

Consumo y género en los/as jóvenes universitarios; nuevas formas de interpretar la desigualdad social

María José González Moreno, Gonzalo Herranz de Rafael, Julia José González Pérez

La investigación feminista identifica la cultura consumista como una fuerza especial de totalización y explotación, a la que las mujeres son más vulnerables que los hombres por causa de su posición social, económica y cultural subordinada. Otras perspectivas argumentan que el consumo otorga a la mujer la posibilidad de gestionar los procesos de cambio social, a través de sus elecciones y relaciones en las compras. Las mujeres consumidoras se convierten en agentes de cambio social. El consumo es una herramienta política para reformular las relaciones sociales, crear una nueva conciencia social y organizar nuevos movimientos sociales, desde la implicación de las ciencias sociales.

Esta investigación gira en torno a la percepción que se tiene del consumo entre los/as jóvenes universitarios/as (n=320) en Almería (2012). Para ello se realiza un análisis factorial de los principales ítems. Los 4 factores que se extraen quedan referidos al consumo como diversión-ocio, consumo como derroche, gestión del consumo y consumo como ritual.

Los resultados evidencian que las diferencias entre sexos se pueden manifestar como características propias de dos modelos de socialización diferenciados. El consumo, por parte de la juventud, se convierte en un comportamiento de ocio feminizado. Las mujeres jóvenes contribuyen y participan, en mayor medida, en estos rituales de consumo y entienden el consumo como una forma de gestión. Nuestra investigación también determina la paulatina incorporación de sexo masculino a los actos de consumo. Las posibilidades de cambio social desde la acción selectiva de consumir, continúa siendo una parcela esencialmente femenina. Estudiar las diferencias y semejanzas en el consumo, tanto para hombres como mujeres, es beneficioso a la hora de describir e incentivar un panorama social más igualitario, responsable y sostenible.