

“L’hiperconsum no desapareixerà; tot just comença a estendre’s pel planeta”

Gilles Lipovetsky (Millau, França, 1944) és filòsof i sociòleg i ha dedicat part de la seua trajectòria a estudiar la ‘societat de l’hiperconsum’, per a la qual preveu una llarga vida tot i la crisi.



Lipovetsky forma part del grup de sociòlegs que hom catalogaria de *globalitzat*. Des que el 1987 publicà *L'imperi de l'efímer* (abans, el 1983, havia vist la llum *L'era del buit*, que va posar els fonaments de la seua visió sobre la societat actual) s'ha convertit en un intel·lectual de referència. La seua visió d'una *hipermodernitat* que ens condueix cap a una societat de l'hiperconsum l'han portat fins a València, invitat per AECOC, l'associació espanyola de grans fabricants i distribuïdors. El dia abans d'aquesta entrevista, que té lloc a l'hotel Hilton (ves per on, Lipovetsky ha abordat a bastament el luxe com a fenomen social), havia fet una conferència davant grans empresaris.

—Què els va explicar un home com vós, ahir, als grans empresaris de la distribució?

—Vaig intentar respondre'ls la pregunta si la crisi financera, social i ecològica actual transformarà el paisatge del consum. Amb la crisi, el consumidor canviarà? Vivim el final de la societat de l'hiperconsum? Molts mitjans diuen que amb la crisi, la gent aturarà l'orgia del consum en què hem viscut els darrers anys i que anem cap a un model de *desconsum*. Jo no ho crec. Crec que hi haurà canvis, però no transformaran de manera fonamental el model. L'hiperconsum no es liquidarà, sinó que tot just comença a estendre's per tot el planeta.

—Però les xifres apunten que, arreu, els ritmes de consum baixen.

—Potser sí, però no hi ha cap canvi de mentalitat. En primer lloc, el consum no és res que siga fora del sistema. La dinàmica del consum s'explica pel dinamisme de l'economia de mercat. Quan es creen nous productes, es crea alhora un desig. El sistema de competència internacional

fa que aquesta dinàmica no canvie. La dinàmica de la innovació, el canvi, és inscrita en el capitalisme globalitzat. Per tant, continuaran apareixent nous productes i, doncs, desig de comprar-los. Hi ha exemples que ho demostren: en plena crisi, el negoci dels videojocs ha crescut a un ritme del 5%.

—I quina interpretació en feu?

—El consum es guia pel plaer de viure. La gent vol gaudir de la seua existència. Volen provar emocions, perquè ens trobem en una cultura hedonista. No és com abans, quan calia aprendre a privar-se, a renunciar. Avui, el consum és estimulat i la gent vol gaudir de la seua vida. En tercer lloc, a la societat d'abans hi havia la religió, que oferia consol als éssers humans. Avui, on el trobem el consol? El consol el trobem en el consum. Quan estem deprimits, anem a la perruqueria, o anem al cinema, i si no ens comprem un DVD. En definitiva, consumeixes. Com s'aturarà, això? Impossible d'aturar-ho. Només canviarà que tindrem cotxes més ecològics i gastarem més en transport públic. Però continuarem comprant sabates, ordinadors nous...

—Siga com siga, ara per ara molta gent no té diners ni per a viatjar, ni per a comprar-se un ordinador nou.

—D'acord, però és una crisi econòmica, no cultural. Si no hi ha diners, no podem comprar, però la crisi no durarà eternament.

—Però i si encara es perpetua la crisi més enllà d'enguany? Caldria no descartar-ho...

—Hi ha coses que canvien. Hi ha molts consumidors que tenen en compte les qüestions ambientals i de sostenibilitat o que busquen productes ecològics o gent que no vol marques. Però tot plegat no transforma la febre pel consum. La gent no ha perdut l'apetit de consumir perquè no hi ha res que pugui substituir-lo com a analgèsic. Si fas desaparèixer una cosa cal reemplaçar-la. El consum és una eixida fàcil per a tots aquells que no tenen conviccions religioses o culturals molt fortes. El consum dóna resposta a les nostres angoixes de manera instantània, ens dóna una esperança de plaer, una mica de felicitat,

encara que només dure un moment. En aquest moment, la gent es troba obligada a estalviar més, però no renuncia a continuar consumint.

—Però és difícil de pensar que l'ésser humà només és fet que per a consumir. La gent té inquietuds per a moltes més coses.

—Hi ha gent que té més coses a la vida, més enllà del consum. Però hi ha molta gent que té poc més que el consum.

—Dieu que la filosofia del consum no canviarà, tot i la crisi. En canvi, avui hi ha gent que disposa de diners, però que deixa de consumir per deferència amb els qui no poden comprar. Com ho interpreteu?

—Crec que no és una actitud sincera. La majoria de la gent, quan té diners, no deixa de comprar per un sentiment de culpabilitat. Conec molta gent a qui no li agrada consumir: cansa, cal triar... Però és una actitud personal, no un problema de moralitat. El consum pot ser una activitat d'utilitat, com quan comprem sabó. Però quan compres un viatge és per plaer i en aquestes activitats de plaer, no crec que la dimensió moral siga prou forta per a aturar l'acte de comprar. Em fa molta gràcia quan algú té remordiments per haver-se gastat 200 euros en una camisa i aleshores pensa en els xiquets del món que es moren de fam. Jo no crec en la consciència del consumidor. A més, no podem demanar a la gent que visquen com a ascetes.

—Què en penseu, del decreixement [corrent de pensament que advoca per una disminució de la producció econòmica amb l'objectiu d'assolir una nova relació d'equilibri entre l'ésser humà i la natura]?

—No me'n crec ni una paraula. És una posició d'intel·lectual de país ric. Parlar de decreixement quan la Xina creix a ritmes del 9% és una bajanada.

“La solució no és el decreixement, sinó el creixement sostenible”

El decreixement és una teoria d'europeus, però que no pot tenir aplicació. Si hi ha decreixement, es destrueix ocupació, no hi ha fons per a la innovació... Com s'ha d'organitzar el decreixement? Com prohibiràs certes coses? Em pareix una visió dirigista i fins i tot utopista. La solució no és el decreixement. La solució és el desenvolupament sostenible. Cal invertir per tenir indústries netes, per tenir energies netes, millorar en eficiència. Hem de fer-nos rics per invertir en un futur millor. Si no hi ha creixement, no hi haurà inversió, i aleshores tindrem encara més contaminació. El decreixement és una visió de la vida massa simple. Cal invertir en la intel·ligència, en la creació d'un model de creixement que siga compatible amb el futur.

—D'acord, podem continuar consumint i consumint. Però els recursos de la Terra són finits. Com la resollem, aquesta contradicció?

—Sí, tot plegat és contradictori si el nostre model es perpetua. Caldrien sis planetes si la població continua consumint com fins ara. Però el decreixement és impossible. Per contra, cal permetre que el creixement i el consum siguen compatibles amb els recursos naturals. Cal invertir en materials reciclables, en cotxes menys contaminants. Ens cal inventar un nou model energètic, això és inajornable. Tot plegat, però, no significa posar en qüestió la societat de consum.

Per exemple, el cotxe porta grans problemes de contaminació. Hem de proposar més transports públics, tancar els centres de la ciutat al trànsit, fomentar l'ús de la bicicleta... Tot amb tot, això no deixa de ser consum.

—Al remat, dieu que l'hiperconsum no és cap catàstrofe.

—No, no ho és. Bé, podria ser-ho si l'hiperconsum actual es perpetuara com fins ara. Seria una catàstrofe. Però, en canvi, pot haver-hi un hiperconsum net. Això evitaria la catàstrofe ecològica, però no la catàstrofe cultural. Avui, podeu ser una hiperconsumidora de productes i no contaminar gens: veieu un film, descarregueu música a l'iPod... No hi queda cap petjada ecològica. Ara bé, ser un hiperconsumidor no crec que siga un gran ideal humà. El consum

no pot ser un ideal de vida. La vida no és consumir. La vida ha de ser crear, compartir i estimar.

—Aquesta és la “felicitat paradoxal” de la qual parlu en alguns dels vostres llibres?

—No, la felicitat paradoxal és un altra cosa. A Europa tenim moltes raons per a ser feliços: vivim molts anys, tenim llibertat, no hi ha pressió de la religió ni de la família, tenim bona salut, la gran misèria ha desaparegut... Per tant, hi ha moltes raons per a sentir-nos feliços. Tanmateix, alhora

“La gent no ha perdut l’apetit de consumir perquè no hi ha res que pugui substituir-lo com a analgèsic”

hi ha molta misèria personal: la gent està decebuda, frustrada, hi ha molta gent que té depressions, hi ha temptatives de suïcidis... La paradoxa és que hi ha molts elements per a ser feliços, però la realitat és que la gent no ho és. La lliçó és que el progrés econòmic

no porta més felicitat. Hi ha massa fetitxisme del creixement econòmic. Hi ha més factors que compten, quan es tracta de la felicitat.

—Ha estat precisament el president del vostre país, Nicolas Sarkozy, qui ha proposat de fer canvis en les estadístiques, perquè el PIB no indica realment l’estat d’un país.

—És veritat. Si només tenim en compte el PIB, resulta que una catàstrofe, i la reconstrucció consegüent, porta un augment dels indicadors. Els embossos de trànsit fan augmentar el PIB, perquè requereixen més gasolina, però no milloren la nostra vida, sinó al contrari, la perjudiquen.

Si volem reflexionar sobre la felicitat, és evident que el desenvolupament econòmic fa desaparèixer les grans misèries, millora la qualitat de vida... Però a partir d’un cert moment, més riquesa no ens dona més felicitat.

—En un context d’hiperconsum, quin paper hi resta, per a la política?

—La política ha de posar les regles allà on l’hipercapitalisme ens ha propulsat a aquesta hipercrisi: massa crèdits, absència de controls en la reglamentació financera... Per això, seria desitjable una mica de moderació. No es tracta de retornar a una economia administrada, però calen unes regles. La política ha de tenir per objectiu recivilitzar el capitalisme. L’estat ha de tenir per vocació vetllar per l’interès general. De moment, hi ha molts dubtes que això siga així. Hi ha indicis que tornem als mateixos problemes.

La crisi de les hipoteques d’alt risc ha estat una crisi d’hiperconsum. L’estat ha de regular certes coses. Calen un mínim de regles, perquè l’absència de regles porta a un recal·fament de resultats desastrosos. Cal tornar a la moderació i la prudència i l’estat té l’obligació de buscar l’interès general.



GUILLEM MO LUCAS

Violeta Tena