene muchas entradas, siendo el anticapitalismo y el anticonsumismo, en muchas ocasiones, una puerta falsa muy transitada" (p. 72). El autor recuerda, como hito, el lanzamiento del famoso coche Volkswagen Escarabajo: "¿Quieres demostrar a los demás que no formas parte del sistema? ¡Compra nuestro coche!" (p. 157). Así, "la rebeldía simbólica se convierte en un mecanismo tremendamente eficaz y meticulosamente estudiado por los especialistas en marketing para la creación de lo que se conoce como *personalidad de marca*" (p. 160).

El último capítulo describe los valores que el consumismo inculca en los jóvenes: neofilia, hedonismo, estética, pasión tecnológica, amor al dinero y libertad (tan engañosa) de elección.

En definitiva, estamos ante una obra muy valiosa para conocer con rigor la importancia del consumismo para los jóvenes y la sociedad de hoy. Otra gran virtud del texto es la bibliografía presentada: al leerlo, he tenido la sensación de estar ante uno de esos "*libros llave o puerta*" que te permiten entrar en contacto con otros muchos autores. Me ha recordado, en ese sentido, a **José Ma Mardones**.

JESÚS ROJANO MARTÍNEZ, SDB