



DE L'ECONOMIA DEL TREBALL
AL CAPITALISME DEL CONSUM

Angel Castiblanco
i Josep M. Lozano



Professors del Departament de
Ciències Socials d'ESADE-URI

Consum i valors

L'Observatori dels Valors, creat per la Fundació Lluís Carulla i la càtedra de lideratges d'Esade, acaba de publicar el llibre *Consum i valors*, del qual és autora la doctora Laura Albareda. La importància del consum en la configuració dels valors de les societats contemporànies ha estat posada en relleu també recentment per pensadors com Gilles Lipovetsky (*La felicitat paradògica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*, 2007) i Zygmunt Bauman, que ha dedicat al tema els seus dos darrers llibres (*Vida de consumo*, 2007, i *Mundo consumo*, 2010). No és una casualitat.

SENSE CAP MENA DE DUBTE, EL CONSUM ocupa avui el lloc central de l'organització econòmica, política i cultural de la nostra societat. Fa temps que ha deixat de ser un mer instrument al servei de la nostra supervivència material o biològica per esdevenir un dels factors principals (tal vegada el que més) que determinen la construcció de les identitats personals, dels estils de vida, de les nostres formes de pensar i de sentir, de les relacions humanes i dels nostres valors.

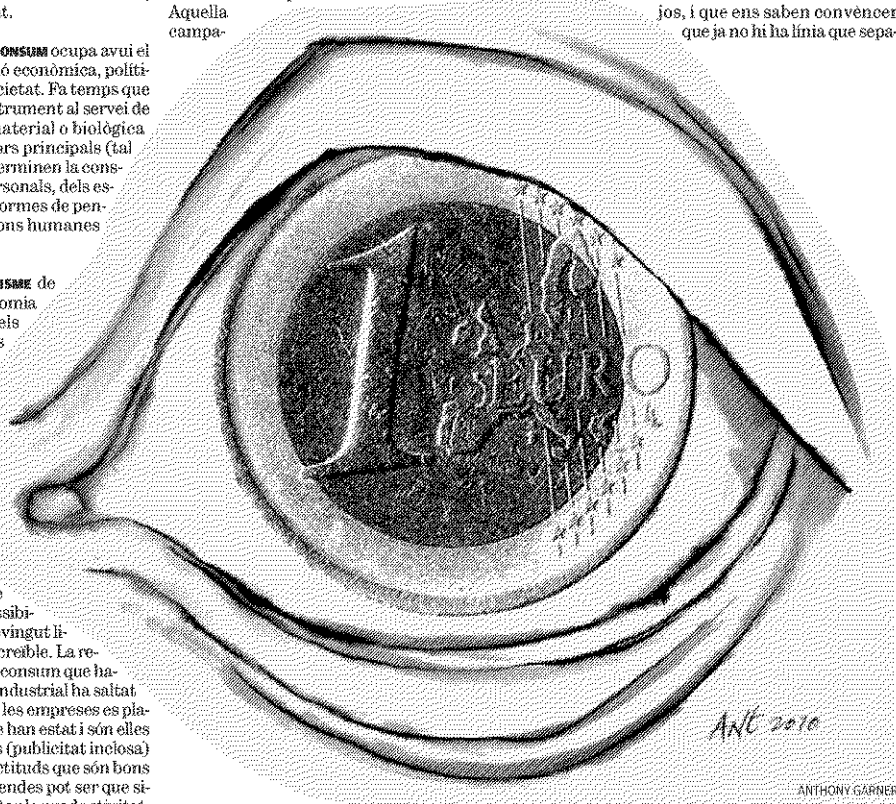
ENS AGRADI O NO, EL CAPITALISME de consum ha substituït l'economia de producció i de treball i els seus valors. Bons part dels joves que accedeixen al món laboral avui ja no identifiquen el treball com l'espai principal de realització personal i professional, sinó simplement com l'instrument que els facilitarà l'accés als diners i, amb aquests, al consum. Per a molts d'ells associar treball amb identitat personal i projecte de vida (ni que sigui com a possibilitat o com a somni) ha esdevingut literalment im-pensable i in-creïble. La relació (o prelació) treball-oci-consum que havíem heretat de la societat industrial ha saltat pels aires. Té poc sentit que les empreses es planyin per aquest canvi, ja que han estat i són elles les que per diversos mitjans (publicitat inclosa) l'han afavorit. Els valors i actituds que són bons per augmentar la xifra de vendes pot ser que siguin dolents per incrementar la productivitat. O com diu el nostre amic Carlos Obeso, "no hi ha porcs grossos que pesin poc".

I EL MATEIX PODRÍEM DIR DEL PLANY de les entitats financeres ara que veuen augmentar la morositat. Qui ha afavorit un model de consum basat en el crèdit i l'endeutament de les famílies no pot esperar ara tenir clients estalviadors i bons pagadors. Portem 30 anys educant la gent a ajornar els pagaments i a gaudir avui projectant els costos al futur (o, pitjor encara, fent-los creure que no hi ha costos). I ara, de cop, amb la crisi esperem que actuï a l'inrevés. La llibreta d'estalvis corresponia a la societat de productors, la targeta de crèdit correspon a la societat d'hiperconsum. Som en un altre món. La nostra, diu Bauman, és la vida del crèdit basada en el deute i sense estalvis, com una forma de conduir els afers dels humans, tant en les polítiques individuals com en les polítiques d'Estat. Un model de vida que ha estat oficialitzat per l'autoritat i que, com la dels Estats Units, és considerada la més madura i la més

reixida de totes les societats de consum. Francesc Pujols ha triomfat universalment: avui en el fons tothom creu que en el futur –no pas per ser catalans, sinó per ser consumidors– arribarà un dia que ho tindrem tot pagat.

EL LLIBRE DE LAURA ALBAREDA ENS PARLA d'aquest sobreendeutament de la societat catalana. Famílies endeutades, empreses endeutades, administracions endeutades. Tots ens gastem el que no tenim. Tothom està convençut que té dret a més, a molt més, i que ningú ni res ha de limitar les nostres possibilitats. Aquella campa-

nya d'una caixa d'estalvis (d'una caixa d'estalvis!) que deia "Ho veig, ho vull, ho tinc" pot ser molt criticable des del punt de vista moral i educatiu, sens dubte, però és una de les millors fotografies que s'han fet de l'esperit del nostre temps. Hem passat de la coacció, la consciència de límit i el treball fort del món industrial a la seducció i "lliure elecció" del món de l'hiperconsum. Els nous reis d'aquestes societats no-coercitives són aquells que han après a dominar els mecanismes d'estimulació i atracció i que saben suscitador, canalitzar o reforçar en nosaltres noves necessitats i desitjos, i que ens saben convèncer que ja no hi ha línia que sepa-



"Tots ens gastem el que no tenim. Tothom està convençut que té dret a més, a molt més, i que ningú ni res ha de limitar les nostres possibilitats"

ri el que és possible del que és impossible; hem passat del "no es pot deixar menjar al plat" al bufet lliure o a la barra lliure..., en el doble sentit que aquí pot tenir el mot barra.

EL SOCIÒLEG FRANCÈS ALAIN ENCREMBERG (*La fatiga d'étre soi*) detecta encertadament que la majoria dels nostres patiments actuals (els de les societats opulentes, és clar) tendeixen a desenvolupar-se a partir d'un excés de possibilitats, més que d'una profusió de prohibicions, o limitacions, com acostumava a ocórrer en el passat. Els nostres avis s'havien educat en els valors de la restricció. Els nostres fills ho estan fent en el valor de la compulsió i el desig il·limitat. La crisi, però, posarà a prova de manera profunda aquest paradigma. Tenim de nou l'oportunitat de reinventar i repensar les decisions de consum que volem. Ho podem començar a fer a Catalunya i des de Catalunya, per la part que ens toca, però també caldrà que es faci a escala europea i global. I ves que no ho haguem de fer per força i sobtadament.