

Revista

DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO EM DEBATE

e-ISSN: 2446-5496

“No estamos aquí solo para comprar distinto, sino para vivir distinto”. ¿Ciudadanos o consumidores críticos? Politizando el consumo a través de cooperativas emergentes

“We are not here just to shop differently, but to live differently.” Citizens or critical
consumers? Politicizing consumption through emerging cooperatives

Alejandro Marambio-Tapia

Doctor en Sociología. Universidad de Chile. E-mail:
alejandro.marambio@uchile.cl

ORCID: 0000-0002-8598-8817

Resumen

Este artículo explora cómo las cooperativas de consumo en Chile constituyen espacios colectivos desde los cuales se resignifican las prácticas de consumo como formas de acción política. A través de un estudio de caso en la ciudad de Talca, se analizan los mecanismos mediante los cuales el consumo se colectiviza, se vuelve reflexivo y se politiza, desafiando la figura individualizada del “consumidor-ciudadano” predominante en contextos neoliberales.

Palabras clave: consumo crítico; ciudadanía; cooperativas; economía solidaria

Abstract

This article explores how consumer cooperatives in Chile serve as collective spaces that reframe consumption practices as forms of political action. Through a case study in the city of Talca, it analyzes the mechanisms through which consumption becomes collectivized, reflective, and politicized, challenging the individualized figure of the “consumer-citizen” that prevails in neoliberal contexts.

Keywords: critical consumption; citizenship; cooperatives; solidarity economy

DOI: <https://doi.org/10.18616/rdsd.v11i2.10061>

Recibido: 12-08-2025

Aprovado: 22-08-2025



PPGDS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO - UNESC



1. Introducción¹

Este artículo explora cómo las cooperativas de consumo emergentes en Chile resignifican las prácticas cotidianas del consumo, transformándolas en acciones políticas colectivas. En contextos neoliberales, caracterizados por la preeminencia del consumidor individualizado, estas iniciativas comunitarias ofrecen alternativas significativas al integrar valores éticos, sociales y ecológicos en decisiones aparentemente ordinarias. A partir de un estudio de caso en la ciudad de Talca, específicamente la cooperativa La Cacerola, se argumenta que estas organizaciones no son únicamente mecanismos de abastecimiento, sino espacios políticos que desafían la hegemonía del consumo neoliberal, promoviendo formas alternativas de ciudadanía crítica. Operan sobre la base de una economía solidaria, articulando relaciones sustentadas en la reciprocidad, solidaridad, sostenibilidad y una fuerte dimensión territorial. Se analiza cómo las cooperativas de consumo emergentes en Chile politizan el acto de consumir, promoviendo formas alternativas de ciudadanía y organización económica. Al hacerlo, contribuye a debates críticos sobre consumo, ciudadanía y economía solidaria, destacando el potencial transformador de prácticas aparentemente ordinarias en contextos de profunda desigualdad estructural y crisis socioeconómica.

Las cooperativas, tanto a nivel mundial como en el contexto chileno, han experimentado un crecimiento significativo durante las últimas décadas. A nivel global, según la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), existen aproximadamente 3 millones de cooperativas con más de 1.200 millones de miembros, aportando alrededor del 10% del empleo mundial y generando ingresos significativos en múltiples economías nacionales. En Chile, aunque las cooperativas han tenido históricamente un papel limitado en comparación con otros países latinoamericanos, el último tiempo ha visto una revitalización importante impulsada por movimientos sociales y la búsqueda de alternativas al modelo económico predominante, especialmente tras la crisis social de 2019 y la pandemia de COVID-19. La cooperativa La Cacerola, estudiada en profundidad en este trabajo, refleja precisamente esta tendencia emergente, destacándose por sus prácticas cooperativas autogestionadas, horizontalidad organizativa y profundo compromiso territorial y social.

La relación entre consumidor y ciudadano es clave en este análisis. En contextos neoliberales, la figura del consumidor-ciudadano ha emergido como una expresión ambigua de participación política, marcada por la elección individualizada en el mercado como supuesta forma de compromiso cívico. Este modelo tiende a diluir la ciudadanía en

¹Esta investigación contó con el apoyo del proyecto Fondecyt 11200893 y del proyecto FPCI 19-24 FACSO-UCH.

prácticas consumistas individuales, desplazando la participación política hacia actos privados. Por el contrario, nuestra propuesta es que el consumo crítico y politizado puede constituir una forma efectiva de participación ciudadana, especialmente cuando adquiere una dimensión colectiva y organizada, como sucede en cooperativas. Este trabajo se sitúa en esta discusión, destacando cómo las cooperativas resignifican el acto de consumir, desplazándolo del ámbito privado hacia una esfera colectiva y deliberativa.

Asimismo, existe una estrecha relación entre cooperativas de consumo y la economía solidaria. Según Laville (2010) y Coraggio (2011), las experiencias de economía solidaria son aquellas que permiten reincorporar valores éticos y sociales en el ámbito económico, cuestionando la lógica capitalista tradicional de acumulación y competencia. Las cooperativas de consumo analizadas en este artículo operan precisamente en esta línea, promoviendo formas alternativas de intercambio económico, ancladas en principios como la reciprocidad, el comercio justo y la sostenibilidad ecológica. Además, estas prácticas no se limitan a estrategias puntuales, sino que buscan generar cambios estructurales más profundos, proponiendo modelos de organización económica basados en la cooperación y la autogestión.

La conexión entre consumo y participación política emerge claramente en la experiencia de estas cooperativas. La literatura reciente ha evidenciado que el consumo crítico puede ser una forma de acción política cotidiana, especialmente en contextos donde las formas tradicionales de participación se encuentran desgastadas o limitadas. Yates (2011), Portilho y Micheletti (2018) argumentan que decisiones aparentemente simples como la elección de productos o la organización de estrategias colectivas de abastecimiento pueden tener implicancias políticas relevantes, especialmente cuando se orientan a cuestionar sistemas económicos dominantes. En este sentido, las cooperativas estudiadas demuestran cómo prácticas cotidianas y concretas pueden convertirse en espacios de resistencia activa, articulando demandas más amplias por justicia social, ambiental y económica.

El artículo está estructurado en cuatro secciones principales. A continuación, presentamos la metodología utilizada, basada en entrevistas semiestructuradas, observación participante y análisis documental, desarrollada entre los años 2021 y 2023. Posteriormente, se desarrolla el marco teórico, que articula debates sobre consumo crítico, ciudadanía y economía solidaria. La siguiente analiza en detalle la experiencia concreta de la cooperativa La Cacerola, mostrando cómo el consumo se politiza mediante procesos reflexivos y colectivos. Finalmente, presenta una discusión destacando la relevancia sociopolítica de las cooperativas de consumo y sus potenciales implicancias transformadoras.

2. Metodología

Este estudio adopta una perspectiva cualitativa, con un enfoque interpretativo orientado a comprender los sentidos que los actores asignan a sus prácticas de consumo y organización cooperativa. La estrategia metodológica combinó entrevistas semiestructuradas, observación participante y análisis documental, lo que permitió triangular información desde distintas fuentes y capturar la complejidad de las experiencias analizadas.

El trabajo de campo se desarrolló entre 2021 y 2023, en el contexto de importantes transformaciones políticas en Chile, como el estallido social de 2019, la pandemia de COVID-19 y el proceso constituyente llevado a cabo entre 2021 y 2022. Este entorno brindó un marco especialmente fértil para observar cómo las cooperativas de consumo se posicionan frente a crisis estructurales y proponen formas alternativas de organización social.

El estudio de caso se centró en la cooperativa La Cacerola de Talca, ciudad ubicada a 250 kilómetros al sur de Santiago, con 270 mil habitantes, y un perfil de ciudad intermedia agroindustrial. En total, se realizaron 18 entrevistas a participantes activos de estas cooperativas, con diversidad de roles (coordinadores/as, proveedores, socios/as) y trayectorias previas. Además, se realizaron observaciones participantes a la ejecución de diversas operaciones totalizando 20 jornadas. Finalmente, se analizó la documentación existente y que se iba produciendo con fines de difusión, incluyendo la participación en jornadas virtuales de inmersión.

Las entrevistas fueron grabadas, transcritas y codificadas temáticamente con apoyo de software de análisis cualitativo (Atlas.ti), siguiendo una estrategia de codificación inductiva. Adicionalmente, como se participó en reuniones internas, ferias de intercambio y actividades formativas, se produjo una aproximación etnográfica a los modos de funcionamiento cotidiano de estas organizaciones. También se analizaron documentos internos (actas, boletines, manuales), redes sociales y materiales de difusión.

El abordaje metodológico privilegió la reflexividad del investigador y el respeto por los códigos éticos del trabajo con comunidades organizadas. Se utilizó consentimiento informado en todas las entrevistas y se acordó el uso de seudónimos en los testimonios. Esta metodología no busca generalizar, sino comprender en profundidad experiencias situadas que permiten iluminar procesos sociales más amplios.

3. Marco Conceptual

Este artículo aborda la relación entre consumo, ciudadanía y cooperativismo desde una perspectiva situada en el Sur Global. Para ello, parte de una crítica a los enfoques que

consideran el consumo como una actividad meramente económica o como un acto simbólico individual. En lugar de eso, se propone comprenderlo como una práctica cultural con capacidad de generar vínculos sociales, sentidos políticos y formas alternativas de organización económica.

El punto de partida teórico es el reconocimiento del consumo como dimensión central de la cultura moderna capitalista (Slater, 1997; Featherstone, 2007; Slater y Tonkiss, 2013; Sassatelli, 2004; Warde, 2015), articulado con valores como la elección, el individualismo y la racionalidad de mercado. En este contexto, la cultura del consumo se impone como un modo hegemónico de organización de la vida cotidiana (Bauman, 2000; Bourdieu, 2015; Moulian, 1998; Alonso, 2010; Sennett, 2008), donde los bienes no solo satisfacen necesidades materiales, sino que operan como vehículos de identidad, diferenciación y pertenencia. Sin embargo, distintos enfoques han problematizado esta visión, señalando la creciente politización del consumo. La literatura sobre “consumo ético” (Böstrom y Klintman, 2008), “consumismo político” (Böstrom, Micheletti y Osterveer, 2018), y “activismo de mercado” muestra que las elecciones de consumo pueden funcionar como formas de expresión política, mediante prácticas como el boycott, el buycott o el uso de etiquetas éticas (Micheletti y Portilho, 2018). Estas prácticas, si bien individuales, se sitúan en redes colectivas de significado, articuladas con movimientos sociales y demandas de regulación estatal (Yates, 2011; Portilho, 2009).

Giddens (1991) conceptualizó estas formas de participación como parte de la 'política de los estilos de vida', en la que decisiones cotidianas tienen efectos políticos, aun cuando estén alejadas de las formas institucionalizadas de participación. Micheletti y Stolle (2015) y De Moor (2017) avanzaron la noción de “estilos de vida politizados” como sistemas reflexivos de prácticas culturales y económicas, especialmente asociadas al consumo. A esto se suma la idea de “resistencia cotidiana” (Johansson y Vinthagen, 2016; Tormey, 2007) que enfatiza las formas micro de oposición al orden dominante. No obstante, muchas de estas conceptualizaciones tienden a privilegiar el acto individual, sin dar cuenta suficiente del componente colectivo. En este trabajo, se enfatiza que la politización del consumo se vuelve especialmente potente cuando se da a través de formas organizativas, como las cooperativas, que reconfiguran tanto los modos de acceso a los bienes como los marcos de sentido que los sustentan.

En particular, el concepto de “consumidor-ciudadano” ha sido objeto de una vasta discusión crítica. Esta figura, que asocia las decisiones de consumo a un ejercicio de responsabilidad cívica, ha sido promovida en contextos neoliberales como una forma de participación “post-política” (Trentmann, 2007), donde los ciudadanos intervienen en los asuntos públicos a través de sus elecciones de mercado (Johnston, 2008; Micheletti, 2003).

Particularmente en el Sur Global, donde el acceso al consumo se ha asociado históricamente al ejercicio de ciudadanía (Moulian, 1998; Serna, 2023), se observa una superposición entre los lenguajes del derecho y del consumo. La ciudadanía se 'mercantiliza' y el consumo se convierte en espacio de expresión política, aunque también en un terreno atravesado por contradicciones. En sociedades como la chilena, marcadas por el neoliberalismo extremo y la desigualdad estructural, esta tensión es especialmente visible: el consumo es a la vez lugar de empoderamiento y de captura simbólica. Autores como Gabriel y Lang (2006) advierten que esta noción desplaza la acción política desde el espacio colectivo hacia el comportamiento individual, diluyendo las fronteras entre ciudadanía, consumo y ética personal. En esta línea, Bauman (2007) sostiene que el consumidor posmoderno es una figura solitaria, atrapada en un mercado que produce deseo e insatisfacción constante, sin espacio para la construcción de vínculos duraderos ni compromisos colectivos.

Sin embargo, desde el campo de la economía social y solidaria, diversos autores han propuesto releer el consumo como un terreno de organización social y disputa de sentido. Laville (2010) plantea que las prácticas económicas solidarias permiten “re-embedder” la economía en la sociedad, recuperando su carácter relacional y ético. A su vez, Coraggio (2011) sugiere que estas experiencias constituyen formas de economía popular que expresan lógicas de reciprocidad, autoorganización y autonomía frente al capital. La dimensión política del consumo ha sido también abordada desde el feminismo y los estudios territoriales. Pérez Orozco (2014) propone pensar la sostenibilidad de la vida como eje organizador de la economía, desplazando la centralidad del mercado hacia las condiciones que permiten vivir dignamente. En este marco, las decisiones de consumo no son neutras, sino que están profundamente atravesadas por relaciones de poder, género, clase y territorio.

El concepto de reflexividad, por su parte, resulta clave para comprender cómo los sujetos problematizan sus prácticas cotidianas y las reconfiguran en función de proyectos colectivos. Giddens (1991) entiende la reflexividad como una característica estructural de la modernidad tardía, donde los individuos deben construir activamente sus biografías. No obstante, esta reflexividad puede adquirir un carácter crítico cuando se vincula con procesos de concientización política y organización social. En contextos del Sur Global, esta discusión adquiere matices particulares. Como señala Gudynas (2011), las economías latinoamericanas están marcadas por tensiones entre dinámicas extractivistas y propuestas de economía alternativa basadas en el cuidado, la reciprocidad y el buen vivir. Las experiencias de consumo cooperativo se inscriben en esta disputa, no como meras estrategias adaptativas, sino como intentos conscientes de construir otras formas de habitar lo económico.

En este marco, se retoma el concepto de consumo crítico, entendido como un comportamiento reflexivo guiado por criterios éticos, políticos y ecológicos (Autor/a, 2024; 2025). Esta forma de consumo combina tres dimensiones: una reflexiva, asociada al conocimiento sobre el origen y los efectos del consumo (Pérez-Roa y Cuadra-Montoya, 2024); una material, que refiere a las decisiones prácticas (consumo alternativo, sobriedad, organización); y una colectiva, que da cuenta de procesos de construcción cultural y organización política. Desde esta perspectiva, el consumo crítico trasciende el ámbito privado y se convierte en una forma de intervención en lo social. Se vincula también con la desafección hacia las instituciones tradicionales, en contextos donde la representación política se encuentra en crisis (Edwards, 2009; Tormey, 2007), y donde las personas encuentran en sus prácticas cotidianas una forma de agencia social. Las experiencias de consumo colectivo, entonces, se posicionan como espacios de construcción identitaria, ética y política, y como medios para disputar el sentido común neoliberal.

En síntesis, este trabajo se sitúa en la intersección entre tres campos teóricos: el consumo como práctica social y política, la economía solidaria como espacio de organización alternativa, y la reflexividad como proceso subjetivo y colectivo. Esta articulación permite explorar cómo las cooperativas de consumo resignifican el acto de consumir como parte de una práctica ciudadana crítica, situada y transformadora.

Este trabajo se inscribe en las tradiciones críticas que, desde Polanyi y su gran transformación hasta la sociología económica contemporánea (Fraser, 2014), han desafiado la dicotomía entre lo económico y lo político, cuestionando la autonomía del mercado. Las cooperativas de consumo, en tanto formas organizativas no subordinadas ni al Estado ni al mercado, permiten observar cómo se colectiviza la reproducción de la vida y se despliegan formas alternativas de gobernanza económica, afectiva y política (Birchall, 2011; Avelino et al., 2019; Raffaelli, 2017).

Así, este artículo propone entender las cooperativas de consumo como experiencias situadas que encarnan una racionalidad política distinta, basada en la solidaridad, la reciprocidad, la sostenibilidad y la construcción comunitaria. Lejos de tratarse de simples agregados de consumidores éticos, estas experiencias constituyen formas de ciudadanía práctica que disputan sentidos al neoliberalismo desde el cotidiano.

4. La Cacerola: colaboración y crítica en modo cooperativo

La Cacerola de Talca, se concibe como una organización productiva, pero a la vez política, cuyos objetivos valóricos se traducen un proceso de abastecimiento cuyo sentido está dado por la forma en que se concibe y ejecuta. Sus socios cooperados -alrededor de 60, donde predominan mujeres jóvenes que también coinciden en otras orgánicas

colectivas- conciben su funcionamiento como una manera de abordar colectivamente un problema material, que, en este caso, es la alimentación. A los principios ya mencionados anteriormente, ellos agregan la soberanía alimentaria y un principio feminista, en el sentido de crear un “espacio seguro y pedagógico”. No obstante, el horizonte compartido por las cooperativas analizadas en profundidad y otras preliminarmente son los principios del cooperativismo y que aquello se transforme un “sentido común para la sociedad”. Esto tiene implicancias prácticas que les distinguen de otras organizaciones cooperativas, puesto que lo que se busca incrementar o aumentar es este sentido común cooperativo y no el tamaño de la cooperativa, ya que se asume que bajo los principios de operación implementados una misma cooperativa con cientos o miles de socios y con alcances geográficos dispersos no tendría sentido.

Yo soy de la idea de que lo que tiene que crecer es el cooperativismo y no la cooperativa, también porque de otra manera volveríamos a replicar las mismas prácticas de acumulación o de lógicas de poder y la gracia de la cooperativa es que es a escala humana si en algún momento fuéramos muchos, demasiados, tal vez tendríamos que automatizar tantos procesos que la lógica de la escala humana también se iría perdiendo, entonces yo soy más de la idea de que no haya una Cacerola [nombre de la cooperativa] de miles de personas, sino que muchas cooperativas”. (ENT10)

4.1 Estructurando el consumo colaborativo

La cooperativa funciona como un dispositivo de organización colectiva para gestionar el consumo cotidiano desde lógicas no mercantiles. A diferencia de asociaciones de consumidores que operan en el marco institucional (vigilancia, denuncias, regulación), estas cooperativas encarnan una racionalidad alternativa, orientada a incidir en la reproducción social de la vida desde valores como la solidaridad, la autogestión y el compromiso territorial.

Se observan estructuras horizontales con asambleas como instancia principal de decisión, comités rotativos y división de tareas en función del tiempo y capacidades de los miembros. Estas formas organizativas permiten distribuir la carga de trabajo, pero también construir un sentido de pertenencia y responsabilidad colectiva. Como señala una entrevistada: “La estructura fue pensada para que nadie pueda eternizarse en un rol. Así evitamos jerarquías fijas y mantenemos vivo el espíritu cooperativo” (ENT6).

Además de abastecer a sus integrantes con productos de primera necesidad (alimentos, productos de higiene, remedios naturales), estas cooperativas priorizan la compra directa a pequeños productores, la producción agroecológica y el comercio justo. El criterio de “precio justo” no implica necesariamente el precio más bajo, sino el más equilibrado entre sostenibilidad para el productor y accesibilidad para el consumidor. “El

Marambio-Tapia

“No estamos aquí solo para comprar distinto, sino para vivir distinto”. ¿Ciudadanos o consumidores críticos? Politizando el consumo a través de cooperativas emergentes

objetivo no era vender barato, era disputar el sentido común desde lo cotidiano. Había que desengancharse de la lógica del supermercado” (ENT8).

Estas prácticas cuestionan el imaginario del consumidor racional-individualista. El consumo se vuelve una práctica colectiva, reflexiva y situada, que requiere coordinación, deliberación y confianza mutua. Estas formas organizativas no solo distribuyen tareas, sino que generan vínculos y pertenencia entre los participantes, lo que se refleja en frases como: “hay una relación fraterna, como de familia, que se construyó en el hacer conjunto” (ENT2).

Se observa una reflexión activa sobre qué se consume, cómo se produce y quién lo provee. En palabras de ENT9, “hay una intención política de responder al mercado diciendo: no lo necesito y me quedo con esto”. Las decisiones de compra son discutidas colectivamente, y los criterios incluyen aspectos éticos, ecológicos, sociales y económicos. Esto se materializa en listas de productos elaboradas con criterios consensuados, políticas de proveedores, y acciones como “botiquines comunitarios” o la inclusión de productores mapuche. Más que una compra, se trata de un proceso colectivo de toma de decisiones con sentido político y cultural.

La dimensión reflexiva no se limita a lo individual: se promueve activamente en la comunidad a través de talleres, ferias y encuentros. Así, el consumo deja de ser una acción privada para convertirse en un acto compartido y deliberado. Las decisiones de compra no se toman de forma individual ni exclusivamente económica. Se discuten en asambleas o grupos de coordinación, y responden a criterios éticos, sociales y ecológicos que varían según la coyuntura y las posibilidades territoriales. Esta dimensión deliberativa del consumo es central en su politización.

ENT8 relata: “Nos dimos cuenta de que el mercado nos ofrece productos sin contexto. Lo que queríamos era consumir con historia, con trazabilidad, sabiendo quién lo hace y cómo.” Esta reflexividad no solo se materializa en el qué se consume, sino también en el cómo. Por ejemplo, se desarrollan “botiquines comunitarios” con medicinas naturales, se promueven ferias de intercambio sin dinero, y se organizan talleres sobre agroecología o economía feminista. Estas acciones expanden el consumo más allá del acto de compra, convirtiéndolo en una práctica educativa y cultural.

Además, la dimensión reflexiva se transmite a nuevos integrantes a través de un proceso de socialización. Como relata una participante: “Yo llegué buscando productos baratos, pero me fui quedando por la comunidad. Hoy ya no pienso el consumo igual. Pienso en lo que hay detrás: trabajo, tierra, tiempo” (ENT4).

En este plano, el consumo deja de ser una práctica utilitaria y se convierte en un

espacio de construcción de subjetividad y valores compartidos.

4.2 Agencia colectiva, territorio y redes

Las cooperativas no se entienden a sí mismas como espacios técnicos o asistenciales, sino como experiencias políticas en sentido amplio. Aunque su foco no es la protesta ni la militancia partidaria, sí reconocen que están insertas en un conflicto con el modelo económico dominante.

Durante el estallido social de Chile en 2019 y el proceso constituyente que le siguió, varias de estas organizaciones impulsaron cabildos territoriales, se vincularon a otras iniciativas colectivas y elaboraron propuestas para una economía solidaria constitucional. “No somos un partido ni una marcha, pero sí una trinchera. Aquí hacemos política desde la olla, desde la asamblea, desde el producto que elegimos” (ENT1).

Esta politización también se expresa en las alianzas: con huertos urbanos, sindicatos, ollas comunes, cooperativas de vivienda o colectivos feministas. El consumo es así un punto de entrada para una praxis política más amplia, que articula demandas económicas, territoriales y simbólicas.

Otro aspecto relevante es la construcción de redes territoriales. La Cacerola funciona en escalas locales, ancladas en barrios o comunas, y se relaciona con otras organizaciones como huertos, universidades, sindicatos y centros culturales. Esta inserción territorial les permite tejer vínculos con organizaciones afines, ampliar su base social y sostener prácticas en momentos de crisis.

Esta territorialización no solo es operativa, sino que es vista como parte del proyecto político: “Nos interesa llegar a otras organizaciones amigas, porque no todas se dan esta vuelta política que buscamos imprimir” (ENT13).

Esta territorialización no solo es operativa, sino parte de su identidad política. “Durante los encierros, no solo seguimos funcionando, sino que muchos se sumaron. Era abastecimiento, pero también cuidado, encuentro, contención” (ENT13).

Esta red de vínculos fortalece la autonomía de las cooperativas, pero también su capacidad de incidencia: dialogan con municipios, universidades, medios comunitarios y movimientos sociales. En ese sentido, son verdaderas infraestructuras sociales de lo común.

4.3 Reflexividad

La reflexividad es un componente central en las experiencias cooperativas analizadas, no solo como capacidad cognitiva individual, sino como práctica colectiva de problematización, deliberación y transformación. En este apartado se abordan tres

dimensiones en las que se expresa esta reflexividad: crítica al modelo neoliberal, consumo como proyecto político, y construcción de comunidad.

Los discursos de los participantes revelan una conciencia explícita del modo en que el modelo neoliberal ha moldeado prácticas, vínculos y subjetividades. Se identifican efectos como la fragmentación social, el individualismo competitivo y la despolitización del consumo. “Los principios o el sentido común que instala el neoliberalismo en Chile desde los 80 es uno de rascarse con sus propias uñas, de ‘tú te tienes que salvar aquí, no importa’. Y eso es lo que queremos combatir.” (ENT2)

Este tipo de reflexividad crítica permite ubicar las prácticas cooperativas en una disputa cultural más amplia. ENT4, también integrante, señala: “Uno de los elementos en los que fuimos derrotados fue que el neoliberalismo instaló una cultura de consumo, que nos dejó sin mucho que hacer respecto a defender la comunidad. Yo fui testigo de cómo se fue destruyendo el sentido comunitario.”

Más allá del diagnóstico, hay una voluntad de intervenir en esa realidad desde la práctica cotidiana. ENT2 lo expresa así: “A partir de la praxis política, crear ahora ya el mundo en el que queremos vivir [...] problematizar de dónde vienen las cosas, quién las produce, qué relaciones de dominación hay detrás.”

Estas reflexiones muestran que la crítica no se dirige solo al sistema económico, sino también a sus consecuencias en las formas de vida. Por ello, la participación en la cooperativa se plantea como una forma de “prefigurar” otro mundo, desde prácticas cotidianas.

La reflexividad también se manifiesta en la forma en que las y los participantes entienden el consumo no como un acto privado, sino como una decisión política con consecuencias éticas y sociales. La práctica del consumo crítico se vive como resistencia y creación. ENT7 “Yo la definiría como un acto anticapitalista. Si vamos a hablar de economía circular, existe una fuerza política interesante detrás. Eso explica que siga existiendo como forma de organización.”

ENT9 refuerza esa mirada: “La mayoría se une por un horizonte anticapitalista y de consumo ético. No es solo práctico. Es una forma de decir no a los monopolios.” Esta politización del consumo se construye colectivamente, a través de espacios de discusión, formación interna y acción compartida.

ENT6 sintetiza “El consumo es una forma de hacer política, profundamente política. Tenemos una labor persuasiva de demostrar que este modelo se puede replicar.” La reflexividad, en este caso, no es solo crítica del sistema, sino también propositiva: orienta una forma alternativa de vivir y organizarse que se construye desde abajo.

En todas las entrevistas se observa que el consumo crítico no se reduce a una preferencia individual, sino que se vive como un acto político con horizonte transformador. Varios actores lo vinculan con una apuesta anticapitalista consciente y sostenida. Son posiciones que no surgen aisladas: son producto de discusiones internas, espacios de formación y experiencias colectivas. La reflexividad aquí opera como proceso político: una toma de conciencia que organiza las decisiones cotidianas hacia una dirección común.

Cabe destacar que esta politización no es excluyente ni dogmática. En muchos casos, se combinan distintas motivaciones (económicas, alimentarias, éticas), pero confluye una narrativa común: consumir distinto es también vivir distinto, y ese estilo de vida compartido implica organización, compromiso y visión crítica del sistema.

Un tercer nivel de reflexividad se relaciona con la dimensión afectiva y ética de las relaciones construidas en el seno de las cooperativas. No se trata solo de racionalizar decisiones, sino de sostener vínculos, generar confianza y practicar la solidaridad.

ENT14 expresa: “Hay un ímpetu por marcar una diferencia con el mercado habitual. No es solo por los productos, sino por cómo se construyen los vínculos. Hay un estilo de vida en eso, una forma de responder al mercado.”

Esta forma de estar en comunidad implica cuidado mutuo, responsabilidad y apertura. ENT7 lo explica así: “Uno de los principios es que la información es abierta. Es parte del espíritu: compartir datos, ayudarnos, predicar la palabra del cooperativismo.”

Además, la dimensión afectiva no es menor. Para muchos participantes, la cooperativa se convierte en un espacio de sostenimiento emocional: “Nos juntábamos con vecinos. Para mí, eso era importante incluso para mi salud emocional y mental. No es solo un estilo de vida de bienestar: es una forma de sostenerse” (ENT4).

Este plano revela que la reflexividad no es solamente un proceso discursivo o cognitivo, sino una práctica encarnada en vínculos, tiempos compartidos y modos de vida alternativos. En suma, las cooperativas funcionan como laboratorios de subjetividades críticas y comunidades afectivas.

La reflexividad adquiere un carácter encarnado: es reflexión que se hace en la práctica, entre personas concretas que deciden confiar, organizarse y sostenerse mutuamente, en oposición a la lógica utilitaria y fragmentada del mercado.

5. Discusión y Conclusiones

Este artículo ha explorado cómo una cooperativa de consumo en Chile, lejos de ser un simple mecanismo de abastecimiento, opera como espacios de politización cotidiana, producción de reflexividad crítica y construcción colectiva de ciudadanía. A través del

análisis de una experiencia situada en Talca, se ha demostrado que organizaciones como esta desafían el modelo neoliberal no solo en sus lógicas de funcionamiento económico, sino también en los sentidos que otorgan al consumo, al vínculo social y al rol del sujeto consumidor. La Cacerola opera como espacio de subjetivación política, organización ética y producción de comunidad. Se ha evidenciado que estas formas organizativas no solo disputan el sentido del consumo, sino que también articulan alternativas concretas frente a un modelo económico basado en la acumulación, la competencia y la fragmentación social.

El desafío societal que implica la crisis climática y sus dimensiones económicas, financieras y sociales afecta individuos, comunidades, organizaciones y regiones a nivel global. Diversas organizaciones y grupos han surgido con el afán de lidiar con los impactos de estas crisis, con el sustento de prácticas políticas alternativas y fundamentos económicos alejados de los modelos dominantes. En concreto, estas organizaciones se han focalizado en desarrollar soluciones para liderar con temas de cohesión social, participación política, desigualdad socioeconómica y las formas elementales de la reproducción material de la vida, además de los efectos en los territorios de la crisis socioambiental. Representan “nuevas” formas de pensar, pero también nuevas formas de hacer, de relacionarse con los conocimientos situados, de organizarse y de crear gobernanza, y nuevas formas de imaginar futuros posibles, con nuevas imágenes y maneras de plantear las relaciones sociales y materiales (Avelino, Monticelli y Wittmayer, 2019; Helms, Oliver y Webb, 2012).

Ciertamente, esto involucra plantearse soluciones que renegocian ciertas relaciones entre sociedad, Estado y mercados. En este trayecto, las cooperativas de consumo/abastecimiento se constituyen como actores emergentes que logran resultados desde una plataforma de horizontalidad, “sustentabilidad” y politización. Algunos sostienen que incluso son capaces de realizar esto a la vez que pueden proyectarse como agentes de cambio social global (Novković, Miner y McMahon, 2023).

Desde una mirada teórica, los hallazgos permiten tensionar la figura del consumidor-ciudadano en clave liberal, predominante en buena parte del discurso público y académico. En lugar de una ciudadanía definida por el acceso a derechos o el comportamiento individual en el mercado, las experiencias analizadas expresan una ciudadanía práctica, situada y construida desde abajo. Esta ciudadanía no se delega ni se compra: se ejerce a través de la organización cotidiana, la deliberación colectiva y el compromiso territorial. Los hallazgos empíricos dialogan con los aportes teóricos que critican la figura del “consumidor-ciudadano” liberal-individualista. En contraste, las cooperativas analizadas encarnan una ciudadanía práctica y situada, basada en la organización colectiva, la deliberación ética y la construcción de comunidad. Esta ciudadanía no es delegativa ni institucionalizada, sino que se despliega en el hacer cotidiano, en los

vínculos afectivos, y en la agencia concreta sobre los procesos de reproducción material de la vida.

La dimensión reflexiva aparece como un eje articulador: es a través de la problematización del origen de los productos, del trabajo detrás de cada bien, y del sentido del consumo, que los sujetos se politizan. Esta politización, sin embargo, no se agota en la crítica; se materializa en formas organizativas que proponen alternativas: decisiones colectivas, apoyo a productores locales, precios justos, educación popular y participación territorial. En este sentido, las cooperativas funcionan como micropolíticas de transformación social. El concepto de reflexividad ha sido clave para comprender cómo los actores interpelan críticamente sus prácticas, las reconfiguran y las insertan en horizontes colectivos. A diferencia de una reflexividad puramente individual o autorreferencial, como la que describe Giddens (1991), las cooperativas aquí estudiadas despliegan una reflexividad social que se traduce en formas organizativas concretas, circuitos de intercambio alternativos y vínculos afectivos que sostienen la vida cotidiana.

Asimismo, los resultados dialogan con perspectivas que entienden la economía solidaria no solo como una estrategia económica, sino como una apuesta cultural y política. En esta línea, las cooperativas no deben ser entendidas como espacios marginales o adaptativos, sino como verdaderos dispositivos de disputa hegemónica, espacios donde se ensayan, encarnan y defienden otros sentidos de lo económico, lo político y lo comunitario.

Una de las principales contribuciones del artículo es visibilizar que la acción política no se agota en la protesta o en la participación electoral. Las formas de organización popular en torno al consumo revelan otras gramáticas de lo político: más lentas, relacionales, ligadas a la cotidianidad, pero no por ello menos significativas. Estas prácticas disputan sentidos comunes, modelan subjetividades y crean infraestructura social para sostener la vida en común.

Esta forma de hacer política desde el consumo, desde lo cotidiano, amplía las gramáticas de lo político. No se trata de negar la importancia de la movilización o la institucionalidad, sino de reconocer que existen formas de agencia que operan en escalas más pequeñas, relacionales y sostenidas en el tiempo. La “infraestructura de lo común” que constituyen estas experiencias permite sostener alternativas en escenarios de crisis, como quedó evidenciado durante la pandemia o el estallido social.

Desde una perspectiva metodológica, el enfoque cualitativo permitió captar la densidad subjetiva de estas experiencias: sus contradicciones, aprendizajes y tensiones. A diferencia de enfoques cuantitativos o institucionalistas, esta mirada permitió valorar los sentidos atribuidos por los propios actores, y situarlos en contextos históricos, sociales y

territoriales específicos.

También se observan desafíos. Entre ellos: la sobrecarga organizativa, el agotamiento de liderazgos, la dificultad para expandirse sin perder su carácter autogestionado, y la necesidad de sostener la participación activa en escenarios de precarización creciente. No obstante, más que debilidades, estos desafíos son inherentes a su apuesta organizativa, y abren preguntas para el fortalecimiento de estos espacios.

Además, experiencias como esta permiten tensionar los límites entre lo económico, lo político y lo cultural. Desde una perspectiva polanyiana, las cooperativas se entienden como espacios de “re-embeddedness”, donde la economía es reinsertada en relaciones sociales y éticas. Esto se vuelve particularmente relevante en contextos como el chileno, marcados por décadas de neoliberalismo estructural, desafección institucional y desigualdad profunda.

Finalmente, este artículo busca contribuir a una agenda de investigación que problematice las formas emergentes de organización social de la economía en América Latina. En contextos de crisis civilizatoria, colapso ecológico y agotamiento institucional, las cooperativas de consumo no son solo mecanismos funcionales: son espacios de posibilidad. Ensayan otras formas de habitar lo económico, donde el cuidado, la comunidad y la justicia ocupan el centro. Como señaló una entrevistada: “No estamos aquí solo para comprar distinto, sino para vivir distinto”.

Referencias bibliográficas

ALONSO, Luis Enrique. La era del consumo. Siglo XXI de España Editores, SA, 2010.

AVELINO, Flor; MONTICELLI, Lara; WITTMAYER, Julia M. How transformative innovation movements contribute to transitions. En Atlas of social innovation: a world of new practices. Oekom Verlag, 2019. p. 70-74.

BAUMAN, Zygmunt. Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Barcelona: Gedisa. 2000

BAUMAN, Zygmunt. Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica. 2007

BIRCHALL, Johnston. People-centred businesses. En People-Centred Businesses: Co-operatives, Mutuals and the Idea of Membership. London: Palgrave Macmillan UK, 2011. p. 1-19.

BOSTRÖM, Magnus y KLINTMAN, Mikael. Eco-standards, product labelling and green consumerism. Springer. 2008

BOSTRÖM, Magnus; MICHELETTI, Michele; OOSTERVEER, Peter. Studying political consumerism. The Oxford handbook of political consumerism, 2019, p. 1-24. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190629038.013.44>

Marambio-Tapia

“No estamos aquí solo para comprar distinto, sino para vivir distinto”. ¿Ciudadanos o consumidores críticos? Politizando el consumo a través de cooperativas emergentes

BOURDIEU, Pierre. La distinción: criterio y bases sociales del gusto 2a ed. Madrid: Taurus. 2015

CORAGGIO, José Luis. Economía social y solidaria: El trabajo antes que el capital. Abya-Yala. 2011.

DE MOOR, Joost. Lifestyle politics and the concept of political participation. *Acta Politica*, 2017, vol. 52, no 2, p. 179-197.

EDWARDS, Gemma. Habermas and social movement theory. *Sociology Compass*, 2009, vol. 3, no 3, p. 381-393.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de consumo y posmodernismo. Amorrurtu. 2007.

FRASER, Nancy. Reflexiones en torno a Polanyi y la actual crisis capitalista. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 2012, vol. 118, p. 13-28.

GABRIEL, Yiannis; LANG, Tim. The unmanageable consumer. Sage, 2006.

GIDDENS, Anthony. *Modernity and Self-Identity*. Stanford University Press. 1991.

GUDYNAS, Eduardo. Buen Vivir: Germinando alternativas al desarrollo. *América Latina en movimiento*, 462. 2011.

HELMS, Wesley S.; OLIVER, Christine; WEBB, Kernaghan. Antecedents of settlement on a new institutional practice: Negotiation of the ISO 26000 standard on social responsibility. *Academy of Management Journal*, 2012, vol. 55, no 5, p. 1120-1145.

JOHANSSON, Anna; VINTHAGEN, Stellan. Dimensions of everyday resistance: An analytical framework. *Critical sociology*, 2016, vol. 42, no 3, p. 417-435.

JOHNSTON, Josée. The citizen-consumer hybrid: ideological tensions and the case of Whole Foods Market. *Theory and society*, 2008, vol. 37, no 3, p. 229-270.

LAVILLE, Jean-Louis. Economía solidaria: Una visión global. *Anthropos*. 2010

MICHELETTI, Michele; STOLLE, Dietlind. Vegetarianism—A lifestyle politics? En *Creative Participation*. Routledge, 2015. p. 127-147.

MICHELETTI, Michele. Shopping with and for Virtues. En M. Micheletti, *Political Virtue and Shopping* (pp. 149-168). Palgrave Macmillan US. https://doi.org/10.1057/9781403973764_5 2003.

MOULIAN, Tomás. El consumo me consume. Santiago: LOM. 1998.

NOVKOVIĆ, Sonja; MINER, Karen; MCMAHON, Cian. Humanistic governance in democratic organizations: The cooperative difference. *Springer Nature*, 2023.

PÉREZ OROZCO, Amaia. Subversión feminista de la economía. *Traficantes de Sueños*. 2014.

PÉREZ-ROA, Lorena; CUADRA MONTROYA, Ximena. Sostener la vida en tiempos de incertidumbre: estrategias de aprovisionamiento de mujeres populares en Santiago de Chile. *Revista de Estudios Sociales*, 2024, no 87, p. 79-96.

RDS, v. 11, n. 2, 2025

Debates en torno al cooperativismo en América Latina en el año internacional declarado por las Naciones Unidas

Marambio-Tapia

“No estamos aquí solo para comprar distinto, sino para vivir distinto”. ¿Ciudadanos o consumidores críticos? Politizando el consumo a través de cooperativas emergentes

PORTILHO, Fátima.. ‘Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados’. En *Política e Sociedade*, 8(15): 199–224. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2009v8n15p199>, 87, 79-96. 2009

PORTILHO, Fátima, y MICHELETTI, Michelle. Politicizing Consumption in Latin America. En *The Oxford Handbook of Political Consumerism*. 2018.

RAFFAELLI, Paola. Social and solidarity economy in a neoliberal context: transformative or palliative? The case of an Argentinean worker cooperative. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*, 2016, vol. 5, no 1, p. 33-53.

SASSATELLI, Roberta. Consumo, cultura y sociedad. Amorrortu, Buenos Aires. 2004.

SENNETT, Richard. La cultura del nuevo capitalismo 3a ed. Barcelona: Anagrama. 2008

SLATER, Don. Consumer culture and modernity. Cambridge: Polity. 1997

SLATER, Don y TONKISS, Fran. Market society: Markets and modern social theory. John Wiley & Sons, 2013.

TORMEY, Simon. Consumption, resistance and everyday life: Ruptures and continuities. *Journal of Consumer Policy*, 2007, vol. 30, no 3, p. 263-280.

TRENTMANN, Frank. Citizenship and consumption. *Journal of Consumer Culture*, 2007, vol. 7, no 2, p. 147-158. WARDE, Alan. The Sociology of Consumption: Its Recent Development. *Annual Review of Sociology*, 41(1), 117-134. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071913-043208> 2015

YATES, Luke. Everyday politics, social practices and movement networks: Daily life in Barcelona’s social centres: Everyday politics, social practices and movement networks. *The British Journal of Sociology*, 66(2), 236-258. 2015 <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12101>

YATES, Luke. Critical consumption: Boycotting and buycotting in Europe. *European Societies*, 13(2). 2011