



CONSUM RESPONSABLE

El retorn del consumisme

Els patrons de consum d'abans de la crisi reneixen, segons els experts, i el Nadal en serà la prova, amb l'ingredient afegit del boom del comerç electrònic

MARIONA FOLGUERA BLASCO
BARCELONA

"No desitjar és no estar mancat de res". Aquesta reflexió, que va formular l'antropòleg nord-americà Marshall Sahlins l'any 1972 a *Economia de l'Edat de Pedra*, resumeix la idea que tots els desitjos i necessitats que mouen la humanitat no existeixen com a tals sinó que s'originen ideològicament. Aquestes necessitats no vitals, i eminentment materials, són les que van generar la crisi econòmica de l'any 2008, amb conseqüències nefastes. Els experts en economia afirmen que la crisi ja està superada, segons demostren les xifres, malgrat que encara no sigui tangible a peu de carrer.

Aquesta bona notícia apareix intrínsecament vinculada a la qüestió de fons: ¿la societat ha après dels errors comesos i modificarà els seus patrons de consum o no? Els experts, de moment, no hi confien. El Nadal serà la primera prova de foc.

Comprar la felicitat

"Tot i que les coses mai es repeteixen de manera idèntica i que pots ser que modifiquem petits hàbits, l'esperit consumista que impera en la societat ens durà pel mateix camí", admet el sociòleg Francesc Núñez, que considera que la societat que ens envolta, "consumista i plena de consumidors", fa impossible el canvi i la supressió de l'"esperit consumista". "Consumir constantment és l'única promesa de felicitat que existeix, perquè tots ens pensem que la felicitat es compra -afegim-. Per això, ens aboquem a gastar".

La compra, però, patirà modificacions. "Malgrat que l'entorn impulsi a comprar com abans, el jovent no tindrà la mateixa capacitat que els seus pares perquè la situació salarial no es recuperarà", comenta Hugo Valenzuela, professor d'antropologia econòmica de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). També explica que el desig de tenir-ho tot no segueix anant acompanyat de l'ètica de l'esforç. "Els nostres avis sabien quant costava comprar un cotxe i ho valoraven, però avui no perquè ho tenim tot", apunta.

No poder comprar-ho tot genera un sentiment de frustració -expli-

quen els dos experts -sense que tingui raó de ser. Neus Soler, professora d'economia i empresa de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), corrobora que "el mercat fa que tots vulguem comprar-nos un nou mòbil encara que no el necessitem". "La societat pensa més quant gastar en cada objecte no per un canvi de mentalitat sinó perquè no es tenen els diners", creu Soler. Aquest canvi, segons el sociòleg Francesc Núñez, és típic dels períodes postcrisi: "La despesa retinguda desapareix tan bon punt la gent creu que se n'està sortint, i llavors reprèn les mateixes maneres d'actuar". L'exhauriment l'estiu passat del pla PIVE -que subvencionava la compra de cotxes nous- referma aquesta consideració.

El sociòleg també reconeix que el consum s'entén com "la via per aconseguir la llibertat". "La pobresa i la riquesa es mesuren així: el ric és aquell que pot escollir la vida que vol dur. Per això molesten els pobres, perquè no tenen poder adquisitiu per accedir al món del consum", insisteix. Malgrat això, no

Experts
La força del mercat farà caure en parany a la crisi

Alarma
Un 7% de la població espanyola ja és compradora compulsiva

nega que existeixi la solidaritat, "que neix en les persones i no en el sistema", subratlla.

Tot el que desitgis, a un clic

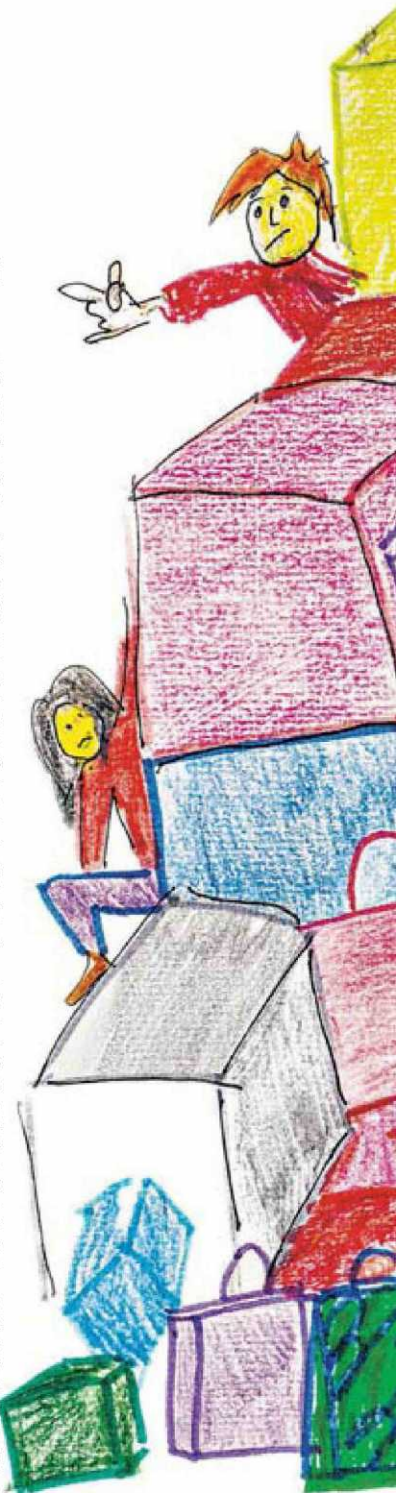
Internet té un paper clau en aquesta espiral consumista. Els experts coincideixen que la facilitat amb què es pot comprar a la xarxa -24 hores al dia, 365 dies a l'any- ha agreujat la situació global i, particularment, la de les persones addictes a les compres, una patologia que no ha deixat d'anar a l'alça.

Segons la doctora Susana Jiménez, responsable de la unitat de joc patològic de l'Hospital de Bellvitge, un 7% de la població espanyola és compradora compulsiva, una xifra que s'eleva fins al 30% entre el jovent. El comprador compulsiu respon a un perfil psicològic "i té una conducta recurrent, impulsiva i incontrolable, per fugir d'un estat emocional negatiu", explica Jiménez. La doctora defensa que cal una legislació que reguli aquests aspectes i els tipus de publicitat que existeixen, massa invasors. La professora Soler subscriu l'opinió: "La publicitat no comunica, influeix". De fet, Victòria Gómez, vicepresidenta del Col·legi de Pedagogos de Catalunya, considera que la tecnologia desconnecta els joves del món perquè no la utilitzen per informar-se.

Enmig d'aquesta realitat, l'educació és el fonament d'on pot néixer el canvi. Gómez sosté que "el consumisme és una qüestió d'educació familiar", que s'inculca a casa i que es reforça a les escoles quan difonen la consciència ciutadana. Tot i això, l'experta reconeix que és una lluita constant i difícil. "Als nens ja se'ls està bombardejant per totes les vies amb la pròxima campanya, la de Nadal", posa com a exemple la pedagoga, que avisa: "S'hauria d'evitar l'agressivitat de les campanyes que provoquen que els més petits demanin objectes sense necessitar-los".

Els entesos rebutgen culpabilitzar els pares sense tenir en compte un factor extern determinant: el poder del màrqueting. Soler denuncia que les marques "no practiquen la responsabilitat social", que implicaria eliminar la pressió que exerceixen sobre la societat. I, en part per això, les persones cauen en les trampes del sistema. Una vegada i una altra.

Alba, 12 anys





Sandra, 13 anys



Nil, 13 anys



Laia, 12 anys



Artas, 9 anys

Una economia que té en el consum el motor del creixement

La demografia i la desigualtat poden actuar com a fre de la millora

XAVIER GRAU
 BARCELONA

L'economia catalana continua amb un ritme de creixement important, malgrat certa moderació, segons les dades del departament de la Vicepresidència i Economia. El tercer trimestre el PIB català va créixer un 0,7%, que porta a una millora interanual del 3,3%. Un creixement de l'economia en què el consum intern continua sent el principal motor, segons l'última *Nota d'Economia* del Govern, malgrat que també hi ha una millora de la demanda exterior.

Les dades ho demostren. Segons l'Institut d'Estadística de Catalunya, l'Idescat, el consum de les llars va augmentar el 2015 un 3,6% de mitjana. I durant el 2016 s'ha mantingut el nivell, amb un increment del 4% en el primer trimestre i del 3,7% en el segon trimestre.

El departament d'Economia i Hisenda ho deixa clar en l'última *Nota d'Economia*. Aquesta millora del consum de les llars ve avalada pel "bon comportament de l'ocupació", que porta a una "millora de la renda disponible, tot i la moderació salarial", i la rebaixa de l'IRPF, que "també juga un paper en aquest sentit".

Els experts avalen el paper del consum com a motor del creixement econòmic. "Ho és als països desenvolupats i sempre serà així", explica el professor d'economia de la Universitat Pompeu Fabra José García Montalvo. És molt taxatiu: "Si el consum s'atura, el sistema capitalista es mor".

Una altra cosa és si s'estan repetint els errors de creixement que es van produir abans de la crisi econòmica. Per al catedràtic de ciències econòmiques i exrector de la Universitat de Barcelona Joan Tugores, "substancialment tornem a caure en els mateixos errors", malgrat que reconeix que s'han fet coses interessants per corregir-los, com ara que moltes empreses s'han donat de la necessitat d'exportar. Tugores, però, alerta d'una possible relaxació en l'assalt dels mercats exteriors a causa del repunt del consum intern.

Però en una economia en què el creixement econòmic es basa en el consum, la demografia és clau per seguir millorant. I les piràmides de població indiquen que es va cap a un decreixement demogràfic a Espanya. El màxim es va tocar el 2013, amb 47,27 milions d'habitants, segons l'Institut d'Estadística (INE), mentre que el 2015 ja s'havia baixat a 46,6 milions i es calcula que des

de l'any 2012 s'haurà perdut mig milió més d'habitants i, en el fons, de consumidors. Sobre aquest aspecte, García Montalvo destaca com a factor clau perquè l'economia segueixi creixent la millora de la productivitat.

El debat del decreixement

Però el debat del model va més enllà. Ja als anys 70 el Club de Roma va reflexionar sobre la possibilitat del decreixement, i han teoritzat sobre aquesta possibilitat pensadors com l'economista Nicholas Georgescu-Roegen. El professor

García Montalvo considera que apostar per decreixent només es podria fer des d'un canvi de paradigma total de l'economia.

Per la seva banda, el catedràtic Joan Tugores alerta que una cosa és el decreixement deliberat, anteposant a la sacralització del PIB altres elements, com per exemple la sostenibilitat, i l'altra

és fer una interpretació voluntarista del decreixement per explicar l'afebliment econòmic. Però Tugores alerta, també, d'un element important per a un creixement basat en el consum: l'increment de la desigualtat social. Al seu parer, cal una distribució més equitativa de la riquesa, perquè "si hi ha molta desigualtat el consum pot perdre força com a motor".

3,6%

Va ser el creixement del consum de les llars catalanes el 2015