

**Del consumisme al
decreixement: quins són
camins cap a la sostenibilitat?**

Ateneu Barcelonès

17/06/2008

Sostenible?

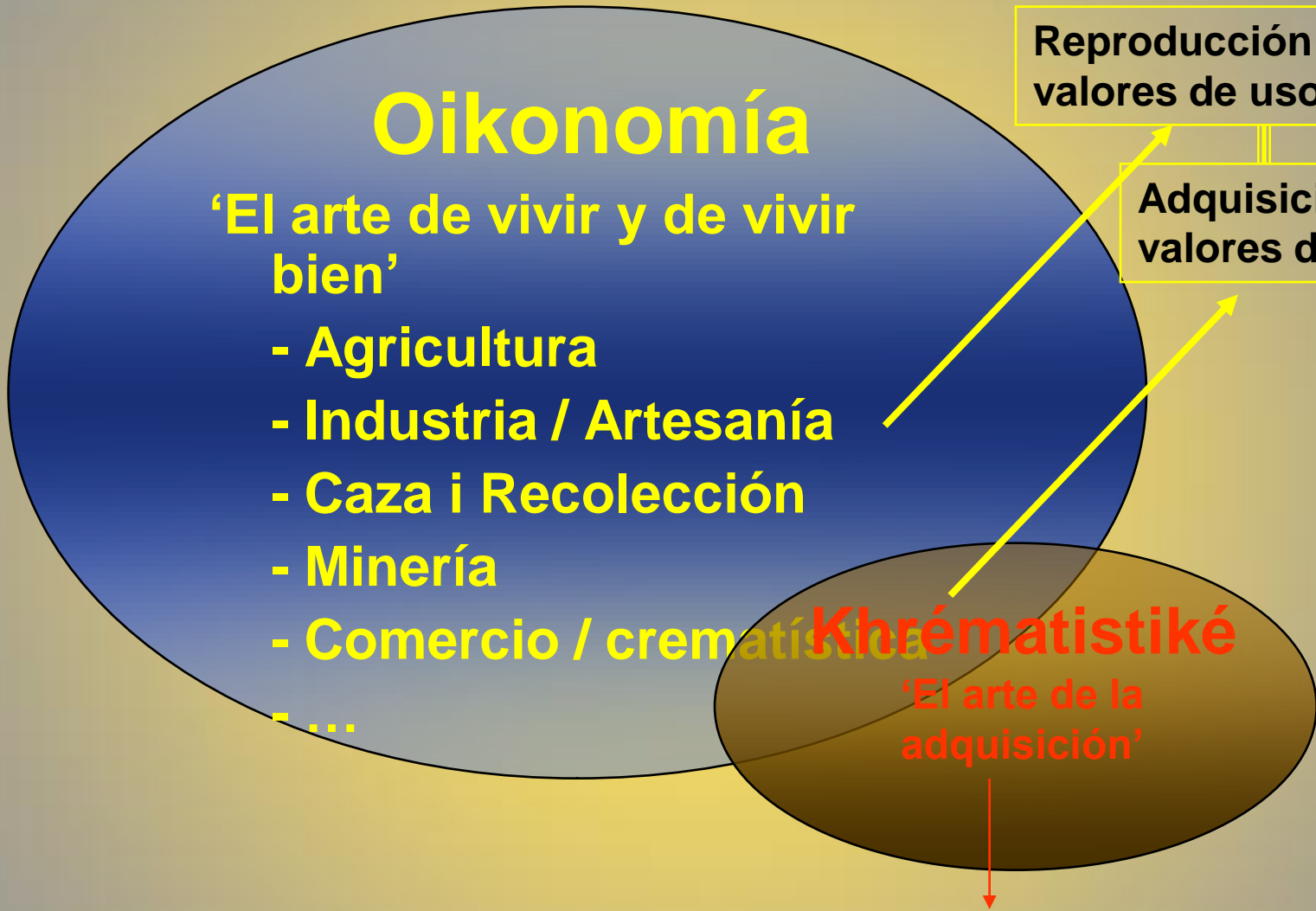
- Tenim necessitat de créixer sempre?
- Tenim necessitat de mes consum?
- Qui ho necessita?
- Es pot créixer menys? Decréixer?
- Existeix algun sistema – físic, biològic, social, cultural o sistema que sigui - que tingui un creixement sostenible?
- Si no existeix el creixement sostenible, existeix el desenvolupament sostenible?

¿Quién necesita crecer?

- La crematística (el Capitalismo)
- "La **circulación simple de mercancías** -el proceso de vender para comprar- sirve de **medio para la consecución de un fin último situado fuera de la circulación**: la asimilación de valores de uso, la satisfacción de necesidades. En cambio, la **circulación del dinero como capital lleva en sí mismo su fin**, pues la valorización del valor sólo se da dentro de este proceso constantemente renovado. El movimiento del capital es, por tanto, incesante."
 - (Marx, 108)
- "El valor se convierte, por tanto, en **valor progresivo**, en dinero progresivo, o lo que es lo mismo, en **capital**. El valor **proviene** de la **circulación** y **retorna** nuevamente a ella, se mantiene y **multiplica** en ella, **refluye** a ella incrementado y **reinicia** constantemente el mismo ciclo. D-D', dinero que incuba dinero..."
 - (Marx, 110)

La crematística (el Capitalismo)

- "Como **agente** consciente de este **movimiento**, el poseedor de dinero se convierte en **capitalista**. (...) Este **afán absoluto de enriquecimiento**, esta carrera desenfrenada en pos del valor hermana al capitalista y al atesorador; (...) El incremento insaciable de valor que el atesorador persigue, pugnando por *salvar* a su dinero de la circulación, lo consigue, con más inteligencia, el **capitalista, lanzándola una y otra vez, incesantemente, al torrente circulatorio.**"
 - (Marx, 109)
- "Trátase de fórmulas que llevan estampado en la frente su estigma de fórmulas propias de un régimen de sociedad en que es el **proceso de producción él que manda sobre el hombre, y no éste sobre el proceso de producción.**"
 - (Marx, 45)



M1 – D – M2 o directamente M1 – M2

Limitado en la medida en que las necesidades de valores de uso son limitadas y dependen de un equilibrio múltiple entre diversas dimensiones

Reproducción de valores de uso

Adquisición de valores de uso



Ilimitado en la medida en que la lógica de funcionamiento supone un incremento/crecimiento continuado de los valores de cambio (aunque no necesariamente de los valores de uso)

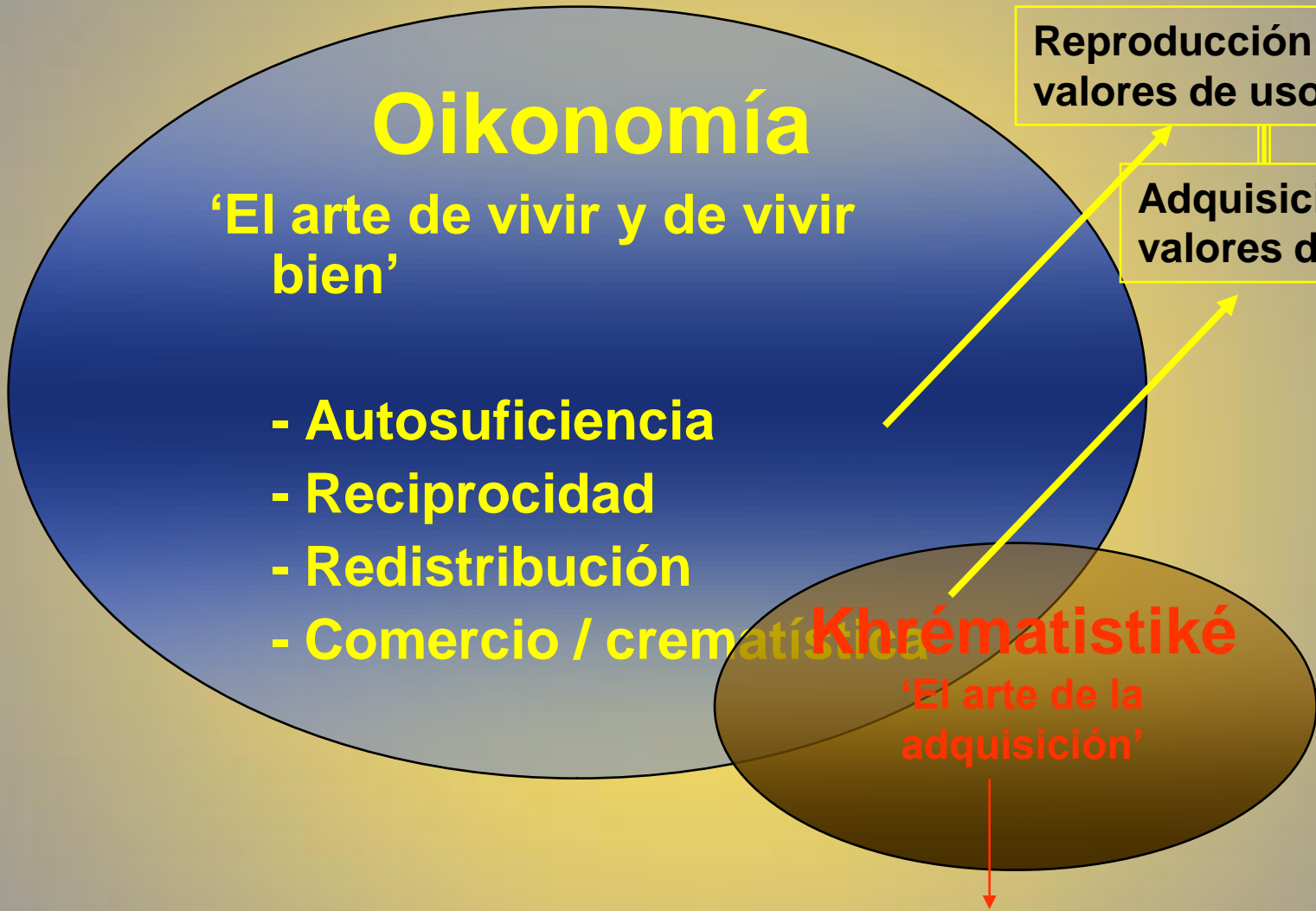
... D1 – M1 – D2 – M2- D3...
Dónde se busca
D1 > D2 > D3 > D4...

Reproducción de valores de cambio

Adquisición de valores de cambio → 'El arte de hacer dinero'







Accumulación y Riqueza

- "Todo hombre es **rico** o pobre según el grado en que pueda **gozar de las cosas necesarias, convenientes y gratas de la vida**. Pero, una vez establecida la división del trabajo, es solo una parte muy pequeña de las mismas que se puede procurar con el esfuerzo personal."
- (Smith, 31)
- "La **riqueza** de las sociedades en que impera el régimen **capitalista** de producción se nos aparece como un '**inmenso arsenal de mercancías**' y la mercancía como su *forma elemental*. Por eso, nuestra investigación arranca del análisis de la mercancía."
- (Marx, 3)
- "Cuanto mayor sea la cantidad de **valor de uso** mayor será, de por sí, la **riqueza material**."
- (Marx, 13)

Necesidades y Riqueza

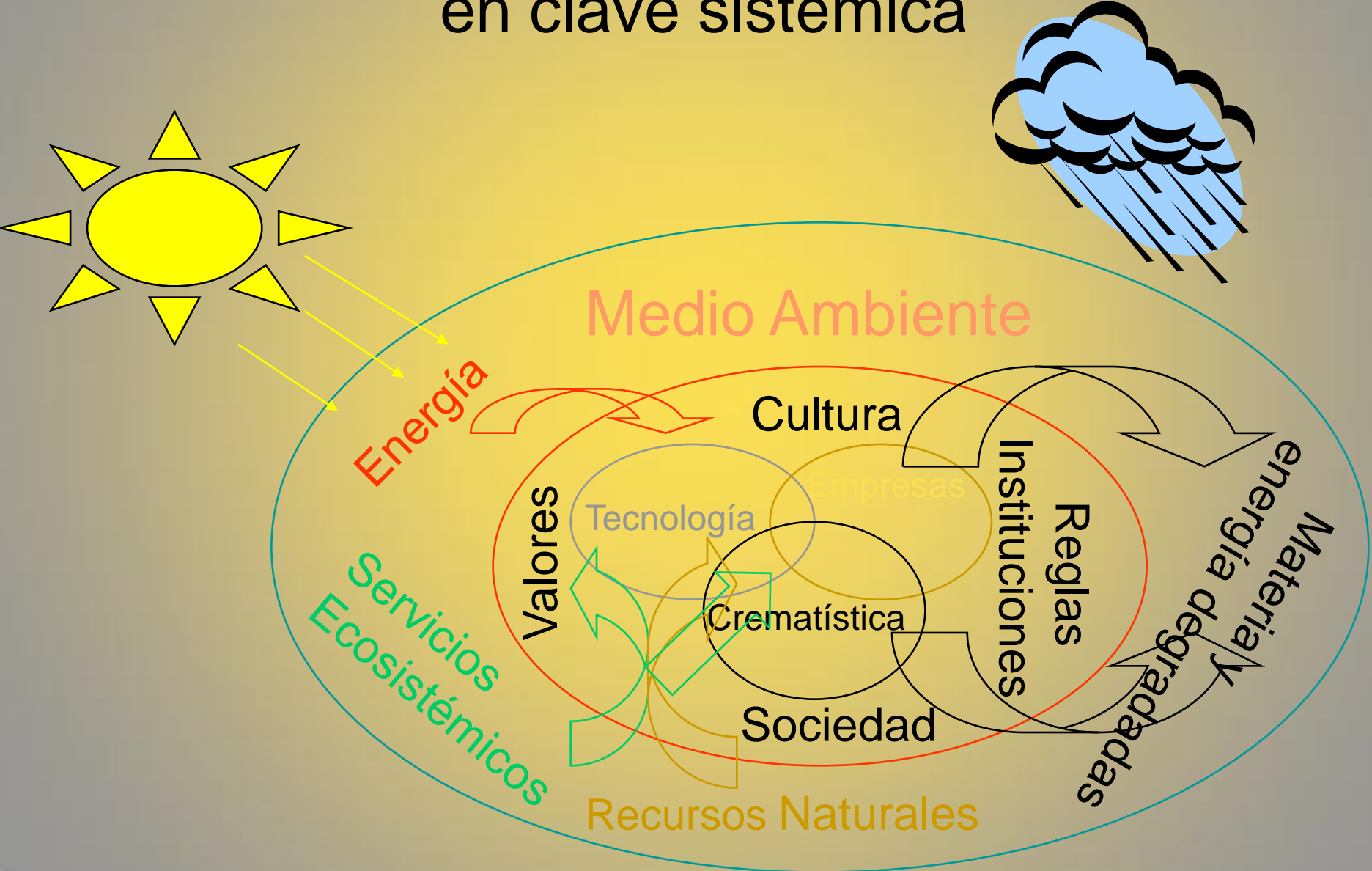
- Un proceso de **desarrollo** generador de **valores de uso** es generador de riqueza mientras que el **crecimiento crematístico** es generador de **valores de cambio**.
- Dialéctica valor de uso/valor de cambio: el **valor de uso es condición necesaria pero no suficiente para la existencia del valor de cambio**.
- Es decir: el **valor de uso** puede existir **sin un valor de cambio**, pero **no existe valor de cambio sin** la existencia de un **valor de uso** (aunque imaginario).
- El **valor de cambio** necesita la transformación del valor de uso en valor de cambio en el mercado. Exige, así, la **mercantilización de los valores de uso**.
- Sin embargo, este proceso se puede dar incluso con **valores de uso compensatorios** (enfermedades, accidentes, descontaminación o aumento del valor de cambio por la escasez creciente de los valores de uso ambientales), reflejo de valores de uso negativos.
- Los **valores de uso** dependen del **contexto**, mientras que los **valores de cambio** (abstractos) **descontextualizan** el bien o servicio al hacerlo comparable y medible (universal).

La lógica del valor de uso

- Cuanto al origen del valor de uso:
 - a) Físico;
 - b) Ecológico;
 - c) Socioeconómico;
 - d) Cultural;
 - e) Psicológico...

La utilidad de un objeto o relación (lo que lo hace 'conveniente y grato para la vida') tiene su origen tanto en las leyes de la termodinámica, la bioquímica, la ecología, la psicología, la conciencia, la cultura y la sociedad, cómo en la economía y la técnica. La lógica del valor de uso es una lógica múltiple y compleja.

Mapa conceptual del proceso económico en clave sistémica



La lógica del valor de uso

- Las **sociedades precapitalistas** eran, en general, sociedades en que el **trabajo** por la subsistencia ocupaba un **porcentaje bajo de su tiempo**. "En los tupy-guaranis, por ejemplo, los hombres, o sea la mitad de la población, trabajaba cerca de dos meses cada cuatro años."
- "(esta abundancia) es el producto de una **lógica social**, de una serie de opciones conscientes y voluntarias: el mantenimiento de una **simbiosis con el medio natural** que resulta de una serie de prácticas ecológicas, demográficas, técnicas y culturales; el **empleo del 'progreso' técnico no para producir más, sino para trabajar menos**. Por fin, la **autolimitación de las necesidades** o sea, el rechazo del excedente, de la acumulación por la cual se introduce en el seno de la comunidad la división, el poder y la pérdida de la libertad con la instauración del estado."
- (Alphandéry et al., 107)
- "Basando su **noción de riqueza** no en la acumulación de bienes, sino en la **relación entre los hombres y de estos con la naturaleza**, los primitivos han vivido, de hecho, la primera sociedad de la abundancia."
- (Alphandéry et al., 108)
- "La **destrucción de las culturas tradicionales**, que vino con el proceso de occidentalización del mundo no se ha dado exclusivamente por la fuerza, sino, de manera más eficiente y perniciosa, **por la inoculación de necesidades modernas** en los demás."
- (Alphandéry et al., 108)

La lógica del valor de cambio

- "Si nunca existió ni existirá una definición 'libre' de las necesidades, si las necesidades, incluso las biológicas, se inscriben siempre en el ámbito de un cierto número de reglas relativas a uno o más sistemas culturales determinados, la **sociedad del consumo** puede ser considerada como aquella que **supo crear, bajo la apariencia de la más completa libertad, el control social más total y eficiente de las necesidades**, tanto en un plano individual, cuanto en el plano colectivo."
- (Alphandéry et al., 116)

La lógica del valor de cambio

- "Central en la **visión del mundo moderno** es la idea de que todas las **riquezas son producidas por el hombre** - fruto del progreso científico, industrial y tecnológico. Así la salud es vista como algo que es proporcionado por los hospitales, o al menos por la profesión médica (...). La educación es vista como una mercancía que se puede adquirir en escuelas y universidades (...)."
- "**Para economistas** entrenados en este paradigma, los **beneficios naturales** - resultantes del funcionamiento normal de la biosfera, garantizando la estabilidad climática, la fertilidad del suelo, el ciclo del agua y la integridad y cohesión de nuestras familias y comunidades- **no son valores ni riqueza.**"
- (Goldsmith, 170)

La lógica del valor de cambio

- "La '**pobreza**' a escala mundial fue **descubierta después de la segunda guerra mundial**. Antes de 1940 no se trataba de una cuestión. En uno de los primeros informes del Banco Mundial, datado en 1948-49, la 'naturaleza del problema' fue delimitada:
- *Según la agencia de estadísticas de las Naciones Unidas, la renta per capita de los EUA en 1947 era de más de US \$ 1400 (...) Sin embargo, para más de la mitad de la población del mundo, la renta media era menos - y en algunos casos mucho menor - que US \$ 100. La magnitud de la discrepancia demuestra no sólo la necesidad urgente de aumentar el nivel de vida en los países subdesarrollados, sino las enormes posibilidades de hacerlo."*
- (Sachs, 8)

La lógica del valor de uso

- "Jean Baudrillard mostraba que las **mercancías**, que se presentan al consumidor bajo la apariencia de una colección de objetos diversos destinados a satisfacer esta o aquella necesidad, constituyen, en su conjunto, un **sistema coherente de signos culturales**, de un **lenguaje social** que **estructura la relación del hombre** no sólo con los objetos, sino con la colectividad, con el mundo y consigo mismo. Nosotros compramos, consumimos objetos/signos, explicaba, tanto en la esperanza ilusoria e infinitamente repetida de satisfacer nuestras necesidades, como de participar de la nueva mitología de los tiempos modernos, del gran ritual colectivo del consumo."
 - (Alphandéry et al., 119)
- "La **sumisión de las necesidades** modernas al control de los especialistas y **al reino de las mercancías** es inseparable de la desaparición de la solidaridad, de los saberes prácticos que permitían, hasta una época reciente, a los hombres individualmente o en grupo, satisfacer ellos mismos sus necesidades."
 - (Alphandéry et al., 12)

La lógica del valor de uso

- **Pobreza** (relativa) no es lo mismo que **miseria** (absoluta) (André Gorz)
- La **miseria** se manifiesta como **patología** en la medida en que el individuo no tiene acceso a los satisfactores (valores de uso) necesarios para la re-producción (sana) de su existencia (es lo que Max-Neef llama de 'pobrezas') → viene dada por nuestra naturaleza humana.
- Ya la **pobreza** (relativa) se manifiesta como necesidad no satisfecha en la medida en que el individuo no tiene acceso a los satisfactores que, social y culturalmente se consideran relevantes (y que, por ello, son portadores de identidad y de status social) → viene dada por los valores socioculturales vigentes y la forma en que las necesidades (satisfactores) son definidas y reproducidas en determinado contexto sociocultural: uno puede ser pobre por no tener acceso a sandalias en los altiplanos andinos, una bicicleta en china o un coche nuevo en europa... Tiene que ver con la **distribución**, no con la producción.

La lógica del valor de cambio

- Cuestión de la **obsolescencia forzosa (Illich): todo nuevo producto mercantil al generar un nuevo nivel de necesidades destruye más riquezas que las que genera:**
- “La mejor manera de **crear un mercado es asociar un producto a un privilegio importante**. Cuando esto se logra, el **modelo viejo es desvalorizado** y el consumidor se abandona a la **ideología del crecimiento ilimitado (...)** Los individuos, y también los países, se clasifican según la edad de sus stocks de artefactos y de bienes. Algunos -la minoría- se pueden permitir el lujo de poseer siempre el último modelo. Los demás aún emplean coches, lavadoras y radios que tienen cinco, diez o quince años de edad. (...) El **nivel de consumo indica exactamente dónde se sitúa cada cual en la escala social (...)** La **innovación periódica** nutre la creencia que la engendró: la **ilusión de que lo que es nuevo es mejor**.

La lógica del valor de cambio

- Esta creencia es hoy una parte integrante de la mentalidad moderna. Nos olvidamos, sin embargo, de que cada unidad nueva lanzada al mercado crea más necesidades de las que suple. Si lo nuevo es mejor, lo antiguo es menos bueno. De esta forma, el destino de la humanidad en su inmensa mayoría es menos bueno. **Lo nuevo crea así una nueva pobreza.** El consumidor, el usuario, siente con crueldad la distancia entre lo que tiene y lo que sería mejor tener. Mide el valor de un producto por su novedad y se presta a una educación permanente para poder consumir y emplear esta innovación. **Nada escapa al uso**, ni siquiera los conceptos. **La lógica del “siempre mejor” sustituye la lógica del “bien”** como elemento estructurador de la acción social (...)
- El individuo que no cambia sus objetos conoce el rencor del fracaso; el que los cambia descubre el vértigo de la falta. El **cambio acelerado** produce en él los efectos de acostumbrarse a una droga: prueba, comienza otra vez, está preso, enfermo, está con carencia.
- (Ivan Illich; *La Convivialité* (Éditions du Seuil, Paris 1973), pp. 110-112).

La lógica del valor de uso

- **Necesidades** (universales) X **satisfactores** (culturalmente específicos) – Max-Neef (Desarrollo a Escala Humana)

| NECESIDADES | SER | TENER | HACER | ESTAR |
|---------------|-----|-------|-------|-------|
| SUBSISTENCIA | | | | |
| PROTECCIÓN | | | | |
| AFECTO | | | | |
| ENTENDIMIENTO | | | | |
| PARTICIPACIÓN | | | | |
| OCIO | | | | |
| CREACIÓN | | | | |
| IDENTIDAD | | | | |
| LIBERTAD | | | | |

La lógica del valor de uso

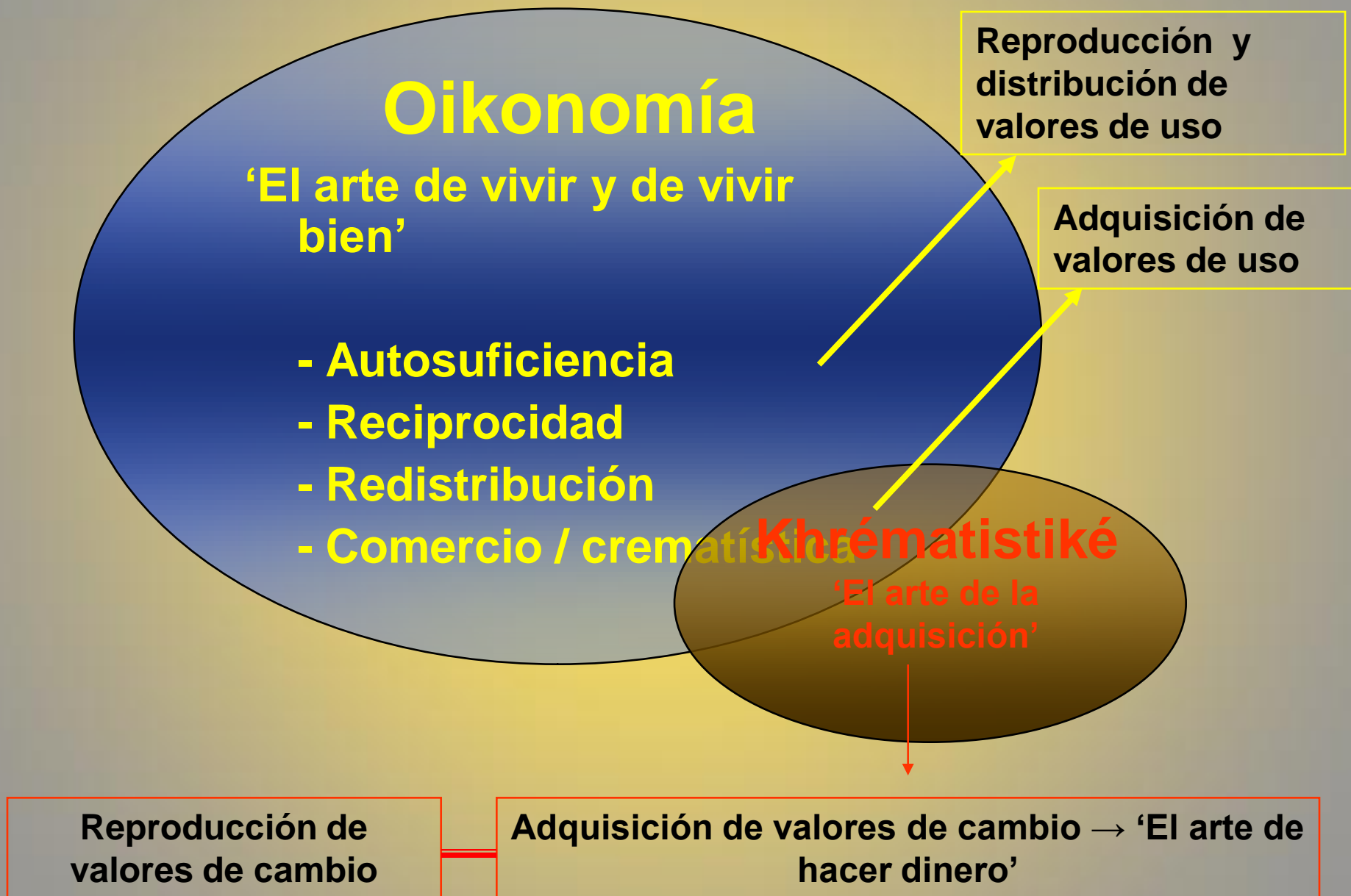
- **Riqueza de tiempo X riqueza en bienes:**
- "Mirando de cerca, podemos decir que el **bienestar** tiene dos **dimensiones**: la **material** y la **inmaterial**. Satisfacción material se obtiene adquiriendo y utilizando ciertos objetos o materiales - por ejemplo, comprar alimento y comer una refección de varios platos puede satisfacer la necesidad de llenar el estómago.
- **Satisfacción inmaterial** adviene de la **manera en que los objetos y materiales son empleados** - disfrutar de comida italiana y de una relación convivencial por la cena puede añadir otra dimensión del placer.

| NECESIDADES | SER | TENER | HACER | ESTAR |
|--------------|-----|-------|-------|-------|
| SUBSISTENCIA | | | | |
| PROTECCIÓN | | | | |
| | | | | |

La lógica del valor de uso

- De la misma forma, muchos objetos sólo adquieren su valor pleno cuando son empleados, disfrutados y cultivados. Sin embargo, y ahí reside el dilema, obtener **satisfacción inmaterial** exige atención, requiere involucrarse y **requiere tiempo**. (...). La conclusión es obvia: tener demasiadas cosas reduce el tiempo para el placer inmaterial. Una **sobreabundancia** de opciones puede, fácilmente, reducir la satisfacción total. De esta forma, la pobreza de tiempo **degrada la utilidad de la riqueza en bienes**. O, en otras palabras, la satisfacción material y inmaterial no pueden ser maximizadas simultáneamente: hay un límite para la satisfacción material más allá del cual la satisfacción total está condenada a disminuir. Como resultado, **tener mucho contradice vivir bien**. La frugalidad, así, es la clave para el bienestar."
- (Sachs)

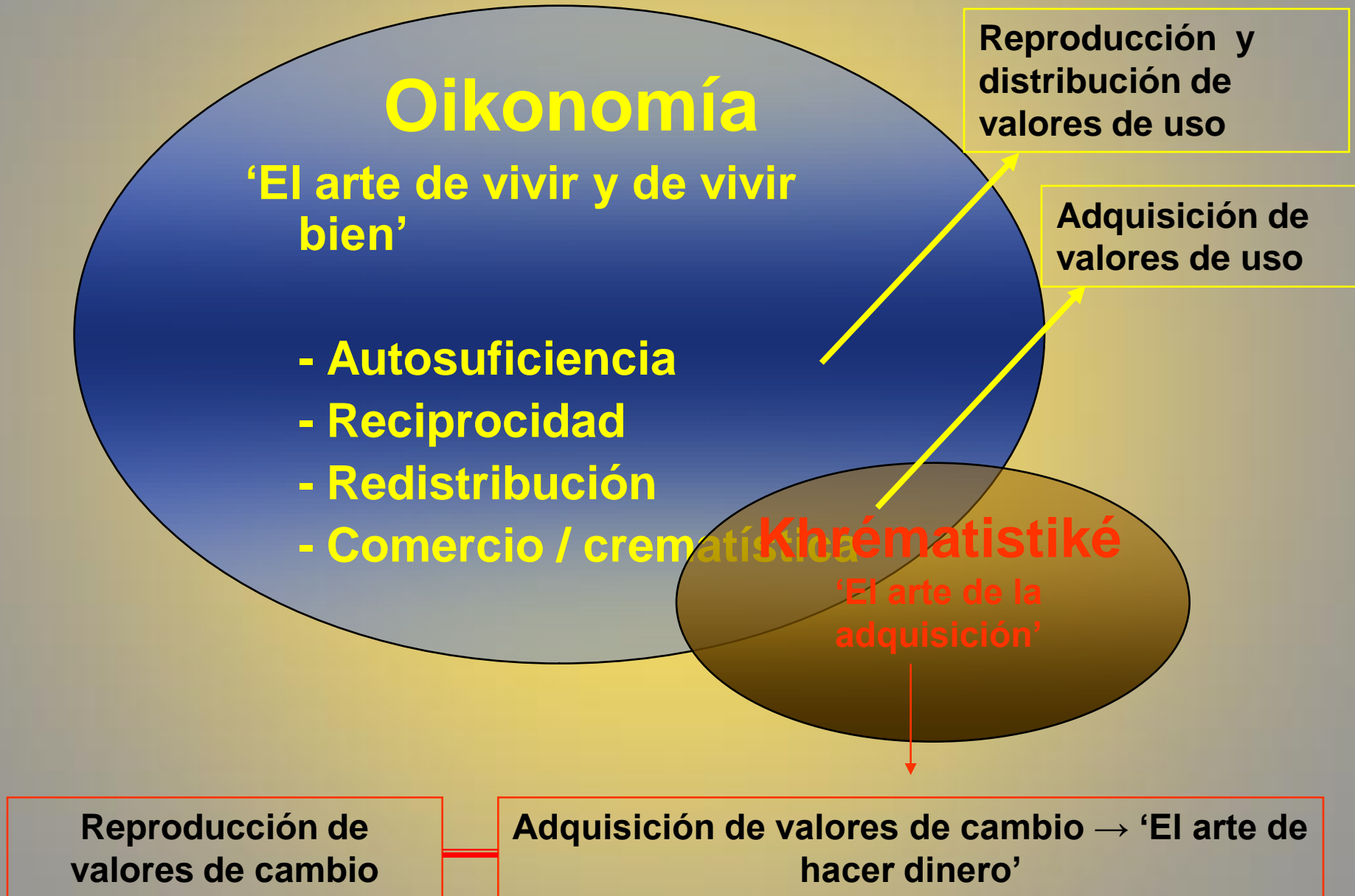
El Crecimiento Económico



El Crecimiento Económico



El Decrecimiento Económico



El Decrecimiento Económico

- Sólo es posible un **modelo de decrecimiento económico** en un sistema económico basado en la **lógica del valor de uso**.
- Sólo es posible un '**desarrollo sostenible**' en un sistema económico dónde la **crematística asuma un rol secundario**, sea una **herramienta de la lógica del valor de uso**.
- Sólo es posible un **desarrollo sostenible** basado en la **escala adecuada** si sustituimos la lógica de la crematística (del capital) por la **lógica del bienestar** en la organización del proceso económico.
- Eso pasa por **ampliar** los espacios de **autosuficiencia; reciprocidad y redistribución**.
- ... y pasa por **replantearse nuestras necesidades...**

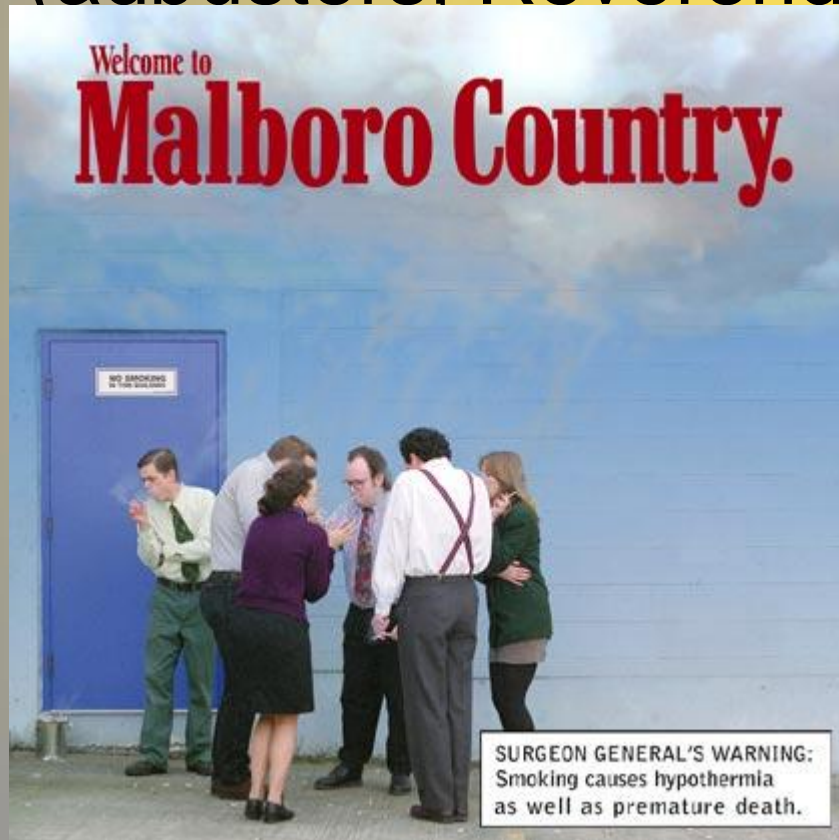
La (anti)lógica del valor de cambio

- Definición de los **objetivos** de la **publicidad** y del **marketing: crear pobreza** (deseos de posesión como formas de afirmación de la identidad social)
 - el primer paso hacia cualquier estrategia de ‘desarrollo sostenible’ entendido como ‘satisfacción de las necesidades’ tendría que pasar por la no generación de nuevas necesidades...
 - prohibición de la publicidad y del marketing, por ejemplo...

La (anti)lógica del valor de uso

- La guerrilla contra-cultural

(adbusters, Reverendo Bill, Yes Men ...)



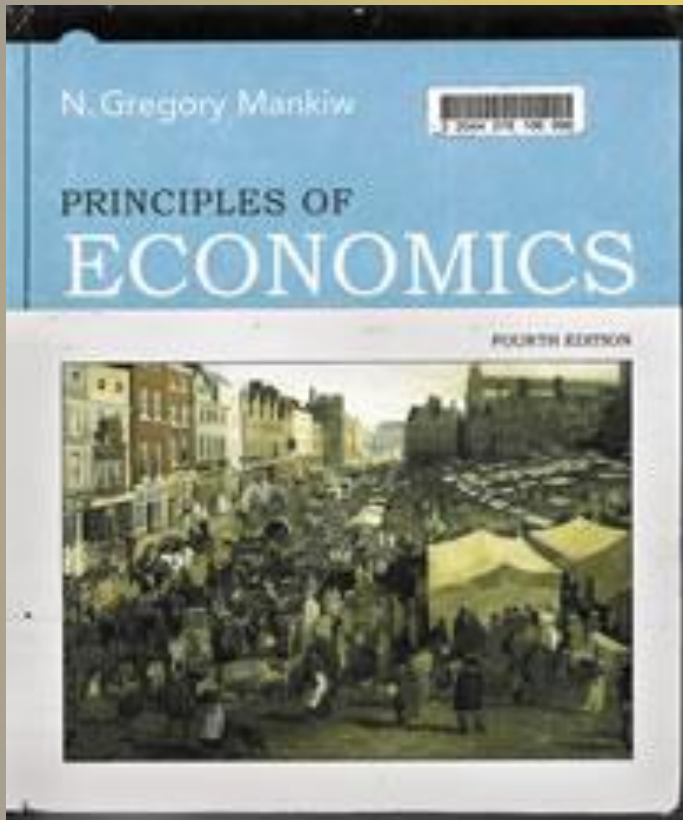
<http://www.revbilly.com/>

<http://www.adbusters.org/home/>

<http://www.theyesmen.org/>



La guerrilla cultural (cultural jam)



Take action!

Help avoid the kind of damage that results in short-sighted decision-making and leads to human misery. Download this warning label and glue it to orthodox economics textbooks.

La guerrilla cultural (cultural jam)



WARNING! This economics textbook is not suitable for use on real planets that face ecological limits. Application of the ideas, implicit values and analytical tools found in this textbook, without high levels of skepticism and caution, can result in an overheated atmosphere, greater difficulty surviving and widespread misery. Other species may experience extinction. Conflicts with commonly accepted human values. Suitable for use *in imaginary worlds only or for historical study.*

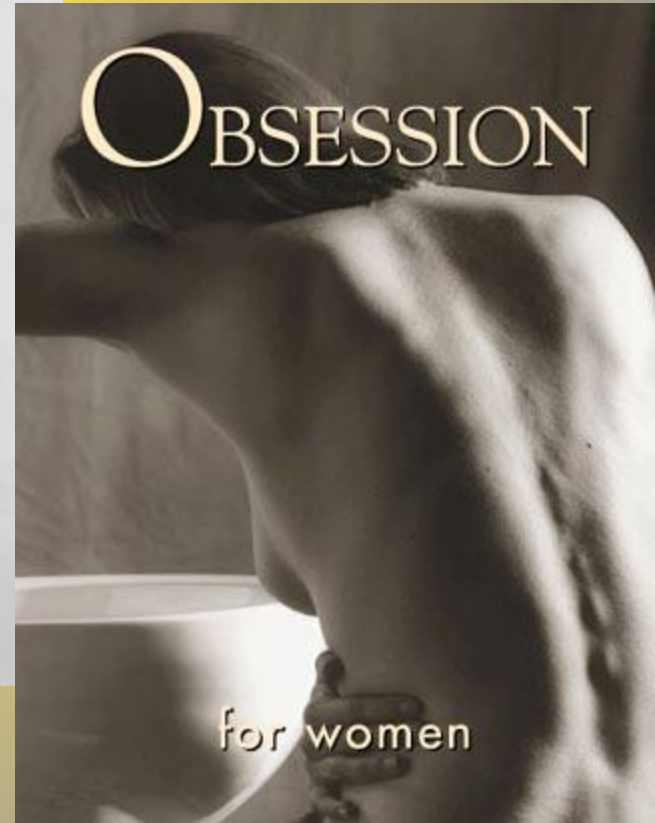
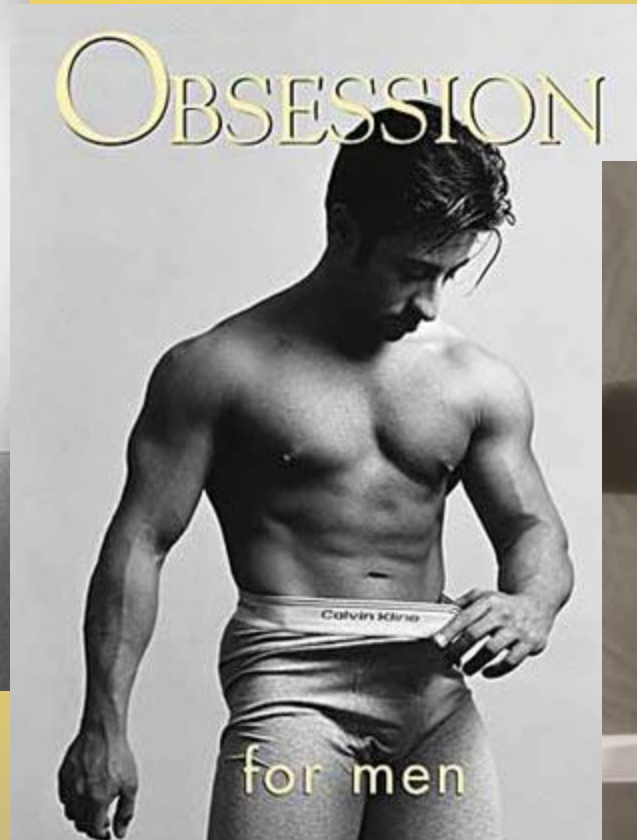


La guerrilla cultural (cultural jam)

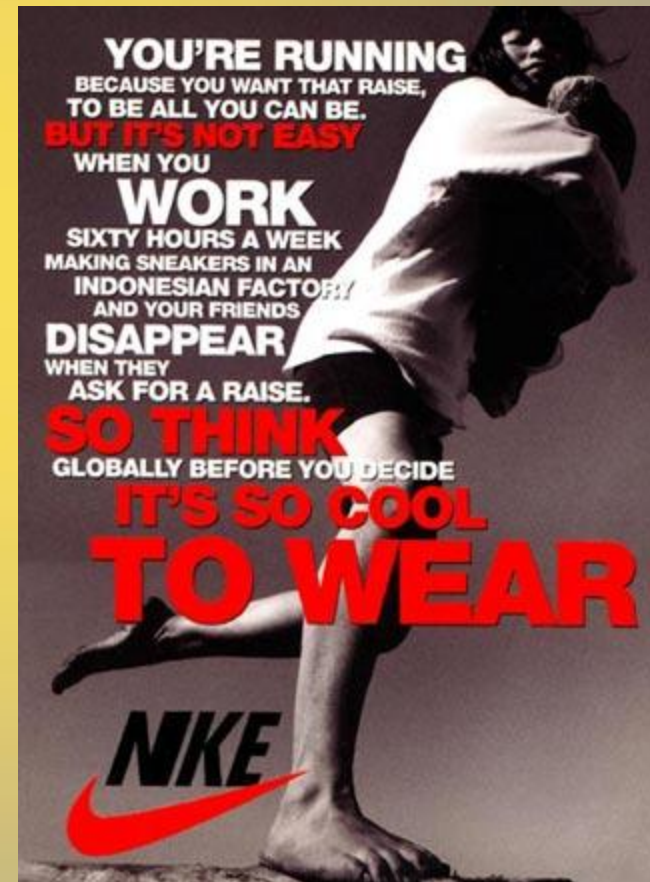
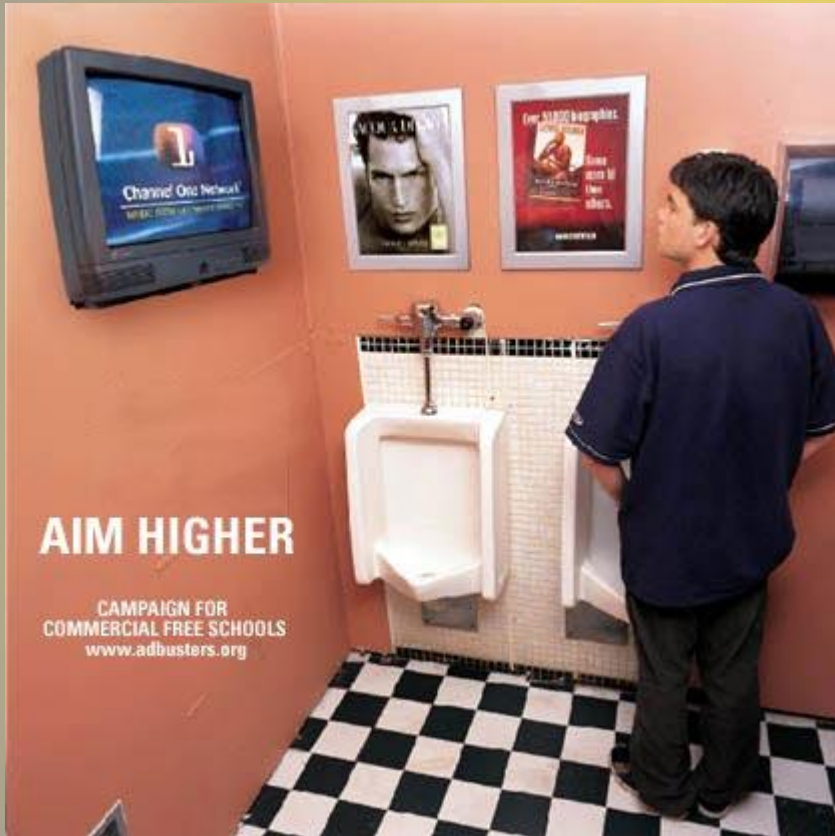
- The Yes Men:
- <http://www.youtube.com/watch?v=SIUQ2sUti8o> (Bhopal Hoax)
- <http://www.theyesmen.org/en/hijinks/vivoleum> (Exxon Hoax)
- http://www.youtube.com/watch?v=P_kqsuOxKFY&feature=related (Bush Climate Change petition)
- <http://www.youtube.com/watch?v=aMdQcv7DYKQ> (Slavery Hoax)

La guerrilla cultural (cultural jam)

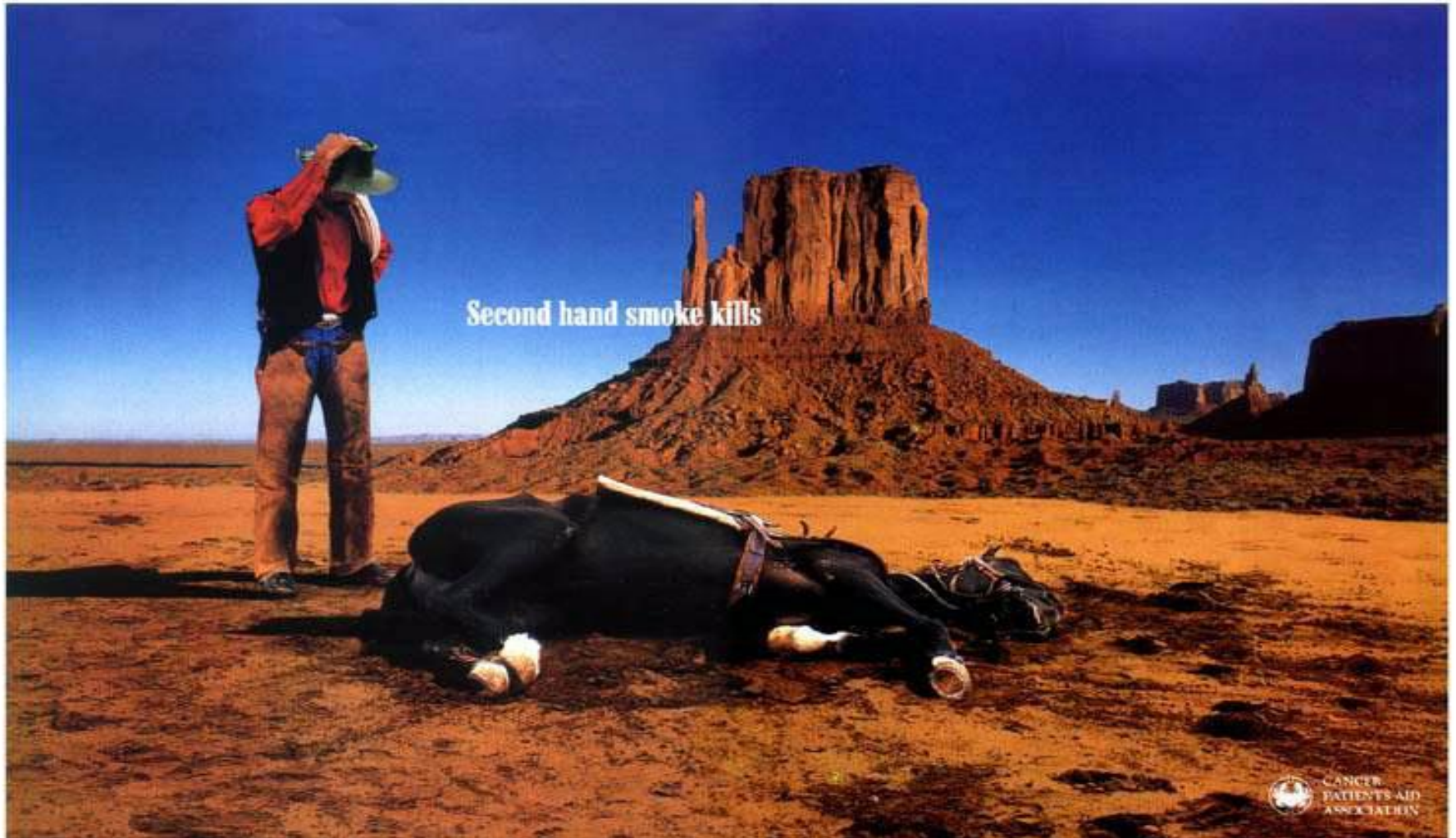
Adbuster



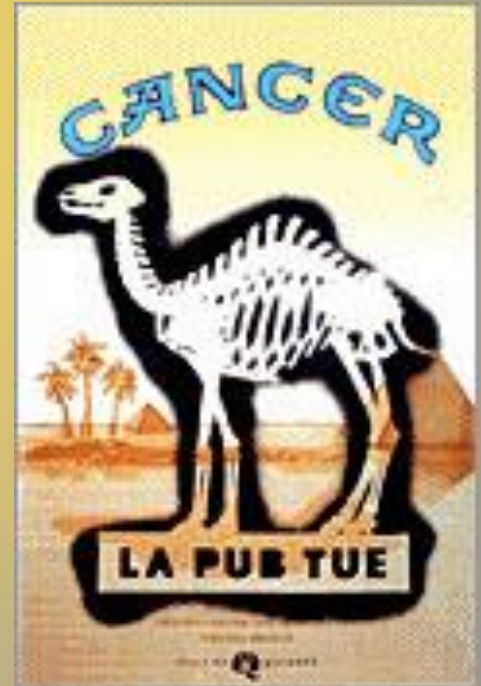
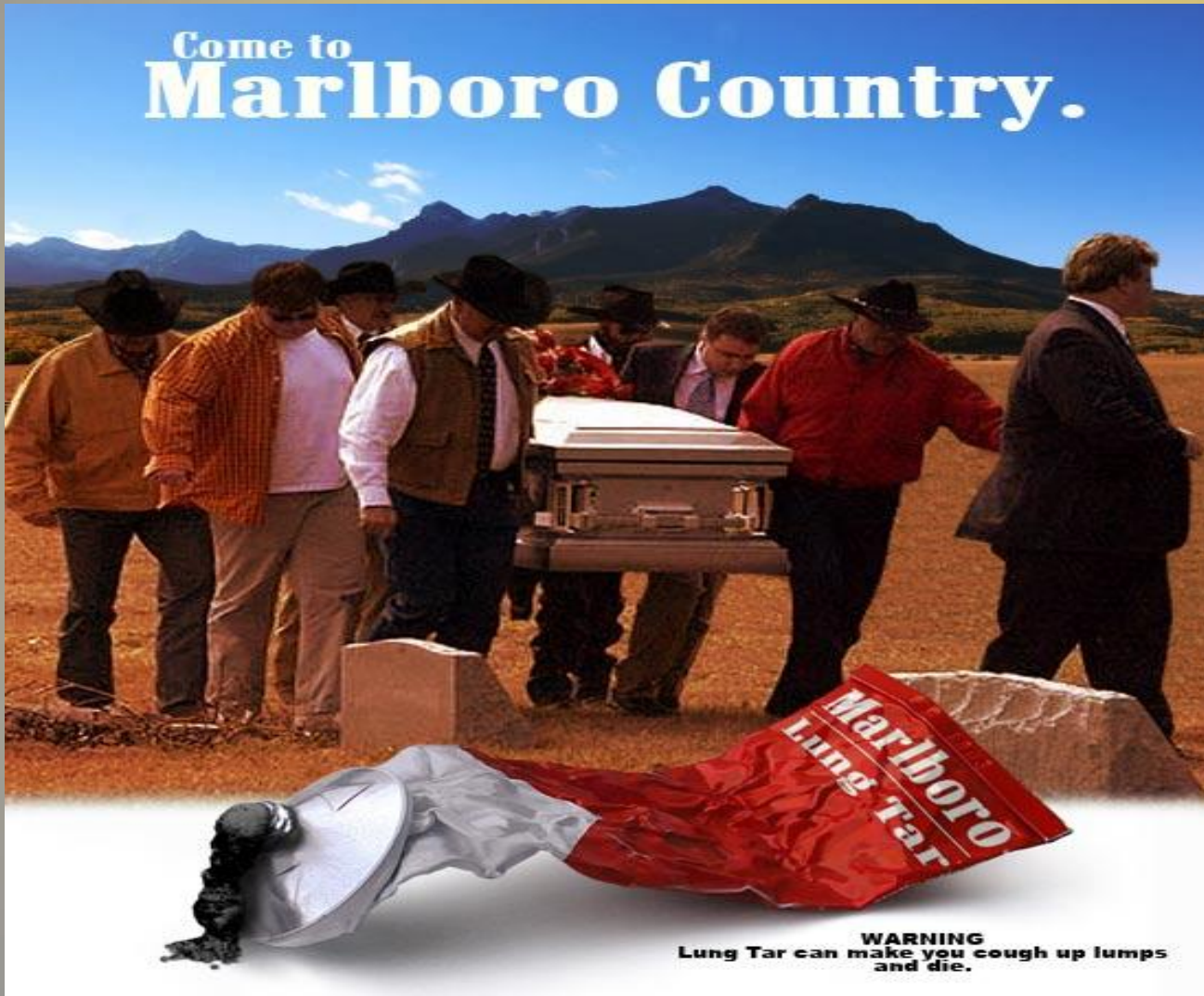
La guerrilla cultural (cultural jam)



La guerrilla cultural (cultural jam)



La guerrilla cultural (cultural jam)



The image features two cowboys on horseback, silhouetted against a vibrant sunset sky. They are positioned in the center, facing away from the viewer. The sky is a mix of orange, yellow, and red, with some clouds. In the foreground, there are wooden fences and gates, also silhouetted. The overall mood is nostalgic and somber.

I miss my lung, Bob.

California Department Of Health Services.
Funded By The Tobacco Tax Initiative.

© 1998 California Department of Health Services

A silhouette of a cowboy on a horse and a dog in a corral at sunset. The scene is backlit by a bright orange and yellow sky, creating a strong contrast with the dark figures. The cowboy is wearing a hat and is riding a horse. A dog is standing in the foreground, facing away from the camera. The corral is made of wooden posts and rails.

Second-hand smoke kills.

Second-hand smoke kills. Let's clear the air.
WORLD NO TOBACCO DAY ● 31 MAR

© 2004 American Lung Association. All rights reserved.

La lógica del valor de uso

- La austeridad voluntaria (voluntary simplicity)

<http://www.simpleliving.net/main/>

<http://www.greatriv.org/vs.htm>

