

El Islam es contundente por su lucha contra el capitalismo de consumo

Sdenka Saavedra Alfaro¹

Es muy importante hablar de unión familiar y del rescate de valores morales y éticos, justamente en estos momentos, donde el consumismo² ocupa el primer lugar en la escala de virtudes y cualidades a nivel mundial; pues desde el momento en que el consumo se ha convertido en un factor central para definir a las sociedades, ha recaído sobre los consumidores la “obligación” de consumir y ello aunque las condiciones sociales, económicas o políticas no sean las más favorables; ya que el capitalismo de consumo³ depende de que los compradores no pierdan su confianza y continúen consumiendo.

Y aunque el consumo ha estado presente a lo largo de la historia, no ha existido otro momento en el devenir histórico en el que el consumo haya definido por sí mismo las señas de identidad de las sociedades occidentales contemporáneas.⁴

Nunca antes se ha vivido en un entorno tan materialista como el actual, estando en gran medida rodeados de objetos de consumo que condicionan nuestra vida social y personal en múltiples aspectos; pues con la existencia del internet, en las redes sociales, basta con hacer un clic para que los productos ofertables lleguen hacia nuestros domicilios, o basta con encender el televisor o la radio, para ver y escuchar las grandes y múltiples ofertas de prestigiosas empresas publicitarias, las que nos envuelven con sus mensajes subliminales mostrándonos a cada segundo las características sólo positivas de estos productos a cada segundo, y nos bastaría tan sólo realizar una llamada telefónica para que estos lleguen inmediatamente a nuestros hogares. O tan sólo ir al almacén de la esquina, o al primer supermercado más cercano para darnos cuenta que nos encontramos rodeados de estos productos, los cuales están siendo promocionados y publicitados por hermosas féminas u hombres bien dotados, los que nos animan de una forma u otra para que los compremos. Vivimos atrapados en sociedades de consumo⁵.

“En una sociedad de consumo una de las actividades de ocio principales de la población es la adquisición de bienes materiales o servicios adicionales, con los que satisfacen sus deseos de estatus social o satisfacción material”.

¹ Escritora, Periodista, Profesora e Investigadora Boliviana, miembro de la Asociación de Investigadores en Comunicación y Educación para el Desarrollo (AICED) La Paz-Bolivia.

²El consumismo puede referirse tanto a la acumulación, compra o consumo de bienes y servicios considerados no esenciales. El consumismo se refiere a consumir a gran escala en la sociedad contemporánea, comprometiendo seriamente los recursos naturales y una economía sostenible, si no se ponen en marcha alternativas constructivas relacionadas con el desarrollo sostenible —ecologismo, decrecimiento, consumo responsable, agricultura—. El consumismo, entendido como adquisición o compra desaforada, idealiza sus efectos y consecuencias asociando su práctica con la obtención de la satisfacción personal e incluso de la felicidad personal.

³ El capitalismo de consumo es un término que se ha redefinido continuamente desde su introducción en la cultura popular en la década de los veinte a medida que las relaciones públicas industriales se volvieron omnipresentes y utilizaron técnicas derivadas de la psicología y la sociología para masificar los bienes de consumo en el mercado. Por lo general, este término hace referencia a la idea de que el consumo dirige la economía capitalista por medio de la manipulación corporativa de los consumidores que adquieren continuamente bienes materiales.

⁴ Gaspar Brandle Señán; “El consumo en tiempos de crisis, una aproximación sociológica a la distribución del gasto en España”; Universidad de Murcia; Aposta No. 45, Abril, Mayo, Junio 2010.

⁵ Sociedad de Consumo es un término utilizado en economía y sociología para designar el tipo de sociedad que corresponde a una etapa avanzada de desarrollo industrial capitalista y que se caracteriza por el consumo masivo de bienes y servicios, disponibles gracias a la producción masiva de estos.

“En las llamadas sociedades de consumo, cierto número de individuos pueden desarrollar un trastorno de compra compulsiva. Para los individuos que desarrollan este trastorno acto de adquirir productos y servicios que están al alcance de los consumidores y usuarios, se convierte en un acto de abusar. En ocasiones, el consumismo se entiende como la adquisición o compra desaforada, que asocia la compra con la obtención de la satisfacción personal e incluso de la felicidad personal. En las sociedades de consumo, ciertos individuos están dispuestos a trabajar más horas y reducir el número total de horas de ocio, a cambio de mayores salarios y rentas, que les permitan en un tiempo de ocio menor adquirir mayor cantidad de productos y bienes”.⁶

Y al parecer como vemos en las sociedades actuales de consumo, se ha extendido la creencia de “Tener es Ser” y no importa cómo, para eso se utilizan los créditos bancarios, los préstamos y los múltiples accesos que las identidades bancarias y multinacionales crearon para facilitar los gastos y así endeudarnos cada vez más; ya que en toda sociedad de consumo todo está al alcance.

De acuerdo a Douglas & Isherwood⁷ la emergencia de esta idea y del individualismo en la sociedad de consumo, hacen que habitualmente la persona se defina a sí misma y a los demás en términos de posesiones que se tengan, de manera que “el individualismo utiliza el consumo para decir algo sobre sí mismo, su familia, su localidad; etc...”⁸.

Y más aún, donde más se observa esta frenética idea de comprar y seguir gastando es en querer ser aceptado en un grupo social, porque ese problema continúa permeándose en la sociedad de consumo, se debe regalar lo último en tecnología o en ropa, el caso es destacar o brillar entre los demás, que noten que se está a la moda, y más ¿Qué cuesta?, pues como dijimos no es problema el cómo, sino ser reconocido y aceptado en la sociedad, en actividades sociales, agasajos, bodas, cumpleaños y demás que requieran la presencia de la persona y su obsequio específico; ya que se puso en boga el narcisismo⁹.

Y la idea es comprar y seguir comprando para ser aceptado en la sociedad de consumo, tiene que ver también con el comprador compulsivo o el que compra sin ni siquiera ver la utilidad funcional del producto y se deshace de él con mucha facilidad, trastornos de la personalidad muy de moda en la actualidad; pues el objetivo es tener lo que ha visto, lo que ha escuchado o se lo han mostrado.

El hecho es que vivimos en sociedades donde el proceso de consumo y el ciclo de vida de los artículos es cada vez más rápido, lo que se debe en gran medida a que los artículos de consumo están abocados a lo que podríamos llamar una muerte social vertiginosa; pues pierden su función simbólica mucho antes de que lleguen a su muerte funcional, momento en el que su utilidad o funcionalidad práctica desaparece, ejemplo palpable de ello es la existencia de tantos productos plásticos como juguetes, o domésticos, enceres, suvenires; etc... que acapararon los mercados a nivel mundial y estos son la mayoría de procedencia China, o seguramente también que en alguna ocasión nos hayamos preguntado ¿Por qué las cosas de ahora duran menos que las de antes, si hay más avances tecnológicos y los materiales deberían ser de mejor calidad y mayor durabilidad? ¿Cómo es posible que haya lavadoras o frigoríficos fabricados hace 30 años que aún funcionen y

⁶ “El malestar en la cultura del consumo.” Rev. Política y Sociedad. Vol. 39. Nº 1. 2002. Fac. Ciencias Sociales y Políticas. Universidad Complutense de Madrid. pp. 53-67.

⁷ Mary Douglas & Baron Isherwood; “El Mundial de Mercaderías, hacia una Antropología de Consumo”; London-Nueva York; 1996.

⁸ Mary Douglas & Baron Isherwood; 1996, pág. 45.

⁹ Trastorno de la personalidad del grupo B (desórdenes dramáticos, emocionales o erráticos), conocida históricamente como megalomanía. Un patrón general de grandiosidad en la imaginación o en el comportamiento, una necesidad de admiración y de ser reconocido, una falta de empatía.

sin embargo otros con menos de una década hayan tenido que ser sustituidos?, la respuesta podemos encontrarla en lo que se denomina obsolescencia programada u obsolescencia planificada¹⁰, que no es otra cosa que el establecimiento por parte de los fabricantes, en el proceso de diseño, del tiempo de vida útil de un producto, de manera que, transcurridos una cantidad de usos determinados de antemano, deje de funcionar.

Esta forma de actuar viene impuesta, por así decirlo, por la propia estructura económica, existente de un país; ya que si la vida de los aparatos fuese mucho más prolongada o mucho más asequible su reparación que su sustitución, el sistema productivo se ralentizaría, como consecuencia de que el consumo sería mucho menor.

Y todo ello induce obviamente a que los consumidores compren cada vez más; pero también que estén dispuestos a deshacerse de los bienes que compran en un período de tiempo. En este sentido asistimos a un proceso en el que “se estimula el paso sistemático de la categoría de los bienes duraderos a la de los perecederos y consumibles, destinados desde su nacimiento a la mortalidad infantil”.¹¹

Nos hallamos ante lo que se puede denominar como una inflación de novedades, como lo manifiesta Gaspar Brandle¹², cuyo resultado es la sobreabundancia de productos en el mercado. En este contexto, la competencia entre las empresas se intensifica y el tiempo se convierte en un factor vital en la lucha por adelantarse en la comercialización de nuevos productos. Un aspecto que se lleva hasta el límite en algunos sectores comerciales, donde se anuncian los nuevos productos con mucha antelación a su salida a la venta al público, por ejemplo los prototipos de coches que se exponen en los salones del automóvil¹³, estrategia que permite dar notoriedad al producto y a la marca, a la vez que se crea y se fomenta un fuerte deseo de posesión.

Por otro lado, también podemos hablar de que la falta de identidad de las personas al no conocer sus necesidades esenciales, y por no estar claro en relación a las necesidades de los más cercanos a cada uno; además factores influyentes como: la imitación de personajes de televisión u otros arquetipos, que generan un ídolo a seguir. Dichos ídolos inducen a las personas con una falta de Identidad personal a consumir ciertos productos innecesarios, como consecuencia: generación de necesidades infinitas que no pueden suplirse, como la no felicidad ¹⁴por ejemplo se ve que es otra de las patologías que están de boga en estas sociedades actuales de consumo, y es una de las causas importantes del hiperconsumo, según Gilles Lipovetsky¹⁵.

¹⁰ La obsolescencia programada u obsolescencia planificada es la determinación o programación del fin de la vida útil de un producto, de modo que, tras un período de tiempo calculado de antemano por el fabricante o por la empresa durante la fase de diseño de dicho producto, este se torne obsoleto, no funcional, inútil o inservible.

¹¹ Abraham Moles A; “Teoría de los objetos”, Edit. Gustavo Gilli; Barcelona-España, 1974.

¹² Gaspar Brandle Señán, Doctor en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid y Especialista en investigación social aplicada y análisis de datos por el Centro de Investigaciones Sociológicas. Actualmente es Profesor Contratado Doctor en la Universidad de Murcia. Ha sido investigador visitante en la Universidad de Maryland (EEUU) y la Universidad del Norte (Colombia). Sus líneas preferentes de investigación se centran en el significado social que adquieren los objetos de consumo en la vida cotidiana, la sociabilidad virtual en el contexto de la Web 2.0 y los efectos no deseados de las campañas de comunicación contra la violencia.

¹³ Los mejores salones del automóvil presentan cada año lo mejor en innovación, tecnología y diseño por parte de las marcas más punteras en cuanto a motor y carrocería del mundo del automóvil. Los cinco salones del automóvil con más prestigio en el mundo son el Salón del Automóvil de Detroit, el Salón del Automóvil de Ginebra, el Salón del Automóvil de Frankfurt, el Salón del Automóvil de París y el Salón del Automóvil de Tokio. Leer más en: <http://motor.excite.es/mejores-salones-del-automovil.html>

¹⁴ Gilles Lipovetsky; “La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo”. Anagrama; (2007).

¹⁵ Gilles Lipovetsky (París, 1944) es un filósofo y sociólogo francés. Es profesor agregado de filosofía y miembro del Consejo de Análisis de la Sociedad y consultor de la asociación Progrès du Management. En sus principales obras (en particular, *La era del*

Y a todo esto, la persona que compra sólo por comprar, sin importarle absolutamente nada, porque ha olvidado hasta incluso las necesidades de otros, como la existencia de necesitados, o también a que debemos ayudar a la ecología, al medio ambiente a reciclar productos que no le sirven para dárselos por ejemplo a otros que sí los necesita, se la denomina consumista; pues ya ni siquiera le interesan los ideales filosóficos, éticos, religiosos ni morales que impliquen ayudar de forma genuina al medio ambiente o a otras personas de manera desinteresada como ya dijimos, sus modelos a seguir son los de aquellas personas que han triunfado económicamente, gente llena de cosas materiales, pero a la intemperie metafísica, en general, el bienestar material se incrementa mientras el desarrollo espiritual se reduce.

Y esto es lo que se está viviendo en la actualidad, se ha olvidado de lo más importante que son los valores morales y éticos de las personas, de la riqueza espiritual y la belleza del alma; pues lo material lo está acaparando todo, y no es que sea malo comprar, lo dañino es el despilfarro, porque el dinero no debe ser considerado como lo principal, el dinero no es un valor, el objetivo no es conseguir dinero, el dinero es un medio para pasar la vida, el dinero es muy pequeño como para ser el objetivo del hombre.

Y en esto el islam es contundente, pues plantea entre sus preceptos importantes la lucha contra el capitalismo de consumo; pues la idea no es que se privilegien unos cuantos grupos, sino que se distribuya por partes iguales entre todos. En la visión islámica la riqueza y los recursos tienen que estar en manos de todas las personas, significa que al igual que la sangre debe discernirse por todo el cuerpo, es necesario que el dinero, la propiedad y la riqueza también estén expandidos entre todos los miembros de la sociedad.

Y ese es uno de los principios fundamentales de este socialismo islámico¹⁶, en donde los musulmanes, obviamente, consideramos que es socialista en el sentido de la igualdad religiosa, es una igualdad de los seres humanos basada en su estatus de humano, su principio es la religión, una religión monoteísta, una religión que no separa dicha dimensión social de la unicidad de Dios, de la educación, de la enseñanza, del temor a Dios, de la buena educación y de la moral.

Al mismo tiempo en el islam se acepta la propiedad privada, se la respeta, se respeta el trabajo y el esfuerzo del hombre aquel que ha sido adquirido de una forma legítima, así como se respeta sus capacidades, su libertad, su identidad; y al igual se vela por una igualdad, por un altruismo y por un socialismo real, socialismo en el sentido de pensar en los demás, de pensar en la sociedad, es decir pensar en el otro, esa es la forma de socialismo islámico.

En el islam no se cree que el objetivo de nuestra existencia sea el de reunir propiedades y riquezas solamente para uno, y gastar dinero y comprar de una forma compulsiva; sino también se debe colaborar con los demás, pues todos debemos comer, no solamente uno, sino todos, frente al individualismo capitalista que dice que únicamente el individuo debe comer y preocuparse por sus propios intereses, y ahí viene el socialismo islámico que dice coman todos sin separarse, esa es la forma de socialismo islámico; es decir no velar únicamente por los intereses del ser humano como

vacío) analiza lo que se ha considerado la sociedad posmoderna, con temas recurrentes como el narcisismo apático, el consumismo, el hiperindividualismo psicologista, la deserción de los valores tradicionales, la hipermodernidad, la cultura de masas y su indiferencia, la abolición de lo trágico, el hedonismo instantaneísta, la pérdida de la conciencia histórica y el descrédito del futuro, la moda y lo efímero, los mass media, el culto al ocio, la cultura como mercancía, el ecologismo como disfraz y pose social, entre otras. Es profesor de la Universidad de Grenoble.

¹⁶ Rahimpur Azgadi; "El islam, el capitalismo y el socialismo", Venezuela 2011.

http://islamoriental.com/sites/default/files/cckfilefield/Article_pdf_file/EI%20Islam,%20el%20Capitalismo%20y%20el%20socialismo,%20Rahimpur%20Azgadi_0.pdf

individuo. En el islam se tiene una visión socialista de ayuda a los demás, de colaboración con los otros, de justicia social; pero eso obviamente está unido a la espiritualidad, unido a la religión, los principios y los valores, por eso está el salat y el zakat, es decir el rezo y la limosna juntos, porque no existe rezo sin limosna, ni existe limosna sin rezo.

Ese sentido socialista del islam es la respuesta contundente a lo que actualmente se está viviendo en una sociedad capitalista de consumo, porque no se piensa en los demás, en los otros, en los más necesitamos, por eso decimos basta al consumismo, el planeta nos necesita. ¿Y usted se suma? ¿O ya lo convirtieron en una persona consumista?

Todos derechos reservados.

Se permite copiar citando la referencia.

www.islamoriente.com

Fundación Cultural Oriente