

# CONSUMO CRÍTICO Y OTRAS ECONOMÍAS

Alejandro Marambio Tapia<sup>5</sup>

Queremos tratar de convencer al lector de que la economía —y el consumo en particular— tienen mucho que ver con lo comunitario. Quizás son aspectos que se ven un poco lejanos, no los entendemos bien, a veces nos parecen triviales y a veces complicados, materia de expertos. Entonces, la idea es tratar de entender qué relación tiene la economía con lo comunitario, conectando con las perspectivas que se han propuesto en las clases anteriores. Pondremos el foco en cómo funciona nuestra sociedad, en cómo los recursos se consumen y eso se vuelve un problema colectivo, no solamente individual y ligado al consumismo.

Creemos que desde lo comunitario es posible aportar a la solución de los temas cotidianos que tienen que ver con la economía; pero para eso, primero, debemos desaprender un poco de lo que sabemos. Debemos incorporar este concepto, hacerlo más cercanos y construir alguna propuesta que, desde lo comunitario, nos permita organizarnos mejor y solucionar algunos problemas.

La economía está en la base de nuestra cultura y de nuestro funcionamiento social. Tiene mucho que ver con los temas ambientales, con el feminismo, con la familia y los cuidados, etc. Es ineludible, y por lo tanto hay que tomarla y darse cuenta de que todos nosotros estamos precisamente en el centro. Somos los verdaderos protagonistas.

Es importante que asumamos que la economía no es algo que está separado de la sociedad. Desde el grupo de los “expertos” siempre se nos trata de decir que “se manda sola”, y que no tenemos mucho derecho a opinar, porque en realidad no conocemos sus reglas. Aún más, que pareciera funcionar igual en

---

5 Académico de la Escuela de Sociología e investigador del Centro de Estudios Urbano-Territoriales (CEUT) de la Universidad Católica del Maule.

todos lados. Y se nos hace creer que la única economía que existe es la del mercado. Pero en realidad, **la economía es parte de la sociedad**. ¿Y qué significa eso? Que influye y está influenciada por todo lo que pasa en el resto de la sociedad. Que no se manda sola, que no es algo meramente científico, racional, que no funciona con recetas mágicas, sino que es un reflejo de lo que hacemos nosotros, de nuestras culturas y de nuestras instituciones. Por lo tanto, en cada lugar hay economías diferentes que funcionan de maneras distintas.

Además, la economía está fundada en las relaciones sociales y comunitarias. No necesariamente todo lo que hacemos cuando compramos, vendemos o intercambiamos está motivado por la búsqueda de un interés individual, sino que puede fundarse en motivaciones familiares, justificaciones morales, etc. Dentro del mismo mundo de los negocios hay un montón de malentendidos, de confianza y desconfianza. Esto no es neutro. Lo que se dice que pasa en el mercado no es necesariamente la regla para todas las economías de todos los lugares.

Entonces, el mensaje principal es que **nosotros también sabemos de economía**. Porque finalmente en la vida cotidiana, en lo comunitario, somos quienes manejamos nuestros presupuestos, nuestras finanzas. No necesariamente tenemos que estudiar o aprender sobre aquello. Tomamos decisiones basadas ciertamente en lo racional, pero también en lo irracional y en otro tipo de justificaciones. Y también, desde el punto de vista material, tenemos la capacidad de vender, de intercambiar, distribuir. Somos, básicamente, los que hacemos la economía. No deberíamos sentirnos ajenos.

Ahora, desde un punto de vista macro, también implica entender que más allá del mercado existen experiencias que se fundan en la cooperación, en el mutualismo, en la autogestión. Son valores que para algunos no son parte de la economía. Sin embargo, tenemos que reconocerlos y asumir que pueden ayudar a fundar un modelo “combinado”, que permita entrar y salir de ciertos sistemas.

No se trata de idealizar la economía, sino que es algo real que se materializa en experiencias concretas, en perspectivas alternativas a las tradicionales de mercado, y que también tienen un sustento en modos de vivir, en visiones de mundo un poco más complejas. Por ejemplo, la idea de **buen vivir**<sup>6</sup> ha entrado en la discusión pública, y se trata de un paso importante porque en estas nuevas propuestas podría residir algún tipo de solución para los problemas que tenemos en la sociedad actual. También existe la perspectiva del **decrecimiento** que, básicamente, es el no crecimiento económico. Durante cientos de años se nos ha convencido de que el crecimiento económico es incuestionable e irrenunciable. Pero esta lógica nos tiene en una enorme crisis ambiental. Entonces, es muy relevante saber que existen perspectivas no ortodoxas que nos ayudan a entender la economía desde nuestra propia realidad y desde nuestras propias organizaciones comunitarias, en un plano bastante concreto.

---

6 El buen vivir o *sumak kawsay* (en quechua) es un concepto basado en cosmovisiones principalmente andinas que apunta a la consecución del bienestar y la calidad de vida de las personas en armonía con la naturaleza y la comunidad.

## El consumo ¿solo me consume?

Todos vivimos en la sociedad de consumo. El consumo tiene un componente material, vinculado al ejercicio de comprar y vender. Pero también hay otro componente que tiene que ver con cómo uno se apropia de estos bienes y servicios y es capaz de construir realidades a través de ellos. La sociedad de consumo, entonces, tiene que ver con lo material y lo simbólico. A veces tenemos la capacidad de entregar mensajes a través de la ropa que nos ponemos, de la comida que compramos, de los estilos de vida que preferimos, de los hobbies que tenemos. Todo eso está vinculado.

Tradicionalmente se tienen dos visiones acerca del consumidor y del consumo. Una es la idea de que el consumidor es un ente pasivo que básicamente recibe un montón de mensajes a través de la publicidad, se traga todo y va corriendo a comprar lo que le dicen, sin mayor reflexión. Luego, en el otro extremo, está la idea del consumidor como un ser eminentemente creativo, soberano, con una capacidad de tener libertad para elegir (que, en realidad, sabemos que es bien limitada); alguien que usa, compra los bienes que tiene a su disposición para expresar identidades, para construir, para lograr la autorrealización y la satisfacción inmediata de sus necesidades. Se generan dos polos opuestos: uno está siendo engañado y no sabe si la está pasando mal o bien y otro, al parecer, también está un poco engañado, pero sí que sabe y piensa que la está pasando bien todo el tiempo.

Ambos están insertos en esta sociedad donde el consumo es central, donde hay mucha disponibilidad de bienes y las personas se diferencian socialmente. Sin embargo, hay un "lado oscuro": los patrones actuales son insostenibles. Por ejemplo, el 20% de la población utiliza el 80% de los recursos no renovables. Solo Estados Unidos utiliza los recursos renovables de cinco planetas todos los años. En Chile, ya en el mes de mayo se agota la cuota anual de recursos no renovables. ¿Quién es el culpable? El consumo en sí mismo no, porque se trata de una actividad necesaria: el problema está en el nivel de consumo y en sus patrones. Estamos todos convencidos de que podemos consumir exponencialmente y que nunca va a pasar nada, que la misma sociedad va a inventar algo para que eso pueda seguir sosteniéndose. Además, en el caso chileno se trata de una sociedad precaria a nivel económico, porque el endeudamiento se ha transformado en una clave de acceso a los bienes y servicios.

Entonces, frente a estas visiones convencionales y a la preocupación por el desastre socioambiental que genera el modelo actual, van ganando terreno miradas alternativas. Se trata de búsquedas por hacer sustentable el sistema y asumir que el consumo no es solamente una expresión individual.

## El consumo sirve para pensar y es político

Efectivamente, el consumo nos sirve para pensar y es algo político, no es solamente algo que realizamos individualmente, podemos hacerlo de manera reflexiva. Hay varias expresiones, entre ellas el cooperativismo.

Me gustaría, en particular, ahondar en la idea de **consumo crítico**. Se le llama así porque se basa en el cuestionamiento del modo “normal” de consumir, busca “desnaturalizarlo”. Y ahí, nuevamente, hay que tratar de hacerse preguntas y no dejar que los expertos en economía nos digan lo que es bueno para nosotros y para el país. ¿Por qué las cosas son así? ¿Por qué debo endeudarme para consumir? ¿Por qué tengo que reemplazar constantemente mis bienes? Hoy, reparar algo es casi un acto de rebeldía. Entonces, algo que pareciera ser muy cotidiano, muy trivial, muy habitual (y ya no lo es), puede volverse una forma de reflexionar y construir otros modos de hacer las cosas. Son ese tipo de acciones, como reparar algo, que parecieran no tener un sentido tan político, las que nos conducen justamente a lo político, a lo colectivo. Las personas pueden (y deberían) practicar su ciudadanía a través del consumo.

Efectivamente, a nivel global hay muchas acciones y movimientos que tienen que ver con esto. Tienen distintas conceptualizaciones, distintos contextos, hay algunos más políticos que otros. Este consumo que llamamos crítico, tiene un **componente ético** que fundamenta una preocupación sobre qué es lo que estoy comprando, de dónde viene, y que sin duda está a la base de otros comportamientos más reflexivos. Pensemos, por ejemplo, en una persona que decide dejar de comer carne porque eso implica el sufrimiento de otros seres vivos o una enorme contaminación ambiental. También en la persona que deja de adquirir ropa de cierta marca porque se produce a través de trabajos forzados, o mano de obra muy poco remunerada. Esas reflexiones individuales se pueden luego volver colectivas y van generando cosas, como los **boicots** y los **buycotts**, que en el fondo es comprar algo *ex profeso*, prefiriendo, por ejemplo, la producción local. En el fondo, todo ese tipo de acciones concertadas son expresiones colectivas de consumo. A un nivel más complejo y articulado existen también las **cooperativas**; no todas funcionan del mismo modo, pero en algunas ocasiones demuestran cómo se puede ir en paralelo tanto a la acción estatal como a la acción del mercado, sin que eso signifique “vivir en otro planeta”.

Tampoco hay que olvidar el **sistema de trueque o los bancos de tiempo**, que se fundan en la idea de que se puede asumir una posición crítica, que es posible meterse en la economía para ver, para tener más protagonismo y para hacer que las cosas funcionen de otra manera. Se puede usar el consumo para promover estilos de vida más respetuosos, política y medioambientalmente. La confianza que hay de por medio en muchos de estos intercambios, en el mercado no está.

Estas prácticas económicas, donde coexisten producción, intercambio y consumo, finalmente se pueden transformar en ciertos estilos de vida que, como reitero, no significan marginarse de la sociedad; más bien, implican vivir dando valor a los entramados comunitarios y ayudar a producir nuevas formas de hacer, de resolver problemas cotidianos. Es casi materialidad pura. Por otro lado, también es importante tratar de entender cómo, desde lo comunitario, es posible aportar a la resolución de esas mismas problemáticas cotidianas.

## Consumo sustentable

Quisiera terminar refiriéndome a la idea de **consumo sustentable**, que es parte de las nuevas tendencias y se orienta hacia el desafío de mitigar el cambio climático, encontrando el camino hacia un futuro más sostenible. La sustentabilidad es algo deseable, desde luego. Sin embargo, el capitalismo tiene la capacidad de reorganizar las ideas que andan dando vuelta, digamos, para capturarlas y adecuarlas a su realidad. Lo que necesita el capitalismo es seguir produciendo. Entonces se inventa esto de los **productos verdes**, es decir, productos que cumplen algunos estándares de sustentabilidad, pero que principalmente se promueven y comercian bajo ciertas etiquetas. A la larga, eso lleva a seguir consumiendo en las mismas cantidades, pero con otra etiqueta. Y, sobre todo, se fomenta la idea de la responsabilidad individual, opuesta a la colectiva. Es como cuando desde el Ministerio del Medio Ambiente nos llaman a ducharnos en tres minutos para cuidar el planeta, cuando en realidad el consumo de agua potable humano es responsable solamente del 3%, a lo sumo, del consumo total, mientras al lado de nuestros pueblos tenemos las faenas mineras. Es la industria (y sobre todo la minería) la que consume el restante 97%. Alguien podría pensar: “parece que tienes que decirle algo a la industria, en vez de tratar de convencerme a mí, hacerme sentir culpable de que yo, porque me ducho diez minutos, estoy dejando la escoba”. Entonces, finalmente, el consumo sustentable a veces termina teniendo esta lógica malentendida, y vinculada más bien al marketing.

Esto lleva entonces a la idea del **consumismo verde**. Por ejemplo, hoy día los autos son mucho menos contaminantes que los de los años 90, pero tenemos el doble o el triple de vehículos circulando en las calles. Salieron todos ganando, en el fondo. Se venden más autos y se venden con etiquetas verdes. Entonces, el consumo sustentable no debería ser solamente tratar de adecuar etiquetas, líneas de producción, etc., sino también cambiar la forma de vida. Plantearse también si, de alguna manera, es posible dejar de consumir algunas cosas.

## Reflexiones finales

No consumir es posible. Alguien, por ahí, dice “yo quiero ejercer mi derecho a no consumir”. Es una reflexión bastante provocadora, compleja. Hay que pensar que el consumo, como actividad, existe mucho antes de la sociedad actual. Pero lo propio de esta última es que instauró un “modo de vida imperial” al cual nos hemos acostumbrado, que viene de los países más desarrollados y termina siendo una referencia para todos los que no somos tan desarrollados y aspiramos a ello. Aspiramos a llenarnos de cosas, a tener la capacidad de movernos infinitamente y, en el fondo, eso no es materialmente posible. **Es irracional pretender que se puede crecer eternamente.**

Para concluir, es importante volver a destacar que el consumo no se basa solamente en las compras que las personas hacen (o dejan de hacer), sino también en la **normalización de formas de vida, que pueden ser menos intensivas en el uso de recursos, más equitativas**. No se trata exclusivamente de consumir productos verdes o defender los derechos individuales frente a los abusos de las empresas. Tampoco pasa todo por la responsabilidad individual. Nos parece que lo importante es tratar de **organizarse para cuestionar nuestros modos de vida basados en el crecimiento**, y de actuar colectivamente prestando atención a todos los agentes y estructuras que están involucrados en la producción y distribución: coordinarse desde lo comunitario para propiciar un cambio material, pero también, quizá, más político.