

Consumismo y economía solidaria.

Consumerism and solidarity economy.

Por: Manuela Córdoba Torres¹

Recibido 04/02/2016 - Revisado 24/04/2016- Aceptado 29/05/2016

Resumen.

El consumismo es uno de los escenarios políticos más peligrosos en los que se puede adentrar el ser humano; es el mundo fantástico que controla al mundo real. Es el mundo de los estereotipos, de la satisfacción temporal, de la no participación, de la manipulación, de la alineación, el mundo de lo plástico y lo superficial, este es el eje del presente texto.

Palabras clave: consumo, modelo social, economía, Cultura.

Abstract.

Consumerism is one of the most dangerous political scenarios in which human beings can enter; Is the fantastic world that controls the real world. It is the world of stereotypes, temporary satisfaction, non-participation, manipulation, alignment, the world of the plastic and the superficial, this is the axis of this text.

Key Words: consumption, social model, economy, culture.

Introducción.

Año tras año, el consumismo ha venido en aumento debido a que los sectores populares, por no dejar de usar la moda, también tienen acceso al sector financiero; tienen acceso a la quimera. El aumento de sus “ingresos” se refiere únicamente a que el sector financiero, a través de sus programas de expansión financiera, los ha sumergido en el endeudamiento representado en tarjetas de crédito y transferencias monetarias. La economía trata de mostrar como positiva la inclusión financiera, ya que se está tomando en cuenta, de alguna manera, a sectores olvidados, pero el trasfondo de todo esto, es que lo único que quiere el sistema es entrar estos sectores en el consumismo para mayor concentración de la riqueza teniendo personas dependientes al sistema.

Un mundo homogeneizado, donde el ser humano ha sido degradado, idiotizado y alienado hasta tal punto, que este no es reconocido en la sociedad

¹ Estudiante facultad de ciencias empresariales Universidad de San Buenaventura Medellín (Colombia). Contacto: manu96_10@hotmail.com

como un sujeto pensante, sino que se ha reducido de tal forma, que se puede manipular al antojo de la economía y la “sociedad”; sí, así, entre comillas, porque no se puede decir que hay sociedad donde no hay humanización. Un objeto no piensa, no siente, se moldea al antojo de quien lo posee, se utiliza hasta su deterioro y cuando ya no es útil, se desecha. Esta analogía refleja la realidad que se vive hoy: el ser humano es la marioneta, la cual posee diversas necesidades que los medios aprovechan para lucrarse y no para suplirlas.

El individuo se ha convertido en un ser mecanizado: llega un nuevo aparato al mercado y automáticamente lo siente un bien necesario y esencial el cual debe adquirir a como dé lugar, y, si a la media hora aparece otro aparato con casi las mismas características, inmediatamente y como por arte de magia, la necesidad anterior sufre una especie de mutación, transformándose en una nueva que se adapta al bien en cuestión.

El medio ha sido la ficha dominante durante años, que ha logrado que de alguna manera se adentre en cada individuo, un tanto de esa mafia consumista (a unos más que a otros), y también ha hecho que, de una u otra forma, más de manera inconsciente que consciente, se ame, la forma en que está encaminando al abismo, por medio de estrategias de mercadeo que utilizan las empresas para hacer que un bien o un producto se vea esencial para la subsistencia humana, utilizando la obsolescencia programada y percibida como la estrategia más poderosa del consumismo actual.

La publicidad y la televisión se han encargado de imponer aquello que se debe consumir, vestir, ver; han hecho que se vea a lo malo como bueno y viceversa, han sumido al mundo en vagas entelequias que hacen creer que lo perfecto se encuentra en la forma y no en el contenido, a través de ‘caras soñadas’ y ‘cuerpos perfectos’, apariencias que a simple vista es lo que cualquier persona desearía tener para ser feliz. Se han empeñado en crear necesidades que, claramente, sólo existen en el imaginario de cada persona. Lo peor de todo esto, es que el sistema está logrando lo que se

propone: convertir al ser humano en un robot que esté programado para consumir y consumir sin importar el precio o por encima de quién tenga que pasar. Su estrategia es fabricar personas sin cerebro, personas que no vean más allá, que no piensen, que no sean diferentes. La diferencia es insoportable, y, por lo tanto, hay que eliminarla: “Es regla invariable del poder que resulta mejor cortar las cabezas antes que comiencen a pensar, ya que después es demasiado tarde”. (Ensayo sobre la lucidez. José Saramago. Pág. 140).

Es la publicidad la que ha hecho que se confundan las necesidades con los satisfactores propios de esas necesidades. No se puede decir que una persona tiene la necesidad de un aparato tecnológico, más específicamente, un celular; afirmar esto sería algo errado, ya que adquirir un teléfono celular no es la necesidad verdadera, sino, la satisfacción de la necesidad de Ocio. El celular es simplemente un artefacto que aumenta la eficacia de un satisfactor. Necesidades hay en todo el mundo, y estas son las mismas para cada persona, lo que llega a variar es el modo o el satisfactor utilizado para suplirlas. No se puede decir que los satisfactores de un sistema capitalista de x país pueden ser aplicados a todo el mundo (en el entendido de que no todo el mundo se rige por el mismo modelo capitalista), porque no saciaría exitosamente todas las necesidades. Colombia es un país que durante casi toda su historia ha adoptado modelos propios de otros países buscando el desarrollo, tal y como sucedió con el intento de implementación del modelo japonés toyotista, el cual funciona para la cultura japonesa, pero como cada cultura define sus propios satisfactores, en Colombia no funcionó aquel modelo basado en la tecnología y la productividad.

El mundo actual se encuentra sumido en la alienación por parte de un sistema el cual quiere hacer ver que la verdadera felicidad se encuentra en el consumo desenfrenado de bienes y servicios. Esta realidad es tan absurda que se ha venido convirtiendo lentamente en pura y física demagogia, creando visiones quiméricas de un mundo perfecto que sólo puede dar el consumismo. Cómo puede

ser posible que se tilde a alguien de rico o pobre sólo por su carencia o abundancia de bienes económicos, por su capacidad de adquisición o por su estatus social; el mundo entero se ha centrado simple y llanamente en dar definiciones economicistas que nada tienen que ver con la realidad que viven la mayoría de la población con abundancia de escasez.

La pobreza económica, ha logrado sesgar a la sociedad, separando clases sociales y dividiendo las capacidades de adquisición. Hoy es posible ver cómo los ricos son cada vez más ricos, y los pobres cada vez más pobres, y es tal la división que hay en la sociedad, que se puede notar claramente en la clase empresarial cuando consideran que conceder trabajo a una persona, es hacerle un favor, y ni qué decir de los contratos a término fijo que están aumentando la cifra del desempleo, y los salarios irrisorios que ellos mismos deciden. Esta es una de las realidades que el mundo del consumismo desenfrenado basado en la deshumanización, no deja ver; está tan avanzada la ceguera que no permite analizar ni hacer introspección del sistema.

Si esto es ahora, ¿qué vendrá después? ¿Hasta cuándo seguirá la idea de que lo perfecto se encuentra al otro lado de la pantalla? ¿Hasta cuándo seguirá la mentalidad de que lo propio no es suficiente, y que la felicidad se encuentra en lo que otros poseen? ¿Hasta cuándo se seguirán vendiendo ideas que ni la mente más minúscula de un mundo paralelo aceptaría? ¿Hasta qué punto el individuo se dejará cegar por infinidad de íconos que muestran la vida como un cuento de hadas? ¿Hasta cuándo se dejará atrapar por el cantar de las sirenas?

Es la deshumanización, lo que ha hecho que el individuo pierda su papel como ser humano en la sociedad, y se convierta en simples partículas manipulables. Pero esta deshumanización no es reciente, esta deshumanización recalcitrante y obstinada invade desde mucho tiempo atrás, desde tiempos de los cuales no se guarda memoria, desde letras olvidadas, gritos silenciados, declaraciones tergiversadas, llantos ignorados... una deshumani-

zación camuflada con “política y planes de mejoramiento y desarrollo”. Para atacar este prefijo (**deshumanización**), es necesaria la educación, la cual genera, por su propia naturaleza de emancipación, la libertad que todo individuo necesita para pensar por sí solo. La misma Hannah Arendt lo confirma cuando dice que la política es sinónimo de libertad, de libertad de pensamiento, no de represión o abnegación forzada como actualmente sucede en el entorno.

José Saramago en su libro ‘Ensayo sobre la lucidez’ narra cómo un pueblo que estuvo sumido en la alienación y en la ceguera, decidió abrir sus ojos, informarse y hacer valer sus derechos para lograr la libertad. De nada sirve la indignación si no hay acción: estratégica, de cambio. Cuando hay un pueblo educado, hay un pueblo informado y lúcido, y, por lo tanto, hay libertad la cual es el fin mismo de la educación.

Satisfacer una necesidad humana significa un aumento en el desarrollo del ser, un aumento de su calidad de vida, y eso es precisamente lo que la economía actual no ha logrado entender. No se trata de ‘producir’ individuos en serie mediante una educación estandarizada, que lo único que busca es sacar al mundo laboral obreros con un modelo único incorporado, ni de producir un sinnúmero de productos que a la hora de la verdad no tienen ninguna utilidad, sino que se trata de ser humanos. Es esto lo que la Economía Social y Solidaria busca: que se satisfagan las reales necesidades del ser humano para lograr su dignificación, que todos tengan participación, que exista una economía donde todos los habitantes quepan, encajen; esta economía es la cara de esperanza para acabar con un modelo de acumulación, concentración de riquezas, generalización de la pobreza, y encuentra necesario exterminar los estereotipos, paradigmas y esquemas actuales, mediante la cooperación, el compañerismo, el factor ‘C’, donde no priman los intereses particulares, sino que, se reconoce la unión como el motor para hacer cultura de economía social, solidaria y así tener una vida en común. Esta economía alternativa es el sol que derretirá

todo el plástico que se ha encargado de crear el consumismo, mediante verdaderas formas de inclusión social. Según Estanislao Zuleta, cuando una sociedad se dispersa, cada uno vive su miseria en su propio rincón, sin colaboración, perdiendo así la posibilidad de crear cultura de solidaridad, y de esta forma, la persona se convierte en consumidor, y no en creador de cultura.

Todavía queda mucho por aprender y aún más por aprehender, pero si desde ya se traza la línea que lleva al cambio, si se hace una introspección de sí mismos, van a haber resultados positivos que desencadenarán la revolución de una generación informada, no alienada. Una revolución basada en armamentos, sino, una revolución basada en construcciones sociales donde prime el interés de las mayorías, que cambie las estructuras del individualismo y del egoísmo construidas al interior de cada ser. ■

Bibliografía.

- Max-Neef, M., Elizalde, A., & Hoppenhayn, M. (2010). *Desarrollo a escala humana*. Madrid: Biblioteca CF+S. Obtenido de <http://habitat.aq.upm.es/deh/adeh.pdf>
- Ospina, W. (2013). El canto de las sirenas. En W. Ospina, *Es tarde para el hombre*. Literatura Random House.
- Saramago, J. (2004). *Ensayo sobre la lucidez*. Portugal: Alfaguara.
- Zibechi, R. (23 de abril de 2016). *Movimientos sociales y democratización en América Latina*. Obtenido de www.kaosenlared.net: <http://kaosenlared.net/raul-zibechi-movimientos-sociales-y-democratizacion-en-america-latina/>
- Zuleta, E. (2002). La participación democrática y su relación con la educación. *Revista Polis*, 1-9.