

Reflexiones sobre el consumo: más allá de lo privado y más acá de la condena

Raúl González M.

Programa de Economía del Trabajo – PET / Universidad Academia de Humanismo Cristiano
gonzalez@pet.tie.cl

Este texto entrega conceptos y perspectivas para reflexionar sobre el consumo como actividad social e individual. Postula que, aun perteneciendo el consumo al ámbito de las decisiones privadas de las personas, no puede ser abstraído de las externalidades económicas y las relaciones sociales que comporta o expresa. Aun más, que una reflexión tal debe hacerse parte central del debate acerca del desarrollo, el bienestar y la pobreza.

Esta aproximación no es fácil. Se necesita incorporar muchos componentes a fin de escapar a la naturalización del consumo o a su demonización, o simplemente para evitar analizarlo en sólo alguna de sus dimensiones. Es por ello que este ensayo busca, sobre todo, complejizar una mirada que es conscientemente ambivalente, y que puede dar lugar a un análisis y juicio enriquecido de la realidad del consumo.

CONSUMO SATISFACTORIO Y DESARROLLO ECONÓMICO

Un sistema económico debe ser juzgado por su capacidad de asegurar la satisfacción de las necesidades de consumo de las personas, lo que equivale a asegurar un nivel de vida adecuado, entendido como el acceso en grado suficiente al conjunto de satisfactores requeridos. Éstos, a su vez, pueden entenderse como un requisito material de una determinada calidad de vida.¹

La noción de consumo que tiene sentido para esta reflexión es muy elástica y transgrede algunos rigores conceptuales. Cuando hablamos de la satisfacción de las necesidades de consumo de los individuos como medida del éxito de un modelo económico, no resulta útil ni necesario distinguir entre bienes y servicios. El consumo realizado o aspirado lo es de productos tangibles e intangibles, que el sistema productivo crea. Esa potencia productiva necesita constituirse o desarrollarse de manera tal que permita a los distintos grupos y personas hacerse parte de la posibilidad de consumo que genera. En ese sentido, no basta la sola existencia de una potencia productiva para estar seguros de que el acceso al consumo satisfactorio se expande a todos los integrantes de la sociedad. La inserción de cada persona en esa potencia productiva a través de su trabajo, así como los mecanismos institucionales que ofrece la sociedad para intervenir sobre la distribución de los bienes y servicios, son factores que influyen en la realización o negación de ese objetivo que es el acceso al consumo por parte de las personas, familias y grupos.

Afirmar tal horizonte para el sistema económico no implica desconocer que los umbrales de confort material a que aspiran las personas, y necesarios para darles satisfacción, pueden variar y estar desigualmente incorporados entre grupos sociales. En este sentido podemos entender la existencia de estilos de vida y de predomios culturales que demandan niveles distintos de confort material (bienes y servicios). Asimismo, éstos tampoco son fijos y van expresando cambios en las propias condiciones de vida en sociedad, y la emergencia de cambios en los patrones culturales.

La satisfacción de las necesidades de consumo de los individuos como medida del éxito de un modelo económico tampoco implica que sea necesario el aumento persistente o permanente de bienes y servicios para experimentar bienestar; más bien, hay evidencias de que ello no necesariamente ocurre así en los

¹ Los bienes y servicios, en algunos casos, pueden ser la base directa con que se resuelven las necesidades, como en el caso de la alimentación; o pueden ser un facilitador o un soporte material, como cuando un espacio agradable y bien equipado permite una reunión social que satisface necesidades de amistad u otra.

hechos.² En este sentido, la valorización del consumo comprende la necesidad de preguntarse por el carácter que presenta en un momento dado, en un análisis crítico de la expansión de las necesidades de consumo que se van generando. Esto quiere decir que una aproximación amplia al fenómeno del consumo debe preguntarse por el consumo real existente, y por la posibilidad de que pueda estar expresando males sociales o un excesivo “costo” de la vida en sociedad.

A fin de precisar la aproximación al consumo como medida del éxito de la actividad económica, es necesario diferenciar esta perspectiva respecto de otras miradas que valoran positivamente el aumento del consumo, pero por razones instrumentales. Por ejemplo, suele sostenerse que el aumento persistente del consumo es positivo para las economías y el desarrollo, pues quienes aspiran a él están dispuestos a trabajar de manera intensa y extensa para lograrlo. Con ello convierten el consumo, o la aspiración al consumo, en motor del crecimiento económico, entendido como un objetivo en sí. Efectivamente, en un análisis histórico podemos afirmar que todo el desarrollo económico —definido como la expansión de la capacidad productiva de la sociedad— de los últimos siglos ha tenido un soporte en el sostenido aumento del deseo de consumo.³ Sin embargo, valorar el aumento del consumo por el objetivo de crecer es invertir el orden lógico de los términos.

En una perspectiva más focalizada en una dinámica macroeconómica de corto plazo, también se suele establecer una aproximación benigna al consumo en cuanto brinda incentivos para la inversión e impide la sobreproducción y el desempleo. El consumo significa gasto, el gasto significa demanda, la demanda incentiva la inversión, y ésta aumenta el empleo, reproduciéndose de manera ampliada y equilibrada el sistema económico. Nuevamente tenemos aquí una perspectiva instrumental que es una inversión lógica de los términos.⁴

Desde otro ángulo, una valorización instrumental del consumo aparece en la discusión de la política social, en particular con relación al consumo básico. Un ejemplo ilustrativo es la provisión de bienes y servicios para una mejor condición de salud, entendida ya como “gasto social”, ya como “inversión social”. La noción de “gasto”, en este caso, expresa una autonomización del objetivo de crecer, al cual se le estarían restando recursos para canalizarlos al logro de una mejor salud, en claro olvido de que esto último es justamente un objetivo de carácter finalista al cual el crecimiento, si fuese necesario, debe servir. La noción de “inversión social”, por su parte, que se fundamentaría en que personas con buena salud son personas más productivas, también convierte el fin (la buena salud) en un medio para otro fin (crecer o producir) que debe, de acuerdo a nuestra perspectiva, ser considerado sólo un medio para lo primero.⁵

¿CUÁLES NECESIDADES DE CONSUMO?

Plantear que un indicador de la virtuosidad de un modelo económico es el grado de satisfacción que otorga a las necesidades de consumo, conduce naturalmente a la pregunta respecto de cuáles satisfactores debe asegurar el modelo económico para sus miembros, de manera de generar un nivel de vida confortable. Al respecto, son posibles dos tipos “puros” de respuesta.

Una primera es la *técnico-administrativa* o *política*, en que las necesidades y los satisfactores correspondientes son definidos por los planificadores y operadores de la política pública. Esto supone una

² En este sentido resultan interesante algunas investigaciones respecto de que “los individuos que valoran sus posesiones como lo central de sus vidas y que estiman que su felicidad depende de la posesión y adquisición, tienden a tener bajos niveles de satisfacción con sus vidas en general, y especialmente con su estándar de vida (Belk 1985). Según Krasse (1993; citado por Descouvières 1998), tenderían a tener un precario ajuste social y una también precaria salud mental. Observaciones como éstas, si bien no pueden establecer una relación directa entre riqueza e infelicidad, al menos nos advierten que la hipótesis inversa no es necesariamente cierta.

³ Esto no niega el rol que habría cumplido cierta austeridad de consumo en experiencias de crecimiento del norte europeo y, especialmente, en los crecimientos asiáticos del siglo veinte, pero que no desdican el paralelo aumento del consumo.

⁴ Ambas valorizaciones se mueven, sí, dentro de ciertos límites. En el primer caso, también se planteaba que un exceso de consumo era la otra cara de una baja tasa de ahorro y, por tanto, de una baja tasa de inversión, acumulación y crecimiento. En el segundo caso, más acotado temporalmente, ello se planteará dentro de los límites que impone la posibilidad de presiones inflacionarias o de un excesivo endeudamiento interno y/o externo, en cuya ocurrencia podrá hablarse también de un sobreconsumo con efectos desequilibrantes para la economía.

⁵ Esto no desconoce las implicancias productivas de la satisfacción de las necesidades básicas. El aseverar que estas necesidades básicas constituyen finalidades para el sistema económico no quiere decir que no sea importante su efecto en términos de la productividad de la economía, dado que su satisfacción acrecienta las capacidades productivas de las personas. Ello constituye una razón adicional, pero secundaria, para su constitución como foco del aparato productivo.

objetivación y jerarquización de las necesidades, definidas generalmente como necesidades básicas; lo que sería consumo básico, en nuestros términos. Significaría crear patrones objetivos de satisfacción a través del consumo de determinados bienes y servicios en determinada cantidad y calidad. Ello puede aparecer relativamente fácil y útil, en tanto se trata de verificar si un sistema está resolviendo dichas necesidades, o cuán grande es la brecha aún existente —y si está en una dinámica de superación— en cuanto a la producción de los satisfactores correspondientes.

El socialismo ha sido la expresión más nítida de esa perspectiva que, para evaluar la eficiencia de un modelo económico, utiliza como criterio su capacidad de producir para el tipo de consumo que las autoridades técnicas definen como necesario. Sin embargo, esto no es tan evidente o simple. Se ha demostrado que esas definiciones no siempre responden a las reales expectativas de las personas, así como a sus individualidades diferenciadas, adecuación que es justamente la que buscamos como criterio de evaluación de un modelo económico. Al respecto, existe una amplia literatura que pone de manifiesto las distancias que suelen darse entre los deseos de los consumidores y las decisiones de los planificadores (Nove 1975). En la definición de un consumo básico o satisfactorio, esto ha llevado a considerar también los patrones efectivos de consumo de las personas, y no meramente una definición normativa del consumo.

Para el enfoque neoliberal, frente a la pregunta por los satisfactores que debe asegurar el modelo económico, la respuesta es dada inmanentemente por el mercado. Fusionando necesidad y demanda de consumo con la preferencia declarada en el mercado, este mecanismo estaría reflejando transparentemente a las personas. A lo más, se trataría de ver si se observan presiones de precios y escasez en ciertos mercados que nos hablen de una incapacidad transitoria de responder por parte de éstos. Pero lo que el enfoque neoliberal desconoce es el conjunto de relaciones complejas que existen entre necesidades de consumo y preferencias declaradas en el mercado. En primer lugar, porque puede darse la posibilidad de que haya necesidades que no se expresan en el mercado por falta de poder adquisitivo, caso en el cual estaríamos frente a un “subconsumo” parcial —cuantitativo o cualitativo— que se realiza por condicionamiento de ingreso; es decir, el mercado no sólo refleja las preferencias declaradas, sino también oculta las demandas y preferencias no reveladas. En segundo lugar, en las preferencias reveladas en el mercado están interviniendo factores que impiden aceptar que allí esté operando una especie de “soberanía del consumidor”. Es obvio que los consumidores toman decisiones en contextos fuertemente influidos por manejos publicitarios de creciente sofisticación. Esto constituye, justamente, una de las críticas al capitalismo neoliberal en cuanto a su favorecimiento radical del mercado como regulador de la producción.

La complejidad de la respuesta a cuáles son las necesidades de consumo que deben ser satisfechas por el sistema económico es alta, y respalda la necesidad —analítica y normativa a la vez— de proponer y desarrollar un marco de aproximación adecuado. Este marco de aproximación distingue tipos de consumo que tienen cualidades diferentes y que permiten enriquecer la evaluación colectiva de la realidad que es objeto de análisis.

Un primer tipo es el *consumo básico*, referido a aquello cuya falta parcial produce una condición material extremadamente precaria, ya sea por razones absolutas asociadas a determinantes biológicas de las personas, o por razones relativas a ciertas condiciones que reclama la vida en la sociedad actual. Ello nos conducirá a la pregunta por cuáles son necesidades o satisfactores básicos.

Un segundo tipo de consumo es el *asociado a una idea de bienestar humano más pleno*. Esto hace referencia a necesidades diferentes de las básicas, las cuales se demuestran esenciales para una concepción de desarrollo que recoge nuevas situaciones de la sociedad y de las personas, y cuyos satisfactores se van haciendo y experimentando como indispensables para un nivel de vida satisfactorio. Este nivel de consumo permite distanciarse de una perspectiva limitada del desarrollo que lo asocia y restringe al acceso al consumo básico antes señalado, y que en ocasiones se cuela en la condena radical al consumo, entendido de manera totalizante como consumismo.

Por último hablaremos de *sobreconsumo*, referido a un conjunto de bienes y servicios demandados y producidos por el sistema económico que merecen una aproximación crítica, en el sentido de que expresan fenómenos económicos y sociales que se abren a la crítica. Esto inaugura una aproximación a dimensiones y componentes del consumo real distinta de aquella relativa a las brechas que eventualmente

existen en la sociedad respecto del consumo y bienestar básicos, y que nos hablan de la crítica a un consumo efectivamente realizado.⁶

HACIA UN CONSUMO SATISFACTORIO (MÁS ALLÁ DE LO BÁSICO)

La cuestión de las necesidades y satisfactores parece haber ido desbordando la discusión de las necesidades básicas y sus correspondientes satisfactores, aunque sin extinguir su pertinencia. De manera más o menos generalizada, la sociedad se ha conectado con un tipo de productos más amplios. Parece ineludible hablar de satisfactores de y para el desarrollo de la vida personal y social que rebasan lo “básico” y que nos acercan a una noción de “consumo satisfactorio”. En este sentido, la anchura de los satisfactores necesarios se ha ampliado en función de estándares superiores de bienestar. Así, hoy se considera necesario para un real bienestar una proporción importante de bienes de posesión, uso o consumo individual, sin que ello signifique eliminar la necesidad y el aumento de los bienes públicos a los cuales ha estado más asociada la noción de consumo básico.

La consideración de este consumo tiene distintos fundamentos, que resultan relevantes en términos de cómo concebimos el desarrollo económico y social. En primer lugar, está el propósito de combatir una visión estrecha y mezquina del desarrollo. Al partir de la constatación de que una alta proporción de la población no alcanza a satisfacer sus necesidades más básicas, un proyecto de desarrollo de niveles muy poco elevados puede llevar a definir como consumismo todo aquello que se eleva sobre un nivel básico de consumo; o puede bajar el umbral de pobreza a niveles moral y económicamente injustificados, si lo comparamos con la riqueza que crea la sociedad.

Lo anterior significa criticar, asimismo, un punto de vista “antimaterialista”, que define el desarrollo de manera lo más ajena posible a los objetos materiales, y le concede una atención mínima a la satisfacción modesta de las necesidades de comida, vestuario, salud u otras. En general, esta perspectiva no percibe que algunos bienes y servicios juegan un papel positivo en nuestra vida, no sólo para reproducirla, sino para gozarla: comidas sabrosas, ropas que puedan recoger gustos, viviendas agradables y con suficiente espacio, el placer de conocer experimentado en viajes recreativos. Estos bienes y servicios, que van más allá de aquellos que permiten la sobrevivencia, deben ser reconocidos como importantes en la satisfacción de nuestras necesidades. Por tanto, debe juzgarse un sistema económico por el acceso generalizado que ofrece a ellos; un acceso no segmentado para algunos grupos sociales y que tiende a consolidar un desarrollo para los pobres y otro para los ricos.

Esta amplia franja de bienes y servicios muestra un conjunto de fuentes de origen que son distinguibles entre sí y que permiten clarificar y enriquecer el concepto de consumo satisfactorio, entendido como una base del bienestar. Distinguiremos cuatro fuentes que parecen explicar, promover y hacer deseable este tipo de consumo de bienes y servicios y a los que el modelo económico debiese responder: i) el aumento de la complejidad de la sociedad y de los intercambios sociales; ii) la posibilidad de mejor satisfacción de necesidades más alejadas de la sobrevivencia; iii) la valorización de las preferencias y de la variedad de bienes y servicios satisfactores; y iv) la cualificación de la satisfacción del consumo básico.

En primer lugar, se va imponiendo a las personas el acceso a ciertos bienes y servicios adecuados a lo que pudiésemos llamar una natural *complejización y cambio societal*. La sociedad moderna genera procesos permanentes de división del trabajo, de nuevos intercambios sociales, de dinamismos y modificaciones espaciales. Tales procesos aparecen como parte de las oportunidades de mejoramiento social y, a la vez, son la base de demandas de consumo de bienes y servicios que se presentan como funcionales al aprovechamiento de esa potencialidad de mejoramiento. Hay, así, un permanente engrosamiento y cambio de bienes y servicios necesarios, adosados o funcionales a un genuino mejoramiento de las condiciones de vida.⁷ Esta complejidad social va imponiendo nuevas necesidades de consumo que se van

⁶ Por razones de extensión, las referencias y el debate sobre el “consumo básico”, se dejarán de lado en este artículo. Se le entiende como un componente del consumo individual y social que constituye un objetivo clave por satisfacer y lleva a un debate de satisfactores y umbrales componentes. Un desarrollo conceptual de este tipo de consumo está en una versión más extensa de todas estas ideas: Raúl González, “Reflexiones sobre el consumo: Más allá de lo privado y más acá de la condena”, *Revista Economía y Trabajo* 11 (Santiago: PET, 2002).

⁷ Como señala A. Sen, para un conjunto de necesidades es necesario un paquete de bienes y servicios mayores en una sociedad más rica que en otra más pobre. Es decir, una parte de la riqueza que se produce debe usarse para permitir que siga manteniéndose

constituyendo en parte de lo necesario, aunque en un nivel distinto al del consumo básico. No estamos frente a un consumismo, sino frente a la necesidad instrumental de bienes y servicios que permiten enfrentar circunstancias propias de la evolución social.

El mundo de la ciudad, por ejemplo, impone nuevas necesidades de consumo, asociadas a la vida urbana. Es el caso de la accesibilidad física o comunicacional hacia entornos geográficos mayores que el de la residencia propia u otros puntos en que se esté, generada por la necesidad o deseo de visitar lugares, personas, oportunidades laborales o de compra. Señalado lo anterior, resulta positivo que la población cuente con más canales de información, lo que se concretará en la posesión o acceso a un conjunto de bienes y servicios, transformados en satisfactores necesarios para una existencia confortable o con posibilidad de mejoramiento. Otro ejemplo es el que se ha generado con el incremento de las mujeres que realizan trabajos extradomésticos, lo que implica, entre otras cosas, la necesidad de mejorar el desarrollo de las actividades domésticas y facilitar su ejecución. Por ello, es natural que, acompañando al desarrollo económico, vaya en aumento la demanda de equipamiento doméstico, tanto en número como en variedad. Su consumo se presenta como un alivio y mejoramiento potencial de la vida doméstica y, con ello, como un requisito material de la potencialidad de desarrollo que está inscrita en el trabajo extradoméstico.

En segundo lugar, debemos considerar positivamente aquella demanda de consumo asociada a *necesidades que provienen de aumentos o cambios de expectativas asociadas a una “mejor vida”*, a una existencia más satisfactoria, y que están presentes en la búsqueda de acceso a bienes y servicios absolutamente postergados en la medida en que otros consumos básicos no eran resueltos.

Un ejemplo está en la necesidad de aumento de espacios y experiencias recreativas, del “turismo”. La recreación, o la posibilidad de recrearse, están ligadas a una cierta producción de bienes y servicios que permiten, en parte, que ella se realice. La recreación es un estado psicológico, pero que está asociado a ciertas condiciones que no son independientes del abastecimiento proveniente del sistema productivo. En la misma línea se encuentra el deseo de “consumir” —en el sentido de disfrutar— más producción de arte, mejores condiciones físicas y estéticas de los lugares de trabajo, desarrollo de la higiene en los ambientes, o una serie de aspiraciones vinculadas a los efectos de la mayor escolaridad promedio. Lo mismo puede decirse del acceso a sistemas de calefacción o refrigeración domésticos, que tiende a elevarse en la medida en que hay ingresos, y que debe ser clasificado como un consumo necesario para el bienestar. Todo ello implica condiciones materiales que permitan satisfacer esas demandas o que viabilicen su satisfacción. Significa la producción de bienes y servicios que actúan como soporte material o como satisfactor directo de esas necesidades: soportes materiales que permiten la obra de arte, acceso a libros que surgen de la experiencia educacional, ampliación de espacios que permiten trabajar mejor.

En tercer lugar, también debemos entender como positivo que, a través del consumo, un sistema económico *apoye la posibilidad y satisfaga la expresión de las preferencias*, de las singularidades grupales y personales, de estilos de vida, lo que puede ser asociado con el proceso de individuación característico de la modernidad, y la tolerancia a la diversidad.

Los planos en que tanto preferencias como singularidades suelen expresarse en el consumo son varios. Uno es el de la dimensión estética que refiere a formas o colores y que recoge lo que se ha denominado una estetización de la vida cotidiana. Es aceptable que una diversificación de objetos recoja dimensiones estéticas asociadas a cada persona o grupos de personas. Desde otra perspectiva, el consumo de ciertos objetos o servicios puede sustentarse en la construcción de una identidad personal y de ciertas referencias grupales. Ello suele expresarse incluso entre quienes asumen o tienen una visión crítica del sistema vigente y de las pautas dominantes de consumo. Es decir, algunos consumos singulares se hacen también portadores de una posición crítica o alternativa al estado de cosas vigente.

Sin duda, en la expresión de estas diferencias individuales y grupales están involucrados diversos factores, que también incluyen aspectos del consumo que pueden ahondar la segmentación social, llevar a pseudo-enfrentar crisis identitarias, o expresar una seducción manipulada. Sin embargo, esto no puede velar el que también en las características preferidas de los bienes se expresen gustos, estéticas y formas de ser y mensajes positivos, aun cuando en ello también se dé el interés de los productores en diferenciarse y presentarse como oferentes de objetos únicos.

la satisfacción de ciertas necesidades que se hacen “más caras”, producto del propio aumento de riqueza. Habría, sí, que agregar que cuando eso toma una proporción muy significativa, el aumento de riqueza se desgaja del aumento de bienestar.

Por último, una cuarta expansión razonable de la demanda de bienes y servicios que están más allá de los básicos es lo que llamaremos *cualificación de lo básico*. Entendemos ‘cualificación’ en el sentido de mejoramiento de los bienes y servicios básicos: la escuela, el policlínico, la alimentación. Estas últimas ya no se cualifican sólo en términos de la cantidad o la cobertura, sino de su calidad, reflejada en múltiples aspectos. Esto significa, por un lado, integrar a la noción de consumo satisfactorio el hecho de que no sólo se trata de satisfacer el consumo en lo cuantitativo, sino también según la calidad de los bienes y servicios correspondientes. Y, por lo tanto, evitar que frente a poblaciones profundamente carenciadas en la satisfacción de esos consumos básicos se apliquen estándares demasiado bajos de satisfacción, no correspondientes con la potencia productiva alcanzada por la sociedad. Es necesario también tener en cuenta que, por condiciones de fuerte exclusión y de la consiguiente baja autovaloración, las personas pueden reducir al mínimo las expectativas de mejoramiento, lo que se expresa en necesidades o satisfactores precariamente constituidos desde una subjetividad autolimitada.

El ejemplo de la vivienda es clarificador. Muchas casas que “basta” para vivir son, sin embargo, precarias para las necesidades que allí están buscando satisfacerse. La vivienda “vivable” y “deseable” debe permitir satisfacer no sólo las condiciones básicas de abrigo y no hacinamiento, sino de las goce, como espacio que se abre a posibilidades de intimidad, colectividad y resguardo de situaciones naturales, climáticas. Debe asegurar no sólo un guarecerse, sino un “estar” agradable. Ello se juega en el tamaño de la vivienda, en su ubicación, en la materialidad de sus muros o techos, en su funcionalidad, en su estética, y otros aspectos. Ese mayor confort va implicando bienes y servicios que deben ser considerados razonables, como la aislación de muros, ventanales con doble vidrio en ciertos casos, o la posibilidad de renovar la pintura cada cierto tiempo. Igualmente, la alimentación puede entenderse como un campo del placer y no sólo de la reproducción física, lo que hace deseable que las familias puedan, en ocasiones, cocinar alimentos más deseados, especiales, o salir a restaurantes.

LA EXCESIVA EXPANSIÓN DE LAS NECESIDADES Y SATISFACTORES DE CONSUMO

En el nivel del consumo excesivo, y en contraste con los consumos anteriores —básicos y deseables, donde la eventual escasez de bienes y servicios y, por tanto, la potenciación del aparato productivo eran centrales—, adquieren importancia las nociones de consumismo o sobreconsumo. Ellas se refieren a una expansión desproporcionadamente alta de las necesidades de consumo, respecto de la cual se plantea una duda acerca de su condición de generadora de mejores condiciones de vida individual y social. Asimismo, se la critica en cuanto base de una acción humana destructora de la naturaleza. Nos introduce, por lo tanto, a otra cara del consumo que nos dice que no siempre éste representa situaciones benignas ni es interpretable como una buena respuesta del sistema económico a las necesidades.

Desde esa aproximación crítica a ciertas magnitudes de consumo —que no quiere ser inquisitorial o estigmatizadora— se desprende la necesidad de entender mejor cómo se impone el consumismo, o la ampliación constante del deseo y acto de poseer más bienes y servicios. Esta aproximación puede ser comprendida como una crítica a un punto de vista “materialista” en que todo aumento en la disponibilidad de bienes y servicios aparece como un cambio positivo directo del bienestar, y que identifica a éste con el hecho de comprar, poseer y ostentar mercancías.

La aproximación crítica o polémica a este tipo y cantidad de consumo es distinta a aquella que establece la existencia de sobreconsumo o consumismo, proveniente de la preocupación por una acumulación que eventualmente disminuye las tasas de inversión y crecimiento. Nuestra crítica al sobreconsumo introduce, más bien, una posible crítica a la acumulación misma, expresado en la ampliación constante de bienes y servicios de consumo. Por tanto, supone que parte del consumo agregado no es calificable directamente como consumo básico o consumo generador de bienestar, lo que pone en cuestión magnitudes y características de la expansión del aparato productivo. Nuestra crítica al sobreconsumo tampoco se refiere, centralmente, a que alguien gaste significativamente más de lo que le permiten sus ingresos; es decir, que llegue a una situación de sobreendeudamiento que lo llevará a pagar altos costos posteriores. Esto es más bien un efecto, aunque también un posibilitador del fenómeno del sobreconsumo.

Entre las expresiones del sobreconsumo que fundamentan la señalada aproximación crítica distinguimos: i) el rol compensador de carencias que tiene el aumento del consumo y la sobresignificación de la posesión de bienes y servicios; ii) el materialismo y el deseo inmoderado de posesiones; iii) la necesidad de bienes y servicios para hacer frente a los males que crea el propio desarrollo económico; iv) la insuficiente o no

consideración de los efectos ambientales o externalidades negativas del consumo; v) la excesiva interferencia y manipulación del consumo desde los reproductores del capital. La combinación de estos elementos terminará expresándose en un consumo socialmente exagerado y que se abre a la necesidad de escrutinio moral, de autorrevisión cultural y de política democrática.

Una de las fuentes donde se fundan miradas críticas con relación al nivel de consumo socialmente demandado es la observación de que una parte de éste se realiza para distinguirse o asimilarse en relación con determinados segmentos sociales. Este tipo de consumo produce *un (sobre)consumo de signos estatutarios encarnados en bienes y servicios*, en que los objetos de consumo tienen más valor de signos que de uso, en tanto son exponentes de un determinado lugar en la estratificación social.⁸ En palabras de Moulian (1999), el consumo mismo se establece como “simbolización del estatus”.

En esta línea, lo que está en la base del consumismo es una situación en que el consumo estatutario adquiere un peso demasiado gravitante y exagera la reproducción ampliada del consumo.⁹ Con este tipo de sobreconsumo se establece un juego complementario y antagónico entre integración y diferenciación social, significadas con ciertos bienes y servicios. Esto es, la economía produce una cantidad de bienes en función de la diferenciación social, que luego se transforman en los objetos de referencia para la integración social. Primero produce la distinción y luego la aspiración a la igualación.¹⁰ Si las condiciones materiales y la sensibilidad de la exclusión son crecientes y permanentes y se expresan a través de la posesión o no posesión de determinados bienes y servicios, esto actuará como impulso a una demanda incesante de objetos de diferenciación e integración. La no posesión de ciertos bienes y servicios será claramente representada como pobreza, exclusión o descenso estatutario. Esto se observa, por ejemplo, entre los adolescentes, los que al poseer ciertos objetos —como música, bicicletas o cierto tipo de ropa—, se sienten integrados en un grupo. Es una pobreza en aumento, en términos de la relación entre imaginarios y concreciones, que establece la base de una crisis de observancia de las reglas sociales.

La estratificación por el consumo se hace mayor en la medida en que menos resistencia haya desde una cultura de la no ostentación. “El exhibicionismo requiere una desculpabilización del lujo y de la abundancia” (Moulian 1999) que suelta al consumo, lo desenfrena. Ése ha sido uno de los grandes impactos de la cultura (neo)liberal en el Chile de las últimas décadas. Ha significado el debilitamiento de ideologías de la solidaridad, de un cierto igualitarismo, de mayor conciencia y culpa por la pobreza ligados al peso de ideologías y morales provenientes tanto del catolicismo como del socialismo.

Ahora bien, desde una perspectiva más psicológica, una relación exacerbada con el consumo puede expresar vacíos identitarios de los individuos. En este caso, tras el consumo habría, en parte, el objetivo de lograr cierto reconocimiento y de afirmar el “yo”, contrarrestando, a su vez, debilidades identitarias que no encuentran resolución en otras esferas de la individualidad. El consumo parece expresar en parte una *actividad compensatoria*, que puede exacerbarse para dar respuesta a ciertas necesidades amenazadas o no satisfechas por otras vías en el actual orden económico social. Se experimenta un proceso en el cual las personas se encuentran sin sentidos profundos en sus vidas y deslizan sus inquietudes o carencias a objetos que producen identificaciones y pertenencias. Este fenómeno toma la forma de “una constitución de la identidad por la apariencia [en que] los objetos aparecen como constituyentes del yo” (Moulian 1999). Así, la posesión de un automóvil, determinadas vacaciones, pueden estar asociadas a ser percibido de

⁸ Desde la teoría económica, la teoría del consumo conspicuo de Veblen —según la cual un consumidor de ingresos altos aumenta el consumo de un bien que aumenta su precio para afirmar su estrato económico— es una de las variantes que puede tener la determinación del consumo desde una lógica de ubicarse en una escala de estratificación. También la idea de no perder el puesto alto en la estratificación económica había sido planteada por H. Leibenstein en el llamado efecto “snob”, en que el consumidor elige aquellos bienes que son caros, no muy alcanzables, pues le permiten mantener la característica de un consumidor exclusivo. La determinación del consumo por una búsqueda de asimilación o de pertenencia es lo que H. Leibenstein había planteado con la idea del efecto “band-wagon” para dar cuenta de la conducta de comprar aquello que todos están comprando.

⁹ El consumo en función del signo y del estatus necesita no sólo la aceptación del otro, sino más esencialmente el que el otro se percate. En la medida en que se consuma en función de ciertos signos que se busca sean leídos por otros, se depende de esta lectura. En este sentido, una sociedad que no significase tanto el consumo de ciertos bienes y servicios frustraría a quien deja caer signos de sus posesiones para ser reconocido estatutariamente. Sin embargo, a la vez, el proceso va produciendo su propio lenguaje y, en tanto proceso social, condiciona que todos se entiendan y vivan dentro de la cultura y lenguaje de la representación estatutaria.

¹⁰ La relación entre consumo y estratificación no es algo completamente nuevo, ni menos adjudicable al Chile actual. Godelier, en referencia a las culturas antiguas y modernas, distingue entre los bienes de subsistencia y aquellos que son para el prestigio social, y que varían entre cultura y cultura. Es decir, esta relación tiene una universalidad mayor aún que la sola modernidad. Sin embargo, en las sociedades tradicionales el consumo está mucho más ligado a la satisfacción de necesidades fundamentales de comer, vestir y habitar, y los productos no están primeramente orientados a alcanzar un determinado estatus.

determinada forma por los demás, de manera de satisfacer esa necesidad psicológica de identidad y autoestima.¹¹ Pero para ser explicado, este fenómeno obliga a volver a las condiciones sociales que hacen que ciertas características se vivan como debilidades profundas.

Esta crítica contiene implícitamente la afirmación de que ese vacío identitario desplazado hacia el consumo debiera ser resuelto en otras esferas del yo, y que ese desplazamiento significa un desmedro en la satisfacción personal, el cual deriva en grados de frustración y resulta en una respuesta efímera, que continuamente deberá ser renovada por un nuevo consumo.¹² En este plano, la lógica de la crítica al consumo compensador conduce a plantear la revalorización de otras necesidades y deseos desplazados o excesivamente basados en el consumo para su satisfacción (Moulian 1999).

En la sociedad chilena, pareciera que han aumentado la inseguridad y los conflictos de identidad y, con ello, ha crecido la necesidad de compensación resuelta por la vía de la cantidad y el tipo de consumo. En este contexto, el marketing puede pasar a tener un rol peligrosamente clave en brindar un significado a la vida a través del consumo. Y ello nos lleva a plantear un tercer tipo de expansión consumista, esto es, el que emana de un proyecto individual/familiar de *ensanchamiento material y de confort incesante*. Es decir, el consumo “se instala como sentido de vida”, como motivación central de un proyecto existencial, lo que, a su vez, podría ser valorado como un empobrecimiento de la idea y de la experiencia de felicidad (Moulian 1999). No sólo la austeridad deja de presentarse como un valor y una orientación conductual, sino que se libera al máximo el impulso de poseer, consumir y desechar, de manera extensa e intensa. El alto nivel de consumo se constituye como meta principal del actuar. Justamente, podríamos definir el “materialismo” en términos de la intensidad que se le da a las posesiones materiales como objetivo vital. Tomando ello como base es que se debe interpretar y entender la afirmación de que en Chile se da un fuerte avance del materialismo.

Este materialismo debería ser visto no sólo en la posesión de una variedad excesiva de determinados productos o su rápido reemplazo. Se puede expresar también en un sobreconsumo derrochador en, por ejemplo, los alimentos. Pero también puede darse en un uso o consumo *exagerado* de bienes cuyo valor primario ha sido el alivianar y mejorar la calidad de vida, y que hemos entendido como asociados a un consumo básico o de desarrollo humano. Puede haber, por ejemplo, un uso excesivo de luces y, por tanto, de energía. Es verdad que la luz es necesaria y mejora las condiciones de vida, pero su consumo desmedido asocia el progreso a iluminar lugares de manera insaciable y permanente.

Otro componente del sobreconsumo es aquel en que el consumo de bienes y servicios se va acrecentando a fin de enfrentar una serie de efectos —o externalidades— de la dinámica socioeconómica, a los cuales podemos valorar, razonablemente, de negativos. Por ejemplo, puede aumentar el número de atenciones médicas como consecuencia del incremento de malestares que va produciendo el estilo de desarrollo vigente. Si las presiones por mayores ingresos llevan a un embrutecimiento de la vida laboral, disminución de contactos personales profundos, y todo ello significa aumento de estrés, angustias, depresiones, habrá más necesidad de bienes y servicios asociados a dichos fenómenos: atenciones psicológicas, establecimientos de salud, fármacos, formación de profesionales, y otros. Todo ello expande el consumo de bienes y servicios, pero no está expandiendo el bienestar neto de las personas si consideramos el momento previo al cual surge la angustia, el estrés o la depresión. Es en este sentido que podemos hablar de un consumo *viciado*, en tanto no se trata de una adición neta al bienestar, sino un consumo que se da en función de enfrentar o amortiguar los efectos negativos que sobre la calidad de vida individual tiene el modelo socioeconómico.

Otro ejemplo es el aumento de la inseguridad social y la pérdida de confianza en las relaciones interpersonales. Ello significará una acentuación del consumo de bienes y servicios que disminuyan las posibilidades de ser víctima de despojo o de engaño, o de disminuir sus efectos negativos en caso de serlo. Se expresará en más alarmas, candados, seguros, servicios de guardias, armas, etc., cuya posesión

¹¹ Sin embargo, no debe verse toda la relación entre consumo e identidad simplemente como compensación y, por tanto, el que una posesión o un consumo se transforme en parte del yo no debe entenderse solamente asociado a una situación de consumismo o materialismo. Descouvières (1998:187) señaló que el proceso de estructurar una identidad y una autoestima progresa desde la infancia a través de una expansión continua del conjunto de cosas percibidas como propias, y que las posesiones pueden ser consideradas instrumentales al mantenimiento del yo, al facilitar las etapas de transición en la vida.

¹² “De allí que el consumista sea un permanente insatisfecho y el consumo se torne sinónimo de desvalorización de ideologías, mitos, ídolos, modas y, por supuesto, objetos” (Braunstein 1990:33).

o existencia constituirá un mal menor respecto de vivir en total desconfianza o inseguridad, pero en ningún caso un aumento del bienestar con relación a una situación previa de mayor confianza y seguridad.

En su expresión mayor, puede haber también consumos objetivamente no saludables para las personas. Esto debería tomarse como un signo de consumo *perverso*, en el sentido de que hace daño; es el caso, por ejemplo, del exceso de alcohol y el consumo de drogas. Por un lado, resuelven necesidades que no encuentran otra forma no dañina de resolverse; y, por otro, expresan un aumento de bienes y servicios sociales que aparentemente significarían un aumento del bienestar.

También puede darse un consumo *exagerado*, si se introduce la relación intertemporal e intergeneracional en el aumento del consumo presente. En este sentido, la noción de consumo exagerado o sobreconsumo alude a eventuales patrones de consumo insostenibles a causa de un deterioro ambiental que pone en riesgo a las generaciones futuras y en parte a las presentes, lo que genera por oposición la noción de consumo *sustentable*. Si los procesos de “acumulación dura” (alta tasa de crecimiento basado en un pobre consumo por trabajador) habían sido criticados desde los derechos de la generación presente, que era sacrificada en función del objetivo de crecer, el consumismo lo es desde el derecho de las generaciones futuras.

En particular por el daño al medio ambiente, se ha ido legitimando una aproximación ética al consumo. Desde esta perspectiva, puede hablarse de un consumo agresivo contra bienes o recursos que pueden agotarse, o que pueden generar daños a las personas. Este fenómeno puede asociarse en parte a una relación no consciente o irresponsable con el gasto que significan los productos. Dentro de la tipología del consumo excesivo habría, entonces, consumos necesarios pero que pueden transformarse en exagerados en su cantidad, que se sustentan en una relación puramente explotadora de la naturaleza, entendida como proveedora sin límites de materias. Así se abre un campo de preocupación y estudios sobre consumo y consumidores a partir de problemas concretos de sustentabilidad de las economías; por ejemplo, la relación con el uso y conservación de la energía en los hogares, partiendo de que un consumo como el energético, si bien resulta razonable en términos de la calidad de vida, puede plantear un problema si hay usos desmedidos que no consideran la sobreexplotación y agotamiento de los recursos naturales.

Por último, una parte del consumo exagerado puede correlacionarse con los mecanismos utilizados por quienes organizan la producción; en particular, por aquellos que necesitan crecientes mercados para sus productos, a fin de aumentar sus ganancias o, simplemente, poder subsistir en cada vez mejor posición en el mercado. La lógica de la acumulación de capital está presente en el fenómeno del consumo, pues *dicha reproducción necesita consumidores permanentes y cada vez más ricos*.

La mecánica económica capitalista aparece, por un lado, poniéndose al servicio de necesidades ampliadas y cambiantes de consumo; pero, a la vez y más decisivamente, se transforma en un factor activo —el más activo, según algunos análisis críticos— para crear una necesidad cada vez mayor, en magnitud e intensidad, de posesión de bienes y servicios. La necesidad del capital económico de valorizarse permanentemente actúa como un componente clave en la ampliación del consumo. El desarrollo incesante de la capacidad productiva no es posible si no aumenta de manera incesante el consumo agregado de las personas. Ello obliga a instalar el deseo de aumentar el consumo, y a crear los dispositivos adecuados a ese fin. Es necesario esforzarse permanentemente en convencer de la necesidad y de la oportunidad de tales o cuales consumos. El sistema crea necesidades infinitas o, si se prefiere, hace que los satisfactores asociados a las necesidades se hagan siempre insuficientes o inadecuados. Es decir, el sistema económico “piensa” cómo reproducir a los demandantes de viviendas, diversión, salud, transportes, etc.

La publicidad constituye el instrumento para producir la demanda de bienes y servicios funcionales a las necesidades del aparato productivo. La persuasión técnicamente preparada es muchas veces invisible, de manera de evitar la resistencia que puede significar la defensa racional del consumidor, en el cual se realiza un manejo de las emociones y sensaciones. Las necesidades de consumo se constituyen así en un efecto de la propaganda, la cual no puede ser entendida como simple información al servicio de la diferenciación de mejor calidades y precios y del aumento de la transparencia y la competencia.

Este consumo exagerado queda asociado, por lo anterior, con la aceleración del ciclo de obsolescencia de un producto, a través de la oferta de nuevos productos que reemplazan a los anteriores. Hay una dinámica de innovación que produce la obsolescencia, ya sea por razones tecnológicas o por innovaciones del gusto, que exige cambios en colores, formas, materiales. En ambos casos, la utilidad de los objetos

desplazados sigue existiendo; sin embargo, rápidamente se hacen “pasados de moda” o “atrasados”. Se da forma, así, a un consumo irracional que consolida una obsolescencia acelerada como mecánica estructural del sistema.

Desde el punto de vista de los sujetos, lo anterior puede expresarse como manipulación y alienación. Una lectura radical de las necesidades como algo impuesto desde fuera es la visión de A. Heller, en que la relación con las necesidades y su satisfacción es una relación alienada, precisamente por ser necesidades y satisfactores impuestos por un poder ajeno y onnipotente: el capital. Es decir, éste, para reproducirse, necesita crear esas necesidades; necesita no sólo ser un productor de mercancías, sino de necesidades que deban satisfacerse en esas mercancías.¹³

NOTA FINAL

La aproximación evaluativa al consumo de bienes y servicios, en función del cual está el aparato productivo y distributivo, es tarea compleja, e incluso puede parecer tan difícil o subjetiva que resulte inoperante. ¿Cómo se determina lo necesario y deseable, y quién lo determina? La respuesta no es obvia. Además, dicha evaluación no puede darse fuera de la historia, pues es en ésta donde, ya sea sobre la base de una ética o sobre la base de una antropología filosófica respecto de las condiciones de realización del hombre, se construye la noción de necesidad. En su expresión más profunda, además, se trata de fenómenos cruzados por las culturas, las que podrán maximizar, minimizar o jerarquizar de manera particular la disponibilidad de cosas —bienes y servicios— sentidas como necesarias para el desarrollo de las personas.

Esta ambigüedad o dificultad habría estado presente para dejar de lado, sin resolver, cuestiones referentes al consumo provenientes de teóricos críticos de hace una veintena de años, como Adorno, Horkheimer, Marcuse. Parece quedar un poco atrás la lectura del consumo que habrían representado, esto es, una mirada elitista a la cultura de masas, basada en distinciones entre individualidad real y pseudoindividualidad, y entre necesidades auténticas y falsas. Dicha lectura encerraba una cierta mirada despreciativa de la cultura de masas como degradada y, en general, encerraba poca simpatía por la integridad de los placeres de las clases populares (Featherstone 2000). Sin embargo, el vacío no parece llenarse con una apología del consumo como expresión y factor de un avance lineal hacia mayores niveles de bienestar.

Es quizá también la ambigüedad de esta materia la que ha llevado a que, en sus referencias a la realidad chilena, se hayan combinado dos aspectos críticos distintos y, en parte, contradictorios. Primero, el de una sociedad que no es capaz de satisfacer las necesidades básicas de todos sus miembros; es decir, realidad y reproducción de la indigencia y la pobreza. Segundo, una sociedad en que se desencadena un consumismo compulsivo o desenfrenado. Paralelamente, la consolidación de las profundas grietas distributivas y el acercamiento en las aspiraciones levanta las realidades, que serán siempre borrosas y conflictivas, del sub y sobreconsumo relativos.

A pesar de estas complejidades, parece ineludible que la sociedad elabore una reflexión sobre sus necesidades y su práctica de consumo. Ineludible la identificación de lo básico con umbrales que se aniden en una visión digna de las personas; la consideración de satisfactores que también integren el derecho al placer, a la convivialidad, a la singularidad, y a comodidades que vayan más allá de la pura sobrevivencia; la toma en cuenta de impulsos compensatorios en los actos de consumo; la identificación de bienes y servicios que crecen por la necesidad de enfrentar algunos males del desarrollo, y de la agresión hacia la naturaleza y los equilibrios ecológicos. Todo ello hace parte del consumo y refuerza su conexión con la discusión acerca de los contenidos y los dilemas del desarrollo.

¹³ Una complejización mayor de la comprensión de este fenómeno de consumo ampliado permanente proviene de la afirmación de que no resulta plausible entenderlo solamente por ser una necesidad para la reproducción del capital, por ser funcional a los mecanismos de acumulación de las empresas. Esa crítica tiene que reconocer que el consumo realiza aspiraciones y deseos “porque se ha convertido en una zona de realización del placer dentro de una vida cotidiana empobrecida” (Moulian 1999:70).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCIS. s/f. "Consumo y espacio urbano". *Documento 44*. Santiago: Escuela de Sociología, ARCIS.
- Baudrillard, J. 1970. *La société de consommation*. Paris: Ed. Denoël.
- Belk, R. W. 1985. "Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World". *Journal of Consumer Research* 12.
- Bendix, R. et al. 1972. *Clase, status y poder*. Madrid: Ed. Euramérica.
- Bengoa, J. 1982. "Pan y baratijas". *Proposiciones 3*. Santiago: Ediciones SUR.
- Braunstein, N. 1990. *El goce*. México: Siglo XXI.
- Burenstam, S. 1983. *La acosada clase ociosa*. Buenos Aires: Ed. Sudamericana.
- Cabezas, M. 1982. "Transformaciones en las pautas de consumo durante las últimas décadas". *Documento de trabajo 88*. Santiago: Programa de Economía del Trabajo (PET).
- Chombart de Lauwe, D. 1968. *Pour une sociologie des aspirations*. Paris: Ed. Gonthier.
- Descouvières, C. 1998. *Psicología económica*. Santiago: Ed. Universitaria.
- Elizalde, A. 1998. "Los cambios de los patrones de consumo y su impacto ambiental en Chile". Seminario Consumers International, Konrad Adenauer. Santiago.
- Featherstone, M. 2000. *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Feres, J. C.; X. Mancero. 2001. "El método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) y sus aplicaciones en América Latina". Santiago: Cepal.
- Fernández, M. 2001. "Análisis preliminar última encuesta de presupuestos familiares". Mimeo. Santiago: PET/Fundación de la Superación de la Pobreza.
- Galbraith, K. 1975. *La era de la opulencia*. México: Siglo XXI.
- García, C. 1995. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multilaterales de la globalización*. México: Grijalbo.
- García, N. 1979. *Necesidades básicas y crecimiento económico*. Santiago: Prealc/OIT.
- Godelier M. 1984. *L'ideel et le materiel*. Paris: Fayard.
- Instituto de Ciencias Alejandro Lipchutz. 2001. *Canasta y salario de la dignidad: para satisfacer las necesidades básicas de los chilenos*. Santiago.
- Katona, G. 1969. *La société de consommation de masse*. Paris: Ed. Hommes et techniques.
- Lisk, F. 1977. "Les strategies traditionnelles du développement et la satisfaction des besoins essentiels. Une revision des objectifs et des moyens". *Revue Internationale du Travail* 2.
- Martner, D. 1982. "Notas sobre el problema del "consumismo". *Proposiciones 3*. Santiago: Ediciones SUR.
- Maslow, A. H. 1954. *Motivación y personalidad*. Barcelona: Ed. Sagitario.
- Max-Neef, M.; A. Elizalde. 1987. *Desarrollo a escala humana*. Santiago: Cepaur.
- Mendez, R. 1999. "Segmentación socioeconómica: el nuevo perfil del consumidos chileno". *Revista Administración y Economía*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Mercado, O. 1992. "La situación habitacional. Habitabilidad y allegamiento". En Mideplan, *Población, educación, vivienda, salud, empleo y pobreza*. Santiago: Mideplan.
- Mideplan/FNUAP (Fondo de Población de las Naciones Unidas). 1997. "Población y necesidades básicas en Chile (1982-1994)". Santiago.
- Moulian, Tomás. 1999. *El consumo me consume*. Santiago: Ediciones LOM.
- Perret, B.; G. Roustang. 2000. *La economía contra la sociedad*. Santiago: F.C.E.
- Perroux, F. 1969. *L'économie du XX siècle*. 3ª ed. Paris: PUF.
- PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo). 1990. "Desarrollo sin pobreza". Conferencia Regional sobre la Pobreza en A. Latina y el Caribe, desarrollada en Bogotá, 1990. Quito: PNUD.
- Schkolnik, M. 1982. "Cuáles necesidades básicas". *Proposiciones 3*. Santiago: Ediciones SUR.

- Sheehan, G.; M. Hopkins. 1979. *Basic Needs Performance: An Analysis of Some International Data*. Geneva: International Labour Office.
- Stewart, F. 1992. *North-South and South-South*. London: Macmillan.
- Taborga, M. s/f. "Aplicación de un índice de bienestar al caso chileno". *Documento de Investigación 2*. Santiago: Departamento de Economía, Universidad de Chile.
- Teitelboim, B. 1990. "Canasta de alimentos y salario mínimo de satisfacción de necesidades básicas". *Documento de Trabajo 77*. Santiago: Programa de Economía del Trabajo (PET).
- Toffler, A. 1964. *The culture consumers*. New York: St. Martin Press.
- Vallespín, P. 1998. "Principales acciones que desde el Estado se deben adoptar para preservar y promover patrones de consumo sustentables". Seminario Consumers International, Konrad Adenauer. Santiago.
- Veblen, T. 1963. *Teoría de la clase ociosa*. México: F.C.E.
- Vega-Centeno, M. 1993. *Desarrollo económico y desarrollo tecnológico*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Zorrilla, S. 1998. "Aspectos culturales y sociales que inciden en los cambios de patrones de consumo que se han producido en el país". Seminario Consumer International, Konrad Adenauer. Santiago.