

La sociedad de consumo, ¿Vehículo de progreso o desvío peligroso?
COLLANTES, Fernando, *Consumer Society and the Economists. Consumption and Well-Being in the History of Economic Thought*, Palgrave Macmillan, 2025. ISBN 3031966449

José Luis Ramos Gorostiza
Universidad Complutense de Madrid

<https://dx.doi.org/10.5209/ijhe.107961>

El consumo es una realidad de enorme importancia en el mundo económico actual. Sin embargo, paradójicamente, los economistas han venido centrandó su atención en la producción y la distribución, y –en comparación– apenas se han interesado por el consumo, que Fernando Collantes considera la cara B del capitalismo. Precisamente, el autor reconstruye en este libro la historia del pensamiento económico en torno a la sociedad de consumo desde finales del siglo XVIII hasta la actualidad, identificando tres grandes formas de ver el consumo en la “conversación” mantenida por los economistas a lo largo del tiempo. En primer lugar, la tesis del progreso, mayoritaria, que asocia la sociedad de consumo a abundancia y diversidad material, expandiendo así las posibilidades de los individuos (“cuanto más, mejor”). En segundo lugar, la tesis de la desviación, que considera que el énfasis en la abundancia material obstaculiza el avance en otras dimensiones esenciales de la “buena vida”, como las relaciones interpersonales o la búsqueda del sentido existencial. Y, en tercer lugar, el difícil intento de sintetizar o reconciliar ambas posturas. Subyacente a todo este debate sobre el consumo, habría además otra discusión de gran importancia: la forma de entender la economía y sus relaciones con otras disciplinas de las ciencias sociales y las humanidades.

Como señala Collantes, la sociedad de consumo –asociada a la economía de mercado y a una creciente expansión y diversificación del consumo– es un fenómeno relativamente reciente. Aún no existía como tal durante la primera industrialización, entre finales del siglo XVIII y comienzos del último tercio del XIX (aunque ya entonces se hicieran algunas interesantes reflexiones sobre el consumo). De hecho, sólo empezó a emerger en Estados Unidos y Europa noroccidental durante el periodo 1870-1945, con el trasfondo de la segunda revolución industrial. Luego, la sociedad de consumo de masas se desarrolló, difundió y consolidó plenamente dentro del nuevo

orden económico surgido tras la Segunda Guerra Mundial, marcado por la llamada “época dorada del crecimiento”, el modelo fordista y la Guerra Fría; esta etapa llegaría –tras la crisis de los setenta– hasta 1990, con la caída del bloque soviético. Y desde este último año hasta la actualidad estaríamos inmersos en un nuevo periodo en el que los patrones de consumo se han diversificado y fragmentado, en un contexto de radical innovación en las tecnologías de la información y la comunicación, especialización flexible, producción “just in time”, globalización y profunda reestructuración geopolítica.

En la primera de las etapas señaladas, los economistas clásicos y Marx, dentro de un enfoque analítico en el que destacaban los conceptos de excedente y reproducción, mantuvieron frente al consumo una actitud ambivalente. La obra de John Stuart Mill la refleja muy bien: en principio, la mejora en los niveles de consumo asociada al avance material significaba no sólo mayor confort, abundancia y diversidad, sino también un posible impacto positivo en las dimensiones no materiales de una “buena vida” (educación, disfrute del arte, etc.); no obstante, la mayor capacidad de las élites para un consumo improductivo (aquel que no alimentaba directamente los procesos de producción creadores de valor económico) podría también acabar traduciendo en signos de mera vanidad y estatus, que no conducían a una verdadera mejora del “arte de vivir”. En el caso del joven Marx, el de los *Manuscritos económicos y filosóficos* (1844), había asimismo una visión multidimensional de la “buena vida” basada en la realización del potencial humano, que se veía sacrificada en una sociedad crecientemente productiva y especializada, donde los seres humanos trabajaban largas jornadas y eran esclavos de falsas necesidades y deseos puramente materiales. Más tarde, sin embargo, el Marx maduro reorientaría su crítica al capitalismo hacia lo distributivo y adoptaría una visión unidimensional del bienestar.

El periodo que se inicia en 1870 supuso una creciente institucionalización de la economía como disciplina autónoma y una concepción radicalmente nueva de la misma derivada de la revolución marginalista: el foco se situaría ahora en la asignación óptima de recursos a corto plazo en un contexto de escasez, utilizando conceptos como los de equilibrio, utilidad marginal decreciente o equimarginalidad, y apostando por una creciente formalización matemática. En este marco, en el que en principio se ignoraban dimensiones no materiales y consideraciones filosóficas o sociológicas, la tesis del progreso se iba a asentar en la idea de un consumidor que maximiza su utilidad eligiendo siempre la mejor alternativa posible, de acuerdo con sus preferencias y dada su restricción presupuestaria. Más tarde, respondiendo a la crisis del liberalismo –iniciada tras la Gran Guerra y la Revolución Rusa, y acrecentada luego con la Gran Depresión–, los autores de la escuela austriaca, como Mises o Hayek, enfatizarían la idea de soberanía del consumidor, cuyo comportamiento emitía señales informativas para los productores que eran transmitidas a través del mecanismo descentralizado de mercado. La influyente idea de soberanía del consumidor no sólo era la base de una especie de democracia económica, sino que cobraba gran relevancia política como bastión de la libertad individual frente a los vientos totalitarios de entreguerras. Finalmente, en los años treinta, Lionel Robbins defendería una economía “pura” sin conexiones con la sociología (no era preciso investigar el origen de las preferencias), ni la filosofía (cada individuo conocía mejor que nadie qué hacer para perseguir sus objetivos).

No obstante, junto a la escuela neoclásica surgida del marginalismo, aún pervivió en esta segunda etapa un claro pluralismo doctrinal (institucionalismo, historicismo, marxismo, etc.), permitiendo dar cabida a la tesis de la desviación. Su principal defensor sería Thorstein Veblen, quien consideraba que buena parte del consumo de las clases ociosas norteamericanas no estaba ligado a la maximización de la utilidad o a la satisfacción de deseos, sino que era un consumo ostensible, basado en la emulación y que perseguía simplemente dar señales de la posición social; se trataba de una vana carrera por el estatus que conducía a un derroche en objetos superfluos y publicidad que no contribuía al bienestar colectivo. Igualmente, otros autores de diferente adscripción (como Mitchell, Polanyi, Weber, Sombart, Tawney, Dobb, etc.) también pondrían en cuestión distintos aspectos de la visión neoclásica del consumo. Por otra parte, dentro de la escuela de Cambridge, primero Marshall y luego Keynes –en “Las posibilidades económicas de nuestros nietos” (1930)– intentaron plantear una visión sintética del consumo (pero sin llegar a integrarla en sus aportaciones principales), que incluía elementos de sociología y filosofía: hasta que se garantizaran unas condiciones materiales básicas, la sociedad de consumo podía ser un verdadero vehículo de progreso; pero a partir de ahí cabía el peligro de que un consumismo desenfrenado continuara absorbiendo recursos que podrían haberse utilizado para promover los componentes no materiales de la “buena vida”, de claro carácter multidimensional.

Tras la Segunda Guerra Mundial, la economía neoclásica pasó a ser el paradigma dominante, y al mismo tiempo –en el clima de la guerra fría– una amplia y diversa cesta de consumo se convirtió en uno de los rasgos fundamentales a la hora de definir y legitimar el modelo democrático occidental. Por tanto, la tesis del progreso se vio más que afianzada sobre estas bases. Sin embargo, John Kenneth Galbraith, un economista de Harvard de raíces institucionalistas y gran capacidad de conexión con el gran público, volvió a traer a colación la tesis de la desviación en *La sociedad opulenta* (1958): la sociedad norteamericana ya no estaba dominada por la escasez, pues las necesidades básicas de la población, que en su mayoría vivía una vida relativamente confortable, ya estaban más que cubiertas; sin embargo, seguía priorizándose el crecimiento económico, y para ello se manipulaba a los consumidores mediante un enorme gasto en publicidad con el fin de crear incesantemente nuevas necesidades cada vez más superfluas e irrelevantes, cuya satisfacción suponía un evidente despilfarro mientras se desatendía la provisión pública de aspectos tales como la educación, la sanidad o la protección medioambiental.

En la misma época, la crítica al consumismo también vino de la mano de sociólogos como David Riesman o filósofos como Erich Fromm y Herbert Marcuse, junto a economistas marxistas como Baran y Sweezy y economistas heterodoxos de la más diversa adscripción. Pero hubo asimismo algunos disidentes dentro de la propia corriente principal que lo cuestionaron: por ejemplo, Edward J. Mishan mostró su preocupación por los impactos ambientales del ciclo producción-consumo; Fred Hirsch recuperó la idea vebleniana de los “bienes posicionales”; Tibor Scitovsky tomó como punto de partida de su análisis una psicología del consumidor gobernada por la tensión entre confort y estimulación; y Richard Easterlin puso en duda que el crecimiento económico condujese a mayores niveles de felicidad.

Desde la escuela neoclásica se reaccionó desarrollando la teoría marginalista de la utilidad y la demanda en una doble dirección: extendiéndola para aplicarla a nuevas situaciones y flexibilizando algunos de sus supuestos. En esta línea, por ejemplo, estaría el intento de Stigler y Becker de intentar modelizar las preferencias como variables endógenas. Pero, además, autores de peso como Robert Solow o Milton Friedman respondieron directamente a Galbraith. Friedman, un economista de la escuela de Chicago muy respetado académicamente por su teoría de la renta permanente o por primar la capacidad predictiva de los modelos sobre el realismo de los supuestos, era también un economista de gran proyección mediática. Defendió la libertad de elegir del consumidor frente al paternalismo que conllevaba intentar juzgar su comportamiento, y asimismo definió el mercado como un efectivo mecanismo de cooperación entre agentes de la cadena de producción en respuesta a las demandas de los consumidores. Por otra parte, la crisis de la década de 1970 (desaceleración, desempleo, etc.), junto a los progresivos cambios en los patrones de consumo (hacia una mayor diversificación y fragmentación), trastocaron las prioridades y restaron mucha fuerza a las anteriores preocupaciones por los potenciales problemas de la sociedad de consumo.

Finalmente, el periodo que se inicia en 1990 y llega hasta la actualidad ha seguido marcado por la firme hegemonía del paradigma neoclásico, pero con mayor énfasis en los aspectos empíricos, mayor especialización en campos específicos y cierto pluralismo interno. De este modo, aunque sigue siendo dominante la tesis del progreso, ha habido algunas disidencias internas que parecen empujar hacia una visión de síntesis respecto al consumo: por ejemplo, desde la relajación de algunos supuestos tradicionales (ej. Stiglitz), un enfoque más empírico como el de la llamada “economía de la felicidad”, el acercamiento a la psicología a través de la “economía del comportamiento”, o una filosofía “post-utilitarista” (ej. Sen). Por otra parte, también desde ciertas posiciones heterodoxas –como la del keynesiano Robert Skidelsky, la economía ecológica o la de la economista ecléctica Juliet Schor– se ha vuelto a apelar a la tesis de la desviación, pero sin gran eco en la academia. De hecho, Collantes concluye que el grueso de la profesión, incluyendo los economistas heterodoxos, ha perdido hoy el interés en la sociedad de consumo como objeto relevante de análisis.

En definitiva, estamos ante un libro excelente sobre un tema importante, el de la sociedad de consumo, que es complejo y se expande en todas direcciones (hacia cuestiones sociales, políticas, culturales, etc.). En este sentido, como señala el propio autor,

la sociedad de consumo suscita muchas preguntas que trascienden lo meramente económico; por ejemplo, ¿conduce al aletargamiento de las virtudes cívicas? ¿deteriora la participación ciudadana en la vida política de las democracias? ¿qué impacto tiene en la cultura? Por lo tanto, si bien cabría hacer una historia intelectual completa de la sociedad de consumo, tal proyecto se antoja tremendamente ambicioso. Fernando Collantes, con buen criterio, se ciñe a realizar una historia del pensamiento económico con el fin de ofrecer una amplia visión panorámica y trazar las grandes líneas de un tema escasamente tratado desde esta perspectiva de largo plazo, de modo que sea posible relacionar entre sí cada uno de los periodos analizados. Y esta tarea, nada fácil, la realiza el autor con claridad y rigor, articulando tendencias, escuelas y autores a través de la fórmula de “tipos ideales” de Hirschman, que en este caso adoptan la forma de tesis del progreso y tesis de la desviación. A partir de este clarificador punto de partida, futuros trabajos de investigación –como indica Collantes– podrían profundizar en cada uno de los periodos planteados o analizar en detalle obras de segundo orden de relevancia. Finalmente, hay que subrayar que el libro cobra una significación adicional al invitar a la reflexión sobre cuál debería ser la relación de la economía con otras disciplinas, como la historia, la sociología, la filosofía o la psicología.