



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Consumo y desarrollo humano. La sociedad
consumista y la idea de progreso.

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
Licenciado en Relaciones Internacionales
P R E S E N T A :
Miguel Angel Reséndiz Santillán



Asesora: Dra. Sandra Kanety Zavaleta Hernández

México, Ciudad de México.

2018



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A toda mi familia por brindarme su amor y apoyo de forma incondicional durante este largo camino.

A la Universidad Nacional Autónoma de México y todos los profesores que ayudaron en mi formación académica.

A la Doctora Sandra Kanety Zavaleta Hernández por su apoyo, dedicación y por sus valiosos consejos para la elaboración de este trabajo.

A la Maestra María de los Ángeles Meneses Marín, a la Maestra Selene Romero Gutiérrez, al Maestro Víctor Noé Batta Fonseca y al Doctor Fausto Quintana Solórzano, por aceptar ser parte de este proyecto, por sus invaluable aportes y consejos para la finalización del presente trabajo.

Índice

Introducción	1
1. Desarrollo humano, un paradigma de progreso.	4
1.1. Marco histórico del desarrollo, una mirada al origen del concepto de desarrollo humano.	8
1.2. Desarrollo humano.	17
1.2.1. Concepto y definición.	18
1.2.2. Informes de Desarrollo Humano.	24
1.2.3. Índices del Desarrollo Humano.	26
1.3. Desarrollo individual y desarrollo en sociedad.	31
1.4. Balance actual. Alcances y limitantes del desarrollo humano.	33
1.4.1. Logros.	34
1.4.2. Críticas.	35
1.4.3. Expectativas futuras.	37
2. El consumo en la sociedad actual.	39
2.1. Visión histórica y conceptual del consumo.	42
2.2. Formas de consumo.	45
2.2.1. Consumo, sobre el consumo responsable.	46
2.2.2. Consumismo.	49
2.3. Implicaciones materiales y sociales en la actualidad.	51
2.3.1. Cambio en la forma de producción.	52
2.3.2. Cambio en la forma de consumo.	57

2.3.2.1. Satisfacción de necesidades.	58
2.3.2.2. Creación de nuevas “necesidades”.	62
3. Consumo en el desarrollo humano.	68
3.1. Consumismo y sus implicaciones.	72
3.1.1. Sociedad e individualidad.	75
3.1.2. La mirada del <i>otro</i> .	77
3.2. Desarrollo humano contra consumismo.	82
3.2.1. Coexistencia, consumo y desarrollo humano.	84
3.2.2. Mejora de las capacidades.	86
3.2.2.1. Nuestra misión como sociedad.	89
3.2.2.2. Los retos individuales.	92
Conclusiones	94
Anexo	99
Fuentes de consulta	102

Introducción

En la actualidad existen diferentes visiones sobre cómo se percibe el desarrollo, un concepto que en sí mismo es complejo; no obstante, en nuestra sociedad es el sistema económico capitalista quien dicta cómo se entiende el desarrollo. Se nos explica desde la infancia que debemos buscar *progresar y desarrollarnos* para ser alguien en la vida; sin embargo, no se nos explica a cabalidad qué significa eso, no comprendemos a qué se refiere progresar ni en qué consiste el desarrollo.

Entendemos al desarrollo a partir de la idea de bienestar, y esa noción está fuertemente arraigada a una visión económica. Asociamos la mejoría de nuestra situación a través de la adquisición de los bienes y servicios ofrecidos en la actualidad.

Hacia la última década del siglo XX se tiene un cambio significativo dentro del paradigma del desarrollo, ya que gracias al trabajo de diversos autores y del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) se pone atención a una visión que no está enfocada únicamente en factores económicos, sino que abraza una perspectiva integral que coloca a las personas como eje central y como el fin último del desarrollo; a través de la creación y publicación del Índice de Desarrollo Humano (IDH) y su publicación anual en los Informes de Desarrollo Humano, se busca identificar los avances, los rezagos y las problemáticas de los Estados para mejorar las capacidades de las personas y lograr su desarrollo.

A través de éste enfoque se busca abrir el panorama de las personas para alcanzar las metas que se propongan mediante un proceso de mejoramiento de sus capacidades, entendidas como el conjunto de condiciones que tienen los sujetos para ejercer y convertir sus derechos en libertades. Capacidades que van desde el ámbito económico como el acceso a un trabajo digno, de carácter educativo al tener acceso a una educación de calidad, acceso a medios de transporte, a sistemas de salud apropiados, a una alimentación apropiada, una vivienda, o servicios como agua potable y electricidad.

Dentro del presente trabajo se busca discutir la manera en que nos percibimos y la forma en que buscamos ampliar nuestras libertades mediante las visiones del

desarrollo humano y del desarrollo económico, visto desde el consumo y su fase exacerbada: el consumismo. Se tratará de encontrar y explicar los vínculos de estos enfoques y de confrontar sus premisas sobre cómo alcanzar el crecimiento de las personas.

¿Cómo congeniar la incidencia del consumo actual de la sociedad en el desarrollo humano? ¿De qué manera mejoramos como sociedad y como personas al consumir? ¿De qué manera podemos mejorar nuestras capacidades y nivel de vida consumiendo sin medida?

Para el presente trabajo utilizaremos la siguiente hipótesis: la sociedad se ve influenciada por los patrones de mercado que incitan a la acumulación de bienes materiales y que dan una idea de progreso. Las ideas de desarrollo humano y consumo congenian para dar visiones y opciones para mejorar las capacidades de las personas, solas y en sociedad, en comparación a la simple idea del consumismo.

Al analizar el crecimiento de las personas en ambas perspectivas tenemos como objetivo observar las formas en que se integran el consumo y el desarrollo humano, y señalar las carencias del consumismo para lograr una mejoría en las capacidades de las personas.

Para ello es necesario enmarcar las ventajas y críticas a la visión del desarrollo humano, señalar el marco histórico de éste paradigma y denotar un balance general sobre sus alcances y limitantes.

De igual manera debemos conocer el marco histórico y conceptual del consumo, indicar que no existe solo un tipo de consumo y de donde nace la idea consumista, así como las implicaciones materiales, humanas y medioambientales que traen consigo estas visiones y la manera en que han moldeado sociedades sobre aquello que se considera como una necesidad.

Por último se busca establecer las implicaciones consumistas sobre las personas y la sociedad acerca de la forma en que nos percibimos, cómo dejamos de pensar en *ser* y nos concentramos en *tener*, y demostrar los vínculos que coexisten en el

desarrollo humano y el consumo para lograr mejorar y ampliar las capacidades humanas.

“Somos lo que consumimos”, esa es la premisa de la cultura de consumo, entonces, ¿por qué no tomarla y transformarla hacia una visión más humana? ¿Por qué no buscar la manera de consumir para mejorarnos de una forma más completa?

Debemos encontrar la manera de utilizar las herramientas del mercado para mejorar nuestra situación de vida de forma integral y comprender que la riqueza y el progreso es más que el valor monetario y que ello radica en las personas.

1. Desarrollo humano, un paradigma de progreso.

Las personas, solas y en sociedad, hemos tenido motivaciones que nos han permitido crecer y progresar para alcanzar nuestras metas individuales o sociales que nos brinden un mejor nivel de vida. Una vida en que podamos contar con las opciones para realizarnos; opciones que abarcan contar con servicios básicos, tener seguridad para nosotros, como personas, nuestra familia y sociedad, así como de nuestros bienes, entre otros.

El desarrollo puede entenderse como un proceso de expansión de las libertades reales que la gente disfruta; y en contraste con la libertad humana las visiones del desarrollo tienden a estrecharse, así identificando el desarrollo con el crecimiento del producto interno bruto (PIB), o con el incremento de los ingresos personales, o con industrialización, o el avance tecnológico, o con la modernización social¹.

El desarrollo, como concepto, es complejo y se encuentra en constante cambio, lo que hace que existan distintas visiones acerca de él. Gilbert Rist hace una semblanza sobre la complejidad de la palabra; nos habla sobre la dicotomía que presenta, ya que nos dice que con este término se puede designar a un *estado*, como un fin, y en otras ocasiones se refiere a un *proceso*, pero hace la aclaración que en ambas formas esto va relacionado a la idea de bienestar, progreso y crecimiento, ya sea en términos de un Estado, empresa, industria, o de expansión personal. También señala que el “desarrollo” tiene como principal defecto sus pseudodefiniciones que están basadas en la manera en que una persona (o personas) desea ver representadas sus condiciones ideales de existencia social, por ello señala la necesidad de identificar, sin comparar, los conjuntos a considerar y exponer el proceso que afecta de forma irreversible a cada uno².

Otra idea sobre la concepción del desarrollo como proceso nos la brinda Celso Furtado, en donde señala: “la idea de desarrollo se articula, en una dirección, con el concepto de eficiencia, y en otra con el de riqueza”³, y continúa afirmando que “el desarrollo es la aprehensión de la realidad social; más exactamente la

¹ Amartya Sen, *Development as Freedom*, Nueva York, Anchor, 2000, p. 3 (traducción propia).

² Gilbert Rist, *El desarrollo: historia de una creencia occidental*, Madrid, Los libros de la catarata, 2002, pp. 19-23.

³ Celso Furtado, *Teoría y política del desarrollo económico*, 14ª ed., México, Siglo XXI, 1991, p. 55.

identificación de las entidades que asumen las nuevas formas. Esa realidad es aprehendida, por un lado, como algo *estructurado* y, por otro, desdoblándose en el tiempo, es decir, como un *proceso*⁴.

El desarrollo posee dentro de las atribuciones que le formemos una idea concentrada de lo que tenemos y se ha logrado conseguir, y también de aquello que nos falta y consideramos necesario para mejorar nuestra situación, es por ello que se tiene un significado estrecho entre *desarrollo* y *progreso*, ambos términos están enfocados en la acción de “ir hacia adelante”. Se tratará al desarrollo como concepto heredero del significado de progreso visto desde la tradición occidental, de acuerdo a Robert Nisbet “en la civilización occidental existe aparentemente la idea de que toda la historia puede concebirse como el avance de la humanidad en su lucha por perfeccionarse”⁵.

Furtado apunta que la evolución de la forma o estructura social “lleva a la formación de nuevos valores y a la ampliación del horizonte de posibilidades ya conocidos originada por el avance de las técnicas”⁶.

Rist señala la imposibilidad de aplicar un modelo de desarrollo de manera general y advierte que buscar la repetición de un proceso para diferentes individuos no hará que lleguen a los mismos objetivos debido a que no se encuentran bajo las mismas características y condiciones. En este sentido, podemos tomar al desarrollo como un organismo vivo que tiene características particulares y avances variables a la situación y lugar en que sucede, además tiene cuatro elementos que nos permiten ver este proceso: (1) la discrecionalidad, que dará un sentido y objetivo a las acciones; (2) la continuidad, pues está en permanente cambio, existe un “cambio de aspecto no de naturaleza”⁷, el cambio no termina hasta la muerte; (3) su carácter acumulativo, se trata de un proceso encadenado,

⁴ *Idem.*

⁵ Robert Nisbet, “La idea de progreso”, en *Revista Libertas*, núm. 5, Instituto Universitario ESEADE, Argentina, Octubre 1986.

⁶ *Ibid*, p. 59.

⁷ Gilbert Rist, *op. cit.*, p. 39.

cada etapa es dependiente de la anterior; y por último (4) la irreversibilidad, alcanzar una fase nueva hace imposible volver a la anterior⁸.

Por lo que podemos señalar que el desarrollo reúne un conjunto de aspiraciones y virtudes dadas por los grupos sociales para alcanzar su plenitud, que se encuentran “a través de las acciones que legitima, las instituciones a las que hace vivir y los signos que atestiguan su presencia”⁹. Mediante esta última premisa nos enfocaremos en entender, en específico, al desarrollo humano.

En décadas pasadas la idea del desarrollo en la sociedad se enfocaba principalmente a un carácter económico, pero es a partir de la última década del siglo XX que se presenta una alternativa a tal visión, donde los individuos son el centro y fin último del desarrollo.

Desde mediados del siglo XX, la Organización de Naciones Unidas (ONU) ha hecho esfuerzos por atender a los diversos problemas que aquejan a la sociedad mundial, mediante la creación de distintas organizaciones e instituciones de carácter multilateral que fueron planteando estrategias y programas para hacer frente a dichas problemáticas.

Es a partir del inicio del 2001 que estos esfuerzos se traducen en la implementación de objetivos de desarrollo para todo el mundo que buscan establecer una mejora en la situación de las sociedades globales, a través de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)¹⁰, y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)¹¹ a partir de 2015, como ejes para su consecución.

⁸ *Idem.*

⁹ Gilbert Rist, *op. cit.*, p. 22.

¹⁰ ODM: 1) Erradicar la pobreza extrema y el hambre; 2) Lograr la enseñanza primaria universal; 3) Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer; 4) Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años; 5) Mejorar la salud materna; 6) Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades; 7) Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente; y 8) Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

¹¹ ODS: 1) Fin de la pobreza; 2) Hambre cero; 3) Salud y bienestar; 4) Educación de calidad; 5) Igualdad de género; 6) Agua limpia y saneamiento; 7) Energía asequible y no contaminante; 8) Trabajo decente y crecimiento económico; 9) Industria, innovación e infraestructura; 10) Reducción de las desigualdades; 11) Ciudades y comunidades sostenibles; 12) Producción y consumo responsable; 13) Acción por el clima; 14) Vida submarina; 15) Vida de ecosistemas terrestres; 16) Paz, justicia e instituciones sólidas; y 17) Alianzas para lograr los objetivos.

Tales medidas buscan establecer una línea de medición con la cual homologar estos objetivos en los distintos Estados, marcando perfiles con los que se debe contar para considerar que se han cumplido tales metas. En el papel, se busca de forma universal lograr niveles de vida dignos para las personas; sin embargo, en la realidad esto no se ve reflejado ya que se busca establecer niveles mínimos con los cuales “asegurar” la vida de las personas desde una visión estadística y no una visión de desarrollo integral.

Estos objetivos trazaron una línea para su consecución, y a partir de ella intentan establecer un seguimiento para su ampliación o mantenimiento¹², teniendo como fecha para alcanzar y valorar las metas conseguidas el año 2015.

A partir del 2015 se establece una nueva agenda con los ODS para analizar y alcanzar los planteamientos dados desde el 2001 con nuevas perspectivas y llevarlos a buen término en esta ocasión.

De igual forma la ONU, desde su creación en la década de 1940, ha tenido diferentes avances en el área del desarrollo no sólo desde sus órganos centrales, sino que ha sido partícipe de la creación de instituciones, organizaciones y programas que tienen de principal objetivo el desarrollo en sus distintas visiones como del desarrollo económico, político y social, a través del combate de riesgos ambientales, la promoción de la justicia e igualdad de género, etcétera. Entre los proyectos dedicados a estos temas podemos mencionar al Grupo Intergubernamental de Expertos sobre cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés), la Oficina de las Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres (UNISDR, por sus siglas en inglés), ONU Mujeres, el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (DAES), la Segunda Comisión de la Asamblea General (asuntos económicos y financieros), el Consejo Económico y Social

¹² Organización de las Naciones Unidas, *Objetivos de desarrollo del milenio y más allá del 2015*, [en línea], Dirección URL: <http://www.un.org/es/millenniumgoals/> [consulta 30 de abril 2015]

(ECOSOC), el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)¹³.

El PNUD, por ejemplo, resume en una línea general el objetivo del desarrollo: “El objetivo básico del desarrollo es crear un ambiente propicio para que los seres humanos disfruten de una vida prolongada, saludable y creativa. Esta puede parecer una verdad obvia, aunque con frecuencia se olvida debido a la preocupación inmediata de acumular bienes de consumo y riqueza financiera”¹⁴.

A partir de esta visión es que se pretende entender de manera integral, y no únicamente de forma económica, a las sociedades, las personas y sus necesidades como grupo y como individuos. Comprendiendo que, aunque el carácter económico y monetario es relevante, existen otros factores no dependientes de estos que parecen ser olvidados u obviados por las políticas de los Estados y con los que se pueden dar resultados de la misma manera que se logra mediante la vía monetaria.

1.1. Marco histórico del desarrollo, una mirada al concepto de desarrollo humano.

En su carácter etimológico la palabra desarrollo proviene del prefijo *des-* y de *arrollo*¹⁵, por lo que el término es una derivación de desenrollar. Desarrollo se entendería como la consecuencia de desenvolver, extender lo que estaba arrollado. De esta manera podemos apreciar en el significado la extensión de posibilidades, el desenvolvimiento de capacidades, el crecimiento de la productividad, y el alcanzar la satisfacción de necesidades. “(...) tiene dos acepciones que interesan para el presente trabajo de investigación. Por una parte, significa desenvolver, desplegar, extender; y, por otra, progresar, crecer,

¹³ Desarrollo, Naciones Unidas, *Qué hacemos*, [en línea], Dirección URL: <http://www.un.org/es/sections/what-we-do/promote-sustainable-development/> [consulta: 14 de abril de 2015]

¹⁴ PNUD; Informe sobre Desarrollo Humano 1990. *Concepto y medición del desarrollo humano*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas. Tercer Mundo Editores, Bogotá, Colombia, 1990, p. 30.

¹⁵ Prefijo *des-* inversión de una acción y Arrollar: envolver o enrollar, [en línea], Dirección URL: <http://etimologias.dechile.net/?desarrollo> [consulta: 30 de junio 2015]

acrecentar, prosperar, evolucionar, florecer, aumentar, ampliar, adelantar, fomentar, formar”¹⁶.

El diccionario de Real Academia de la lengua española señala dos acepciones de la palabra desarrollar como: “Acrecentar, dar incremento a algo de orden físico, intelectual o moral” y “dicho de una comunidad humana: Progresar, crecer económica, social, cultural o políticamente”¹⁷. Mediante estas connotaciones podemos marcar dos elementos relevantes con carácter positivo: uno cuantitativo -acrecentar- y otro cualitativo -progresar o prosperar-¹⁸.

Mediante estas breves definiciones podríamos entender al desarrollo, desde una visión para las Ciencias Sociales, como la acción de extender o desenvolver a una persona o comunidad en los órdenes físico, intelectual o moral, en los campos político, económico, cultural y social.

Desde la perspectiva que nos proyectan los países más industrializados, el desarrollo es una visión de “bienestar”, definido mediante el nivel de ingresos *per capita*, y lo que se traduce en la asequibilidad de bienes de consumo durables, capacidad de acceso a educación, salud, vivienda, alimento, etcétera. Con esto tenemos que hacernos las preguntas, ¿de qué tipo de bienestar se habla? ¿el concepto de desarrollo se refiere únicamente a poseer más o significa otra cosa?

El desarrollo, como objeto de estudio para las Relaciones Internacionales, cobra nuevas dimensiones a partir de la década de los cuarentas; en la etapa de posguerras y con el inicio de la Guerra Fría. Con el establecimiento de modelos de desarrollo basados en la ideología de las potencias hegemónicas, dentro de sus zonas de influencia.

Es a partir de la década de 1980 que se plantean críticas a las visiones predominantes sobre el desarrollo, las cuales se encontraban más identificadas

¹⁶ Sandra Kanety Zavaleta Hernández; *Más allá de la visión tradicional de la seguridad y del desarrollo. Hacia la consecución de la seguridad humana y el desarrollo humano en las Relaciones Internacionales contemporáneas*, Tesis de doctorado, México, UNAM, 2012, p. 14.

¹⁷ Definición de Desarrollar, Diccionario de la lengua española, 22ª Edición, 2001, [en línea] <http://lema.rae.es/drae/?val=desarrollo> [consulta: 30 de junio 2015]

¹⁸ Sandra Kanety Zavaleta Hernández, *op. cit.*, p. 14.

dentro de un ámbito económico y que colocan a las personas como el medio para alcanzar un crecimiento monetario/financiero.

Sin embargo, a lo largo de la historia han existido visiones que han puesto a las personas como el fin, y no únicamente como medio del desarrollo, por lo que se hará una breve semblanza sobre estas visiones históricas que han dado pauta para el concepto de Desarrollo Humano tal como lo conocemos actualmente.

El concepto de desarrollo a lo largo de la historia se ha encontrado acompañado por otras ideas que han hecho que en cada comunidad, sociedad o cultura se comprenda de distintas formas, dando diferentes atributos y características, pero siempre con la premisa de mejorar con lo que actualmente se cuenta.

Dentro de la cultura griega tenemos, por ejemplo, los trabajos de Aristóteles (384-322 a.C.), quien en su visión naturalista señala a la naturaleza misma de las personas como el fin de las mismas.

El capítulo primero del primer libro de *La Política*, establece al Estado como la conjunción máxima con la que cuenta el hombre para la realización plena de su ser, para así convertirse en una parte del todo, que sirve para sí, dentro de la familia y al Estado¹⁹.

En este pensamiento aristotélico se establece que el fin dado, por la naturaleza, para el hombre es el de la realización plena de sus capacidades, y aunque establece la necesidad de cierto bienestar material, no pone como eje la acumulación de riquezas como parte de este fin sino como medios y que éstos se encuentran subordinados a ese fin último.

Aristóteles continúa en sus trabajos la idea del desarrollo y señala la necesidad como el proceso del desarrollo, dentro de su *fisis*, que trata la potencialidad (*potentia*) que a través de su propio proceso natural de desarrollo llega a hacerse realidad (*actus*), así alcanzando su finalidad o *entelequia*²⁰.

¹⁹ Mauricio Rojas Mullor, *La idea de progreso y el concepto de desarrollo*, Universidad Rey Juan Carlos – EPIC, Marzo 2011.

²⁰ *Ibid.*

En el trabajo de Robert Nisbet, por ejemplo, se encuentra una exhaustiva revisión del concepto de progreso, también abarcando desde una visión helénica hasta el final de la Segunda Guerra Mundial, señalando que el término desarrollo ha sido precedido por otros tantos, no solo el concepto de progreso, como civilización, evolución, riqueza o crecimiento.

En este sentido podemos señalar cómo se entendía el desarrollo en el siglo XVIII a partir de la visión de Adam Smith y los distintos autores de la economía clásica, donde la riqueza toma un papel central en los estudios de economía y cómo ésta era el indicador de los avances o decadencia de las naciones.

Es a partir de la década de 1940, con el fin de la Segunda Guerra Mundial que se detectan cambios significativos en el paradigma del desarrollo dado que las dos superpotencias establecerían sus áreas de influencia buscando atraer más adeptos a sus respectivos bloques²¹. La idea del vínculo entre riqueza y desarrollo se mantendría como eje primordial de los estudios de desarrollo hasta la última década del siglo XX.

Aunque diversas, en general las visiones del desarrollo generadas o que se han vuelto a revisar, a partir de la década de los cuarentas no han logrado llevar a las sociedades en su conjunto a un desarrollo pleno, no uno basado únicamente en el ámbito económico, o se han visto limitada en su influencia en los programas de desarrollo²².

La teoría de la modernización establece una línea de estudio hacia las “sociedades más desarrolladas”. No porque señalemos a estas sociedades o Estados como mejores, sino dentro de un marco histórico de referencia para identificar al desarrollo dentro del siglo XX y en la actualidad mediante los elementos enfocados al desarrollo humano y al consumo.

La modernización marca que aquellas sociedades “subdesarrolladas” tienen que cumplir un camino para alcanzar el desarrollo y éste debe ser aquel que siguieron

²¹ Sandra Kanety Zavaleta H., “La concepción del desarrollo desde la perspectiva de las relaciones internacionales. Algunas notas”, en Edmundo Hernández-Vela S., *Paz y seguridad y desarrollo (Tomo II)*, México, UNAM, pp. 73-76.

²² *Ibid.*

quienes se denominan desarrollados. El ámbito donde se enmarca temporalmente esta teoría es en la etapa de la segunda postguerra. Aquí encontramos la formación de diversos bloques y organizaciones que plantearon a escala global el planteamiento anterior, para sus zonas de influencia o los Estados o miembros acreedores²³.

Entre los elementos y características a cumplir se encuentran: la erradicación de las “sociedades tradicionales”, el establecimiento de medidas políticas, económicas y sociales que permitan movilizar los recursos de una forma más racional, la coordinación de fuerzas políticas y sociales para sustentar esta política de desarrollo y el establecimiento de una base ideológica nacional para realizar dichas acciones²⁴.

Con tales características esta visión del desarrollo se manifestó en una idea puramente económica que trataba de replicar los acontecimientos que permitieron a los países industrializados llegar hasta ese punto. Todo ello se basó en puntos enfocados en el producto interno bruto (PIB), donde gracias al establecimiento de una economía industrializada que generara el crecimiento económico y sus beneficios estuvieran al alcance de todos. El desarrollo se encontraba mediante la sustitución de los viejos modelos sociales por una sociedad moderna, por medio de los valores de quienes buscaban aplicar a una sociedad “mediante la enseñanza de alto nivel y transferencia de técnicas avanzadas²⁵”.

Con esto podemos ver que la visión de la modernidad sobre el desarrollo estaría bajo la constante de las condiciones ideales que imponen las naciones ya “desarrolladas” para salir del círculo de pobreza que existe por las sociedades “arcaicas” de los “no desarrollados”. Esta reproducción de copia es lo que nos llevaría al desarrollo. Una vez implantada la idea se forma un fuerte vínculo por parte de las sociedades que reciben a la fuerza económica occidental, ya sea por

²³ *Ibid.*

²⁴ Lorena G. Coria, *La gestión local del desarrollo. Experiencias de Panamá, España, México, Argentina y Perú*, Red Académica Iberoamericana Local Global, [en línea], Dirección URL: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/344/index.htm#indice> [consulta 17 de marzo 2014]

²⁵ Sandra K. Zavaleta Hernández, *op. cit. Más allá de la visión tradicional de la seguridad y del desarrollo*, p. 34.

el proceso modernizador, que se muestra con gran ímpetu y que genera la idea de desarrollo dentro de las circunstancias ideales y que serán percibidas de mejor manera al principio de este proceso. También, debido a que se trata de un proceso homogeneizador, las sociedades influenciadas terminan deseando ser o parecerse más a un estándar occidental, dependiendo de la zona de influencia, europeo o estadounidense. Ello porque tenemos la idea de que esos ideales occidentales poseen las características para brindar prosperidad económica y estabilidad política. Una vez que este proceso se ha puesto en marcha es difícil revertirlo²⁶.

Otra visión que aborda el tema del desarrollo es la teoría de la dependencia. Por su origen dentro de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en la década de 1950, ha sido una teoría con argumentos que contravienen a aquellos de la teoría de la modernización. La teoría mostró una cara diferente a la visión de los países industrializados trayendo consigo propuestas latinoamericanas y que poco a poco consiguió atraer distintos pensadores, entre ellos a marxistas de todo el globo.

En contraste con la teoría de la modernización, en la dependencia no se espera que el desarrollo llegue por la traducción del beneficio de uno hacia el resto de una sociedad, para ello sería necesario que los beneficios se hagan llegar al mercado local, visto en inversión, generación de empleos, activación de la economía local mediante compras; sin embargo esto no ocurre realmente y las riquezas y beneficiarios continúan un proceso de acumulación que estanca el proceso de crecimiento económico.

La idea del desarrollo como parte de la teoría neoliberal, por otra parte, se encuentra más arraigada en la idea del desarrollo económico. En ésta se aborda la idea de progreso por medio de la universalización del sistema económico, financiero e industrial en todo el mundo. Tal como se ve en el llamado “primer mundo”, y su instauración en sus periferias, o “tercer mundo”.

²⁶ Ledis Mesino Rivero, *Políticas fiscales y su impacto en el bienestar social de la población venezolana. Un análisis desde el paradigma crítico. Periodo: 1988-2006*, Edición Electrónica Gratuita, 2010 [en línea] Dirección URL: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/lmr/> [consulta 17 de marzo 2014]

En el neoliberalismo se hace referencia a una política económica con un enfoque tecnocrático y macroeconómico, por el que mediante la reducción de la intervención estatal, en asuntos económicos y sociales, logre el crecimiento económico de un país a través del libre mercado.

Por otro lado, entre las décadas de los sesentas y los noventas del siglo pasado se comenzaron a plantear críticas sobre los modelos desarrollistas que se establecen sobre la idea del crecimiento de la riqueza sobre todo, incluidas las personas y el medio ambiente.

En la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Humano (1972), en Estocolmo, Suecia, se comenzaría a pavimentar el camino para diferentes aproximaciones respecto al medioambiente y la comprensión del desarrollo; en ella se plantea la posibilidad de un desarrollo continuo y en armonía con el medio ambiente, para ello es necesario entender al medio ambiente como una dimensión del desarrollo y por esto debía estar involucrado en todos los niveles de decisión, lo que obligaba a replantearse las definiciones de desarrollo hasta ese momento dominantes y entender que podían existir múltiples formas del mismo²⁷.

Dando como resultado conceptos como el Eco-desarrollo²⁸, desarrollo sustentable²⁹, y la idea del “Otro Desarrollo”³⁰, establecido en principios en el informe de 1975 “Qué hacer: Otro Desarrollo” de la Fundación sueca Dag Hammarskjöld.

²⁷ Fernando Estenssoro, “El Ecodesarrollo como concepto precursor del desarrollo sostenible y su influencia en América Latina”, *Universum*, No. 1, Vol. 30, Chile, Universidad de Talca, 2015, p. 87.

²⁸ Ecodesarrollo: *modelo para el desarrollo de cada ecosistema que considera de manera particular los datos económicos y culturales del propio ecosistema para optimizar un aprovechamiento, evitando la degradación del medio ambiente y las acciones depredadoras.*

Ignacy Sachs, “Ecodesarrollo, concepto, aplicación, implicaciones”, *Comercio Exterior*, vol. 30, núm. 7, México, julio de 1980, pp. 718-725.

²⁹ Desarrollo sustentable: *Es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.*

Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, *Nuestro futuro común*, Madrid, España, Alianza Editorial, 1992.

³⁰ Otro desarrollo, que promueva la democracia, los derechos humanos y la seguridad basándose en la transformación social y económica de instituciones y sociedades.

Dag Hammarskjöld Foundation, *About Us*, [en línea] <http://www.daghammarskjold.se/about-us/> [consulta 31 de mayo 2017]

De igual manera durante la década de los setentas, Paul Streeten y su equipo de trabajo establecerán que: "... el objetivo de los esfuerzos a favor del desarrollo es proporcionar a todos los seres humanos de la oportunidad de vivir una vida plena... la incumbencia fundamental del desarrollo son los seres humanos y sus necesidades"³¹.

Streeten habla de la satisfacción de necesidades, en particular de la educación y la salud, esto en pos de la productividad laboral.

Establece cuatro grupos de satisfacción de necesidades: (1) los mínimos necesarios, alimento, vivienda,..., (2) acceso a servicios esenciales, salud, educación,..., (3) trabajo debidamente remunerado, (4) referido a las libertades individuales y políticas, así como necesidades cualitativas.

Hacia la década de los ochenta se presenta con más fuerza, por diversos momentos históricos, principalmente por la caída del bloque soviético, que otros modelos económicos sufrieron reveses, como el modelo de sustitución de importaciones, ya que los cambios fueron profundos e impactaron globalmente. Las relaciones entre el capital y las fuerzas de trabajo cambiaron drásticamente. Tiene una base en cuatro aspectos fundamentales: políticas fiscales restrictivas, la liberalización, la privatización y la desregulación estatal.

Es a mediados de los ochenta que podemos apreciar un cambio en la forma de comprender el desarrollo, y gracias al trabajo de algunos pensadores, se colocó a las personas como centro y fin del desarrollo en lugar de ser un medio para beneficio de la economía.

Dada su importancia, a continuación señalaremos brevemente una semblanza de sus trabajos para comprender los alcances, metas, obstáculos y críticas que se han logrado dentro del campo del desarrollo humano.

Uno de los primeros autores en enfocarse en el desarrollo humano fue Amartya Sen. Su trayectoria es amplia y desde las décadas de 1960 y 1970 ayudó en el desarrollo de la teoría de la elección social. Los trabajos de Sen lo llevaron a un

³¹ Paul Streeten, *Lo primero es lo primero. Satisfacer las necesidades humanas básicas en los países en Desarrollo*. Editorial Tecnos, S.A. Madrid, 1986, pp. 31-32.

acercamiento en el planteamiento y acuñación del término *capability*, o capacidad, de las personas a partir de la “libertad positiva” de ser o hacer, en lugar de la visión común de la economía de la *no interferencia*, entendida como “libertad negativa”.

Ha publicado diferentes trabajos que han sido motivo de controversias, sin embargo sus ángulos de estudio han estado centrados en hacer conciencia sobre la desigualdad, la justicia y la libertad. En su artículo para *The New York Review of Books*, *More Than 100 Million Women Are Missing* analiza el impacto de como las estructuras sociales juegan un papel preponderante en la desigualdad de derechos de género más allá del nivel económico de los países³².

Sen afirma que “el desarrollo humano, como enfoque, se ocupa de lo que yo (*sic.*) considero la idea básica de desarrollo: concretamente, el aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía en la que los seres humanos viven, que es sólo una parte de la vida misma”³³.

Mahbub ul Haq, por su parte, ayudó a la introducción y promoción del paradigma de la gente como centro del desarrollo y llevó tal paradigma a los lugares en donde trabajó. La experiencia de crecimiento económico de varios países, en particular de Pakistán en los años sesentas, lo convencieron que el crecimiento del PIB no era el fin sino el medio para el desarrollo. Él argumentaba que el propósito del desarrollo no es para agrandar los ingresos sino para agrandar las alternativas de la gente³⁴.

Üner Kirdar, autor en problemas de desarrollo internacional, diplomático turco retirado y oficial de Naciones Unidas es, por otro lado, uno de los pioneros en la teoría del desarrollo humano, y desde mediados de la década de 1980 ha abogado y trabajado por la adopción del concepto de manera global.

³² “NashinAUW”, *Analysis of Amartya Sen’s “More than 100 million missing women”*, [Blog, en línea] Dirección URL: <https://pearlandtopaz.wordpress.com/2013/03/10/analysis-of-amartya-sens-more-than-100-million-missing-women/> [Consulta 19 de febrero 2015]

³³ Amartya Sen, *Sobre el desarrollo humano*, United Nation Development Programme, Human Development Reports, [en línea], Dirección URL: <http://hdr.undp.org/es/content/sobre-el-desarrollo-humano> [Consulta 18 de febrero 2015]

³⁴ Mahbul ul Haq Human Development Centre. *History*. [en línea] <http://mhhdhc.org/?p=12> [consulta: 11 de marzo 2015]

De acuerdo con Kirdar, el desarrollo humano es el proceso en que se permite a las personas liberar su energía humana interna para mejorar en su educación, salud, cultura, bienestar, habilidades, capacidades, eficacia, creatividad y competitividad para servirse a sí mismos y por último a sus comunidades. En conjunto sociedad y gobierno tienen la responsabilidad primaria de asegurar a su gente del ambiente y medios necesarios para permitir la realización de este proceso, como para garantizar el máximo de libertades y derechos políticos, económicos y sociales para ellos con este propósito³⁵.

En 1981 estableció el Programa de Estudios de Desarrollo del PNUD, donde se organizan mesas redondas, seminarios y conferencias para conectar grupos intersectoriales de pensadores globales y profesionales que ayudaran a guiar la dirección conceptual del PNUD. El resultado de estos eventos proveía contribuciones estrategias críticas e intelectuales para el PNUD y la comunidad multilateral en asuntos desde política, economía, y desarrollo social; sostenibilidad ambiental, y el impacto de las tecnologías de comunicación e información en la condición humana. A su retiro del programa, éste se convirtió en la Oficina de Estudios de Desarrollo del PNUD³⁶.

Como puede verse existen múltiples visiones sobre cómo entender el desarrollo, pero la conversación crítica desde los tiempos helénicos hasta la actualidad ha tratado de diferente manera el centro del desarrollo, mutando, de las personas, al Estado, a la riqueza, y ahora busca establecerse una perspectiva que tenga a las personas, de nueva cuenta, como fin del desarrollo.

1.2. Desarrollo humano.

El desarrollo humano aborda múltiples campos y su complejidad radica en que pone al ser humano como centro del desarrollo; esto nos apunta a que cada ser humano es diferente y por lo tanto sus necesidades variarán, lo que es importante para uno puede ser irrelevante para otro, dado que cada uno se estará

³⁵ UNDP, *About*, [en línea] Dirección URL: <http://www.undp.org/developmentstudies/UNDP> [consulta 9 de abril 2014]

³⁶ DBpedia, *About: Üner Kirdar*, [en línea] Dirección URL: http://dbpedia.org/page/%C3%9Cner_K%C4%B1rdar [consulta 15 de junio 2016]

desenvolviendo en ambientes y situaciones distintas. El espacio temporal, geográfico, social, político, económico y cultural son aspectos que nos definirán y diferenciarán como seres humanos únicos.

Se trata de una visión que busca ampliar la capacidad y funcionamientos humanos, contando con elementos esenciales como son tener una vida larga y saludable, tener los conocimientos necesarios y contar con los recursos para procurar un nivel de vida decente³⁷.

1.2.1. Concepto y definición.

El desarrollo humano es un proceso en el cual se amplían las oportunidades de las personas y está formado por una multiplicidad de variantes, que ponen a los seres humanos como el fin último de mejoramiento personal como miembros de una comunidad.

En principio, estas oportunidades pueden ser infinitas y cambiar con el tiempo. Sin embargo, a todos los niveles del desarrollo, las tres más esenciales son disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente. Pero el desarrollo humano no termina allí. Otras oportunidades, altamente valoradas por muchas personas, van desde la libertad política, económica y social, hasta la posibilidad de ser creativo y productivo, respetarse a sí mismo y disfrutar de la garantía de derechos humanos. El desarrollo humano tiene dos aspectos. La formación de capacidades humanas -tales como un mejor estado de salud, conocimientos y destrezas- y el uso que la gente hace de las capacidades adquiridas -para el descanso, la producción o las actividades culturales, sociales y políticas³⁸.

Sen señala en su libro *Development as freedom* que existen obstáculos que nos quitan o privan de libertad que él considera necesario remover para lograr el desarrollo³⁹. La pobreza, la tiranía, la carencia de oportunidades económicas, la privación social sistémica, la negación de servicios públicos, así como la intolerancia o la sobreactividad de Estados represivos, pueden ser factores que impiden conseguir el desarrollo. Nuestro trabajo, entonces, será evaluar y trabajar

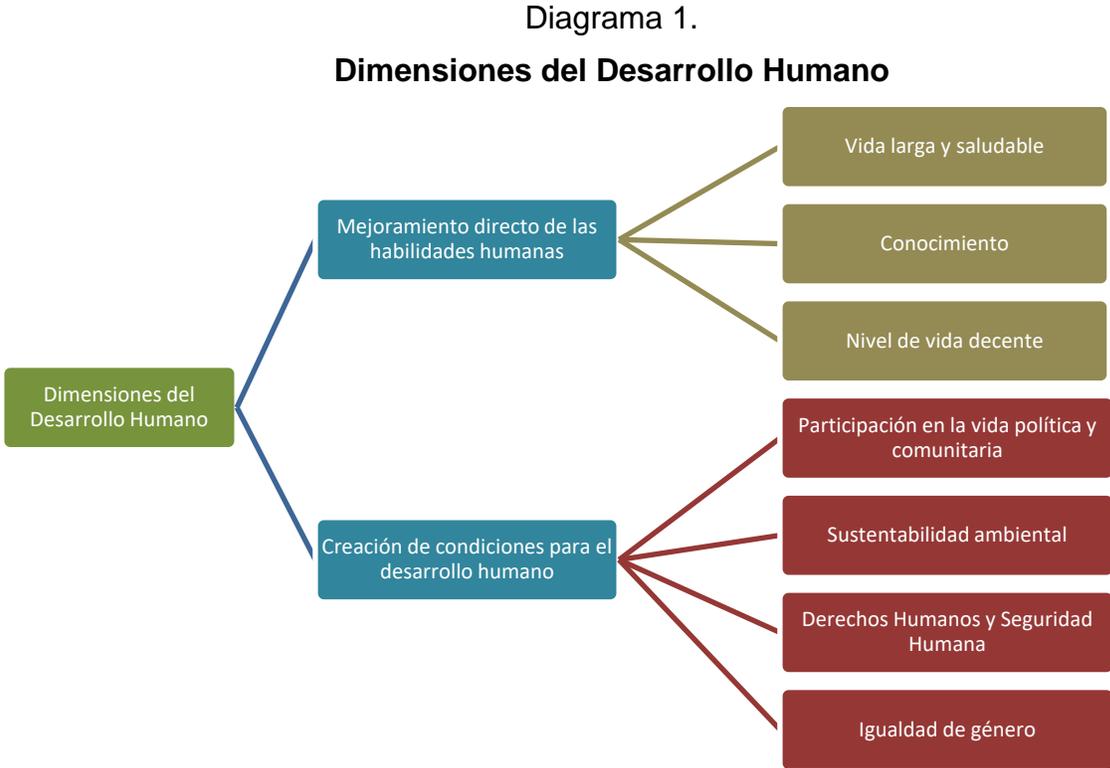
³⁷ PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1998. Cambiar las pautas actuales de consumo para el desarrollo humano del futuro*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Mundi Prensa, Madrid, España, 1998, p.14.

³⁸ PNUD; *op. cit.*, Informe sobre Desarrollo Humano 1990, p. 34.

³⁹ Amartya Sen, *op. cit.*, p. 14.

sobre ellos para lograr su disminución y consecuente desaparición para que cada persona logre su desarrollo. No se pretende abordar el tema de la libertad tal cual Sen lo toma en su obra, sin embargo es necesario señalarla como elemento clave, pues se considera igual que al desarrollo como medio y fin para lograr personas plenas.

Dentro de este enfoque se establece una relación entre los elementos cuantitativos -satisfacción de necesidades, producción, distribución de artículos de consumo- y cualitativos -expansión y uso de las capacidades humanas como un proceso dinámico de participación-⁴⁰.



Fuente: United Nations Development Programme. Human Development Reports. *About Human Development*, [en línea] Dirección URL: <http://hdr.undp.org/en/humandev>

Para ello es necesario tomar una visión amplia de las diferentes materias que atañen a nuestro tema.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 35.

Dentro de la teoría del desarrollo humano, el desarrollo es multidimensional, y también abarca espacios dentro del campo de la psicología. En este sentido, para su estudio se ha dividido en cuatro dimensiones básicas: desarrollo físico, social, cognoscitivo y emocional⁴¹.

Como podemos observar, el desarrollo implica el mejoramiento de los niveles de vida de una sociedad, representados en cambios cualitativos y cuantitativos.

**Cuadro 1.
Desarrollo Multidimensional**

Desarrollo físico	Desarrollo cognoscitivo	Desarrollo emocional	Desarrollo social
Incluye las bases genéticas del desarrollo, el crecimiento físico de todos los componentes de cuerpo, los cambios en el desarrollo motor, los sentidos y los sistemas corporales, se relaciona con temas de cuidado de la salud, la nutrición, el sueño, el abuso de drogas y el funcionamiento sexual	Incluye los cambios en los procesos intelectuales del pensamiento, el aprendizaje, el recuerdo, los juicios, la solución de problemas y la comunicación, incluye influencias tanto hereditarias como ambientales en el proceso de desarrollo.	Se refiere al desarrollo del apego, la confianza, la seguridad, el amor y el afecto y una variedad de emociones, sentimientos y temperamentos, incluye el desarrollo del concepto de sí mismo y de la autonomía y un análisis del estrés, las perturbaciones emocionales y la conducta de representación	El desarrollo moral y de los padres y la familia, incluye en su discusión: matrimonio, trabajo, roles vocacionales y empleo.

Fuente: Verónica G. González Ledesma, Teorías del desarrollo humano. *El desarrollo es multidimensional e interdisciplinario*, [PDF, en línea] Dirección URL: http://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/prof/matdidac/sitpro/exp/psico/psico2/pscll/MD1/MD1-L/teorias_desarrollo.pdf [consulta 23 de julio 2014].

El desarrollo humano busca el establecimiento de las personas como fin del desarrollo, y es en este punto que difiere de las diversas corrientes que buscan

⁴¹ Verónica G. González Ledesma, Teorías del desarrollo humano, *El desarrollo es multidimensional e interdisciplinario*, [PDF] dirección URL: http://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/prof/matdidac/sitpro/exp/psico/psico2/pscll/MD1/MD1-L/teorias_desarrollo.pdf [Consulta 23 de julio 2014].

alcanzar un desarrollo con las personas como medios y no como fin. Dentro de las distintas visiones existentes éstas pueden no ser compatibles del todo, sin embargo pueden alcanzar puntos de apoyo con los cuales complementar su labor, como la clasificación de grupos e identificación de poblaciones vulnerables o con requerimientos.

Por esta razón es que no podemos dejar de lado la labor de otras teorías, instituciones o Estados respecto a la forma en que asumen y buscan alcanzar el desarrollo.

Dentro de los enfoques de la formación de Capital Humano, desarrollo de Recursos Humanos, del Bienestar Social, y de Necesidades Básicas, encontramos formas de cómo mejorar la situación de las personas, pero tales enfoques no ponen a las personas como fin del desarrollo, sino como medio o como beneficiarios pasivos del proceso de desarrollo.

La ONU se apoya en el trabajo del PNUD para crear una visión más completa con lo que significa estar en una sociedad moderna y que pone al individuo como centro del desarrollo.

Para entender al desarrollo humano debemos observar nuestro entorno desde una pregunta que realizó Amartya Sen: “¿cuál es la relación entre nuestra riqueza y nuestra habilidad para vivir como quisiéramos?”⁴².

El Desarrollo Humano incorpora múltiples dimensiones que incluyen todos los aspectos del desarrollo: crecimiento económico, inversión social, empoderamiento de la gente, satisfacción de necesidades básicas, seguridad social y libertades políticas y culturales que permitan a las personas ser partícipes del desarrollo⁴³.

Es así que podemos señalar los cuatro pilares que sostienen al desarrollo humano: la productividad, la equidad, la sostenibilidad y el empoderamiento⁴⁴.

⁴² Amartya Sen, *op. cit.*, p. 14.

⁴³ Asociación de las Naciones Unidas Venezuela, *Desarrollo Humano*, [en línea], dirección URL: <http://anuv.es.tripod.com/>, [consulta 3 de septiembre 2015]

⁴⁴ *Ibid.*

La productividad entendida como la inversión en las personas, logrando aumentarla mediante la participación de la gente en el proceso de producción⁴⁵.

La participación de las personas en los distintos campos que conforman su vida, donde contribuyan y puedan realizarse de manera libre y creativa, como en su educación, salud, vida política, comunitaria y personal⁴⁶.

Conseguir la equidad otorgando y garantizando la igualdad de oportunidades para todos los grupos humanos, desapareciendo las barreras que impiden alcanzar las oportunidades políticas, económicas y sociales permitiendo el pleno disfrute y beneficio de ellas⁴⁷. No se trata de imponer igualdad en las circunstancias y resultados sino de ofrecer una base común de la cual todas las personas puedan ser partícipes y que cuenten con el mismo número de oportunidades para que exploten su potencial de la mejor manera mediante sus propias decisiones, sin restringir las de los demás, y no por imposiciones o restricciones debido a la situación particular de cada persona.

Asegurar la sostenibilidad, tanto en el presente como en el futuro, el libre y total acceso a las oportunidades sin mermar las opciones de generaciones futuras de utilizar los recursos disponibles -ambientales, humanos y económicos- para la satisfacción de sus necesidades⁴⁸.

El empoderamiento significa que las personas tengan las capacidades de ejercer decisiones por sí mismas, que no sean encasilladas dentro de políticas de permanente caridad, sino que puedan influir en la toma, diseño e implementación de decisiones⁴⁹. Las personas deben estar dotadas de las capacidades suficientes para poder desarrollar su potencial, formar parte de las actividades, procesos o eventos de su vida diaria; que sean capaces de ejercer libremente sus opciones para llevar a plenitud su potencial, encontrarse en el centro del desarrollo como sujetos activos y ser conscientes de ello.

⁴⁵ Daniel Cazés, *La perspectiva democrática de género*, [en línea], dirección URL: http://www.europofem.org/contri/2_05_es/cazes/09_cazes.htm [consulta 10 de junio 2016]

⁴⁶ Sandra K. Zavaleta, *op. cit.*, *Más allá de la visión tradicional de la seguridad y del desarrollo*, pp. 192-193.

⁴⁷ Asociación de las Naciones Unidas Venezuela, *op. cit.*

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

La Organización de Naciones Unidas, a partir de la última década del siglo XX toma nota de ello, y pone atención en la teoría del desarrollo humano que se gestó gracias a la confluencia de visiones de varias personas que se plantearon dar una alternativa a los enfoques preponderantes del capitalismo, en las Ciencias Políticas y la Economía. Entre sus mayores propulsores se encuentran Mahbub ul Haq, Üner Kirdar y Amartya Sen.

El desarrollo humano se identifica como un proceso dinámico de participación ya que su visión es la de formar vínculos entre la producción y distribución de bienes de consumo, la expansión y uso de capacidades humanas y las alternativas de la gente para asegurar su subsistencia.

A partir del primer Informe de Desarrollo Humano de 1990 se marca la primera definición, dada por el PNUD, donde establece al desarrollo humano como “un proceso mediante el cual se amplían las oportunidades del ser humano. En principio, estas oportunidades pueden ser infinitas y cambiar con el tiempo. Sin embargo, a todos los niveles de desarrollo, las tres más esenciales son disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente. Si no se poseen estas oportunidades esenciales, muchas otras alternativas continuarán siendo inaccesibles”⁵⁰. En esta definición que nos brinda el PNUD también señala otras características que son necesarias, como las libertades políticas, económicas y el respeto a los derechos humanos, pero otro punto que señala y que nos atañe para lograr esto son: la formación de capacidades humanas –salud, conocimientos y destrezas– y el uso que la gente hace las capacidades adquiridas –para la producción, o actividades culturales, sociales y políticas⁵¹.

Aunado a la labor de los autores recientemente mencionados, la ONU ha trabajado, junto con el PNUD, en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que se promovían como guías para que los Estados busquen mejorar la calidad de vida de las personas. Dentro de la postura oficial del PNUD, los ODM ayudarían en el aumento y reforzamiento de las capacidades de las personas. En

⁵⁰ PNUD; *op. cit.*, Informe sobre Desarrollo Humano 1990, p. 34.

⁵¹ *Ibidem*.

estos puntos se tratan distintos tópicos para asegurar que el panorama de oportunidades y capacidades sea lo menos dispar entre los países considerados desarrollados y en vías de desarrollo. Ellos están basados directamente en las actividades y metas incluidas en la Declaración del Milenio. Se pretendía que tales objetivos fueran alcanzados en sus metas generales antes del año 2015 y posteriormente tuvieran un seguimiento y expansión. Ellos no lograron cumplirse en la fecha deseada, sin embargo se han planteado metas para el próximo periodo de quince años (2015-2030). Estas metas están recopiladas en 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030⁵².

Dentro de los principales problemas que se mantienen con los ODM y los ODS es que buscan cambios locales mediante innovación y financiamiento externo. Si bien se trata de una labor de colaboración entre los Estados, la ONU mediante sus programas e instituciones y asociaciones ligadas a ONU, la tarea tiende a carecer de una visión local que considere a plenitud las particularidades de las distintas sociedades y regiones de trabajo. Tales consideraciones son debido a que se toma como un modelo genérico para su implementación en vez de como guías para alcanzar las metas.

1.2.2. Informes de Desarrollo Humano.

Los Informes de Desarrollo Humano que el PNUD ha publicado anualmente desde 1990 contienen información general por países, los retos y problemáticas a que se enfrenta en un marco internacional, estadísticas sobre diferentes rubros: educación, trabajo, salud, medio ambiente, desigualdad de género, economía, gobernabilidad, seguridad, y a la creación de índices que permiten ver en donde estamos situados como comunidad global, en las distintas regiones, como país y de forma local de una manera cuantificable.

Dichos informes nos permiten comparar los datos reflejados con el entorno en que vivimos para crear propuestas que no sólo vengan de una perspectiva

⁵² United Nation Development Programme, *Sustainable Development Goals (SDGs)*. [En línea] , Dirección URL: <http://www.undp.org/content/undp/en/home/sdgoverview/post-2015-development-agenda.html> [Consulta 4 de agosto 2016]

gubernamental oficial sino que sean integrales con los distintos grupos y organizaciones y que pongan a las personas como centro y fin del desarrollo. Estos informes han tenido un acercamiento a temas de actualidad, que iban relacionados a los ODM y actualmente con los ODS planteados por la ONU, y cada año el tópico central se establece con base en lo definido como temas prioritarios.

El primer Informe sobre Desarrollo Humano, publicado en 1990, comenzó con una premisa simple que ha orientado todo su quehacer posterior: “La verdadera riqueza de una nación está en su gente”. Al corroborar esta afirmación con un cúmulo de datos empíricos y una nueva forma de concebir y medir el desarrollo, el Informe ha tenido un profundo impacto en las políticas de desarrollo en todo el mundo⁵³.

Estos informes han servido como un material importante que busca influir en las políticas de los Estados a nivel mundial; desde las actuales generaciones de autoridades y expertos responsables en la elaboración de políticas públicas, hasta la generación de debate y deliberación por el enfoque evolutivo que manifiesta la visión del desarrollo humano.

Este material nos permite señalar la forma en que nos movemos y tratamos con el mundo, el tipo de relación que llevamos en materia de ingresos, de distribución de los mismos, de salud, de educación, de igualdad o empoderamiento entre otros tópicos, para lograr un pleno desarrollo de las personas y tratar de no poner en riesgo, o evitar seguir poniendo en riesgo, al planeta y a las personas que lo conformamos.

Mediante la realización de los informes se pretende mediar en el actuar de los Estados miembros, de las regiones donde opera el PNUD con las comunidades y de las personas para crear un cambio. Se trata de una tarea titánica debido a que los gobiernos se encuentran permeados por agendas nacionales e internacionales de carácter economicista -Banco Mundial (BM), Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE),

⁵³ United Nation Development Programme. Human Development Reports, *Quiénes somos, Sobre el desarrollo humano*, [en línea] Dirección URL: <http://hdr.undp.org/es/content/sobre-el-desarrollo-humano> [Consulta 10 de febrero 2015]

presión de vecinos regionales- que impide una incorporación como vislumbra el PNUD.

Dentro de los informes que atañen al presente trabajo se encuentra el de 1998 cuyo tópico se centra en el desarrollo humano y el consumo. En él se expresa que a pesar que el consumo general a nivel mundial ha ido en ascenso sigue existiendo una gran disparidad entre las sociedades más ricas y más pobres. Es importante ver el tipo de enfoque sobre consumo que adoptan los países; en los países con menores niveles de desarrollo se observará un gasto enfocado predominantemente al consumo de subsistencia, mientras que en países con un nivel de desarrollo medio o alto nos encontraremos con un mayor gasto por el consumo suntuario.

La realización de los informes tiene una tarea compleja pues buscan, bajo el paradigma del desarrollo humano, que sean aplicables a todos los países y a todos los seres humanos. Es por ello que sus herramientas de trabajo se encuentran en constante cambio y adaptación para tratar de responder a todas las necesidades dentro del entono de cada estado. Debido a esta cantidad de variables que puede existir entre una sociedad particular y otras, dentro del mismo Estado o región, es que el PNUD ha debido ampliar su trabajo a oficinas de los estados o regionales para tener un mejor entendimiento de las dinámicas sociales, políticas y económicas que constituyen el desarrollo humano.

1.2.3. Índices del Desarrollo Humano.

Los Índices de Desarrollo Humano son herramientas que nos permiten señalar los cambios alcanzados durante un año por los países que integran a la ONU, sirven para plantear de un panorama general de la situación del país frente al mundo.

El trabajo realizado dentro de los Índices de Desarrollo Humano (IDH) ha sido cambiante, las exigencias de estos trabajos van acompañadas de variantes a través de los años, dependiendo de la experiencia aprendida de la realización de los índices e informes previos.

A menudo las personas valoran los logros que no se reflejan, o al menos no en forma inmediata, en las cifras de crecimiento o ingresos: mayor acceso al conocimiento, mejores servicios de nutrición y salud, medios de vida más seguros, protección contra el crimen y la violencia física, una adecuada cantidad de tiempo libre, libertades políticas y culturales y un sentido de participación en las actividades comunitarias. El objetivo del desarrollo es crear un ambiente propicio para que la gente disfrute de una vida larga, saludable y creativa⁵⁴.

Mediante los índices podemos hacer una mejor relación entre lo que sucede en cada rubro para seguir en este movimiento por mejorarnos como personas y en sociedad. Por ello es la necesidad de contar con fuentes que sean lo más confiables y datos que permitan establecer un marco de trabajo sustentado en información con el mayor grado de certeza para realizarlos de una mejor manera. El trabajo de los informes debe de reflejar la realidad de los Estados y comunidades que los conforman.

El concepto de desarrollo actualmente se sigue asociando preponderantemente a una visión económica, y es en este sentido que se torna necesario contar con material nuevo, que incluya variantes ajenas a un carácter economicista. Se hace una integración de indicadores como: salud, alimentación, educación, inclusión y participación social, con el fin de crear información que nos pueda acercar más a la realidad de los Estados.

Los índices se enfrentan a obstáculos que aquejan a los diversos factores a tomar en consideración. No podemos hablar de un índice perfecto que nos muestre a cabalidad, de manera cuantificable, la situación de los países que mide. Sin embargo, mediante la formulación de estos índices tratan de evaluar las dimensiones indispensables del desarrollo humano con sus variables, indicadores y metodologías evolutivas, haciendo posible determinar el nivel de desarrollo con que cuentan los países y su gente.

Existen diferentes índices, ellos son: el Índice de Desarrollo Humano (IDH), el Índice de Desarrollo Humano ajustado por la Desigualdad (IDH-D), el Índice de

⁵⁴ United Nations Development Programme, Human Development Reports, *Sobre el desarrollo humano*, [en línea], dirección URL: <http://hdr.undp.org/es/content/sobre-el-desarrollo-humano> [Consulta 10 de febrero 2015]

Desigualdad de Género (IDG) y el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM). Existen y existieron otros índices, sin embargo los antes mencionados son los más relevantes para el presente trabajo.

Índice de Desarrollo Humano (IDH)

Creado para enfatizar que la gente y sus capacidades deben ser el criterio último para evaluar el desarrollo de un país, no sólo del crecimiento económico. El índice es un resumen de los logros promedio en dimensiones claves del desarrollo humano: una vida larga y saludable, estar bien informados, y tener un nivel de vida digno.

El componente de salud es evaluado por la expectativa de vida al nacer, y es calculada usando un valor mínimo de 20 años y un máximo de 85 años.

El componente de educación es medido por los años de escolaridad promedio de adultos de 25 años y la expectativa en años de escolaridad de niños en edad de entrada o inscripción. Esto es medido por Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) en su Instituto para Estadísticas basado en datos de logros educativos provenientes de censos y encuestas disponibles en su base de datos.

El nivel de vida digno es medido por el Ingreso Nacional Bruto (INB) *per capita*. Con valores de ingreso mínimo de \$100 (PPP)⁵⁵ y máximo de \$75000 (PPP), el IDH usa el algoritmo de ingresos para reflejar la decreciente importancia del ingreso con el crecimiento del INB. Los resultados de las tres dimensiones del índice son entonces agregados a un índice compuesto usando un promedio geométrico.

La Oficina del Informe sobre Desarrollo Humano (HDRO, por sus siglas en inglés) ofrece otros índices que procuran un marco más amplio en asuntos clave para el desarrollo humano, desigualdad, seguridad, empoderamiento y pobreza.

⁵⁵ PPP: *Purchasing Power Parity*, paridad de poder adquisitivo.

Índice de Desarrollo Humano ajustado por la Desigualdad (IDH-D)

Este índice toma en consideración no sólo la media de logros de un país en salud, educación e ingreso, también el cómo esos logros son distribuidos en la población, descontando cada valor promedio de cada dimensión de acuerdo al nivel de desigualdad. Por ejemplo dos países con el mismo nivel en el IDH y bajo una desigualdad equiparada serán del mismo nivel, sin embargo caerá el IDH-D si la desigualdad aumenta en uno, o mejorará si ésta disminuye.

El IDH-D permite un enlace directo a las desigualdades en las dimensiones, y puede responder a las políticas hacia la reducción de la desigualdad. Llevando a un mejor entendimiento de tales en la población y su contribución al costo conjunto del desarrollo humano.

Se ha introducido el Coeficiente de desigualdad humana como una nueva medida en el IDH, calculado como un promedio de desigualdad a través de las tres dimensiones. Es calculado en 145 países. La media mundial de pérdida en IDH por desigualdad es de 22.9%, va desde el 5.5% en Finlandia hasta el 44% en Angola⁵⁶. La mayor pérdida por desigualdad en las tres áreas de estudio está representada en el África Subsahariana, seguida por el sureste asiático, los Estados Árabes y Latinoamérica y el Caribe⁵⁷.

Índice de Desigualdad de Género (IDG)

La desigualdad de género sigue siendo la mayor limitante para el desarrollo humano. Se han hecho avances desde 1990 pero aún no se tiene una verdadera igualdad.

Generalmente las mujeres son discriminadas en salud, educación, representación política, en el mercado laboral, incluso en el hogar. Esto tiene repercusiones en el desarrollo de sus capacidades y en su libre albedrío.

El índice mide desigualdades de género en tres aspectos: salud reproductiva, por proporción de mortandad materna y de tasas de embarazos adolescentes;

⁵⁶ United Nation Development Programme, *El IDH ajustado por la Desigualdad (IDH-H)*, [en línea] dirección URL: <http://hdr.undp.org/es/content/el-idh-ajustado-por-la-desigualdad-idh-d> [consulta 8 de mayo de 2015]

⁵⁷ *Idem*.

empoderamiento, medido por proporción de asientos ocupados por mujeres en congresos o parlamentos, y proporción de mujeres y hombres adultos de 25 años o más, con, por lo menos, educación secundaria; y por estatus económico, expresado como participación en el mercado laboral y medido por la tasa de participación en la fuerza laboral de hombres y mujeres con edad de 15 años o más.

Este índice se construye en el mismo marco de trabajo que el IDH y el IDH-D para exponer las diferencias de distribución de logros entre hombres y mujeres. Los valores de medición varían mucho a través de los países, en un rango del 2.1% al 73.3%. Países con alto nivel de desigualdad de género también experimentan una mayor distribución desigual de desarrollo humano⁵⁸.

Índice de Pobreza Multidimensional (IPM)

La pobreza tiene un carácter multidimensional, pero esta situación es pasada por alto y termina enfocada únicamente en valores monetarios. El IPM complementa las medidas monetarias considerando las privaciones sobrepuestas sufridas por la gente en un mismo momento. Identifica privaciones en las mismas tres dimensiones que el IDH y muestra el número de gente que es pobre multidimensionalmente y el número de privaciones con las que lucha típicamente un hogar.

Este índice puede ser deconstruido por región, etnicidad u otros agrupamientos, así como por dimensión, haciéndolo una herramienta para los creadores de políticas.

Casi 1.5 mil millones de personas en 91 países en el IPM, más de un tercio de su población, vive en pobreza multidimensional. Con por lo menos 33% de los indicadores reflejando una privación aguda en salud, educación y nivel de vida. Esto excede el estimado de 1.2 mil millones de personas en estos países que

⁵⁸ United Nation Development Programme, *El Índice de Desigualdad de Género (IDG)*, [en línea], dirección URL: <http://hdr.undp.org/es/content/el-%C3%ADndice-de-desigualdad-de-g%C3%A9nero-idg> [consulta 8 de mayo 2015]

viven con 1.25 dólares al día o menos. Cerca de 800 millones son vulnerables a caer en pobreza si un percance ocurre (financiero, natural o de otro tipo)⁵⁹.

Los informes e índices de desarrollo humano son una herramienta para poder señalar las áreas donde se requiere más trabajo para lograr proporcionar una vida plena a las personas sin embargo cuentan con elementos que siguen, y seguirán, cambiando para formar una visión más apegada a la realidad con la información disponible al momento de elaborarse.

Aunque la información dada por los índices, reflejada en los informes, es vasta y provee de una visión general sobre el estado de los miembros a quienes mide, se encuentra en una problemática pues busca establecer en números características tan amplias y variables de país a país y que algunas caen en terreno de lo intangible y que corresponden a cada individuo definirse como un ser pleno.

1.3. Desarrollo individual y desarrollo en sociedad.

El desarrollo humano, como se ha venido explicando, es un esfuerzo conjunto, de personas, sociedades, Estados e instituciones internacionales. Debido a ello es su complejidad, ya que cada parte de quienes conforman este esfuerzo deben de tener un entendimiento “único” acerca de lo que es *desarrollo*.

En esta complejidad cada persona es un mundo, y por ello el establecer parámetros que tengan la misma equivalencia en todos es difícil. Cada persona es una historia distinta, las necesidades, oportunidades y capacidades van a depender de múltiples variantes.

Desde el momento en que nacemos estamos condicionados a tales variantes, la situación geográfica, temporal, familiar, económica, política, social y espiritual, que nos irán conformando como personas dentro de una suerte de cuerpos sociales, que de igual manera siguen desarrollándose, influidos por aquellos que lo conforman.

⁵⁹ United Nations Development Programme, *Índice de Pobreza Multidimensional (IPM)*, [en línea], dirección URL: <http://hdr.undp.org/es/content/indice-de-pobreza-multidimensional-ipm> [consulta 8 de mayo 2015]

Dentro de los grupos locales, regionales, nacionales y supranacionales existen diferentes estrategias para la consecución del desarrollo, ya sea humano o económico. Pero esto siempre dependerá de la forma en que cada persona interprete su entorno y asuma sus capacidades para construirse como persona y aportar de vuelta al entorno. En este aspecto se trata de un ciclo de construcción de los individuos para construir o reconstruir su entorno.

De esta manera podemos entender que el desarrollo de una persona en un país con un alto nivel en el IDH no será igual que el de una persona que vive en uno que tiene un nivel medio o bajo del IDH. Las necesidades básicas estarán cubiertas para aquellos que están en un país con IDH alto, mientras que para los otros aún significa un esfuerzo tener acceso a elementos para cubrir estas necesidades.

Si ponemos de ejemplo las tradiciones y costumbres, sistema de valores o la religión podemos ver que éstos van a variar no sólo en los países sino por regiones o localidades; la forma de entender el espectro del desarrollo humano no será igual si profesan una u otra religión, o pertenecen a diferentes grupos étnicos; y aún dentro de este nivel pueden haber diferencias entre localidades debido a tradiciones o costumbres arraigadas en los diferentes sitios donde se encuentren.

Las corrientes de pensamiento entran en esta discrepancia, ya que su contacto con diferentes grupos puede ir cambiando la forma de abordar el desarrollo de las personas. Occidente influye en el pensamiento oriental, y oriente en occidente, el sur lleva su visión y tradiciones al norte y viceversa.

Esto se refleja en múltiples estilos de vida que adoptan los individuos. Podemos ver la adopción de características que no pertenecen de inicio a una persona o sociedad y que cambian y fusionan valores, creencias o costumbres. Esta adopción no es nueva, cuando una persona o grupo se traslada de un sitio a otro aprenderá y adoptará lo que el nuevo lugar ofrece, pero es a partir de la permanente conexión global a través de la economía y medios de comunicación que se ha vuelto más rápida y expedita la adopción de estas formas de entender el mundo y el desarrollo.

Como hemos resaltado, cada persona tiene un umbral de posibilidades y oportunidades que se logran o aprovechan por las capacidades con las que contamos. Es parte de nuestros gobiernos y sociedades que estas capacidades, en principio, estén al alcance de todos, y que el desarrollo o aprovechamiento de éstas no estén supeditados más que a nosotros mismos.

1.4. Balance actual. Alcances y limitantes del desarrollo humano.

El trabajo para establecer mejores modelos económicos, políticos y sociales que permitan a las personas alcanzar una mejora sustancial en su forma de vida es tan variado como el número de personas que existen en el planeta. Como ya habíamos establecido, el desarrollo es un concepto cambiante y eso hará que cada persona, sociedad, país o región lo entienda de diferentes maneras y eso siempre atraerá un sinnúmero de situaciones de atracción o repulsión a estas formas de percibir el desarrollo.

Sin embargo, pese a la aceptación, crítica y rechazo que pueda haber no se puede negar el avance, aunque pequeño o grande, en diferentes temas que atañen a nuestras sociedades.

La labor que desempeña el desarrollo humano es indispensable para poder establecer rutas a trazar y poder dar un avance y así podernos entender como parte de un todo donde la parte primordial sea para nuestro beneficio.

Quizás, por la forma en que se entiende el sistema capitalista, se pueda pensar del desarrollo humano como una carta de buenas intenciones, idealizada y que abarca demasiados ámbitos, pero no debemos parar en esta labor para conseguir una mayor igualdad en el desarrollo de las capacidades de cada persona.

Es importante no dejar relegado el trabajo realizado hasta el momento, de los teóricos e instituciones que se han encargado de tratar de establecer un mejor camino para nuestro mundo, nuestras sociedades y nosotros.

Se ha hecho mención del trabajo por parte del PNUD y la dificultad para establecer parámetros con los cuales poder señalar las diferencias entre los países y las opciones que pueden dar a sus ciudadanos para desarrollar sus

capacidades; se trata de una labor complicada y llena de obstáculos pues existen parámetros de diversas índoles que pueden resultar subjetivos para medir a tal o cual grupo o comunidad, o que simplemente por la situación geográfica, política o social en que encuentran se tengan datos insuficientes para poder demostrar los rezagos o adelantos que tengan en alguna materia.

Dentro de la dinámica que nos muestra el capitalismo podemos ver diferentes esfuerzos para mejorar la situación de las personas, en muchos casos podrá tratarse de políticas asistencialistas, en otros casos de enfoques como el del Capital Humano o de Recursos Humanos, y en un ámbito más institucional los esfuerzos de ONU a través del establecimiento de metas para mejorar la calidad de vida de las personas, como lo fueron los ODM y la labor que busca fomentar y realizar los actuales ODS.

Por ello es importante entender el alcance actual de este esfuerzo sobre el desarrollo humano, qué lo limita y qué lo impulsa a tratar de romper con sus limitantes técnicas, metodológicas y de comprensión misma sobre lo que significa el desarrollo humano para cada persona.

1.4.1. Logros.

El PNUD puede representar un esfuerzo conjunto de los países miembros de ONU para establecer metas sobre cómo todos los habitantes del planeta deben tener un nivel mínimo de vida, y que éste les permita realizarse como personas, en su sociedad y en el mundo.

Sin embargo esto no es sólo parte de la comunidad internacional, cada Estado también ha tenido que preocuparse por mejorar la calidad de vida de las personas estableciendo planes de acción, de desarrollo, político, económico o social que respondan a sus necesidades particulares.

El trabajo del PNUD, con organizaciones intergubernamentales y los Estados mismos nos han dado como resultado una búsqueda para mejorar la calidad de vida de las personas, para que tengan cubiertas sus necesidades básicas, y puedan alcanzar su mejor potencial de vida. El PNUD señala desde 1990 una

opción, que podría parecernos obvia, “el crecimiento acompañado por una distribución equitativa parece ser la forma más efectiva de sostener el desarrollo humano”⁶⁰.

Contamos con diferentes obstáculos para alcanzar un pleno desarrollo humano, el sistema económico-político en que nos encontramos puede hacer difícil esta labor, pues busca primordialmente el beneficio económico sobre el de las personas, pero esta labor, que es por nuestro beneficio y el de las generaciones posteriores, debe llevarnos por encima de este modelo para mejorarlo, replantearlo o para establecer uno nuevo que responda a las necesidades de la gente, poniéndolos primero y que tengan un goce de opciones para fomentar y desarrollar sus capacidades.

1.4.2. Críticas.

Los trabajos enfocados en el desarrollo humano no están exentos de críticas, a pesar de sus aportaciones, y como se entienden a sí mismos, son trabajos recientes.

Esto trae consigo nuevas discusiones, confrontaciones, que provienen de un proceso de cambio constante, que dependen de las metodologías y parámetros utilizados para la medición y estudio del desarrollo humano.

Rémy Herrera ha mostrado su preocupación por esto y enfoca su crítica en los trabajos de Sen. Él crea un debate entre lo que Sen hace entender del desarrollo humano como parte de una alternativa; sin embargo parece obviar el trabajo económico para ello. Entendiendo que la propuesta de Sen no está fuera de los parámetros del actual sistema y su enfoque -aunque bien intencionado- queda muy superficial sí sólo se enfoca dentro de la construcción de las capacidades⁶¹.

En este ámbito, Herrera establece que el desarrollo del que habla Sen parece desconectado de la perspectiva económica.

⁶⁰ PNUD, IDH 1990, *op. cit.*, p. 49.

⁶¹ Rémy Herrera, “La teoría económica neoliberal y el desarrollo” en *Monthly Review*, selecciones en castellano, No. 8, España, 2007, pp. 38-50.

En los trabajos de los informes de desarrollo humano, han existido discrepancias que ponen en duda la labor realizada por el PNUD, ya que las estadísticas vertidas en los informes han tenido diferendos entre los valores nacionales e internacionales existentes para llevar a cabo los trabajos, por lo que los países incluidos presentan quejas para resolver tales discrepancias. Principalmente el PNUD reconoce estos diferendos en cuatro áreas:

- Diferencias en los conceptos y sus definiciones (referido a la forma particular, comunal o regional en que se puede hacer una interpretación);
- Proceso de armonización por el que los datos nacionales, inconsistentes con los estándares y las definiciones internacionales, o considerados de baja calidad por otros motivos, se ajustan para que puedan ser comparados con los de otros países;
- Agencias internacionales o el Informe imputan datos para países que carecen de dicha información; y
- Dificultades en la coordinación entre los sistemas nacionales de estadísticas y las agencias internacionales. Podría suceder que los datos nacionales más recurrentes no estuvieran disponibles a tiempo para que las agencias internacionales pudieran incorporarlas en sus series de datos actualizados⁶².

Para la reducción de tales discrepancias la HDRO ha tomado medidas como: facilitar la comunicación entre las oficinas nacionales e internacionales de estadísticas, mejorar la coordinación entre las estadísticas del Informe de Desarrollo Humano y del informe sobre los ODS (IODS), reactivación del Panel de Asesores sobre Estadísticas (SAP, por sus siglas en inglés), y contribuir a la gestión del conocimiento en el área de las mediciones y las estadísticas sobre desarrollo humano⁶³.

Dentro del mismo trabajo del primer IDH de 1990, el PNUD establece la dificultad de su trabajo, debido a que el desarrollo humano no es fijo, éste recibirá golpes que pueden detener o retrasar los esfuerzos por brindar una vida digna y donde puedan realizarse por diversos elementos. Las crisis económicas, periodos de

⁶² United Nations Development Programme, *Cooperación estadística internacional*, [en línea], dirección URL: <http://hdr.undp.org/es/content/cooperaci%C3%B3n-estad%C3%ADstica> [consulta 8 de mayo 2015]

⁶³ *Ibidem*.

recesión, inestabilidad política o social, conflictos armados internos, guerras, y fenómenos naturales, pueden poner en riesgo los avances conseguidos.

Aunque el trabajo de ONU y el PNUD siga buscando información más clara y fidedigna para dar una visión más real de lo que sucede en términos de mejoramiento de las capacidades, siguen siendo muchos los elementos intangibles o incontables que permean en el sentir y entender al desarrollo humano.

1.4.3. Expectativas Futuras.

Mediante el trabajo del PNUD, sus agencias nacionales y el trabajo conjunto con los Estados para implementar mejoras en los rubros que necesitan especial atención podemos alcanzar las metas que signifiquen una mejora real del nivel de desarrollo humano.

Para ello es necesario mantener medidas a través de gastos sociales gubernamentales bien estructurados, que pueden producir mejoras en periodos de tiempo relativamente cortos, tener intervenciones con objetivos definidos para mantener los niveles de desarrollo humano en épocas de recesión o de desastres naturales.

El desarrollo humano requiere del crecimiento económico, para ser nutrido es necesario un manejo efectivo de políticas. Tener un crecimiento rápido del PNB, no significa que el desarrollo humano avance, ya que factores como: una mala distribución del ingreso, o la falta de inversión en el gasto social, o que los sectores más ricos sigan acaparando tales ingresos, limitan el poder mejorar en un desarrollo integral. Entender que no sólo el desarrollo humano se trata de mejorar en algunos aspectos, como educación, salud y nutrición, pues para que haya un verdadero avance debe tratarse en todos los campos, en especial en la cuestión de libertades democráticas⁶⁴.

Debemos tener la certeza de que a través del uso adecuado de los recursos naturales, económicos y sociales logremos conseguir una mejoría en nuestra

⁶⁴ PNUD, IDH 1990, *op. cit.*, p. 50.

calidad de vida. Que no se trate únicamente del consumo de recursos de manera indiscriminada que comprometa el crecimiento integral de las personas, las sociedades a las que pertenece y de los Estados. Debemos cubrir todas las bases para el desarrollo integral de las personas.

2. El consumo en la sociedad actual.

Podemos entender al “consumo” como la utilización de bienes para satisfacer necesidades primarias y asegurar nuestra supervivencia; sin embargo, también se puede entender como el acto de gastar o extinguir bienes para satisfacer otro tipo de necesidades y deseos como parte de nuestro pasado reciente y del presente⁶⁵.

En el Informe sobre Desarrollo Humano de 1998, el PNUD señala que:

El consumo de bienes y servicios es una actividad constante en la vida cotidiana, pero no es el fin último de la vida de la gente. Consumimos con un propósito, o con diversos propósitos simultáneamente. Así la función del consumo en la vida humana no puede comprenderse sin un grado de entendimiento de los que se persiguen con las actividades de consumo. Nuestros fines son enormemente diversos, desde la nutrición hasta la recreación, desde la larga vida hasta la buena vida, desde la autorrealización aislada hasta la socialización interactiva⁶⁶.

La sociedad ha experimentado cambios vertiginosos en la forma de consumir. Ahora no sólo podemos observar al consumo dentro del espectro de los objetos, sino que ahora también podemos experimentar el consumo a un nivel de la persona. Arthur Asa Berger nos señala que, con la dinámica actual, las personas juegan su rol en el desarrollo de la cultura de consumo.

Para él esto va de la mano de nuestras acciones y decisiones: ir de compras, salir en una cita, escoger nuestras amistades, atender a un servicio religioso, escoger escuela, trabajo, etcétera; donde hacemos cálculos incontables sobre ganancia y pérdida, gasto y beneficio con los cuales nos definimos⁶⁷.

Algo importante a tomar en cuenta es que nuestra forma de consumir pone en la cuerda floja nuestra relación con el medio ambiente. Como en la primera definición

⁶⁵ Definición propia, formada a partir de los trabajos de Zygmunt Bauman en *Vida de Consumo*, Gilles Lipovetsky en *La felicidad paradójica*, y definición de Consumo del *Diccionario de la lengua española*, 22ª Edición, 2001.

⁶⁶ PNUD; Informe *sobre Desarrollo Humano 1998. Consumo para el desarrollo humano*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas. Mundi Prensa, Madrid, España, p. 38.

⁶⁷ Arthur Asa Berger, Prefacio, *Shop 'til you drop*, Nueva York, EUA, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., p. IX.

expuesta, para producir los bienes de consumo debemos tomar los elementos de éstos de algún lado y para ello hemos echado mano de la naturaleza y sin tomar en consideración el futuro de las próximas generaciones la gastamos y extinguimos.

Con ello hemos alcanzado nuevos niveles de *confort* en todo aspecto de nuestra vida actual. La asequibilidad de los bienes es otro tema a tratar, sin embargo ahí están, existen y eso significa su consumo, como elemento de una necesidad real o construida. “Poner los productos al alcance de las masas: la era moderna del consumo comporta un proyecto de democratización del acceso a los bienes comerciales”⁶⁸.

Es con esta idea que se ha justificado al consumo como herramienta del desarrollo, en el sentido del desarrollo económico y del desarrollo individual. Las repercusiones que implica el consumo van en todas las escalas, desde la local hasta la global, en lo personal o en sociedad, sosteniendo que consumir no sólo impulsa la economía, sino la innovación para mejorar o crear nuevos productos que hacen la vida más fácil y “feliz”.

El consumo es, entonces, un elemento de gran complejidad, vasto y también en expansión. Esto si lo entendemos dentro de la premisa que consumimos para satisfacer algo, y que dentro de ello podemos encontrar elementos que van más allá de las cosas materiales, que incluyen deseos, sentimientos o relaciones interpersonales.

Nace una nueva sociedad en la que el crecimiento, la mejora de las condiciones de vida, balizas de consumo, se convierten en criterios fundamentales del progreso. Aumentar el PIB y elevar el nivel de vida de todos se presenta como un «deber inexcusable» y toda una sociedad se moviliza alrededor del proyecto de conseguir una cotidianidad cómoda y fácil, que es sinónimo de felicidad⁶⁹.

⁶⁸ Gilles Lipovetsky, *La felicidad paradójica*, México, Anagrama, p. 24.

⁶⁹ *Ibidem*, p. 30.

La idea de que el crecimiento económico y sus beneficios lleguen a toda la sociedad reside en que podamos hacernos de una mayor cantidad de productos y servicios y se encuentra arraigada en el hecho de poder mostrarlos ante la sociedad y de esa manera denotar que entre más consumimos mejor estamos en general, como sociedad y como individuos.

Desde la perspectiva del desarrollo humano en el Informe del PNUD de 1998, titulado “Cambiar las pautas actuales de consumo para el desarrollo humano del futuro”, se establece que no se debe limitar únicamente la visión del consumo al consumo material que requiere del ingreso personal, puesto que también está conformado por los bienes y servicios colectivos y no materiales como la seguridad social, atención de salud, educación y transporte, también los bienes y servicios no remunerados y aquellos suministrados por los recursos naturales del medio común⁷⁰.

Existen diferentes puntos de vista sobre el consumo y nos podemos dar cuenta que se trata de una parte necesaria de la economía y para el desarrollo, y debemos considerarlo parte nodal del sistema para generar mejoras significativas en la forma de vida de las personas.

El gasto dado para consumo puede tener efectos diversos, por un lado puede generar avances en el desarrollo integral de las personas y puede representar mejoras en los modos de producción de alimentos, medicinas, educación e infraestructura de transporte, energía, etcétera; pero también este mismo gasto puede perjudicar al medio ambiente, y profundizar la desigualdad y exclusión social si no hay un cambio en las pautas de consumo.

Por ello es necesario hacer una revisión sobre lo que significa consumir, hacer un escrutinio sobre la forma y el fondo en que buscamos consumir, y lo que ello significa y ha implicado a través del tiempo y lo que conlleva para el futuro de nuestras sociedades, de las consecuencias medioambientales y el legado que buscamos dejar.

⁷⁰ PNUD, *Informe sobre desarrollo humano 1998*, op. cit., p. 38.

2.1. Visión histórica y conceptual del consumo.

Hemos mencionado anteriormente que el consumo ha sido intrínseco a la condición humana para asegurar su supervivencia. De esta forma, podemos entender al consumo como la acción de utilizar, gastar o extinguir bienes⁷¹ para satisfacer necesidades o deseos (que a grandes rasgos define el actuar de los seres humanos para todas sus acciones diarias).

En la actualidad podemos señalar dos tipos de consumo, el consumo tradicional, o de supervivencia, y el consumo de masas⁷². Del primer tipo de consumo podríamos decir que se trata de un consumo universal, todos necesitamos de alimentos, vestimenta, un techo bajo el cual dormir, servicios de salud, etcétera.

El segundo tipo de consumo se encuentra mezclado con el primero pero cambia en el sentido de que no todos vestimos las mismas ropas, comemos lo mismo y en general no tenemos la misma capacidad económica que nos permita acceder a la gran oferta de productos y servicios disponibles⁷³.

Es a partir del establecimiento del capitalismo como sistema económico rector que podemos ver el cambio en la forma de consumo debido a la formación organizacional de las clases socioeconómicas definidas a partir del entendimiento de la fuerza de trabajo como una mercancía⁷⁴, en lugar de estratos, castas u otras formas de organización “pre-modernas”. Sin embargo, es a finales del siglo XIX que se observa claramente un cambio cultural en la forma de consumir, ello por el crecimiento en la forma de producción y la utilización de nuevas estrategias de venta.

El crecimiento de producción y demanda a nuevas escalas, vendría como consecuencia de diversos factores impulsados por la innovación en ciencia y

⁷¹ Definición de Consumo, *Diccionario de la lengua española*, 22ª Edición, 2001, [en línea] <http://lema.rae.es/drae/?val=consumo> [consulta: 18 de octubre 2015]

⁷² Gilles Lipovetsky, *La felicidad paradójica*, op. cit., pp. 19-21.

⁷³ *Ibidem*, p. 28.

⁷⁴ Esthela Gutiérrez Garza, “La determinación económica de las clases sociales en el capitalismo”, en *Cuadernos Políticos*, núm. 16, México, D.F., ed. Era, abril-junio 1978, pp. 104-106.

tecnología, como son conflictos bélicos o la ampliación de los centros urbanos y el mejoramiento de la infraestructura de comunicaciones y transportes.

Lipovetsky señala tres etapas sobre el capitalismo de consumo, en la primera - entre 1880 y 1945- apunta el cambio entre los pequeños mercados locales y los grandes mercados nacionales “posibilitados por las infraestructuras modernas del transporte y las comunicaciones. Al aumentar la regularidad, el volumen y la velocidad de los transportes a las fábricas y las ciudades”⁷⁵.

El cambio en la forma de producción ya se había establecido desde la Revolución Industrial, pero es hasta el establecimiento de los modelos de producción fordista y taylorista⁷⁶ que se tiene un cambio radical en la producción en masa que ocasionaría que la demanda de los consumidores fuera elevándose y guiándose, dando lugar a una era donde el mercadeo y la publicidad juegan un papel preponderante para sostener esta nueva economía y su modelo de producción.

La segunda etapa que menciona Lipovetsky, pone como inicio alrededor de 1950 y se construye en las siguientes tres décadas. Menciona que durante este tiempo la sociedad se presenta como un modelo puro del consumo de masas⁷⁷.

La forma actual de consumo que experimentamos tiene lugar a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial cuando era necesario hacer un cambio de la economía de guerra a una de paz.

El establecimiento del Estado de Bienestar juega un papel preponderante para incitar la producción y el consumo, en las nuevas tácticas para mover nuevos o viejos productos y ostentarlos como imprescindibles.

La presentación del *American way of life* como punto nodal de estas nuevas estrategias para el consumo, la publicidad, el cambio en la forma de producción por bienes desechables, marcó una nueva forma de “entenderse” y realizarse en sociedad y en lo individual.

⁷⁵ *Ibidem*, pp. 22-23.

⁷⁶ Referido al modelo de producción en serie y mediante la división y especialización del proceso de producción. Paula Martínez Bignone, Yamila Luna, *Fordismo, Taylorismo y Toyotismo*, junio 2013, [en línea] <http://modelosdeproduccion01.blogspot.mx/> [consulta: 30 de marzo 2017].

⁷⁷ Gilles Lipovetsky, *op. cit.*, p. 28.

“Si la fase I comenzó democratizando la adquisición de bienes duraderos, la fase II perfeccionó el proceso poniendo a disposición de todos o de casi todos los productos emblemáticos de la sociedad de la abundancia: el coche, la televisión, los electrodomésticos”⁷⁸.

Durante esta etapa se moderniza a gran velocidad la esfera industrial en producción, distribución y consumo. Mediante la implementación generalizada del modelo taylorista-fordiano se fabrican grandes cantidades de productos estandarizados en la búsqueda de un volumen de ventas elevado, que lleva a mantener precios rebajados, tener un margen de ganancia pequeño y lograr la sustitución rápida de las mercancías.

También se tiene la necesidad de implementar nueva infraestructura que respondiera a una idea de distribución, surge la idea de centros de comercio a gran escala como lo son los supermercados o *malls* (plazas y centros comerciales)⁷⁹.

El “sueño americano” estaba siendo “democratizado” alrededor del orbe, se mostraba de manera idealizada la forma de vivir de las familias estadounidenses y la forma en que trabajando duro y teniendo un sueño todo era posible. Tal sueño se venía comunicando mediante la experiencia de los migrantes a tierras estadounidenses a lo largo del tiempo y en diferentes oleadas de diversas comunidades, pero es ahora cuando se exporta y se deja al “alcance de todos” la forma de vida estadounidense.

En la segunda fase de Lipovetsky se tiene un cambio cultural significativo y se percibe así la “sociedad del deseo”.

La *affluent society* aparece como una época con hipertrofia, de «creación de necesidades artificiales», de «derroche» organizado, de tentaciones omnipresentes y estimulación inmoderada de los deseos. Poderosa dinámica

⁷⁸ *Idem.*

⁷⁹ *Ibid.*, p. 29.

de comercialización que ha erigido el consumo comercial en estilo de vida, en sueño de masas, en nueva razón de vivir⁸⁰.

La tercera etapa a la que se refiere el autor comienza a finales de los años setenta y continúa gestándose en la actualidad. “Un fenómeno que inventa un porvenir nuevo con la aventura individualista y consumista de las sociedades liberales”⁸¹.

Dentro de los elementos que podemos señalar de la actual etapa como esenciales de esa “aventura individualista” tenemos un consumo de masas segmentado, que se ha modificado y amplificado, en donde seguimos buscando demostrar superioridad adquisitiva y de consumo y en donde agregamos el hedonismo propio⁸². En los que tenemos una comercialización moderna de las necesidades, el consumo ya no sólo hace referencia a la condición económica y social, sino que ahora tienen mayores nichos a que apuntar mediante nuestros gustos particulares, edad, cultura y que ayuden a expresar nuestras diferencias marcándonos como seres “únicos”.

Es a partir del reconocimiento que damos a la igualdad e individualidad que se han dirigido distintas luchas para poder defender nuestros derechos y celebrar nuestras diferencias. Se consolida el consumo que va más allá de lo material.

El PNUD señala en su Informe de 1998, al igual que Arthur Asa Berger, que el consumo no está limitado al nivel de lo material. En el caso de PNUD pone de ejemplo la seguridad social, el acceso a educación, servicios de salud, entre otros.

Berger va un poco más allá simplemente con señalar que nuestras elecciones, desde qué comer hasta nuestra elección de pareja, reflejan nuestra libertad y capacidad de consumo⁸³.

2.2. Formas de consumo.

El consumo es parte primordial de nuestra vida; se trata de una actividad que se presenta prácticamente en toda acción o actividad que realizamos, tal como se

⁸⁰ *Ibid.*, pp. 31-32.

⁸¹ *Ibid.*, p. 32.

⁸² *Ibid.*, p. 36.

⁸³ Berger, *op. cit.*, p. 45.

enuncia en el Informe sobre Desarrollo Humano de 1998, los fines con que consumimos son muy diversos y abarcan desde actividades para asegurar nuestra supervivencia, con fines recreativos, para tener una buena vida y desarrollarnos como personas.

Es por eso que debemos observar al consumo desde sus diferentes vertientes, ya que se trata de un sinfín de oportunidades para enriquecernos como personas solas o en sociedad⁸⁴ y para satisfacer necesidades y deseos, también se trata de acciones que nos terminan representando como individuos ante el resto de la sociedad y que ayudan a conformar nuestra identidad.

Consumimos para satisfacer necesidades, en la actualidad contamos con un sinnúmero de opciones para alcanzar esa satisfacción y juega un papel preponderante la manera que escogemos para lograrlo.

En estas decisiones hay más responsabilidad que la de obtener esa satisfacción, ya que el camino que tomemos tiene una repercusión en distintos niveles: hacia la naturaleza, para un país y con nuestra sociedad.

2.2.1. Consumo, sobre el consumo responsable.

Existen múltiples formas de consumo, desde un consumo básico de sobrevivencia hasta un consumo suntuario, y todos ellos tienen algún tipo de repercusión sobre el medio ambiente, flora, fauna y grupos sociales de donde se obtengan los recursos a consumir, las implicaciones que lleva la transformación y traslado a los puntos donde adquirir los productos y lo que involucra hacerse de ellos y el uso que se les da.

El modo de consumo con el que vivimos actualmente tiene una gran deuda con las generaciones futuras. Nos encontramos tomando “prestado” de los recursos naturales, del capital del medio ambiente, sin tener una noción sobre cómo podremos reparar tal deuda, sin un plan global al cual se apeguen todos para lograr recuperar aquello que hemos tomado de la naturaleza y de las generaciones futuras.

⁸⁴ PNUD, *Informe sobre desarrollo humano 1998, op. cit.*, p. 38.

Nos encontramos en una encrucijada sobre cómo queremos vivir y sobre qué tipo de mundo estaremos entregando a nuestros hijos. Por un lado deseamos que nuestro nivel de vida se encuentre en una constante de mejoramiento y del otro lado sabemos que para poder mantener esa constante en muchos casos es necesario mantener una constante en la explotación de los recursos para seguir produciendo aquellas cosas que nos ayudan en el día a día.

Se han hecho propuestas desde finales de la década de 1950 sobre cómo intentar frenar o detener el impacto que ocasiona nuestra forma de consumo actual sobre el planeta. En ellas se busca establecer un modelo en donde los consumidores se encuentren informados a conciencia sobre las condiciones y repercusiones que significa hacerse de algún producto, desde el marco en que han sido producidos, con qué materiales, el tipo de desecho que forman al terminar su vida útil o de acuerdo al trato que se da a quienes lo producen por quienes lo comercializan.

Consumo crítico o responsable, referido al planteamiento de un consumo orientado a la satisfacción de las necesidades, procurando consumir lo esencial y teniendo en consideración cómo influye la publicidad en la toma de decisiones, y tomando en cuenta la conservación del medio ambiente así como de su repercusión social. El adjetivo “responsable” dentro de esta forma de consumo nos remite a la elección que tiene el consumidor frente a las opciones que el mercado le ofrece, valorando la justicia social, la ética, la solidaridad, y la protección del medio ambiente⁸⁵.

La visión del consumo responsable es la más amplia y a partir de ella se pueden encontrar más categorías sobre cómo entender el consumo.

El consumo ético se encuentra basado en el planteamiento de un modelo de bienestar donde las necesidades materiales se tengan satisfechas dentro de la idea de separar las necesidades reales de aquellas subjetivas o impuestas⁸⁶.

⁸⁵ Editorial, “El consumo Crítico – Consumo Ético”, *Waste magazine*, [en línea], <http://waste.ideal.es/consumo-etico.htm> [consulta: 18 de enero 2017].

⁸⁶ Hernán Mira, “El consumo ético”, *El mundo*, 22 de mayo 2013, [en línea], http://elmundo.com/porta/opinion/columnistas/el_consumo_etico.php#.Wlej-_I97IW [consulta: 18 de enero 2017].

De acuerdo con el consumo ético debemos plantearnos preguntas en el momento que consumimos bienes y servicios, desde para qué lo queremos, de dónde proviene, los materiales con que se fabrica, las implicaciones humanas y medioambientales que conllevan, cómo cuidar del producto para tener una mayor durabilidad, y a quién se favorece en esa compra. Este tipo de cuestionamientos y otros debemos realizarlos al momento de consumir para poder discernir entre aquello que necesitamos para vivir o que mejora nuestro nivel de vida, o se trata de necesidades impuestas que no significan una mejoría para el buen vivir⁸⁷.

La idea del consumo solidario se fundamenta en la idea de la creación de redes sociales en donde se tenga un pago justo por los bienes de consumo, lo que sirve para contribuir a la creación de empleos que garanticen condiciones dignas de vida y se pueda contribuir a la preservación del medio ambiente⁸⁸.

Una forma de encontrar este consumo es en la práctica del comercio justo, donde se busca humanizar el comercio, acortando la cadena entre productores y consumidores haciendo llegar el beneficio directamente a los productores en lugar de que se quede en manos de intermediarios, lo que ayuda a mejorar la calidad de vida de los productores, e informa a los consumidores sobre la identidad, cultura y situación de los productores y sus comunidades⁸⁹.

Consumo ecológico es aquel en donde se busca que cada persona sea responsable de su huella en el planeta mediante un análisis de los bienes y servicios que adquirimos por los procesos en que se ven envueltos durante su producción, utilización y desecho, así como su implicación respecto al respeto de derechos humanos y ambientales dentro de dichos procesos; además se incluyen las tres erres del movimiento ecologista (reducir, reutilizar, reciclar)⁹⁰.

⁸⁷ *Ibid.*

⁸⁸ Euclides André Mance, *Consumo Solidario*, [en línea] <https://www.scribd.com/doc/79797007/Consumo-Solidario-Mance> [consulta: 18 de enero 2017].

⁸⁹ *Ibid.*

⁹⁰ Bárbara Vespa y Lorena Tenuta, "Consumo responsable: compras éticas, solidarias y ecológicas", *Clarín.com*, [en línea], http://entremujeres.clarin.com/hijos/consumo-responsable-etico-solidario-ecologico_0_Bkp36x5vQe.html [consulta: 18 de enero 2017].

Mediante los mencionados tipos de consumo, las sociedades pueden establecer un sistema de presión para mejorar la situación medioambiental, considerando el respeto a los derechos humanos y la situación de vida de las personas. Ello mediante el premio o rechazo a las marcas o productos que no cumplan con aquellas garantías sociales, laborales y medioambientales que proporcionen una vida mejor y permitan dejar a las generaciones venideras un ambiente sano en el cual desarrollarse de igual o mejor forma.

2.2.2. Consumismo.

*El síndrome consumista es velocidad,
exceso y desperdicio.*

-Zygmunt Bauman, Vida de Consumo.

La manera en que se establece el consumismo está enfocada en la búsqueda material de la satisfacción de necesidades que han dejado de ser básicas para la supervivencia. Un acercamiento a los deseos, de demostrar mediante objetos “crecimiento” ya sea personal, familiar, comunitario, regional o nacional.

Joan Riviere afirma que existe codicia, en alguna medida, dentro de cada uno, de manera consciente o inconsciente, y como esto representa un aspecto de nuestro deseo de vivir y prueba de ello quedará representada en los bienes que tenemos, ya sean posesiones materiales, dones corporales o mentales, ventajas o privilegios. Estos bienes adquiridos serán testimonio de que somos dignos de amor o respeto u honor, y serán un seguro contra nuestros miedos de vacío interno o contra impulsos que nos hacen sentir mal⁹¹.

En muchas ocasiones es por esta razón que emprendemos una búsqueda sin fin por ser dignos de ese amor o respeto a través de la adquisición de mercancías, ya que resulta más simple poder comprar un objeto que nos dé una satisfacción fugaz y se quede como un estandarte para mostrar lo que hemos alcanzado.

Joan Torres i Prat define así al consumismo:

⁹¹ Joan Riviere, *Love, Hate, and Reparation*, en Arthur Asa Berger, *Shop 'til you drop*, Nueva York, EUA, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., p. 44.

Aquel contexto cultural –y psicológico– en el que sus miembros tienen como una de sus fuentes básicas de gratificación metafísica (identidad, sentimientos, emociones, etc.) la obtenida a través del consumo imaginario o real de marcas inyectadas en mercancías. Consumo imaginario en tanto que éste es de marcas y consumo real en tanto que éste es de mercancías marcadas. El consumismo presupone que todas las dimensiones del ser humano (trascendentes, convivenciales y comunitarias, afectivas, etc.) y sus necesidades son saciables en y por las mercancías. Mercancías dotadas de todo tipo de poderes mágicos y de una «alma o espíritu» (personalidad de la marca)⁹².

La definición de Prat nos es útil para comprender la forma en que se conjugan las mercancías con las personas en una dinámica no sólo económica sino interpersonal y hasta en la autopercepción. Hablamos de la forma en que los objetos comienzan a tomar un rol preponderante en la percepción personal y hacia los demás.

Bauman hace referencia al establecimiento de las marcas como nuevos tótems a modo de reconocimiento o aceptación del individuo frente la sociedad⁹³.

Hace otra señalización frente a la idea de la aceptación, dado que en el consumismo la construcción de tendencias renovadoras es un rasgo necesario para mantener a los individuos bajo su yugo, para ser aceptado uno debe “permanecer a la delantera” tomando los elementos más nuevos antes que los viejos sean desplazados y esto llevará a los individuos a sentir una sensación de seguridad y aceptación (mediada por el mercado), siempre y cuando cumplan con la premisa de permanecer a la delantera a riesgo de quedar rezagado, lo que conlleva rechazo, exclusión y abandono frente a la sociedad de consumidores⁹⁴.

Así, el consumismo se entiende como un círculo vicioso en donde entre más estemos interesados en mantener la delantera y calmar el deseo de consumo fugaz, más queremos seguir satisfaciendo un deseo superfluo sobre necesidades

⁹² Joan Torres i Prat, *Consumo, luego existo*, Barcelona, España, Icaria editorial, s.a., 2005, p. 97.

⁹³ Zygmunt Bauman, *Vida de consumo*, México, Fondo de Cultura Económica, 2007, p. 116.

⁹⁴ *Idem*.

que no sabíamos que teníamos o queríamos y que satisfacerlas provoca que estemos abiertos a responder ante nuevas demandas.

Lipovetsky señala que dentro de esta era de hiperconsumo⁹⁵, más allá de buscar ser categorizados por las cosas con las que contamos, también se busca establecer una sensación de libertad e independencia que nos permitan mayor movilidad para vivir nuevas experiencias, sensaciones, cuidar la salud, mejorando nuestra calidad de vida⁹⁶.

Si bien esta premisa la podemos considerar como una razón legítima de consumo, va más allá del acto de consumir pues como se ha mostrado con antelación, no se trata únicamente de satisfacer necesidades reales, sino que son necesidades crecientes, nuevas e inyectadas a las personas a través de diferentes medios que no tienen otra misión que mantenernos en ese círculo de autogratificación.

En la misma obra el autor señala más adelante: “el hiperconsumo se encarga de «rejuvenecer» incesantemente la sensación de vivir mediante la activación del sujeto y las experiencias nuevas: lo que nutre el frenesí de las compras es un hedonismo de comienzos continuos”⁹⁷.

2.3. Implicaciones materiales y sociales en la actualidad.

Con la Revolución Industrial hemos tenido una nueva forma de entender la producción, de una producción de pequeña escala a una escala masiva; lo que ha llevado a problemas para lograr el abastecimiento de las materias primas con las cuales satisfacer las necesidades materiales de la población, y que obliga al cambio en las formas de producción y en la manera en que se consume.

La forma en que nos percibimos y percibimos a los demás tendrá también una fuerte repercusión en la manera en que buscamos formas de producir y consumir,

⁹⁵ Hiperconsumo entendido como la manifestación del hedonismo individualista, se trata del consumo suntuario, una carrera por el posicionamiento, y los comportamientos de moda; no se tiene un límite social, atraviesa estratos y demanda una renovación constante; expone el apego a las marcas, relegando la funcionalidad del objeto sobre un fetichismo hacia una búsqueda de sensaciones y bienestar efímero.

Gilles Lipovetsky, *La felicidad paradójica*, pp. 37, 39, 41, 44-46.

⁹⁶ *Ibidem*, p. 37.

⁹⁷ *Ibid.*, p. 64.

muchas veces dadas a partir de los medios de comunicación y la necesidad de colocar en el mercado cualquier artículo “novedoso” y que sea un punto o nicho de venta.

Nuestra actividad de consumo ya no sólo está ligada a las formas tradicionales mediante la necesidad, nos encontramos en un punto en donde el mercado ayudará o definirá con su amplio catálogo de opciones a dictar nuestra dinámica de consumo. Desde lo más básico, necesidades reales con un giro que denote nuestra individualidad, hasta “necesidades” o deseos que no conocíamos antes de ver algún producto.

Actualmente el sistema de producción, venta y consumo es muy diferente de aquel de principios o mediados del siglo XX.

Nos encontramos en un momento en que la publicidad marca toda una tendencia sobre cómo hacer las cosas. La estrategia de venta existe desde antes de que los objetos estén en producción, las ideas solas establecen el camino sobre la realización, y de esa forma se tiene una preponderancia por vender antes de producir.

En este modelo nos encontramos con múltiples fenómenos que tienen un gran impacto en nuestro presente y futuro, la forma de fabricación, uso y sus desperdicios tienen al planeta en riesgo.

Con el actual modelo y forma de consumo hemos puesto el ecosistema en un predicamento y a nosotros igual vulnerando nuestros medios de vida, salud y seguridad humana⁹⁸.

2.3.1. Cambio en la forma de producción.

La producción de bienes ha tenido una serie de revoluciones que le han permitido mantenerse a la par para satisfacer las necesidades de tales bienes, sin embargo, desde el siglo XX la oferta de bienes ha rebasado la demanda de los mismos.

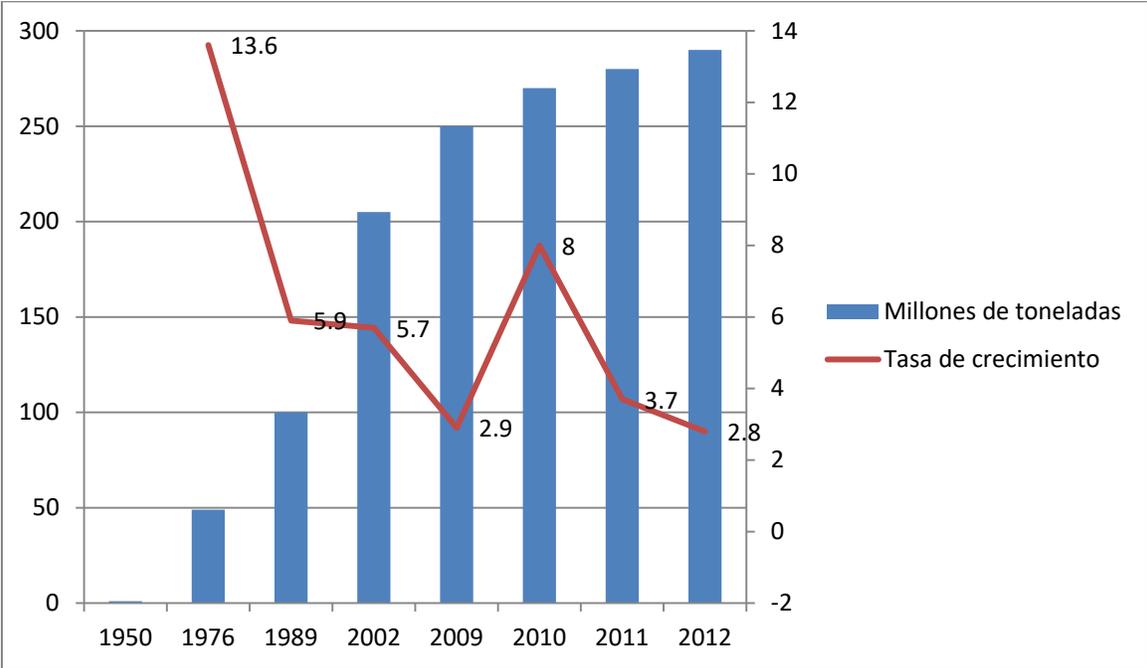
⁹⁸ PNUD, Informe sobre Desarrollo Humano 1998, *op. cit.*, p. 66.

Mediante la adopción de un pensamiento liberal / neoliberal se dio a las personas un espectro mayor en su capacidad de elección en su desarrollo individual, siendo esto un efecto de las revoluciones industriales, en donde los avances técnicos y científicos posibilitaron producciones a mayor escala y con el desarrollo de medios de transportación masiva se logró hacer llegar a una mayor cantidad de personas.

Hemos visto como diversas economías nacionales e industria privada han tenido una mayor utilización de recursos para poder cumplir con los planes de crecimiento económico y por mantener satisfecha la demanda de productos que las sociedades requieren.

Gráfica 1.

Producción mundial de plástico. 1950-2012



Fuente: PlasticsEurope, *Plásticos. Situación en 2012, Bélgica*, en Juan P. Góngora Pérez, "La industria del plástico en México y el mundo", *Comercio Exterior*, vol. 64, núm. 5, septiembre y octubre de 2014.

Hemos sido testigos durante décadas de un aumento en el uso de materiales derivados del petróleo, así como del uso de minerales pesados para construcción y para electrónica, de la utilización de recursos forestales de manera desmedida y

de la creación de nuevas zonas de plantación o de pastoreo para mantener los niveles de demanda que siguen creciendo.

El requerimiento material para mantener una producción masiva de bienes de consumo ha comprometido de distintas maneras al mundo y a nosotros mismos, dejando un legado complicado para las actuales y futuras generaciones que deben sortear con los estragos de un mundo de consumo.

Nos encontramos frente a tres problemas fundamentales por la manera en que se produce en la actualidad, en primer lugar tenemos una disminución de los recursos renovables –en cuanto a calidad y en la cantidad-, en segundo lugar un severo daño al entorno causado por la contaminación, y por último tenemos problemas con el tratamiento de residuos para la eliminación de desechos⁹⁹.

“Mientras la cultura de la vida cotidiana esté dominada por este sistema de referencia, y mientras no se produzca una catástrofe ecológica o económica, la sociedad de hiperconsumo seguirá inevitablemente su curso¹⁰⁰”.

No nos preocupamos realmente por el daño que causamos a la naturaleza hasta que se presenta un problema económico mundial; nos encontramos en un estado de incapacidad para reaccionar pues el mismo sistema tiene implementados mecanismos que tratarán de distraernos de los grandes problemas -y en muchas ocasiones lo lograrán- para re-enfocarnos de nuevo en seguir consumiendo, haciendo pequeños cambios en el modo de producción para hacernos creer que aquello que consumimos tiene un menor impacto en el medio ambiente y que estamos siendo responsables con la naturaleza y considerando el porvenir de las futuras generaciones.

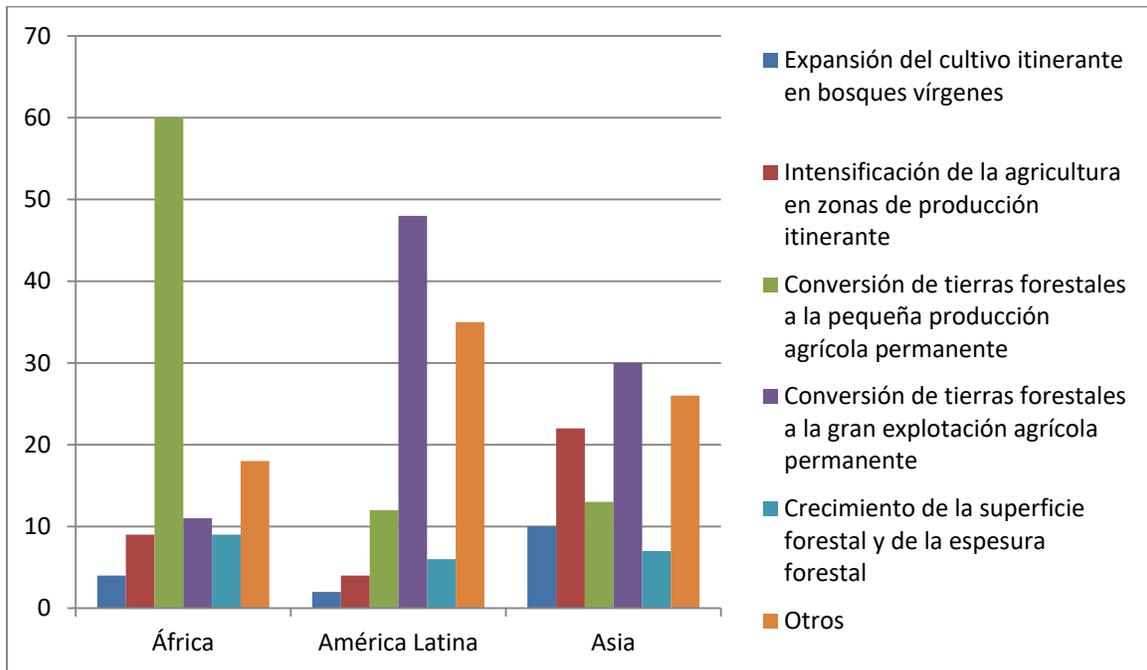
Uno de los elementos de mayor desigualdad en los temas de producción y consumo a que se enfrentan la mayoría de los países en vías de desarrollo es que su producción primordialmente no está siendo aprovechada por su sociedad en el mercado doméstico sino que es para exportación a los países desarrollados.

⁹⁹ PNUD, Informe sobre Desarrollo Humano 1998, *op. cit.*, p. 66.

¹⁰⁰ Gilles Lipovetsky, *op. cit.*, p. 352.

Gráfica 2.

Porcentaje de transformación de la superficie forestal debido al proceso de cambio, 1990-2000



Fuente: FAO, Subdirección de Información Ganadera y De Análisis y Política del Sector, Dirección de Producción y Sanidad Animal.

Esto causa que los costes ambientales más fuertes se queden dentro de los países en desarrollo ya que ellos son quienes ponen la materia prima para abastecer a otros países.

La deforestación, la degradación de los suelos de cultivo, la contaminación de las industrias en aire, agua y tierra, se queda dentro de los países con menor grado de desarrollo. Tal situación tiende a mantenerse so pretexto de llevar industrias que den empleo a las sociedades de los países en desarrollo con la promesa de mejorar la calidad de vida de las personas.

La gestión de residuos es otro de los problemas que más aporta a la contaminación del medio ambiente, se estima que se producen entre siete mil y diez millones de toneladas de residuos urbanos en el planeta, y que cerca de tres mil millones de personas no tienen acceso a una gestión apropiada de tales residuos lo que causa innumerables riesgos tanto para la sociedad como para el

medio ambiente¹⁰¹. El Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Asociación Internacional de Residuos Sólidos (ISWA, por sus siglas en inglés) hacen mención en su reporte *Global Waste Management Outlook* del año 2015 sobre la necesidad de las empresas de estar más involucradas en el ciclo de producción, consumo y desecho de las mercancías que producen y señala la necesidad de políticas proactivas para éste fin¹⁰².

Estos problemas se mantienen ya que las industrias que llegan a estos países lo hacen por una serie de incentivos, fiscales y legales regulatorios que permiten la explotación de los recursos naturales y humanos para sacar un mayor provecho y beneficio económico y tales industrias tienden a abandonar estos sitios cuando el marco legal cambia para proteger a las personas y los recursos económicos de esas industrias suelen salir de esos países para buscar condiciones que representen mayor provecho monetario en lugares menos desarrollados.

Lo anterior ocasiona que la inversión a los países con menor grado de desarrollo se torne complicada cuando existe una regulación para proteger los intereses de las comunidades, de la sociedad en general y de los recursos que pertenecen a esos Estados, ya que dejan de ser del interés de industrias que buscan mayor beneficio económico con un menor coste social.

Los costos medioambientales del consumismo están estrechamente relacionados con todos aquellos que participamos de en este sistema de producción; sin embargo, ello no se nota siempre a simple vista, usualmente en los países desarrollados se tienen políticas e instrumentos que ayudan a remediar problemas como la gestión de residuos, la pérdida de terrenos forestales o de la utilización de materiales altamente contaminantes y con bajo grado de degradación (cómo productos derivados del petróleo), entre otros problemas, y en los países

¹⁰¹ Redacción, "Cada año se producen entre 7.000 y 10.000 millones de toneladas de residuos urbanos en el mundo", [en línea], en *Residuos Profesional*, 8 de septiembre de 2015, URL: <https://www.residuosprofesional.com/millones-toneladas-residuos-urbanos/> [consulta 21 de noviembre 2017].

¹⁰² UDEP-ISWA, *Global Waste Management Outlook*, 2015, [en línea], URL: apps.unep.org/publications/index.php?option=com_pub&task=download&file=011782_en [consulta 21 de noviembre 2017]

considerados en vías de desarrollo no existen medidas de este tipo, o con niveles altos en la aplicación de las mismas, pero, en su mayoría, son las empresas de los países industrializados quienes se establecen fuera de sus fronteras para librar esas políticas y así conseguir mejores márgenes de ganancia en sus productos

2.3.2. Cambio en la forma de consumo.

A lo largo de la historia la humanidad ha estado buscando formas de asegurarse una vida más fácil, sin tantas complicaciones y que le permita mejorar constantemente. Para ello ha sido necesario tomar los recursos de su entorno e incluso traerlos desde distintos puntos del planeta.

En un principio esta toma de recursos se trataba a manera de supervivencia, y fue cambiando para formar un futuro seguro, donde al consumir los recursos disponibles y encontrarse en grupos sedentarios era un requerimiento conseguir los recursos de nuevas formas o de otros lugares.

Con la era industrial esta necesidad de más recursos se puede apreciar de mejor manera, y con la formación de industrias también se trajo una nueva manera sobre como consumir y del aprovechamiento tanto de materias primas como de los objetos elaborados.

Hemos visto un cambio trascendente en la forma de consumir en poco más de un siglo, desde un consumo tradicional de supervivencia a uno de masas, seguido de un hiperconsumo, en donde el acto de consumo está engalanado por dos premisas; la primera, que viene desde mediados del siglo XX, sobre el estatus que se obtiene de consumir marcas, y la segunda, dada a partir de la década de 1980, con la que el consumo de marcas ya no es suficiente y entramos en un consumo por una idea hedonista sobre nuestra persona.

De igual forma a través del pensamiento liberal / neoliberal se ha despertado una visión de competencia basada en lo material enmarcada en una ambición de aumentar los bienes y servicios que nos ofrece el mercado.

Es mediante tal competencia que se deja de lado la búsqueda de la formación integral como persona y se contempla una visión más simple en la libertad de

elección por una formación a través del consumo de bienes; adquisición, acumulación y desecho generan *status* y definen a las personas.

2.3.2.1. Satisfacción de necesidades.

Con el cambio en la forma de producción y consumo también hemos sido testigos del cambio que ha sufrido la satisfacción de necesidades, desde un punto de subsistencia, y que no han cambiado realmente a lo largo de la historia: tener que comer, tener que vestir, tener un techo bajo el cual dormir, un trabajo digno y tener servicios de salud de calidad. Sin embargo éstas han sufrido modificaciones, “actualizándose” al nuevo ritmo de vida que se nos muestra como ideal a nuestros tiempos.

Tal actualización se refiere a que en ciertos casos no se trata de una adecuación para asegurar un desarrollo pleno de las personas sino de una base materialista dada por las modas en ese instante.

Existe un debate sobre la clasificación de cuáles son las necesidades básicas o fundamentales de los seres humanos. En la visión de Maslow, con la pirámide de necesidades, apunta a satisfacer cada nivel para poder alcanzar el siguiente, pasar de satisfacer las necesidades fisiológicas hasta llegar a la autorrealización¹⁰³.

A través de una perspectiva económica de la misma pirámide de Maslow, en donde los aparatos de comunicación y mercadeo de las empresas nos mostrarán bienes que lograrán “satisfacer” necesidades de distintos niveles, pero en esta idea no busca satisfacer las necesidades de las personas sino las del mercado¹⁰⁴.

En el enfoque conjunto de Max Neef, Antonio Elizalde y Martin Hopenhayn, hacen una mayor distinción entre lo que es una necesidad y cuáles son los satisfactores de la misma, además, tratan a las necesidades de una manera lineal, ya que son

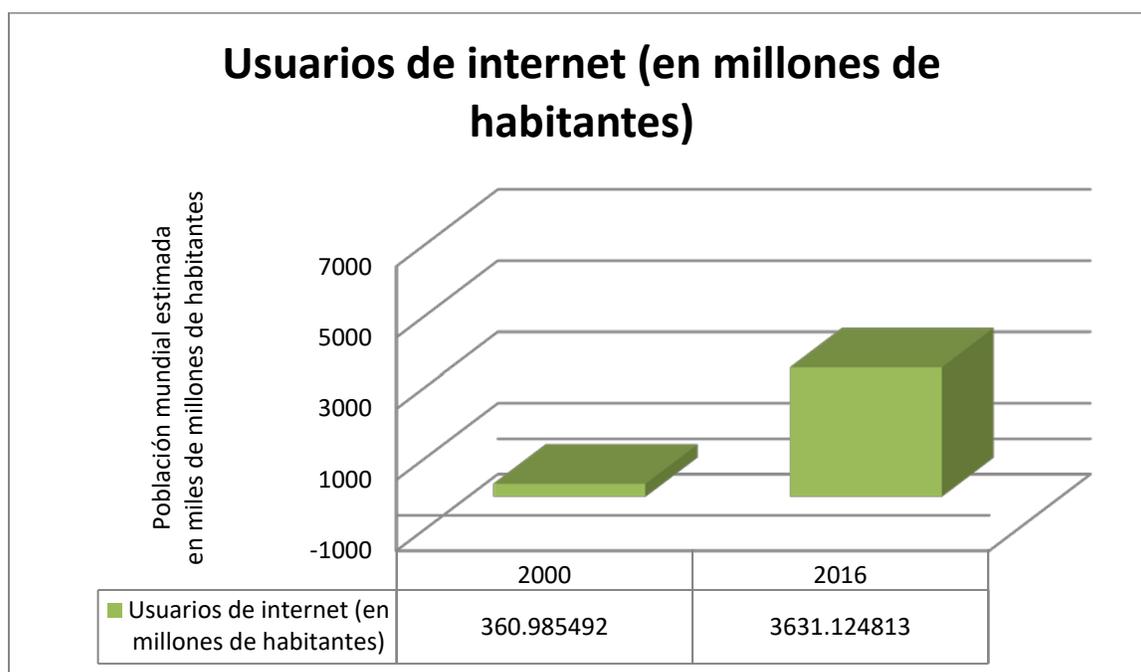
¹⁰³ Jonathan García-Allen, “Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas”, en *Psicología y Mente*, [en línea], <https://psicologiymente.net/psicologia/piramide-de-maslow> [Consulta 17 de noviembre 2017]

¹⁰⁴ Redacción, “Pirámide de Maslow dentro del marketing”, en *Economipedia*, [en línea], <http://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow-en-marketing.html> [Consulta 17 de noviembre 2017]

simultaneas, complementarias y compensatorias, en lugar de estar en una visión jerárquica^{105 106}.

Elementos que podríamos considerar suntuarios hace apenas un par de décadas se han vuelto parte primordial para lograr una formación integral de las personas, cómo lo es el acceso libre a internet y a información confiable de manera expedita.

Gráfica 3.
Usuarios de internet entre el año 2000 y 2016.



Fuente: Éxito Exportador, *Estadísticas mundiales del Internet 2016*, <http://exitoexportador.com/stats.htm>

Se estima que casi la mitad de la población mundial es usuaria de Internet; de acuerdo a datos del Banco Mundial en el 2015 de cada 100 habitantes 44 son usuarios de internet¹⁰⁷.

¹⁰⁵ Julio Boltvinik, *Ampliar la mirada. Un nuevo enfoque de la pobreza y el florecimiento humano*. Tesis de doctorado, CIESAS-Occidente, Guadalajara, México, 2005, pp. 197-201.

¹⁰⁶ Vid. Anexo.

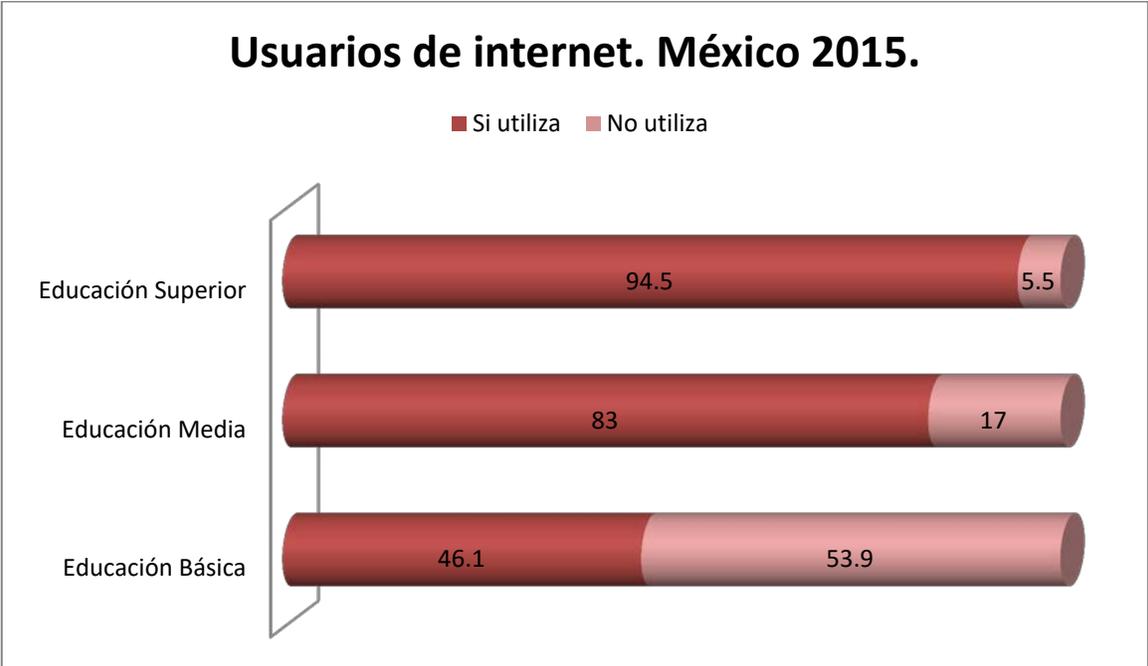
¹⁰⁷ Banco Mundial, *Usuarios de internet (por cada 100 personas)*, [en línea] <http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2?end=2015&start=1990&view=chart> [consulta 15 de marzo 2017]

Entre el año 2000 y el 2015 se ha pasado de una población con acceso a internet de 360 millones de personas a más de 3.5 mil millones de habitantes¹⁰⁸.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el acceso y utilización de herramientas como Internet tiene una asociación con el acceso a la educación; entre más alto es el nivel educativo mayor utilización de servicios de internet se tienen.

Gráfica 4.

Usuarios de Internet por nivel de escolaridad, 2015



Fuente: INEGI, *Estadísticas a propósito del... día mundial de internet (17 de mayo)*. http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016_0.pdf

El acceso a Internet ya es considerado un derecho humano. En apenas 26 años de su aparición, creado como sistema para compartir información de una manera más rápida se ha convertido en una herramienta global para el consumo.

Consumimos, a través de una red intangible, productos y servicios tanto virtuales como físicos, podemos ordenar un objeto desde el otro lado del mundo y que

¹⁰⁸ Éxito Exportador, *Estadísticas mundiales del Internet 2016*, [en línea] <http://exitoexportador.com/stats.htm> [consulta 15 de marzo 2017]

llegue hasta la puerta de nuestros hogares o descargar programas para trabajo o diversión, podemos tomar una clase en línea desde lo más básico hasta seminarios o ponencias de educación superior, tener conversaciones -en video, audio o texto- con conocidos o desconocidos en cualquier sitio del planeta, o simplemente buscar entretenimiento en música, cine o lo que deseemos.

Prácticamente podemos observar un cambio sustancial en la forma de producción y consumo de cualquier aspecto esencial para la vida de los seres humanos, en alimentación, vivienda, vestido, comunicación y transporte, entre otros.

La industria del vestido ha tenido cambios vertiginosos desde la revolución industrial hasta nuestros días. Ha pasado de una producción de nivel artesanal y local, a una producción masiva a escala global. Actualmente podemos observar miles de marcas que comercializan ropa, en infinidad de tipos, para todo gusto y ocasión, para cualquier tipo de personalidad y sobre todo a todo tipo de precio.

El crecimiento en los niveles de venta de marcas de lujo en México podemos verlo como parte del mejoramiento económico de sus ciudadanos. Esto lleva a que las personas crean que deben sostener la idea de que se debe mostrar ante los demás el crecimiento que hemos tenido.

En 2014 el mercado mexicano se colocó como el primer lugar de Latinoamérica en ventas de lujo con 14 mil millones de dólares, superando así al mercado brasileño¹⁰⁹. Se apunta que en el 2015 esta industria tuvo un crecimiento general del 5% mientras que en nuestro país fue del 10% y se tiene una expectativa de crecimiento en el periodo 2014-2019 del 34% con lo que nuestro país estará entre los 10 países con mayor crecimiento en este rubro¹¹⁰.

Estamos viviendo una época de consumo en que consumimos marcas en dos formas, la material, teniéndola y ostentándola ante el resto de la sociedad, y la del valor que le damos para lograr satisfacer nuestro deseo simple y llano de tenerla, no el objeto sino que la marca forme parte de nosotros a partir de ese momento.

¹⁰⁹ Miriam Ramírez, "México, joya para el mercado de lujo", [en línea], México, *Milenio Diario*, 5 de junio de 2016, dirección URL: http://www.milenio.com/negocios/Mexico-joya-mercado-lujo_0_750524960.html [Consulta: 19 de diciembre 2016]

¹¹⁰ *Idem.*

Debemos buscar establecer un equilibrio entre la satisfacción de nuestras necesidades y nuestros deseos, llegar a un balance en donde complacer ambos logre un bienestar en nuestra formación como personas.

2.3.2.2. Creación de nuevas “necesidades”.

Las tácticas para acercar a las personas a nuevos productos han sido evolutivas; desde la segunda mitad del siglo XX hemos sido testigos de cambios vertiginosos en esta manera de entender al mercado.

En la actualidad, el mercado junto con las nuevas tecnologías permiten que haya una comunicación constante entre productores y compradores, lo que ha hecho que nos encontremos inundados de información sobre nuevos productos, objetos y servicios que tienen como premisa hacernos la vida más sencilla o al menos pretenderlo.

La introducción del teléfono, la radio y la televisión dentro de cada hogar, de la mano con la industria del entretenimiento, han permitido una inmersión total de las personas a un ambiente en donde se venden distintas ideas sobre estilos de vida que nos brindan aspiraciones a tipos ideales.

Esto requirió de la formación de un nuevo escenario donde se pretende dar o buscar espacios de utilidad a esos nuevos productos conociendo acerca de las personas desde sus ingresos hasta sus sueños, potenciando el deseo y la identificación de las personas con la mercancía.

Lipovetsky nos señala el cambio torrencial en la forma en que se vendían los productos. Muestra como a finales del siglo XIX estos eran anónimos, vendidos a granel y como las marcas eran pocas y a fin de controlar los flujos del mercado las nuevas industrias realizaron un esfuerzo a gran escala mediante la inversión en la publicidad de sus productos. Apunta el cambio en empresas como Coca-Cola, y su acelerada inversión que de 11,000 dólares en 1892 pasaron en 1929 a 3.8 millones de dólares¹¹¹. De acuerdo a las cifras reportadas en 2013 la empresa reporta una inversión de 565 millones de dólares, únicamente dentro de territorio

¹¹¹ Gilles Lipovetsky, *La felicidad paradójica*, op. cit., p. 25.

estadounidense, y a nivel global se tiene que su publicidad representa un gasto de alrededor de 3 mil 300 millones de dólares¹¹².

To buy is to be perceived (comprar es ser percibido), escribe Arthur Asa Berger en modificación a la premisa de George Berkeley: *To be is to be perceived* (ser es ser percibido)¹¹³. Nos encontramos en una plataforma que nos muestra diferentes estilos de vida a que aspirar y para llegar a ellos debemos comprar nuestro camino hasta alcanzarlo, somos reconocidos por lo que compramos, la sociedad nos dará ese reconocimiento, desde los representantes de ventas, nuestra familia y nuestra comunidad.

Vamos formando un vínculo entre nuestra forma de percibirnos y de percibir a los demás de acuerdo a ciertos estándares que se muestran como “indispensables” dentro de una u otra comunidad, y ello se lo debemos a la incursión de los aparatos del mercado en prácticamente todo aspecto de nuestras vidas.

Tanto Prat como Bauman señalan el establecimiento del consumo como una nueva religión, donde el *dios mercado* ha establecido una misión para sus acólitos publicistas de “solucionar el problema del *marketing*, que no es vender (ni mucho menos fabricar) un producto, sino producir consumidores minimizando costes”¹¹⁴.

Un pequeño ejemplo de ello podemos verlo en la industria del agua embotellada. El acceso a una fuente segura de agua potable es parte de nuestros derechos inalienables como personas, sin embargo esta industria sigue creciendo porque se nos ha enseñado que el agua, como en el caso de México, no es segura para su consumo directo -en este caso podrá ser cierto, pero dejamos de ver el problema de la falta de infraestructura que nos garantice esa agua completamente potable si volteamos la mirada para mantenernos consumiendo agua purificada y embotellada por empresas nacionales o extranjeras.

¹¹² Editorial, *Coca-cola mantiene su inversión en marketing a pesar de la débil demanda*, Adlatina.com, Buenos Aires, Argentina, 24 de julio 2014, [en línea] <http://www.adlatina.com/publicidad/coca-cola-mantiene-su-inversi%C3%B3n-en-marketing-pegar-de-la-d%C3%A9bil-demanda>, [consulta: 30 de marzo 2017]

¹¹³ Arthur Asa Berger, *Ads, fads, & consumer culture. Advertising's impact on american character & society*, EUA, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2004, p. xii.

¹¹⁴ Joan Torres i Prat, *op. cit.* p. 101

En México las ventas de agua embotellada han pasado de 5mmd (mil millones de dólares) en el año 2009 a 7 mil 797 millones de dólares en el 2014 y se calculaba un crecimiento del 15% en los siguientes cinco años¹¹⁵.

La economía consumista también tiene otro elemento característico enfocado en la creación de un producto, ya que en muchas ocasiones los departamentos de desarrollo de las empresas encuentran más sencilla su tarea al “innovar” con objetos a los cuales no les pueden asignar un nicho específico en el mercado. Sin embargo el trabajo de los mercadólogos y publicistas será llevarlo a la mano de los consumidores quienes verán si aquello tiene una verdadera utilidad, o sólo se convierte en un objeto de deseo (que terminará rápidamente en la basura).

“Es así como una actividad casi desconocida, por innecesaria, en tiempos de la producción artesanal, se hace imprescindible cuando se produce la concentración industrial y el agrandamiento del mercado, actuando como vinculador entre el productor, fase inicial del proceso, y el consumidor, fase final del mismo”¹¹⁶.

Gillian Dyer expone a la publicidad como el “arte oficial” de las naciones industriales más avanzadas de Oeste, definiéndola así por la cantidad de artistas, escritores e incluso directores de cine que forman parte de ella y porque ésta busca perpetuar las ideas y valores que son indispensables para un sistema económico particular¹¹⁷.

La publicidad es una forma de comunicación masiva cuya finalidad es transmitir información y/o incidir sobre las actitudes (creándolas, modificándolas o reforzándolas) para impulsar a los destinatarios de la misma a un comportamiento favorable a los intereses del anunciante¹¹⁸.

El foco central de la publicidad es atraer la atención de la gente, introducirlos a una gran gama de bienes de consumo, sin embargo también tiene la función de

¹¹⁵ Miguel Pallares y Pierre-Marc René, “Sed de plástico” México lidera consumo de agua embotellada, [en línea], México, *El Universal*, 13 de junio 2015, dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/sociedad/2015/06/13/sed-de-plastico-mexico-lidera-consumo-de-agua-embotellada> [consulta 27 de octubre 2016].

¹¹⁶ Enrique Guinsberg, *Publicidad: Manipulación para la reproducción*, México, Distrito Federal, Plaza y Valdés, Universidad Autónoma Metropolitana, 1987, p. 35.

¹¹⁷ Gillian Dyer, *Advertising as communication*, Reino Unido, Routledge, 1982, p.1.

¹¹⁸ Joan Torres i Prat, *op. cit.*, p. 29.

moldear valores o actitudes de las personas y sus sociedades. La anterior premisa antes respondía a una labor de la religión y del Estado a través del arte.

Ahora esta labor ya no sólo es un elemento de la religión o el Estado ya que la economía juega una parte más activa mediante el poder de empresarios y las grandes compañías o corporaciones que definen el actuar de otras ramas de poder para establecer y alcanzar las metas que les permiten obtener mayores ganancias económicas, influencia o poder, referido al ámbito ideológico, sociocultural, político o institucional.

“Así como hay complacencia en exhibir los objetos como símbolos de la posición, también la publicidad se dedica a ensalzar los productos como emblemas de categoría”¹¹⁹.

Mediante la utilización de herramientas como la publicidad y la mercadotecnia se ha podido establecer al consumo como centro de la vida moderna, donde es necesario moldear a los individuos para que sientan un apremio por adquirir y acumular, mediante el establecimiento de modas y tendencias, para más tarde asentarlos en este ciclo mediante la eliminación y reemplazo y lograr el establecimiento de una *necesidad*¹²⁰.

Una de las principales atracciones que nos da el consumismo, mediante la publicidad, es la “capacidad” de tener nuevos comienzos. Ofrecer a los individuos la oportunidad de cambiarse, reinventarse, renacer o reconstruir “identidades”. Identidades que serán salidas de moldes, con piezas intercambiables, que nos permitirán ser “únicos”, y nos permiten enfocarnos en nosotros mismos, en una idea que nos hace ver que lo primero es el yo, y explotará el deseo de felicidad y cómo encontrarla mediante el consumo rampante.

Así la publicidad está sentada sobre la promesa consumista de satisfacer los deseos humanos, pero esta “promesa de satisfacción sólo conserva su poder de seducción siempre y cuando esos deseos permanezcan *insatisfechos*”¹²¹. De esta

¹¹⁹ Gilles Lipovetsky, *op. cit.*, p. 35.

¹²⁰ Zygmunt Bauman, *op. cit.*, p. 57.

¹²¹ *Ibid*, p. 70

manera se ha mantenido ese deseo que impulsó en un principio al individuo en la búsqueda de esa gratificación, que prometía satisfacción, y que no lo ha dejado completamente satisfecho.

Guinsberg señala cómo se arraiga la idea de publicidad dentro de las sociedades a partir de la aseveración de Marx sobre cómo “la ideología de una sociedad es la ideología de sus clases dominantes”, donde además apunta a que la forma de consumo se irá modelando de acuerdo a las capacidades productivas. Por ello se vuelve necesario establecer mecanismos donde se imponga una *necesidad de consumo* que parezca propia de los individuos y no como una imposición *per se*. Es aquí donde nos encontramos con el cambio que ha ido sufriendo la publicidad, de pasar de un elemento informativo, a uno formativo¹²².

La función informativa de la publicidad quedaba estipulada en dar la noticia sobre las mercancías y servicios ofrecidos, sus puntos de venta y precio, así como sus características primordiales. En su función formativa se vuelve un vehículo para las personas en donde se establece el ritmo de cambio para introducir nuevos productos, crear una necesidad de ellos, y para reemplazarlos.

Bauman ejemplifica este hecho señalando los artículos de las revistas de moda que exaltan la “necesidad” de tener las prendas de la temporada para sentirnos satisfechos y completos durante ese lapso, primavera/verano u otoño/invierno, y donde establece la temporalidad de las mismas, listas para ser reemplazadas en el siguiente ciclo¹²³.

Las revistas y los programas de radio y televisión juegan un papel primordial en la formación de una necesidad en el individuo, la publicidad ya no se encuentra únicamente en los segmentos comerciales entre los programas, o específicos para una página de revista, sino dentro de los reportajes y programas mismos.

Conocer la tendencia de ropa que está mostrando tal o cual personalidad o los objetos tecnológicos de deseo que ha utilizado James Bond en su última película o la simple publicidad indirecta que se muestra en un noticiero cuando su

¹²² Enrique Guinsberg, *op. cit.*, p. 34.

¹²³ Zygmunt Bauman. *Vida de consumo, op. cit.*, pp. 115-116.

presentador levanta un *ipad* (aunque se encuentre oculto el logotipo podemos notar que se trata de dicho producto).

Nos encontramos inmersos en un océano de posibilidades, de productos y servicios con los que podemos mejorar nuestra calidad de vida y sin ser una carga para el medio ambiente, ni para las generaciones futuras, pero debemos adoptar un cambio para sacar de nosotros esa maquinaria subyacente que busca incitarnos a consumir más y más sin importar si ya hemos saciado nuestras necesidades reales.

Nuestra búsqueda por un consumo responsable no se debe volver sólo una etiqueta para las industrias y que lo aprovechen como una rama más de productos “responsables”, sino que debemos exigir que esa sea la norma.

La forma de consumo depende de cada persona, pero tomar conciencia depende de todos nosotros. La realidad es que consumimos mucho más de lo que regresamos al planeta, consumimos más de lo que podemos aprovechar. Estamos ligados, de manera preponderante, a un estilo de vida que no piensa en las consecuencias futuras, que nos enseña que tomar, consumir y desechar es la manera más simple para vivir. Nuestra conciencia sobre el consumo debe de ser también de manera integral, entendiendo nuestras necesidades, comprendiendo los procesos que ocurren con el medio ambiente y las personas involucradas para obtener los productos y servicios que deseamos y evitando ser presas permanentes de las estrategias de mercadeo y publicidad.

3. Consumo en el desarrollo humano.

Los seres humanos tenemos una necesidad constante de mejorar nuestras capacidades, como seres individuales o para mejorar nuestro entorno en conjunto. Es así que podemos establecer un vínculo entre nuestra manera de consumir, en forma y fondo, y la búsqueda para mejorarnos.

De tal manera que establecemos parámetros sobre nuestra forma de consumir de acuerdo a muchas variables, pero podemos reducirlas, de manera simplista y en ámbitos generales, a la situación social de las personas, su situación económica, la disponibilidad -en términos de su locación geográfica y de recursos materiales- y la individualidad, referida al gusta particular de cada persona.

Tenemos la noción de que las cosas que consumimos, materiales e inmateriales, las aprovechamos para hacer de nosotros o de nuestro entorno algo mejor, pues se nos ha enseñado a través del tiempo, en casa o en la calle, que ésta es la manera en que se logra mejorar nuestra vida.

Hay efectos positivos del consumo en el desarrollo humano: mediante la asequibilidad de mejores fuentes de alimentos, de agua y de medicamentos, que se ha tornado más segura para la utilización de las personas. Mediante el consumo podemos observar avances en la construcción o mejoramiento de infraestructura en materia de salud, de transporte y telecomunicaciones.

A partir de todo esto se permite que se tengan más y mejores oportunidades de empleo, que crezca la interacción entre personas y otros grupos sociales y que se establezca una relación que dé pie a una mejor calidad de vida. “La mayor disponibilidad de esos bienes y servicios ha transformado la calidad de la vida de la gente en todo el mundo”¹²⁴.

Es claro que el consumo contribuye al desarrollo humano cuando aumenta la capacidad de la gente sin afectar negativamente el bienestar de otros, cuando es tan justo para las generaciones futuras como para las actuales, cuando respeta la capacidad de sustento del planeta y cuando estimula el surgimiento

¹²⁴ PNUD, Informe sobre Desarrollo Humano 1998, *op. cit.*, p. 43.

de comunidades animadas y creativas. Pero aunque el consumo es fundamental para ciertos adelantos del desarrollo humano, no es siempre necesario¹²⁵.

Al menos así es como debería de funcionar, ya que formar parte de la cadena de consumo significa entregar parte de nosotros, mediante el trabajo, para poder hacernos de tales cosas.

Entre los efectos nocivos del consumo, para un pleno desarrollo humano, están las carencias de sistemas confiables de infraestructura, de transporte, de salud o comunicaciones. Tener un sistema defectuoso de agua puede acarrear problemas para las sociedades que de él dependen, un mal sistema de salud con carencias en materiales y medicamentos de igual forma, y sumado a ello un sistema de transporte deficiente provoca inmovilidad y alienación de las comunidades más vulnerables.

Otros efectos también quedan ligados a los procesos de producción y eliminación de mercancías o servicios y el impacto que ello trae para el medio ambiente; así como los efectos de la producción ligados a sistemas de explotación de los trabajadores.

Sin embargo el modo de producción en que nos vemos envueltos siempre nos señalará, y con insistencia, que día a día existe una nueva y gran cantidad de productos ofertados que pueden hacer más “fácil” y “feliz” nuestra vida.

Nos encontramos supeditados a la manera en que se presenta el mundo frente a nuestros ojos, más desde décadas más recientes, en el caso de México desde la entrada en vigor de Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), con el que fuimos sumergidos a “nuevas” formas culturales, que aunque presentes desde antes y en posibilidades para las clases más altas de la sociedad mexicana se integraron al resto de las clases sociales a partir de la entrada en vigor de dicho tratado. Haciendo que dejara de ser un lujo encontrar productos importados o que comenzarían a producirse en nuestro país y fueran más asequibles para todos.

¹²⁵ *Ibid*, p. 38.

Bauman, entre otros autores, recalcan como estamos sumidos en una sociedad mundial de consumidores, en donde la forma en que consumimos afecta todos los aspectos de nuestras vidas -trabajo y vida familiar-. Estamos presionados a cada vez consumir más, y señala que nos volvemos mercancías del mercado de consumo y de mano de obra¹²⁶.

En la actualidad contamos con un sinnúmero de posibilidades sobre qué y cómo consumir. El verdadero problema sobre nuestro consumo es la rapacidad con la que lo hacemos y que gran parte de ello no es aprovechado en su totalidad.

En términos de alimentación a nivel global desperdiciamos una gran cantidad de alimentos. Que de acuerdo a cifras de la FAO (por sus siglas en inglés, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) el desperdicio anual de alimentos en la medición de 2009/10 equivalió a 2300 millones de toneladas, y señala que con tan sólo evitar ese desperdicio en una cuarta parte se podría alimentar a 870 millones de personas¹²⁷. El desperdicio en los países ricos llega a ser casi igual el nivel de producción neto total de África Subsahariana, estimado en 230 millones de toneladas¹²⁸.

Dentro de Europa se considera que cerca de un tercio de los productos se desperdician, y en los Estados Unidos esta cifra puede llegar hasta la mitad; existe desperdicio por razones de apariencia, en donde por pequeños defectos e imperfecciones son descartados productos que no están en mal estado. Sin embargo este fenómeno no es exclusivo de las naciones con mayor capacidad de compra y es necesario aclarar que el desperdicio también se puede dar debido a las carencias en la infraestructura para almacenar o transportar los productos¹²⁹.

¹²⁶ Zygmunt Bauman, *Mundo Consumo. Ética del individuo en la aldea global*, México, Paidós Contextos, 2010, p. 88.

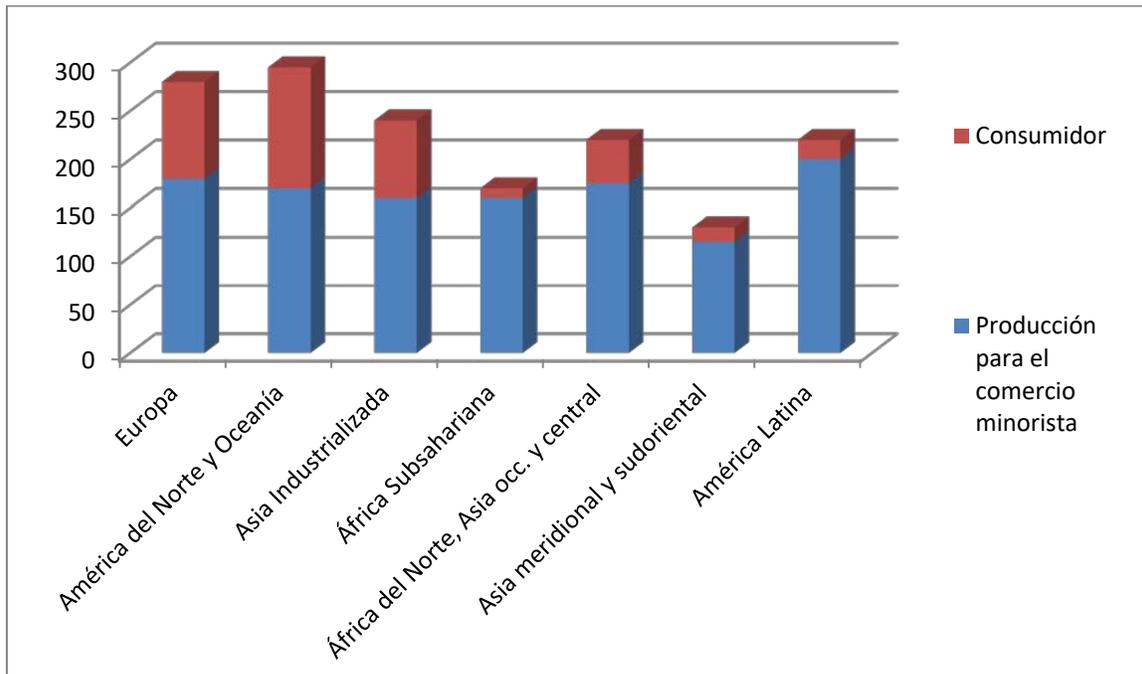
¹²⁷ FAO, *SAVE FOOD: Iniciativa mundial sobre la reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos*, "Hallazgos clave", [en línea] Dirección URL: <http://www.fao.org/save-food/recursos/keyfindings/es/> [Consulta 7 de febrero 2017].

¹²⁸ *Idem*.

¹²⁹ Organización de Estados Iberoamericanos, *Consumo Responsable*, [en línea] Dirección URL: <http://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=9> [Consulta 31 de marzo 2017].

Gráfica 5.

Pérdida y desperdicio de alimentos per cápita (kg/año)



Fuente: FAO, *SAVE FOOD: Iniciativa mundial sobre la reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos* (8 de febrero 2017)

Debemos crear más y nuevas formas para lograr un mejor aprovechamiento y evitar tal cantidad de desperdicio, no sólo referente a la alimentación, pues en otros ámbitos relativos a necesidades primarias también tenemos problemas cómo es en el caso del agua, o servicios de sanidad.

Sabemos de lo complicado que puede ser alcanzar un mejor aprovechamiento, y sabemos que existe una gran desigualdad entre los países ricos (que más consumen y que son quienes mayor cantidad de desechos producen) y los países en desarrollo (que también siguen produciendo una porción sustancial de los esos desechos) respecto a sus visiones ideológicas o de infraestructura para lograrlo.

El estilo de vida que deseamos, que se nos muestra como ideal, requiere de un consumo rapaz y debemos estar conscientes de qué significa buscarlo y alcanzarlo. Significa también conocer las repercusiones que ocasiona al medio ambiente, a nuestra sociedad y a nosotros mismos. Si decidimos seguir esa búsqueda debemos de conocer las alternativas y no dejarnos llevar únicamente

por lo que nos ha puesto enfrente, y durante toda la vida, el sistema de consumo que ha montado un espectáculo para hacérselo llegar.

3.1. Consumismo y sus implicaciones.

Yo demuestro, al menos parcialmente, que existo, como individuo único, por lo que compro, por los objetos que pueblan mi universo personal y familiar, por los signos que combino «a mi manera».

-Gilles Lipovetsky, La felicidad paradójica.

Se ha señalado a la publicidad como una de las herramientas que han permitido el establecimiento de un modelo de consumo que borra la idea de tomar lo suficiente para subsistir de una manera en que no nos falte nada, y nos lleva a querer tener más, de que siempre existirá algo nuevo y mejor a lo que ya poseemos y que se adapta más al significado de consumo y la idea de extinguir un recurso.

La publicidad ha hecho una labor titánica por mostrar y hacer llegar a cada rincón del planeta las novedades de cualquier cosa imaginable: vestido, calzado, alimentos, tecnología, lugares paradisiacos que visitar, entretenimiento de todo tipo, y cuantas cosas más se nos puedan imaginar.

El sistema de producción y consumo trabaja en una sinergia espectacular, en el sentido de que hacen todo lo posible, mediante el uso de cualquier medio disponible para hacer presente “la necesidad” de tener más, y para ello han montado un *espectáculo*. “En el espectáculo, imagen de la economía reinante, la finalidad no es nada, el desarrollo es todo. El espectáculo no quiere llegar a ninguna otra cosa que a sí mismo”¹³⁰.

Lo podemos ver todos los días, al salir a la escuela o el trabajo, en las calles esperando el transporte público o mientras manejamos nuestro auto, en casa preniendo la televisión o la computadora navegando en internet. Estamos plagados de imágenes de cientos de campañas de diversas marcas o almacenes que nos ofrecen ofertas o beneficios por comprar con ellos.

¹³⁰ Guy Debord, *La Sociedad del espectáculo*, Valencia, España, Pre-Textos, 2003, p. 12.

Desde las ya clásicas campañas de saldos al final de las temporadas (primavera-verano y otoño-invierno) que buscan deshacerse del inventario para abrir lugar para los productos de la siguiente temporada, hasta las nuevas campañas, a lo largo de cada temporada que nos permite hacernos de más cosas, siempre que compremos a crédito, podemos empezar a pagar meses después y diferido a una infinidad de mensualidades, con promociones que nos dan más productos siempre que continuemos comprando (campañas 3x2 o a base de recompensas utilizables para futuras compras).

“La era del consumo se manifiesta y continúa manifestándose como un agente de personalización, es decir, de responsabilización de los individuos, obligándoles a escoger y cambiar los elementos de su modo de vida”¹³¹. La manifestación de esto se ve más allá de una idea material. Está empapada también en la forma en que consumimos cultura. Vemos que el patrocinio por parte de muchas marcas permite que se lleven a cabo eventos que de otra manera carecerían de la espectacularidad que nos atraiga para ser partícipes, como eventos culturales o deportivos que, debido a los costes elevados para su funcionamiento, pueden ser posibles gracias a aquellas marcas, y que vuelvan nuestra atención cambiando su imagen en nuestra psique, volviéndose marcas comprometidas para el mejoramiento de la sociedad, siendo imprescindibles en nuestro universo personal.

“El espectáculo, considerado en su totalidad, es a la vez el resultado y proyecto de un modo de producción existente”¹³². Es así que el espectáculo, inmerso en todas las capas de la vida de las personas, se reproduce a sí mismo y logra sus metas siempre que exista alguna mercancía que atraiga a las personas a querer tenerla primero, a convertir en necesidad aquello que es novedoso, volviéndolo un estilo de vida.

El modo de producción ya no sólo se refiere al cómo hacer las cosas y ponerlas en anaqueles para que las compremos, sino de una producción como la de un

¹³¹ Gilles Lipovetsky, *La era del vacío*, Barcelona, España, Anagrama, 2013, p. 109.

¹³² Guy Debord, *op. cit.*, p. 9.

espectáculo, de una película. Nosotros somos quienes la protagonizan, este rol no lo pedimos, pero lo tomamos y acatamos a cabalidad.

Nos encontramos tras bambalinas esperando nuestro momento para mostrarnos ante la sociedad; en ese escenario que hemos elegido y que tiene las características que decidimos que nos definen, con los objetos que nos ayudan a expresar nuestra personalidad, listos para ser mirados y para mirar a los demás.

En este mundo-espectáculo se da por hecho que estamos en la misma situación y capacidad de alcanzar aquello que se nos presenta en los medios de comunicación; ser como aquellas estrellas del cine o televisión, pasar de ser una persona “regular” a una “estrella” por un “golpe de suerte”, creemos en esas historias porque esperamos puedan ocurrirnos, pero dejamos de lado lo que significa ese “golpe de suerte”, puede ser tal cual y estar asociado a estar en el momento correcto en el lugar adecuado -la probabilidad de ello es mínima, por no decir nula- o estar asociado a la dedicación y lo virtuoso que pueda ser cada persona y dejamos de lado los sacrificios, los aspectos espinosos y complicados que suelen pasar esas personas para llegar a ese sitio.

La historia tiende a omitir esos aspectos y gracias a la estructura consumista vemos con mayor facilidad que nosotros podemos repetir una historia de éxito en el mundo-espectáculo, esperando tener al menos cinco minutos de fama bajo los reflectores. Creamos un mundo vainilla¹³³, simplificado en emociones pero con altas expectativas de lo que significa estar bajo el escrutinio de un mundo que da y quita con tanta facilidad.

Claro que existen los casos para los “golpes de suerte”, sin embargo se trata de un momento breve en la historia del espectáculo, puede llegar a capitalizarse en oportunidades económicas pero para ello se requiere de una estrategia que no todos implementan. Ejemplos de ello están en la creación de personajes por la viralización de videos o “memes”, que se desvanecen a la llegada de una nueva

¹³³ Referido a lo convencional, a la estandarización de los fenómenos sociales retirando el factor de asombro, una versión básica y repetible por tratarse de una idea popular en ese momento. Whatls.com, *Vainilla*, [en línea], dirección URL: <http://whatls.techtarget.com/definition/vanilla> [consulta 26 de abril 2017]

“estrella”, y pocos son quienes pueden realmente tomar ese estrellato más allá y responder ante las expectativas de nuestro mundo-espectáculo.

Hacemos del mundo un escenario enorme en donde mostramos aquello que nos representa; para lo cual contamos con las opciones que tengamos disponibles, en cuanto a moda, alimentación, contratación y uso de servicios, y nos ponemos bajo nuestro propio escrutinio y de las demás personas que nos rodean. Somos espectadores y estrellas del *show*.

3.1.1. Sociedad e individualidad.

Nos encontramos en un planeta con otros más de siete mil millones de habitantes que buscan la forma de hacer de su vida lo que mejor les parece, buscando establecer una idea sobre quiénes son y lo que los compone.

Todos somos parte de múltiples círculos sociales, pertenecemos a una especie, que vive dentro de sistemas estatales que tienen una forma de gobierno, que están conformados por diferentes grupos étnicos, que tienen distintas religiones, con diferentes sistemas de valores, y muchas otras características que nos unen o nos diferencian.

“La ‘sociedad de consumidores’ implica un tipo de sociedad que promueve, alienta o refuerza la elección de un estilo y una estrategia de vida consumista, y que desapruueba toda opción cultural alternativa”¹³⁴. Vemos una gran semejanza entre la teoría de la modernización y la forma en que funciona la sociedad de consumo, ya que ambas establecen un proceso de asimilación de las culturas “minoritarias” o locales por la instauración de una idea general de lo que significa el progreso a partir de la visión de quienes son considerados como desarrollados.

Actualmente parece tener un peso comparable el mundo de las apariencias y el de nuestra formación. Tenemos formas de demostrar qué hacemos y cómo lo hacemos para mostrar al resto del mundo lo que somos.

Los pobres son forzados a una situación en la que tienen que gastar más del poco dinero que tienen en objetos de consumo inútiles que en necesidades

¹³⁴ Zygmunt Bauman, *Vida de consumo, op. cit.*, p. 78.

básicas para no caer en la humillación social más absoluta y convertirse en el hazmerreír de los otros¹³⁵.

Hemos pasado de un estadio en que podemos considerar, por momentos, más necesario demostrar que podemos pertenecer a un estrato social que lograr satisfacer una necesidad real, como procurarnos alimentación, acceso a un servicio médico, entre otros, o de desplazarlas a un segundo plano poniéndonos en riesgo en favor de una moda.

Es en este aspecto que dentro de la dinámica social de pertenencia permite la utilización de medios que nos permitan acercarnos a la imagen que se pretende dar por el hecho de tener ciertos productos. En este sentido los productos de imitación y la piratería juegan un papel primordial para permitir emular esa proyección que buscamos dar y así evitar esa sensación de rechazo o exclusión al no poder ser parte de los grupos a la moda.

Así aseguramos que por un precio menor -que agrupa también la calidad del producto- podamos seguir aparentando momentáneamente esa inclusión que tanto buscamos.

Ello sigue significando un gasto que toma recursos de otras necesidades más imperantes, pero dan un resultado similar al lograr que los individuos sientan esa identificación y así en algún momento ser parte de ese grupo de avanzada que marca tendencias y está guiado por la moda y la visibilización que tienen por las marcas.

Para poder consumir debemos pagar por las cosas, para ello requerimos de una fuente de ingresos que nos lo permita.

Los trabajadores son persuadidos de “necesitar” más cosas. Para comprar lo que ahora necesitan, precisan de dinero. Para ganar dinero, trabajan más horas. Al estar fuera de casa durante tanto tiempo, compensan su ausencia

¹³⁵ Citado de N. R. Shresta por Russel W. Belk, “The human consequences of consumer culture”, en Karin M. Ekström y Helene Brembeck (eds.), *Elusive Consumption*, Nueva York, Berg, 2004, p. 69.

del hogar con regalos que cuestan dinero. Materializan el amor. Y, de ese modo el ciclo continúa¹³⁶.

En estos tiempos, en donde el tiempo es dinero (lo creemos fielmente porque así nos lo dijo el sistema) podemos corregir o satisfacer nuestras faltas mediante la adquisición de mercancías. Lo que puede y ocasiona que estemos más dispuestos a buscar trabajos con una mejor remuneración pero con una menor calidad de vida.

No se trata de demonizar este aspecto, todos buscamos seguridad en nuestras vidas (seguridad económica), pero dejamos de lado otros aspectos importantes de nuestra vida que pretendemos “llenar” o “satisfacer” mediante la adquisición de productos, y en la mayoría de las ocasiones lo que ocasiona es una pérdida de esa seguridad y estabilidad mental y económica al estar repitiendo cada vez más constantemente este ciclo.

“La forma moda tiene carta de soberanía; de acuerdo con la creciente individualización de los gustos, trata de sustituir en todas partes la unicidad por la diversidad y la similitud por los matices y las pequeñas variantes”¹³⁷. Dentro del *statu quo* tenemos una necesidad por establecer nuestras diferencias con el resto del mundo, buscamos marcar nuestra forma única de ser. Para ello contamos con formas diversas para lograrlo, un camino mediante el que nuestro fondo establece qué y quiénes somos y otro que es el que está delimitado en el espectro de lo visible, formamos micromundos de diferencias, aspectos que no afectan la manera de trabajar de las cosas, únicamente apuntan a la toma de decisiones sin importancia práctica, evocada para nuestra satisfacción.

3.1.2. La mirada del otro.

Nos encontramos en un momento de la historia donde se nos enseña sobre nuestra individualidad, somos seres únicos e irrepetibles que influirán en menor o mayor manera su entorno durante el espacio temporal que ocupemos en la tierra, pero el sistema desde el principio se hizo de tal idea para señalarnos las formas

¹³⁶ Arlie Hochschild en Zygmunt Bauman, *Mundo consumo, op. cit.*, p. 89.

¹³⁷ Gilles Lipovetsky, *El imperio de lo efímero*, México, Anagrama, p. 183.

en que podemos mostrar esa individualidad, y una de las más simples es a través de la imagen que proyectamos hacia la sociedad.

La imagen que nos deja la gente mientras caminamos en la calle, con la que interactuamos en la escuela o el trabajo, en nuestros círculos familiares y de amistades, y el reflejo que observamos de nosotros mismos, es una de las razones por las que la producción y el consumo ponen a nuestra disposición tal variedad de productos y servicios para expresar nuestra individualidad.

“El espectáculo es el momento en el cual la mercancía ha llegado a la ocupación total de la vida social. No solamente la relación a la mercancía es visible sino que no se ve más que ella: el mundo que se ve es su mundo”¹³⁸. Las sociedades han estado sufriendo cambios sobre la forma en que se perciben. Las personas están más sumergidas en un espacio de continuo asedio del sistema de producción y consumo.

Es en este asedio que se han instaurado nuevas formas de expresión a partir de la formación de modas que crecen como subgrupos culturales y en algunos casos llegan a integrarse dentro de la corriente de moda principal, estableciendo parámetros sobre identidad y pertenencia; desde tendencias particulares o regionales hasta el ámbito global. Ejemplos de esto pueden verse en la frontera entre México y Estados Unidos con modas “chicanas” o “tex-mex”, o fenómenos crecientes y focalizados a una prenda como el calzado en los llamados “sneakerheads”¹³⁹.

“*Shoes define who you are*”¹⁴⁰. Los zapatos definen quién eres, comenta Rob Dyrdek, un deportista profesional de patineta, empresario y coleccionista de calzado. En una frase resume el espíritu del documental “Sneakerheadz” en donde se ejemplifica la “necesidad” por comprar, tener y, en este caso, no usar o usar poco un par de tenis para demostrarle a los demás la pertenencia a un grupo, selecto y a la moda.

¹³⁸ Guy Debord, *op. cit.*, p. 24.

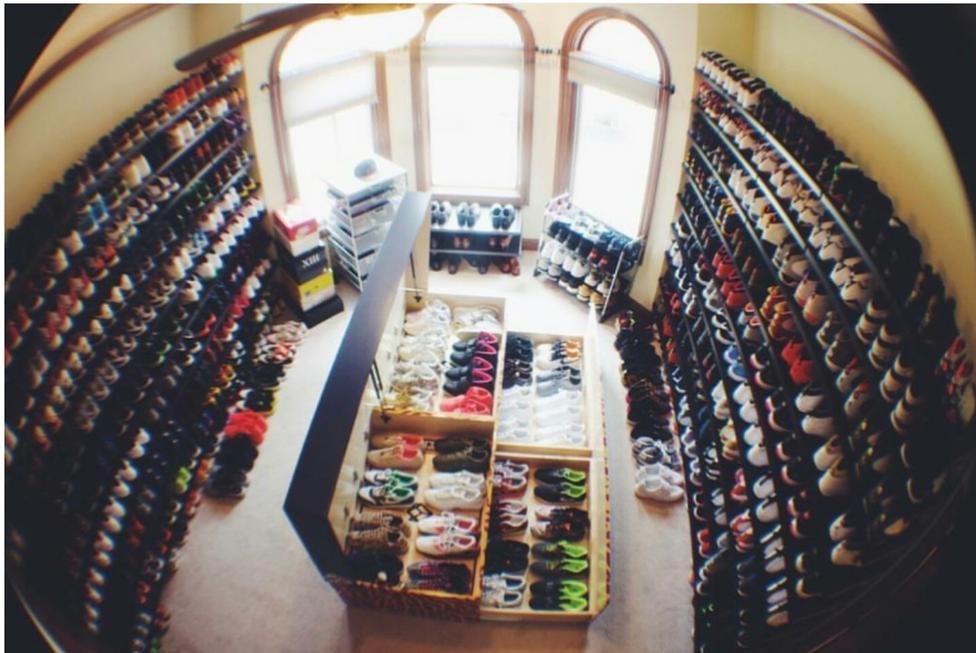
¹³⁹ Personas que compran y coleccionan una gran cantidad de calzado deportivo-casual con referencia a lo limitado o único. –Definición personal.

¹⁴⁰ Rob Dyrdek, entrevistado en “*Sneakerheadz*”, Dir. David T. Friendly y Mick Partridge, EUA, 2015, min. 65.

“Ser famoso’ no es más que ser exhibido, ser visto, mirado, ser tema de conversación y por lo tanto, presuntamente *deseado* por muchos. En la era de la información, la invisibilidad es sinónimo de muerte”¹⁴¹. El *deseo* es el tema central de la sociedad de consumo, nuestra existencia tiene una sobreexposición de los avances tecnológicos y científicos, de sucesos mundiales y hasta de entretenimiento, y ello es parte del proyecto sistémico y es capitalizado en todas sus vertientes. Se nos incita a desear más, a nunca estar satisfechos, y no poder llenar un vacío que fue creado por un sistema enfocado en el factor económico y ha dejado de lado a las personas, como individuos, y las vuelve una mercancía en sí mismas.

Imagen 1.

**Armario de zapatos de J.R. Smith, *Sneakerhead* y
Jugador de basquetbol profesional.**



Fuente: More than stats, *Inside look at J.R. Smith’s Amazing Sneaker Closet, Can You Guess How Many Pairs?*, en <http://morethan-stats.com/jr-smith-sneaker-collection/>

¹⁴¹ Zygmunt Bauman, *op. cit.*, *Vida de consumo*, p.27.

La cultura consumista, mediante sus herramientas de alcance masivo, nos muestra aquello que “deseamos”, objetos, servicios, e incluso personas. Consumimos entretenimiento y dentro de él existen personas que han podido explotar sus talentos para poder vivir de ello, ya sean verdaderos talentos o sólo sean investidos por la industria del entretenimiento.

Debido a esta situación somos bombardeados desde la infancia con la idea de la “fama”, las personas quieren ser famosas, tener su estilo de vida y ser adorados por otras personas. En esta situación debemos entender que ese deseo nos lleva a la formación de las personas como un producto.

La gente busca destacar por encima de todos, de una manera u otra, con el desarrollo de ideas innovadoras en cualquier campo, como artistas, o como un fenómeno viral; las personas quieren escapar de “la masa insípida de productos sin rostro y transformarse en un producto deseable y deseado”¹⁴².

Entendemos como una verdad inapelable al hecho de consumir, desechar y volver a consumir. Nos volvemos parte del espectáculo, buscamos en las mercancías elementos que nos acrediten como seres plenos de una sociedad y para ello es necesario que nos encontremos en un perpetuo estado de consumo y desecho; nos validamos a partir de la validación de los otros.

Bauman y Lipovetsky marcan de forma clara que las personas se validan a partir de esos objetos totémicos que son las mercancías y sus marcas, que en la actualidad las personas se entienden en un estado superior al de la validación de los otros¹⁴³. Debord establece a nuestra realidad como un espectáculo en donde existe una parte de la individualidad hedonista pero enmarca como necesaria nuestra búsqueda de validación frente a los otros¹⁴⁴.

Ambos casos son complementarios; los primeros aseguran que primero fue necesario entendernos a partir de los demás, pero hemos continuado a un estadio de hedonismo recalcitrante de donde tomamos ese elemento de las mercancías,

¹⁴² *Idem.*

¹⁴³ Zygmunt Bauman, *op. cit.*, *Vida de Consumo*, p. 116; Gilles Lipovetsky, *op. cit.*, *El imperio de lo efímero*, p. 194.

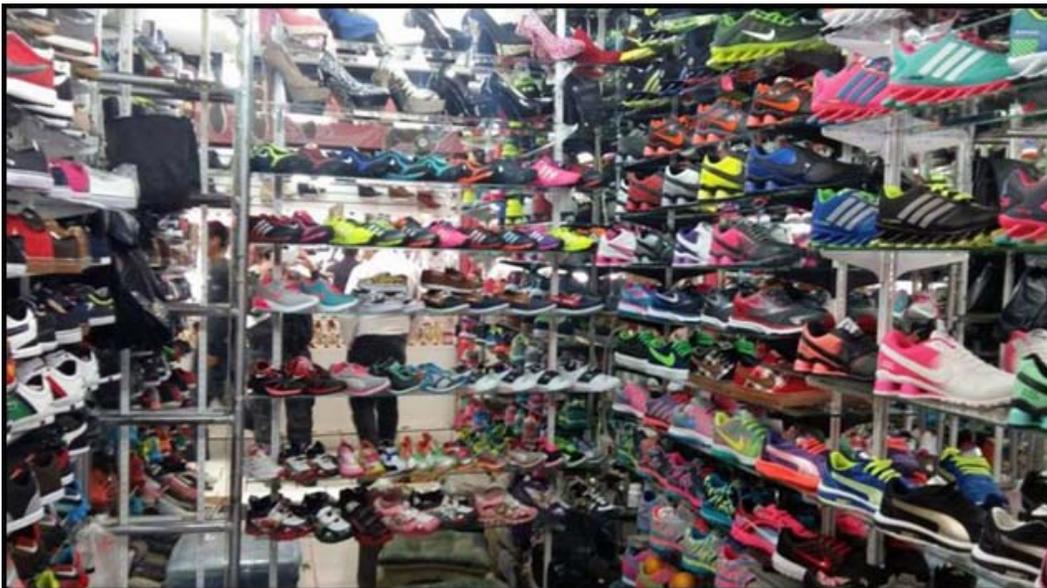
¹⁴⁴ Guy Debord, *op. cit.*, p. 27.

para Debord ambos escenarios no se pierden o no se entienden como fases que pueden separarse; estamos como frente a un espectáculo masivo, nuestra búsqueda por la individualidad nos puso ahí y queremos que vean cómo nos ostentamos como personas, que en el escenario del mundo nos queremos ver en igualdad de condiciones.

In America, as the quintessential consumer culture, what you can afford becomes the means of determining who you are ... or who people think you are. [...] One problem with consumer cultures is that people become too caught up in consuming things as a means of validating themselves and proving their worth. (...) All too often people don't think about what they have but only concern themselves with what they don't have¹⁴⁵.

Imagen 2.

Mercancía “pirata” decomisada.



Fuente: Grupo Fórmula, *Decomisa PGR más de 2 mil pares 'piratas' de la marca 'Nike' en León (Gto.)*, en <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?ldn=581036&idFC=2016>

¹⁴⁵ Traducción personal: En Estados Unidos, como quintaesencia de la cultura de consumo, lo que puedes costear te vuelve los medios para determinar quién eres ... o quién las personas piensan que eres. Un problema con las culturas de consumo es que las personas quedan atrapadas en consumir cosas como medio para validarse a sí mismos y probar su valor. Muy seguido la gente no piensa acerca de lo que tiene, pero se preocupan con aquello que no poseen. Arthur Berger, *Ads, fads & consumer culture, op. cit.*, p. 34.

Las mercancías copias y piratas han marcado una alternativa para la incorporación de las personas de menos recursos dentro del espectáculo. Podrá ser fácil, o no, el señalar los objetos que son copias “clonadas” o “piratas”; sin embargo juegan una parte como elemento de unión o amalgamamiento de la sociedad pues infieren que esa persona está al tanto de las tendencias actuales y por lo tanto no recibe la alienación de quienes no están incorporados al Espectáculo.

Ello logra el efecto que busca el *deseo*, esa anexión de las personas al mundo del espectáculo y el consumismo, permitiéndoles entrar en el juego de la validación del otro, tanto de las personas cómo de las marcas, que les permite “destacarse” del resto y probar su valía como miembros de la sociedad de consumo.

3.2. Desarrollo humano contra consumismo.

La forma en que concebimos al desarrollo ha estado plagada por la visión sistémica que se nos ha impuesto durante toda la vida. Creemos necesario estar rodeados de lo último en tendencias, de moda, alimentación, tecnología o de cualquier tópico que se encuentre en boga, puesto que nuestros sentidos se encuentran inundados de información que nos hacen creer que debemos contar con productos y servicios que complementarán y harán más fácil y feliz nuestra vida.

Contraponer al desarrollo humano con el consumismo (el acto de consumir objetos y servicios de manera desenfrenada por la sensación inmediata que brindan) sirve para explorar de múltiples maneras (social, económica o psicológicamente) la forma en que entendemos nuestra relación como sociedad, local, regional o global.

Debord señala que en las etapas iniciales del capitalismo “la economía no ve en el *proletario* más que al *obrero*”, y deja de lado a la persona “en sus pasatiempos, ocios, en su humanidad”. No es hasta que se ha alcanzado cierto grado de abundancia que los dueños de los medios de producción dan a los obreros “el *humanismo de la mercancía*”, integrándolos como consumidores “lavado(s) del

menosprecio total que claramente le es significado por todas las modalidades de organización y vigilancia de la producción”¹⁴⁶.

Del consumo sabemos que es necesario, sin importar que se trate de una sociedad aislada del resto del mundo o una integrada o absorbida por la modernidad, consumimos, poco o mucho, de manera responsable o derrochando recursos.

El problema recae entonces en qué hacemos con esos recursos cuando los consumimos. Ya se ha hablado tanto del desarrollo humano como del consumo, y su fase exacerbada: el consumismo.

El propósito crucial y decisivo del consumo en una sociedad de consumidores (aunque pocas veces se diga con todas las letras y casi nunca se debata públicamente) no es satisfacer necesidades, deseos o apetitos, sino convertir y reconvertir al consumidor en producto, *eleva el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles*¹⁴⁷.

Si bien tenemos esta visión sobre el consumo, debemos hacer referencia a que el sistema ha logrado hacer más grande la brecha entre ricos y pobres y ha ido segregando a los distintos grupos sociales no solo a partir de su capacidad adquisitiva sino desde la visión de “querer pertenecer”, agrupándonos con la parte que busca lo efímero o lo durable, ser uno con la moda y la temporada o reusarse a los cambios tan constantes.

Hoy lo que da ganancias es la desenfrenada velocidad de circulación, reciclado, envejecimiento, descarte y reemplazo –no la durabilidad ni la duradera confiabilidad del producto-. En una notable inversión de la tradición de más de un milenio, los encumbrados y poderosos de hoy son quienes rechazan y evitan lo durable y celebran lo efímero, mientras los que ocupan el lugar más bajo –contra todo lo esperable- luchan desesperadamente para lograr que sus frágiles, vulnerables y efímeras posesiones duren más y les rindan servicios duraderos. Los encumbrados y los menos favorecidos se

¹⁴⁶ Guy Debord, *op. cit.*, p. 25.

¹⁴⁷ Zygmunt Bauman, *Vida de consumo, op. cit.*, p. 83.

encuentran hoy en lados opuestos de las grandes liquidaciones y en las ventas de autos usados¹⁴⁸.

Hay una marcada diferencia del desenvolvimiento del capitalismo, desde su nacimiento con una interrelación de la cultura, el orden económico y la ética protestante, hasta su “perversión” basada en la autosatisfacción, en donde el hedonismo es el valor último¹⁴⁹ y debemos de encontrar la manera de integrar de forma cabal una nueva base ética que nos permita coexistir y alcanzar una vida plena sin causar la destrucción de la sociedad y de la naturaleza por la imposición de un modo de vida que sólo responde ante el gasto desenfrenado y al placer inmediato, que se auto-replica en favor de la cultura basada en el dinero.

3.2.1. Coexistencia, consumo y desarrollo humano.

Como sociedad estamos buscando una complementariedad entre el estilo de vida que nos propone el sistema y elevar nuestra calidad de vida de una manera plena. Esa coexistencia debemos entenderla en tres aspectos, de lo macro a lo micro, desde lo global o sistémico, en lo estatal o local y en lo individual.

En el panorama más amplio Stiglitz señala: “El propio esquema mental en torno a la globalización debe modificarse. Los ministros de Hacienda y de Comercio conciben la globalización como un fenómeno fundamentalmente económico, pero para muchos en el mundo subdesarrollo es bastante más que eso”¹⁵⁰.

Stiglitz apunta que no sólo se requiere de un cambio en las estructuras institucionales, las reformas deben llevar un planteamiento con carácter humano. Hace denotar la necesidad de un ente estatal que regule y optimice la búsqueda del desarrollo, el autor hace una mayor referencia a un ámbito económico, pero sus anotaciones se pueden llevar al desarrollo humano.

Pone especial hincapié en las dos caras de la moneda de la globalización, por un lado los países que buscaron el fortalecimiento de su Estado como promotor del desarrollo y que no deja todo a una autorregulación del mercado; por otro lado

¹⁴⁸ Zygmunt Bauman, *Modernidad Líquida*, Argentina, Fondo de Cultura Económica, 2009, p. 19.

¹⁴⁹ Gilles Lipovetsky, *La era del vacío*, op. cit., p. 85.

¹⁵⁰ Joseph Stiglitz, *El malestar en la globalización*, México, Taurus, 2010, p. 307.

cómo la globalización ha sido un promotor de la pobreza e inestabilidad, erosionando culturas y debilitando democracias¹⁵¹.

La noción de que no nacemos como seres humanos completos, de que todavía nos queda mucho por hacer para *llegar a ser* verdaderamente humanos, no es un invento de la sociedad de consumidores, ni siquiera de la era moderna. Pero sí lo es la vergüenza de fracasar en la tarea personal de hacerse diferente (supuestamente mejor) de lo que uno “ha llegado a ser”, lo que Günther Anders describiera en 1956 como “vergüenza prometeica”¹⁵².

En la actualidad nos encontramos frente a un gran número de elecciones. El acto de consumir, gracias a la globalización, está lleno de opciones que nos permitirán manifestar nuestra individualidad, sin embargo esto ocasiona un fenómeno distinto a lo que se pretende lograr consumiendo, dar “felicidad”, satisfacción y bienestar.

Creamos expectativas más altas respecto a lo que consumimos, entre más libres somos de elegir más estamos propensos a deprimirnos o tener ansiedad por los resultados que tenemos de hacer o elegir una u otra cosa.

Berger señala el trabajo del psicólogo Barry Schwartz sobre esta nueva condición y cómo nos encontramos en un punto de inflexión sobre la manera de consumir. Por un lado los compradores que él llama *Satisfizers* quienes tienden a tener bajas expectativas sobre lo que adquieren, teniendo una actitud en que aceptan sus decisiones como suficientemente buenas y eso causa una cierta tranquilidad al respecto¹⁵³.

Por el otro lado están los *Maximizers* quienes buscan tener siempre lo mejor, esto ocasiona que tengan mayores niveles de ansiedad y mayores expectativas sobre las decisiones que adoptan, ello por el esfuerzo que supone escoger un artículo por encima de otro, negándose de otras experiencias, causando una insatisfacción y provocando así que se mantenga el círculo consumista¹⁵⁴.

¹⁵¹ *Ibid.*, p. 309

¹⁵² Zygmunt Bauman, *op. cit.*, *Vida de consumo*, p. 84.

¹⁵³ Arthur Berger, *Shop til you drop*, *op. cit.*, pp. 73 -74.

¹⁵⁴ *Idem.*

Existe una similitud entre uno de los ideales que busca el desarrollo humano y el consumismo, establecer una igualdad de condiciones para las personas, dejando que ellas tengan las capacidades suficientes para integrarse y hacerse (o sentirse) más plenas.

La similitud termina ahí, el consumismo es una herramienta para hacer sentir que esto puede ocurrir, no se trata de una forma o un modelo para lograrlo sino de conseguir aparentar la igualdad de condiciones ante la mirada del mundo, aunque detrás de ello sólo se trata de una falacia que invita a la asimilación, a través de la búsqueda de la individualidad, y la aceptación de esta forma de vida.

Las personas debemos buscar establecer límites personales para evitar caer en una forma de vida que trate únicamente de apariencias. Buscar las actividades, mercancías o servicios de los cuales podamos aprovechar mejor sus características para adquirir o mejorar nuestras capacidades.

3.2.2. Mejora de las capacidades.

Nuestra realidad se encuentra en un constante cambio, ha permitido establecer múltiples parámetros de acción referidos al mundo que nos rodea, las acciones y consecuencias de ellos.

De esta manera hemos estado más expuestos a un entendimiento con un sinnúmero de posibilidades sobre qué y cómo hacer las cosas, estando dentro de una dominación de la imagen, referida desde la economía, en producción y consumo.

Todos, de distintas maneras, estamos supeditados a factores que rebasan nuestra persona, y que definirán nuestra forma de enfrentar al mundo. En muchos casos esto significa afrontar a todo tipo de elementos que pueden significar un lastre u obstáculo para alcanzar nuestras metas.

De manera que la enseñanza del sistema sobre la libertad de opciones, sobre cómo nos creamos e insertamos en el mundo puede ser tan variable como grupos sociales existen, y debemos de sumar las interacciones que ocurren entre ellos.

Podemos convertirnos en simples consumidores, sin cuestionar la forma y el fondo de nuestro actuar en sociedad. Creyendo solamente aquello que nos da el sistema desde su cadena de producción y publicidad sobre qué es mejor para nosotros.

O podemos preguntarnos “¿de qué me sirve a mí, o a quienes me rodean, consumir tal o cual cosa?” si en realidad eso está significando una diferencia entre mejorar la calidad de vida, personal o de otros, y si aquello me va a permitir desarrollarme mejor como persona.

¿Qué implica mejorar y sostener las capacidades de las personas?

De acuerdo a Mahbub ul Haq se trata de cinco puntos clave para lograr establecer un buen proceso de desarrollo.

- Las personas ocupan el lugar central. “El éxito de las políticas de desarrollo es mejorar la vida de las personas, no sólo la ampliación de procesos productivos”. Las políticas se enfocan en el nivel de participación y beneficio de las personas¹⁵⁵.
- Tratar las dos caras del Desarrollo Humano. La formación de capacidades y el uso de tales capacidades. “Se produce una importante frustración en las personas si la balanza del desarrollo humano no logra equilibrar ambos lados delicadamente”¹⁵⁶.
- Distinguir entre los medios y el fin. “Las personas son consideradas como fines, pero los medios no pueden olvidarse”. Como lo es el crecimiento del PIB, pues es un medio para ampliar las opciones de las personas, pero debe existir un criterio de enriquecer la vida de las personas. “Los procesos productivos no son tratados en un vacío abstracto, sino que adquieren un contexto humano”¹⁵⁷.
- Se debe prestar una igual atención a todos los factores que abarcan la sociedad, políticos, culturales, sociales y no sólo a la economía, poniendo

¹⁵⁵ Mahbub ul Haq, *El paradigma del Desarrollo Humano*, [PDF] 8 pp., p. 3.

¹⁵⁶ *Idem.*

¹⁵⁷ *Idem.*

atención en los cuatro pilares del desarrollo humano: igualdad, sustentabilidad, productividad y empoderamiento¹⁵⁸.

- Remarcar la necesidad de no ver a las personas únicamente como instrumentos de producción, “debemos recordar que los seres humanos son el fin último del desarrollo, alimento no conveniente para la máquina materialista”¹⁵⁹.

Rechazar un vínculo automático entre ampliación del ingreso y vidas humanas prósperas no significa rechazar el crecimiento en sí. El crecimiento económico es esencial dentro de las sociedades pobres para reducir o erradicar la pobreza. Sin embargo la calidad de este crecimiento es tan importante como su cantidad. Se necesitan políticas públicas conscientes para traducir el crecimiento económico en la vida de las personas¹⁶⁰.

Es necesario establecer ideas concretas sobre lo que significa Desarrollo Humano, evitar tener concepciones erróneas o incompletas acerca de lo que es. Entender el concepto integral, comprender que hay que ver todos los aspectos de nuestra realidad desde la perspectiva y punto nodal de las personas. Lograr un aprovechamiento y administración de los recursos para ofrecer el máximo de oportunidades y lograr un bienestar mejor y completo.

La inversión en la formación de las capacidades de las personas y que con ellas sean partícipes de los procesos de crecimiento; lograr una mejor distribución del ingreso y los bienes (hasta llegar a la igualdad); el empoderamiento de las personas, particularmente de las mujeres; todo ello son formas de vincular el mejoramiento y sostenimiento de las capacidades, el concepto del desarrollo humano, a la visión de crecimiento que se entiende de manera general en la actualidad, el crecimiento económico¹⁶¹.

El PNUD y su IDH puede que no sean la panacea que requerimos para solucionar nuestro dilema sobre el desarrollo humano, sin embargo se trata de un gran

¹⁵⁸ *Ibid.*, p. 4.

¹⁵⁹ *Idem.*

¹⁶⁰ *Ibid.*, p. 3.

¹⁶¹ Keith Griffin, *Desarrollo Humano: Origen, evolución e impacto*. [PDF] 2000, p. 6.

avance, sobre todo si continuamos con su labor, y seguimos siendo críticos de la visión de nuestra realidad.

El IDH no puede señalar o representar perfectamente ciertas variables, o se ha complicado para lograrlo, como en el caso de mediciones ambientales y de cuidado del medio ambiente, pero no debemos estancarnos, debemos seguir vigilando por el incremento de nuestras capacidades, del respeto de nuestros derechos y poder disfrutar de nuestra vida plenamente, y dejar que las futuras generaciones también se encuentren en la misma capacidad de hacerlo.

Tenemos esfuerzos, impuestos por la sociedad internacional en muchas ocasiones, de instituciones, mayormente enfocadas en el crecimiento económico como factor único o primordial del desarrollo, como el Banco Mundial que también han entrado en esta tendencia de marcar el fin último del desarrollo en las personas, mediante publicaciones que abordan temas como la reducción de la pobreza y otros retos para el progreso.

Esto ha sido a regañadientes, pero significa acercamientos sobre la influencia que ha tenido el concepto de Desarrollo Humano en sus veintisiete años de vida moderna y oficial en la ONU y el PNUD.

3.2.2.1. Nuestra misión como sociedad.

El papel que jugamos como entidad social, es preponderante para establecer las nuevas reglas del juego. En este caso referidas primero al ámbito local y nacional, la acción conjunta nos permitirá marcar una nueva agenda para garantizar la satisfacción de nuestras necesidades básicas, ya sea dentro de un marco capitalista o cualquier otra vía existente o que pueda presentarse en un futuro.

Mahbub ul Haq recalca la premisa de que no debemos establecer como punto nodal del desarrollo al ingreso económico, la expansión de este no significa una mejoría si las prioridades de la sociedad o el grupo que ostenta el gobierno no

están encauzadas a llevar ese crecimiento de manera igualitaria para permitir el desarrollo en conjunto de todos los individuos¹⁶².

En un ámbito centrado en los núcleos familiares no debemos de caer dentro de esa idea sobre la seguridad para mí y los míos, requerimos formar un sentimiento de pertenencia más allá de los lazos familiares o enfocado en los vínculos nacionales, entendernos como una sola comunidad, global, navegando juntos a sabiendas que nuestros actos tienen una repercusión en otro lado del globo y que somos susceptibles a tener consecuencias de los actos de otros de igual manera.

La riqueza no es un factor para establecer una sociedad justa, que respete los derechos humanos, en donde exista una igualdad de géneros, en donde puedan desarrollarse plenamente y en armonía¹⁶³.

Existen casos de países que se encuentran desfasados en las mediciones de los índices de desarrollo humano provistas por el PNUD como en su PIB debido a que no corresponden los datos entre su nivel de riqueza económica con el acceso a servicios o incremento de las libertades, por lo que se demuestra como el tener una renta alta no ha significado una mejoría tangible en las capacidades de su población¹⁶⁴.

La empatía por los demás es algo que el sistema actual busca eliminar o minimizar al extremo. A través de los diferentes recursos en medios de comunicación sentimos una presencia más cercana en cuanto a los acontecimientos que nos pueden indignar como sociedad y sin embargo también logran establecer una desensibilización de las personas pues lo llevamos a nuestra cotidianeidad y poco a poco esos actos dejan de tener ese significado.

La velocidad de consumo también es la velocidad de la empatía. Si no ponemos nuestro empeño para cambiar o evitar esos acontecimientos llegará otro que nos distraiga o nos siga entumeciendo en cuerpo y mente. Todos los días estamos

¹⁶² Mahbub ul Haq, *op. cit.*, p. 2.

¹⁶³ *Idem.*

¹⁶⁴ Keith Griffin, *op. cit.*, p. 6.

expuestos a ello, y la velocidad en que consumimos la información actualmente también satura y adormece nuestro sentir.

Tener bienestar económico y tener una creciente riqueza no significa que ésta amplíe las opciones de desarrollo de las personas ya que puede generar una obsesión por lo material, nublando nuestros objetivos para poder alcanzar un crecimiento holístico.

Michael Moore, el documentalista estadounidense, ha hecho críticas acerca del sueño americano o lo que ello signifique. Más precisamente en su documental de 2015, *Where to invade next?*¹⁶⁵ (*¿Dónde invadir ahora?*) señala aspectos que han tenido un origen dentro de las luchas sociales de los estadounidenses o que simplemente representaban los ideales a que aspiraban.

Relata a través de un viaje por diversos países de Europa y del Norte de África cómo ideas que nacieron o ya habían sido implementadas en los Estados Unidos, como es la lucha de los trabajadores por la creación de sindicatos para protegerlos; el trato humano y reintegración de los presos; el ser garantes de educación gratuita y de calidad; ahora han tenido un mayor florecimiento fuera de sus fronteras, en donde se han adaptado a nuevas realidades, y cómo los estadounidenses se han quedado rezagados exportando una idea basada en el sensacionalismo y el hedonismo como el nuevo “sueño americano”.

Todo esto debido a la implantación/adopción de modelos políticos, sociales y económicos que están basados principalmente en el establecimiento del YO como eje principal del desarrollo, causando una lucha entre personas en lugar de propiciar el trabajo conjunto hacia una meta común.

El individuo como persona es la pieza central a la que debe servir el desarrollo, pero no se trata de hacerlo anteponiendo a unos antes que otros, sino de buscar la manera en que todos tengamos un desarrollo integral para poder formarnos y realizarnos como personas. Debemos buscar la promoción de una buena

¹⁶⁵ *Where to invade next?*, Productor Dog Eat Dog Films, Director Moore, Michael, EUA, 2015, 120min, son., col., 35mm.

sociedad, contraria a una sociedad basada únicamente en un egocentrismo hedonista y de autosatisfacción.

Antes hemos mencionado como estos adjetivos no necesariamente simbolizan aspectos negativos, la tarea está en lograr un equilibrio entre esos bienes satisfactorios que nos damos, que tan continuamente lo hacemos y conocer las repercusiones que conlleva, y así poder plantearnos nuevas metas o una nueva forma de alcanzar esas metas sin que vayan en el detrimento de nuestro planeta o de las oportunidades de desarrollo de los otros.

3.2.2.2. Los retos individuales.

La idea del desarrollo humano implica la creación de nuevas formas de crecer, de establecer y plantear metas que nos ayuden a mejorarnos, en todo caso se trata de una de muchas formas en que podemos ejercer nuestra individualidad. Buscamos hacer lo que nos haga plenos, satisfacer nuestras necesidades básicas y después averiguar cuáles son nuestras capacidades, aprender sobre cómo las podemos desarrollar, saber si aquellas que no tenemos, pero nos llaman la atención, se pueden aprender o adquirir y desarrollar también. Se trata de tener una decisión sin limitantes, si queremos ser granjeros o científicos o deportistas, o cualquier cosa que se nos ocurra, no estemos definidos enteramente por nuestra situación geográfica, social, económica, o política. El desarrollo humano plantea que hagamos de nosotros lo mejor que podamos y con eso hacer de nuestro entorno algo mejor para la sociedad en conjunto y para las generaciones venideras.

En cambio el consumismo se trata de una fase del sistema de producción, que mediante el uso de nuestra imagen y nuestro sentir hacia el mundo que nos mira y como nos miramos, pretende buscar una “estandarización” de lo individual, ya que contamos con muchas opciones para hacer valer nuestra individualidad, pero ninguna de esas opciones *per se* tienen una cualidad para mejorar algo más que el aspecto físico y estético, nuestra vanidad y deseo.

El valor que encontramos en las cosas terminamos dándoselo a partir del uso que les damos. Cuántas veces hemos comprado objetos para ejercitarnos, gimnasios en casa, que terminan siendo un aparador para nuestra ropa y que a la larga su valor residió en ser una extensión del armario y no la razón por la que lo adquirimos, y esta función seguirá hasta que decidimos deshacernos de él.

Ejemplos abundan, y no significa que esté mal caer en las manos de un deseo y ser un poco indulgentes con nosotros mismos, el negarnos de placeres efímeros también es una condición contraria al desarrollo. Todo ello ayuda a la formación de nuestra personalidad, de nuestros recuerdos y de la vida que queremos y tenemos, pero no debemos aspirar a una plenitud mediante esa satisfacción inmediata o que deja de ser funcional frente a las necesidades más elementales.

Debemos exigir los cambios necesarios no sólo en nosotros, sino en un ámbito mayor, llevándolo hasta los dueños de los sistemas de producción y hacerlos responsables de aquello que les corresponde como actores centrales que modelan la percepción de las “necesidades” dentro del sistema capitalista.

De igual forma debemos mirar hacia otros horizontes, que no estén inmersos en el modo de vida capitalista de consumo, pues existen diferentes visiones sobre cómo alcanzar un mejor vivir sin estar centrados en ideas puramente económicas que minimizan el actuar de las personas a cifras.

“No existe sociedad sin un fondo de ideas y deseos comunes; lo que establece el nexo de sociedad es la semejanza entre los seres, hasta el punto en que ha llegado a afirmar que «la sociedad es la imitación»¹⁶⁶. De tal forma que debemos actuar de la manera en que deseamos ser imitados, el poder de la sociedad reside en sus individuos, y las prácticas y actitudes que adoptemos serán parte del legado que estaremos dejando a las futuras generaciones.

¹⁶⁶ Gilles Lipovetsky, *El imperio de lo efímero*, op. cit., p. 301.

Conclusiones

Al estudiar el consumo y el desarrollo humano se buscaba hacer notorios los vínculos existentes detrás de la idea del progreso de las personas, marcando las diferencias y tratando de escudriñar los conceptos para entender el fenómeno actual que envuelve a la sociedad global actual: el consumismo.

“No existe un vínculo automático entre el crecimiento del ingreso y el progreso humano. El análisis sobre desarrollo debe concentrarse primordialmente en descubrir la mejor manera de establecer y fortalecer dicho vínculo”¹⁶⁷

La aseveración anterior hay que tomarla como clave para nuestro tema. El desarrollo humano no está peleado con el consumo, este último es parte primordial dentro de la sociedad actual, para hacernos de bienes y servicios, para sentirnos plenos. Como hemos visto durante el presente trabajo la parte que debemos evitar del consumo es la de caer en el consumismo.

No se pretende “satanizar” al consumo, sino señalar a su fase exacerbada, para encontrar el balance de estas prácticas comerciales para mejorarnos como personas, en grupo y como sociedad. Debemos dejar de lado la idea de comprendernos como personas por lo que tenemos y comenzar a vernos por lo que podemos aportar mediante nuestras capacidades.

El establecimiento y fortalecimiento de este vínculo, entre ingreso y progreso, va de la mano de la idea en que como sociedad nos identificarnos como parte de un todo a través de la imagen, y que termina siendo utilizada por el sistema económico para dar pie al consumismo. Parece obvio pero esto nos lleva a percibirnos por lo que tenemos, en aquello que podemos mostrar y que es palpable, pero también en aquello en que carecemos.

Celso Furtado nos ayuda a señalar el problema que reside dentro de la doctrina económica actual, donde el dinero y el crecimiento económico son pilares para “tratar de mejorar” nuestra sociedad.

¹⁶⁷ PNUD, Informe sobre Desarrollo Humano 1990, *op. cit.*, p. 34

“... la idea del desarrollo económico es un mito. Gracias a ella ha sido posible desviar la atención de la tarea básica de identificación de las necesidades fundamentales de la colectividad y de las posibilidades que abre al hombre el progreso de la ciencia, para concentrarla en objetivos abstractos como son las *inversiones*, las *exportaciones* y el *crecimiento*”¹⁶⁸.

Debemos encontrar la manera de establecer un vínculo constante entre el crecimiento económico y el desarrollo humano, uno que no esté supeditado al primero.

Necesitamos del consumo, esa es una realidad innegable, ya que el acto mismo nos lleva a estimular los procesos económicos con los que podríamos combatir los problemas sociales que inundan a nuestras sociedades y que impiden que tengamos acceso a mejores oportunidades con las que podamos desarrollar nuestras capacidades. Sin embargo, el consumo, y aún más en su fase actual visto en el consumismo o *hiperconsumo*, son el fenómeno principal que frena el acceso a esas oportunidades de mejorar como parte de la estrategia sistémica para obtener mayores beneficios económicos y que su único objetivo es el de acumular por acumular, que enriquecen a un mínimo de la población y que utiliza a las personas como medio para lograrlo, por medio de la explotación laboral o de la desensibilización de las personas para decidir ignorar los efectos negativos de tales actividades.

Lipovetsky, en su libro “La felicidad paradójica”, lo señala como “el momento de la regulación y la moderación, de potenciar motivaciones menos dependientes de los bienes comerciales (...) por otro lado necesitamos *más consumo*: para que retroceda la pobreza, pero también para ayudar a la tercera edad, para mejorar las condiciones de la salud pública, para utilizar mejor el tiempo y los servicios, abrirse al mundo, saborear experiencias nuevas”¹⁶⁹ Cierra señalando que estamos en una situación insostenible, en donde debemos redefinir nuestra relación con el consumo y los estilos de vida.

¹⁶⁸ Celso Furtado, *El desarrollo económico: un mito*, pp. 90-91

¹⁶⁹ Lipovetsky, *La felicidad paradójica*, op. cit., p. 15.

No hay forma de parar “el tren consumista”, y cómo este fenómeno se trata de un camaleón adaptándose constantemente a los reveses que podemos tirar para lograr reinventar el trato con el consumo, llevándonos de nuevo a la satisfacción total e inmediata. En algún punto de la historia podremos señalar a la era del consumismo (en sus distintas etapas) con la claridad de haber encontrado nuevas prioridades dentro de nuestras sociedades, que vayan más allá del materialismo actual, y en como entendemos el vivir bien. Abriendo espacio a nuevas formas de producir, intercambiar, evaluando el consumo, quizás logrando un equilibrio entre la satisfacción de necesidades, la expansión de nuestras capacidades y el brindarnos experiencias placenteras, y que todas ellas vayan más allá de necesidades comercializadas.

La lógica consumista, es un elemento paradójico que mientras busca “derribar” la discriminación y la desigualdad, porque la moda se muestra como una naturaleza homogeneizadora, integradora y que nos deja participar a todos, también va cimentando esos mismos elementos con el pretexto de la diferenciación y la personalización¹⁷⁰.

El PNUD y aquellos pensadores que ayudaron a la formación del concepto de desarrollo humano han cimentando un camino que no debemos de abandonar. El haber colocado a las personas como el fin último de los procesos de desarrollo es la pieza fundamental para buscar cambiar al sistema en que vivimos.

El camino no ha sido fácil, desde la definición misma del concepto hasta las herramientas estadísticas que se han propuesto a lo largo de los años, todas han cambiado en mayor o menor medida. Parte de las virtudes de esta idea es que comprende que no está arraigado a una fuente que se presente como la verdad absoluta, ya que responde a las necesidades de diferentes grupos sociales, étnicos o religiosos, entre otros, que comprenderán al desarrollo de acuerdo a sistemas de valores distintos y que abordan problemáticas con otros enfoques. Dando lugar a una visión en constante cambio que busca adaptarse a la situación.

¹⁷⁰ Lipovetsky, *El imperio de lo efímero*, op. cit., p. 195

También es cierto que este concepto ha alcanzado a mayores audiencias por el uso de los medios centrales del sistema, a través de un programa de las Naciones Unidas y que por lo tanto tiene una injerencia por parte los miembros y grupos hegemónicos rectores; y que plantea una visión focalizada a la forma en que entienden el desarrollo para ellos y para quienes denominan que están “en vías de desarrollo”.

Las propuestas sobre cómo y de qué manera podemos mejorar nuestro entorno están siendo parte esencial de nuestra generación al vernos rebasados por la realidad histórica de la era de consumo. Las próximas generaciones podrían tener un futuro plagado de limitantes debido a lo que estamos haciendo o dejamos de hacer. Estamos comprometiendo nuestra calidad de vida por buscar satisfacciones mundanas, inmediatas o innecesarias.

En la actualidad vemos el surgimiento de propuestas para mejorar nuestra manera de consumir, en las formas de producción evitando la utilización de materiales contaminantes o con un bajo nivel de componentes biodegradables, que van del producto en sí mismo al empaque y transporte. En el resurgimiento de propuestas como las R's del medio ambiente (reducir, reciclar y reutilizar) y otras como las variables sobre el consumo responsable para crear conciencia y educar a las actuales generaciones para dejar un legado positivo que puedan aprovechar y disfrutar las sociedades futuras.

El reto más grande será el de comprender que existen más caminos para alcanzar un desarrollo humano que no vayan únicamente a través del entendido del progreso occidental, y su perfeccionamiento interminable por medio del desarrollo económico, la publicidad y la necesidad de satisfacer “necesidades infinitas”. Motivados por el deseo de mejorar nuestra situación de vida debemos vislumbrar un desarrollo enfocado en nosotros, no como un medio sino un fin en sí mismo, en la mejora de nuestras capacidades sin que vayan en decremento de nuestra calidad de vida y de generaciones futuras.

En nosotros está el lograr los cambios en el sistema sobre cómo se deben de hacer las cosas, tal como lo menciona Lipovetsky es complicado detener la

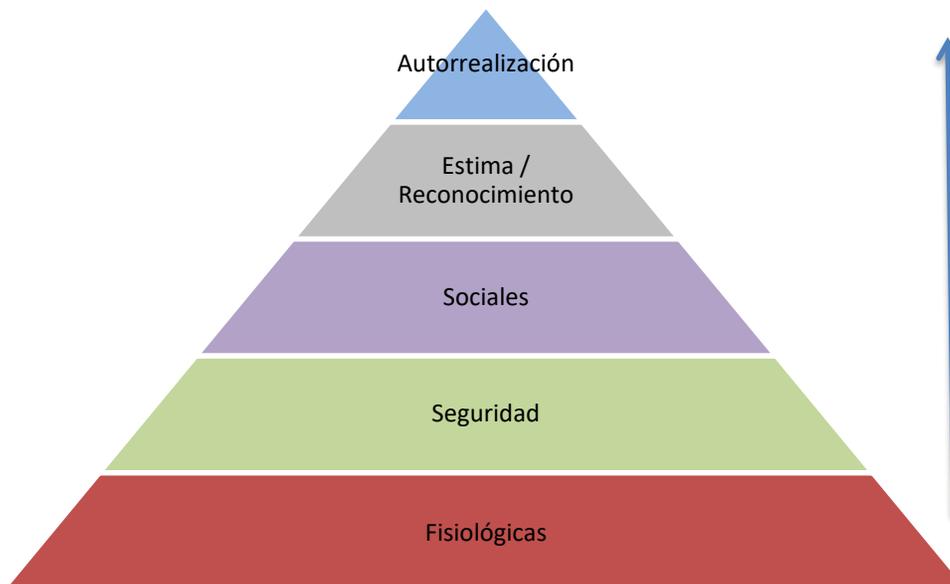
maquinaria consumista¹⁷¹, pero al menos podemos empezar por frenar su avance avasallador sobre el medio ambiente y las sociedades involucradas, demandando a los medios de producción un cambio, todos llevando nuestra carga proporcional, responsabilizándonos del daño causado; entendiendo que el comenzar por nosotros mismos y replantear nuestras necesidades y nuestro sentir respecto a cómo vivimos y para quién, es uno de los pasos a seguir y exigir un mejor mañana; preguntarnos si aquello que consumimos es por nosotros o para satisfacer un deseo creado por las modas, estar conscientes e informados de nuestro consumo, que no solo sean impulsos (manipulados por el mercado) los que controlen nuestro quehacer y saquemos el mayor provecho de las cosas y podamos realizarnos plenamente.

¹⁷¹ Gilles Lipovetsky, *El imperio de lo efímero*, op. cit., p. 16.

Anexo.

Para el presente trabajo al referirnos a las necesidades humanas se utilizaron dos visiones que usaron de manera complementaria.

Pirámide de Maslow



Fuente: Jonathan García-Allen, *Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas*, <https://psicologiaymente.net/psicologia/piramide-de-maslow>

Maslow proponía una teoría según la cual existe una jerarquía de las necesidades humanas, y defendió que conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollamos necesidades y deseos más elevados. A partir de esta jerarquización se establece lo que se conoce como *Pirámide de Maslow*.

Las necesidades básicas se ubican en la base de la pirámide, mientras que las necesidades más complejas se encuentran en la parte alta. Las cinco categorías de necesidades de la Pirámide de Maslow son: *fisiológicas, de seguridad, de afiliación, de reconocimiento y de autorrealización*; siendo las necesidades fisiológicas las de más bajo nivel, y subiendo niveles en el orden indicado.

Para aspirar a las metas de autorrealización, antes han de cubrirse las necesidades anteriores¹⁷².

¹⁷² Jonathan García-Allen, "Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas", *op. cit.*

Matriz de necesidades de Max Neef et al.

Necesidades según categorías axiológicas.	Necesidades según categorías existenciales			
	Ser	Tener	Hacer	Estar
Subsistencia	Salud física, salud mental, equilibrio, solidaridad, humor, adaptabilidad	Alimentación, abrigo, trabajo.	Alimentar, procrear, descansar, trabajar.	Entorno vital, entorno social.
Protección	Cuidado, adaptabilidad, autonomía, equilibrio, solidaridad.	Sistemas de seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud, legislaciones, derechos, familia, trabajo.	Cooperar, prevenir, planificar, cuidar, curar, defender.	Contorno vital, contorno social, morada.
Afecto	Autoestima, solidaridad, respeto, tolerancia, generosidad, receptividad, pasión, voluntad, sensualidad, humor.	Amistades, parejas, familia, animales domésticos, plantas, jardines.	Hacer el amor, acariciar, expresar emociones, compartir, cuidar, cultivar, apreciar.	Privacidad, intimidad, hogar, espacios de encuentro.
Entendimiento	Conciencia crítica, receptividad, curiosidad, asombro, disciplina, intuición, racionalidad.	Literatura, maestros, método, políticas educativas, políticas comunicacionales.	Investigar, estudiar, experimentar, educar, analizar, meditar, interpretar.	Ámbitos de interacción formativa, escuelas, universidades, academias, agrupaciones, comunidades, familia.
Participación	Adaptabilidad, receptividad, solidaridad, disposición, convicción, entrega, respeto, pasión, humor.	Derechos, responsabilidades, obligaciones, trabajo.	Afiliarse, cooperar, proponer, compartir, discrepar, acatar, dialogar, acordar, opinar.	Ámbitos de interacción participativa, partidos, asociaciones, iglesias, comunidades, vecindarios, familias.
Ocio	Curiosidad, receptividad, imaginación, despreocupación, humor, tranquilidad, sensualidad.	Juegos, espectáculos, fiestas, calma.	Divagar, abstraerse, soñar, añorar, fantasear, evocar, relajarse, divertirse, jugar.	Privacidad, intimidad, espacios de encuentro, tiempo libre, ambientes, paisajes.
Creación	Pasión, voluntad, intuición, imaginación, audacia, racionalidad, autonomía, inventiva, curiosidad.	Habilidades, destrezas, método, trabajo.	Trabajar, inventar, construir, idear, componer, diseñar, interpretar.	Ámbitos de producción y retroalimentación, talleres, ateneos, agrupaciones, audiencias, espacios de expresión, libertad temporal.
Identidad	Pertenencia, coherencia, diferenciación, autoestima, asertividad.	Símbolos, lenguajes, hábitos, costumbres, grupos de referencia, sexualidad, valores, normas, roles, memoria histórica, trabajo.	Comprometerse, integrarse, confrontarse, definirse, conocerse, reconocerse, actualizarse, crecer.	Socio-ritmos, entornos de la cotidianeidad, ámbitos de pertenencia, etapas madurativas.
Libertad	Autonomía, autoestima, voluntad, pasión, asertividad, apertura, determinación, audacia, rebeldía, tolerancia.	Igualdad de derechos.	Discrepar, optar, diferenciarse, arriesgar, conocerse, asumirse, desobedecer, meditar.	Plasticidad espacio-temporal.

Fuente: Julio Boltvinik, *Ampliar la mirada. Un nuevo enfoque de la pobreza y el florecimiento humano*.

<http://www.julioboltvinik.org/documento/Tesis%20Ampliar%20la%20mirada%20PDF/Vol%20I/Cap%20C3%ADtulo%205.%20Max%20Neef.pdf>

No existe una correspondencia biunívoca entre necesidades y satisfactores. Un satisfactor puede contribuir simultáneamente a la satisfacción de diversas necesidades; a la inversa, una necesidad puede requerir de diversos satisfactores para ser satisfecha. Ni siquiera estas relaciones son fijas. Pueden variar según el momento, el lugar y las circunstancias.

Las necesidades humanas fundamentales son pocas, delimitadas y clasificables. Las necesidades humanas fundamentales son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Lo que cambia a través del tiempo y de las culturas es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades.

Cada sistema económico, social y político adopta diferentes estilos para la satisfacción de las mismas necesidades humanas fundamentales. En cada sistema éstas se satisfacen (o no) a través de la generación (o no generación) de diferentes tipos de satisfactores. Uno de los aspectos que define una cultura es su elección de satisfactores.

Las necesidades humanas fundamentales de un individuo que pertenece a una sociedad consumista son las mismas del que pertenece a una sociedad ascética. Lo que cambia es la cantidad y calidad de los satisfactores elegidos, y/o las posibilidades de tener acceso a los satisfactores requeridos¹⁷³.

¹⁷³ Redacción, *Las necesidades humanas según Max Neef*, en Decrecimiento.info [en línea] 25 de septiembre 2007, URL: <http://www.decrecimiento.info/2007/09/las-necesidades-humanas-segn-max-neef.html> [Consulta 20 de noviembre 2017]

Fuentes de consulta.

Libros.

Bauman, Zygmunt, *Amor Líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. México, Fondo de Cultura Económica, 2007, 203 pp.

Bauman, Zygmunt, *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*, México, Fondo de Cultura Económica, 2013, 101 pp.

Bauman, Zygmunt, *Modernidad Líquida*, Argentina, Fondo de Cultura Económica, 2003, 232 pp.

Bauman, Zygmunt, *Mundo Consumo. Ética del individuo en la aldea global*, México, Paidós Contextos, 2010, 385 pp.

Bauman, Zygmunt, *Vida de Consumo*, México, Fondo de Cultura Económica, 2007, 205 pp.

Berger, Arthur Asa, *Shop 'til you drop*, EUA, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2005, 136 pp.

Berger, Arthur Asa, *Ads, fads, & consumer culture*, EUA, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2004, 197 pp.

Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Pre-Textos, 2003, 178 pp.

Diccionario de la Real Academia Española, 22ª edición, 2012, Madrid, España.

Ekström, Karin M., y Brembeck Helene (Editoras), *Elusive Consumption*, Oxford – Nueva York, Berg Publishers, 2004, 244 pp.

Forrester, Viviane, *El horror económico*, México, Fondo de Cultura Económica, 2012, 166 pp.

Furtado, Celso, *Teoría y política del desarrollo económico*, 14ª ed., México, Siglo XXI, 1991, 301 pp.

Girardi, Giulio. *¿Otro mundo es posible?*, Madrid, Popular, 2004, 190 pp.

Guinsberg, Enrique, *Publicidad: Manipulación para la reproducción*, México, Distrito Federal, Plaza y Valdés, Universidad Autónoma Metropolitana, 1987, 360 pp.

Hernández-Vela Salgado, E. (Ed.), Zavaleta Hernández, S., y Quintana Solórzano, F. (Coord.), *Paz y seguridad y desarrollo (Tomo II)*, México, UNAM, 2010, 313 pp.

Lipovetsky, Gilles, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 2013, 324 pp.

Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, México, Anagrama, 2013, 220 pp.

Lipovetsky, Gilles, *La felicidad paradójica. Ensayos sobre la sociedad de hiperconsumo*, México, Anagrama, 2013, 399 pp.

Rist, Gilbert, *El desarrollo: historia de una creencia occidental*, Madrid, Los libros de la catarata 2002, 313 pp.

Sen, Amartya Kumar, *Development as Freedom*, Nueva York, Anchor, 2000, 360 pp.

Skarstein, Rune, *Development Theory*, Reino Unido, Oxford University Press, 1997, 140 pp.

Stiglitz, Joseph E., *El malestar en la globalización*, México, Taurus, 2010, 314 pp.

Torres i Prat, Joan, *Consumo, luego existo. Poder, mercado y publicidad*, Barcelona, Icaria – Más Madera, 2005, 124pp.

Wallerstein, Immanuel, *El Capitalismo Histórico*, 5ª edición, México, Siglo XXI Editores, 101 pp.

Wallerstein, Immanuel, *Geopolítica y geocultura: ensayos sobre el moderno sistema mundial*, Barcelona, Kairós, 2007, 336 pp.

Wright Mills, Charles, *La imaginación sociológica*, México, Fondo de Cultura Económica, 2014, 256 pp.

Documentos.

Banco Mundial, *Poverty Reduction and the World Bank. Progress and Challenges in the 1990*. The World Bank, Washington, D.C., Estados Unidos, 1996.

Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, *Nuestro futuro común*, Madrid, España, Alianza Editorial, 1992.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1990. Concepto y medición del desarrollo humano*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Tercer Mundo Editores, Bogotá, Colombia, 1990.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1991. Financiación del desarrollo humano*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Tercer Mundo Editores, Bogotá, Colombia, 1991.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1992. Una nueva visión sobre desarrollo humano internacional*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Tercer Mundo Editores, Bogotá, Colombia, 1992.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1993. Participación popular*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Centro de Comunicación, Investigación y Documentación entre Europa, España y América Latina, Madrid, España, 1993.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1994. Un programa para la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México, México, 1994.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1995. La revolución hacia la igualdad en la condición de los sexos*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Harla S.A. de C.V., México, 1995.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1996. ¿Crecimiento económico para propiciar el desarrollo humano?*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 1996.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1997. Desarrollo humano para erradicar la pobreza*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 1997.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1998. Cambiar las pautas actuales de consumo para el desarrollo humano del futuro*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Mundi Prensa, Madrid, España, 1998.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 1999. La mundialización con rostro humano*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid, España, 1999.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2000. Derechos humanos y desarrollo humano: en pro de la libertad y la solidaridad*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2000.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2001. Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2001.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2002. Profundizar la democracia en un mundo fragmentado*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2002.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2003. Objetivos de Desarrollo del Milenio: Un pacto entre las naciones para eliminar la pobreza humana*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2003.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2004. La libertad cultural en el mundo diverso de hoy*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2004.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2005. La cooperación internacional ante una encrucijada: Ayuda al desarrollo, comercio y seguridad en un mundo desigual*,

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2005.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2006. Más allá de la escasez: Poder, pobreza y la crisis mundial del agua*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2006.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2007-2008. La lucha contra el cambio climático: Solidaridad frente a un mundo dividido*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2008.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2009. Superando barreras: Movilidad y desarrollo humanos*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2009.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2010. La verdadera riqueza de las naciones: Caminos al desarrollo humano*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2010.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2011. Sostenibilidad y Equidad: Un mejor futuro para todos*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Ediciones Mundi-Prensa, Ciudad de México, México, 2011.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2013. EL ascenso del Sur: Progreso humano en un mundo diverso*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, Gilmore Printing Services Inc., Canadá, 2013.

PNUD, *Informe sobre Desarrollo Humano 2014. Sostener el Progreso Humano: Reducir vulnerabilidades y construir resiliencia*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Naciones Unidas, PBM Graphics, E.U.A., 2014.

The World Bank, *Poverty Reduction and the World Bank. Progress and Challenges in the 1990's*, EUA, 1994.

Conferencias.

Aparicio, Abraham, *Consumo y desarrollo humano integral: elementos para una hipótesis de trabajo*, Tercera Semana sobre crecimiento, comercio y desarrollo económico: teoría y evidencia, Escuela Superior de Economía del Instituto Politécnico Nacional, Ciudad de México, 2 de septiembre de 2010.

Ekström, Karin M., y Brembeck Helene (Editoras), *Elusive Consumption in retrospect, report from the conference*, Gotemburgo, Suecia, Center of Consumer Science, School of Economics and Commercial Law at Göteborg University, 2005.

Artículos de revistas y periodísticos.

D'Amours, Martine, "La economía social en Canadá: su desarrollo e institucionalización" en *Documentos del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo*, documento 50, Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas, Buenos Aires, Argentina, septiembre 2005.

Estenssoro, Fernando, "El *Ecodesarrollo* como concepto precursor del desarrollo sostenible y su influencia en América Latina", *Universum*, No. 1, Vol. 30, Chile, Universidad de Talca, 2015.

Gutiérrez Garza, Esthela, "La determinación económica de las clases sociales en el capitalismo", en *Cuadernos Políticos*, núm. 16, México, D.F., ed. Era, abril-junio 1978, pp. 104-117.

Herrera, Rémy, "La teoría económica neoliberal y el desarrollo" en *Monthly Review, selecciones en castellano*, No. 8, España, 2007.

Nisbet, Robert, "La idea de progreso", en *Revista Libertas*, núm. 5, Instituto Universitario ESEADE, Argentina, Octubre 1986.

Pallares, Miguel y René, Pierre-Marc, ""Sed de plástico" México lidera consumo de agua embotellada", en *El Universal*, México, 13 de junio 2015.

Sachs, Ignacy, "Ecodesarrollo, concepto, aplicación, implicaciones" en *Comercio Exterior*, vol. 30, núm. 7, México, julio de 1980, pp. 718-725.

Tesis.

Boltvinik, Julio, *Ampliar la mirada. Un nuevo enfoque de la pobreza y el florecimiento humano*. Tesis de doctorado, CIESAS-Occidente, Guadalajara, México, 2005.

Calderón Miyamoto, Inés S., y Vázquez Mayerstein, Carlos A., *La Mujer Japonesa Actual Frente al Género y la Globalización Neoliberal*, Tesis de licenciatura, México, UDLAP, 2005.

Mesino Rivero, Ledis, *Políticas fiscales y su impacto en el bienestar social de la sociedad venezolana. Un análisis desde el paradigma crítico. Periodo: 1988-2006*, Tesis Doctoral, Venezuela, Universidad de Zulia, 2007.

Zavaleta Hernández, Sandra K., *Más allá de la visión tradicional de la seguridad y del desarrollo. Hacia la consecución de la seguridad humana y el desarrollo humano en las Relaciones Internacionales contemporáneas*, Tesis de doctorado, México, UNAM, 2012.

Documentales.

Sneakerheadz, Productores Friendly Films y Jump-Films, Directores Friendly, David T. y Partridge, Mick, EUA, 2015, 73min, son., col.

Where to invade next?, Productor Dog Eat Dog Films, Director Moore, Michael, EUA, 2015, 120min, 35mm, son., col.

Fuentes electrónicas.

AdLatina, *Coca-cola mantiene su inversión en marketing a pesar de la débil demanda*, en <http://www.adlatina.com/publicidad/coca-cola-mantiene-su-inversi%C3%B3n-en-marketing-pesar-de-la-d%C3%A9bil-demanda>

Asociación de las Naciones Unidas Venezuela, *Desarrollo Humano*, en <http://anuv.es.tripod.com/>

Cazés, Daniel, *La perspectiva democrática de género*, en http://www.europrofem.org/contri/2_05_es/cazes/09_cazes.htm

Coria, Lorena G. (Coord.), *La gestión local del desarrollo. Experiencias de Panamá, España, México, Argentina y Perú*, Red Académica Iberoamericana Local Global, en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/344/index.htm#indice>

CINU, *Desarrollo Económico* en http://www.cinu.org.mx/temas/desarrollo/des_econ.htm

Dag Hammarskjold Foundation, *About Us*, en <http://www.daghammarskjold.se/about-us/>

Etimologías de Chile, *Desarrollo* en <http://etimologias.dechile.net/?desarrollo>

FAO, *SAVE FOOD: Iniciativa mundial sobre la reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos* en <http://www.fao.org/save-food/recursos/keyfindings/es/>

García-Allen, Jonathan, *Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas*, en <https://psicologiymente.net/psicologia/piramide-de-maslow>

Griffin, Keith, *Desarrollo Humano: Origen, evolución e impacto*, en PDF.

Mahbub ul Haq, Human Development Centre, *History* en <http://mhhdc.org/?p=12>

Mahbub ul Haq, *El Paradigma del Desarrollo Humano*, en PDF.

Mance, Euclides André, *Consumo Solidario*, en <https://www.scribd.com/doc/79797007/Consumo-Solidario-Mance>

Martínez Bignone, Paula y Luna, Yamila, *Fordismo, Taylorismo y Toyotismo*, en <http://modelosdeproduccion01.blogspot.mx/>

More Than Stats, *Inside look at J.R. Smith's Amazing Sneaker Closet, Can You Guess How Many Pairs?*, en <http://morethan-stats.com/jr-smith-sneaker-collection/>

“NashinA UW”, *Analysis of Amartya Sen’s “More than 100 million missing women”* en <https://pearlandtopaz.wordpress.com/2013/03/10/analysis-of-amartya-sens-more-than-100-million-missing-women/>

Organización de Estados Iberoamericanos, *Consumo Responsable*, en <http://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=9>

ONU México. Sistema de Naciones Unidas en México, *Estrategias para los ODM* en http://www.onu.org.mx/estrategias_para_los_odm.html

ONU México. Sistema de Naciones Unidas en México, *Objetivos de Desarrollo del Milenio* en http://www.onu.org.mx/objetivos_de_desarrollo_del_milenio.html

ONU, *Desarrollo* [en línea], Dirección URL: <http://www.un.org/es/sections/what-we-do/promote-sustainable-development/>

ONU, *Objetivos de desarrollo del milenio y más allá del 2015* en <http://www.un.org/es/millenniumgoals/>

OMC, *Entender la OMC. Quiénes somos* en https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/what_we_do_s.htm

PNUD. Human Development Reports, *Cooperación estadística internacional* en <http://hdr.undp.org/es/content/cooperaci%C3%B3n-estad%C3%ADstica>

PNUD. Human Development Reports, *El IDH ajustado por la Desigualdad (IDH-H)* en <http://hdr.undp.org/es/content/el-idh-ajustado-por-la-desigualdad-idh-d>

PNUD. Human Development Reports, *El índice de Desigualdad de Género (IDG)* en <http://hdr.undp.org/es/content/el-%C3%ADndice-de-desigualdad-de-g%C3%A9nero-idg>

PNUD. Human Development Reports, *Índice de Pobreza Multidimensional (IPM)* en <http://hdr.undp.org/es/content/indice-de-pobreza-multidimensional-ipm>

PNUD. Human Development Reports, *National and Regional Human Development Reports* en <http://hdr.undp.org/es/country-reports>

PNUD. Human Development Reports, *Principios que rigen las actividades estadísticas internacionales* en <http://hdr.undp.org/es/content/principios-que-rigen-las-actividades-estad%C3%ADsticas-internacionales>

PNUD. Human Development Reports, *Sobre el Desarrollo Humano* en <http://hdr.undp.org/es/content/sobre-el-desarrollo-humano>

PNUD. Informe sobre Desarrollo Humano en Bolivia, *Evolución del Índice boliviano de desarrollo humano* en <http://idh.pnud.bo/d7/content/el-desarrollo-humano>

PNUD Bolivia, *Bolivia en breve* en <http://www.bo.undp.org/content/bolivia/es/home/countryinfo/>

PNUMA - ISWA, *Global Waste Management Outlook*, en apps.unep.org/publications/index.php?option=com_pub&task=download&file=011782_en

Portal Académico UNAM CCH, *Teorías del desarrollo humano* en http://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/prof/matdidac/sitpro/exp/psico/psico2/pscll/MD1/MD1-L/teorias_desarrollo.pdf

Redacción, *Decomisa PGR más de 2 mil pares 'piratas' de la marca 'Nike' en León*, en Grupo Fórmula en <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=581036&idFC=2016>

Ramírez, Miriam, *México, joya para el mercado de lujo*, en Milenio Diario en http://www.milenio.com/negocios/Mexico-joya-mercado-lujo_0_750524960.html

Redacción, *Cada año se producen entre 7.000 y 10.000 millones de toneladas de residuos urbanos en el mundo*, en Residuos Profesional en <https://www.residuosprofesional.com/millones-toneladas-residuos-urbanos/>

Redacción, *Las necesidades humanas según Max Neef*, en <http://www.decrecimiento.info/2007/09/las-necesidades-humanas-segn-max-neef.html>

Redacción, *Pirámide de Maslow dentro del marketing*, en <http://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow-en-marketing.html>

Redacción, *Sin electricidad 500 mil viviendas*, en El Punto Crítico en <http://www.elpuntocritico.com/noticias-mexico/noticias-politica-mexico/131886-sin-electricidad-500-mil-viviendas.html>

Redacción Tecnología, *Una visita clandestina a la tenebrosa fábrica china de los iPhone*, en Infobae en <https://www.infobae.com/america/tecno/2017/06/25/una-visita-clandestina-a-la-tenebrosa-fabrica-china-de-los-iphone/>

Reyes, Giovanni E., *Principales Teorías sobre el Desarrollo Económico y Social* en <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/4/gereyes2.htm>

UNICEF Bolivia, *Educación alternativa* en http://www.unicef.org/bolivia/spanish/education_13036.htm

Vespa, Bárbara y Tenuta, Lorena, *Consumo responsable: compras éticas, solidarias y ecológicas*, Clarin.com, en http://entremujeres.clarin.com/hijos/consumo-responsable-etico-solidario-ecologico_0_Bkp36x5vQe.html

Vilches, Claudia, "Raúl Prebisch y los desafíos del desarrollo del Siglo XXI", *Raúl Prebisch y la CEPAL* en <http://prebisch.cepal.org/es/raul-prebisch-y-la-cepal>