

Autoras: Ana Moyano Olmos y Leticia Muñoz Pina.

El consumismo en determinadas épocas del año.

Hay cosas que
el dinero no
puede comprar,
para todo lo
demás ...

Índice:

1. ¿Qué es realmente el consumismo?
2. ¿Yo también soy consumista?
3. ¡Que te traigan muchas cosas los reyes!
4. ¡Si está barato me llevo dos!
5. Este verano ya no se llevan ...
6. ¿Entonces soy un consumista?
7. ¡Calla! ¡Este anuncio me gusta!
8. Bibliografía.

1. ¿Qué es realmente el consumismo?

El consumismo, por definición, es la introducción al consumo no necesario a través de una larga publicidad que lleva a la compra de productos no necesarios y rápidamente sustituibles por otros, igualmente innecesarios y poco perdurables, con el fin de mantener la producción.

Pero en realidad, el consumismo va más allá, el consumismo es como una mano invisible que actúa sobre las personas sin que ellas se den cuenta y que les lleva a lo que comúnmente conocemos como: comprar por comprar.

En el consumismo es importante el hecho de consumir, tal vez lo más característico sea el hecho insaciable que crea. También podemos definir el consumismo como una forma de estimulación no necesaria, propio del capitalismo destinada a actuar como mecanismo de sostenimiento de una actividad productiva creciente.

Con estas definiciones podemos decir que hoy en día nuestra sociedad se a convertido en una sociedad muy consumista. Hoy en día, como por ejemplo los jóvenes, se han convertido en unos grandes consumistas: me voy a comprar las zapatillas que salen en la tele. La juventud se a convertido en el centro de la producción y en los técnicos de ventas con la intención de crear más necesidades: el producir, usar y tirar se convierte en la necesidad de descubrir, experimentar y vivir nuevas y continuas experiencias del joven.

Nos hemos convertido en una sociedad en la que cuanto más tenemos, más queremos.

Las mujeres somos también grandes consumistas. Las grandes empresas han conseguido abusar de ello, por ejemplo para vender una colonia, utilizan a una mujer guapa y atractiva o en su defecto, famosa. Así consiguen que si el producto es para mujeres creen que pueden conseguir llegar a ser como quien lo representa y si el producto es para hombres lo comprarán porque así conseguirán a ese tipo de chica como ocurre en los anuncios de colonias.

Pero todos en general hemos llegado a ser unos grandes consumistas, en la medida que sale en la televisión, tengo que comprármelo.

Todos tenemos que consumir productos o servicios y esa es una situación de la que se aprovechan las empresas para obligarnos a comprar un mismo producto mas caro por la diferenciación de un mismo producto dependiendo de la marca o de lo conocida que sea su calidad a través de la publicidad o del boca a boca como suele ocurrir por ejemplo con los vinos, que aumentan su prestigio en función de la opinión de los consumidores y también en base a si denominación de origen(que sería como la marca de otros productos).

Pero no voy a hablar del consumo normal sino el irracional el compulsivo el que conocen también los expertos en Merchandising, que son los encargados de el estudio de este fenómeno creciente y que afecta a mas personas de las que parece. En el consumismo también influyen la publicidad, las marcas, las fiestas (como la Navidad) que veremos a continuación.

2. ¿Yo también soy consumista?

En vista de la definición de consumismo compulsivo que hemos encontrado en Internet, no parece que haya muchas personas que sean incapaces de dejar de comprar cosas innecesarias, pero cada día hay mas personas que no pueden evitar volver a casa habiendo comprado algo que no necesitaban.

Puede ser que la gente confunda a los consumistas compulsivos con las personas que son muy caprichosas, pero en realidad existen grandes diferencias entre unos y otros consumidores masivos.

Una persona caprichosa es aquella que cuando ve algo que le gustaría tener, a lo que se le suele llamar capricho, hace todo lo que puede para conseguirlo y en el momento que lo consigue, siente una satisfacción plena hasta el momento en el que encuentra en otro escaparate algo, cualquier cosa que en ese momento se le antoja y volverá a repetirse el mismo proceso una y otra vez siempre y cuando su nivel económico se lo permita y poniéndose ciertos límites o medidas de autocontrol.

Este último aspecto en el que entra la capacidad de autocontrol y el uso de la razón como límite de nuestras acciones, es el que diferencia a una persona caprichosa de un comprador compulsivo. Los compradores compulsivos son

completamente incapaces de ponerse límite. Estas personas suponen un peligro para ellas mismas en el sentido de que no pueden controlar lo que consumen y tampoco son conscientes de lo que gastan ni de lo que pueden gastar.

Una persona que tiene este problema, cada vez que sale a la calle tiene la necesidad de comprar algo aunque no lo necesite, y por lo tanto está obligado a un gasto innecesario que acaba por desequilibrar la economía doméstica de esa persona.

Las personas que siendo parte de una familia son consumistas compulsivos, tienen que estar controlados para evitar que la economía familiar se vaya a pique porque lleguen hasta el punto en el que los gastos superen los ingresos.

Existen distintos grados en esto que se podría considerar una enfermedad:

-Existen personas que compran compulsivamente sólo en determinadas épocas del año como Navidad o cuando se acerca un cumpleaños ...

-También hay personas que sea cual sea la época del año, no son capaces de ser felices si no compran.

-Por último y en el grado más preocupante de este problema, están aquellas personas que tienen la necesidad de estar comprando constantemente sin poder evitarlo aunque el hecho de comprar no les reporte ninguna satisfacción.

3. ¡Que te traigan muchas cosas los reyes!

A lo largo de nuestra vida ésta es una frase que se repite siempre que se acerca el 6 de enero. La frase que tantas veces nos han dicho y que otras tantas habremos dicho a nuestros amigos, familiares o conocidos, podría parecer una de tantas frases huecas que se dicen sin pensar, de esas que se dicen por quedar bien con quien se lo dices. En realidad esta frase que parece tan inocente no es más que otra muestra de que a todos nos mueve un espíritu consumista que nos hace pensar que la persona a la que le hagan más regalos va a ser más feliz.

A lo mejor, la próxima vez que digamos esta frase seamos un poco más conscientes de que no es más feliz el que tiene muchas cosas y que quizás deberíamos decir a esa persona “que te regalen lo que necesites”.

Un conocido cantante, aunque con su cuestionada reputación, dice en una de sus canciones la siguiente frase: “y dijo un rey: que el dinero no da la felicidad” a esta frase hay muchos a los que les gusta añadir que eso es verdad aunque el

dinero ayude a conseguirla. En parte esto es cierto, pero sólo desde el punto de vista desde el que se supone que una persona necesita tener sus necesidades básicas cubiertas para ser feliz y que para cubrirlas se necesita dinero.

En esa misma canción, hay otra frase relacionada con el consumo que sería interesante analizar: “y dicen: que el amor no se compra”. Esto si que no creo que haya nadie que lo discuta, pero al igual que el amor ocurre con el resto de sentimientos, y este es el motivo por el que una persona rica no tiene por qué ser una persona feliz.

Dejando aparte lo que nos dicen con sus canciones. Un tópico de cuando una persona joven se casa con alguien muy mayor es el decir que se casa por el dinero de quien es más mayor. Aunque esto haya en algunas ocasiones en las que sea cierto de manera inequívoca, a quienes estamos escribiendo esto se nos plantea la duda de si eso podría coincidir con alguno de los cuentos con un final del tipo: “... y fueron felices y comieron perdices ...” Claramente, la respuesta es: no. Aunque comiesen caviar, si no se quieren no pueden ser felices juntos.

Y volviendo al tema de este bloque sigamos con el consumismo de la Navidad. En estas fechas, las empresas sacan sus productos al mercado y bombardean al consumidor con sus mejores ventajas y cualidades envueltas en el celofán brillante de la publicidad. Es inevitable caer y comprar no sólo los productos alimenticios que se necesitan para las cenas y comidas navideñas sino también los regalos de diferentes caracteres y precios para familiares y amigos.

Los grandes almacenes se llenan y cierran más tarde y los ciudadanos se dejan llevar por la publicidad y la ansiedad para adquirir más productos de los que se necesitan.

Y es que las Navidades son las fiestas consumistas por excelencia y más de uno se pregunta si alguien todavía se acuerda de verdad del significado de las celebraciones religiosas.

Comprar, comprar y comprar, todo el mundo quiere comprar, regalar y que le regalen.

La gran demanda navideña es aprovechada por las empresas que ponen los precios de los productos por las nubes. Es la época en la que aparecen los productos típicamente navideños como turrónes, polvorones, champán, cavas o mariscos.

Los viejos valores de la Navidad como festividad que rememora el nacimiento de Jesús para los católicos o la unión familiar que se establece en estas fechas, desaparecen ante las compras y los regalos. Pero a todos les da igual, porque las calles se engalanan de luces y las casas se adornan con belenes y árboles navideños y si la Navidad sirve de pretexto para comprar, entonces bienvenida sea, porque la sociedad en la que vivimos es consumista por naturaleza.

4. ¡Si está barato me llevo dos!

Hemos querido referirnos con este título a la época de rebajas que cada año empieza antes en las grandes superficies (como El Corte Inglés, Zara, Mango ...)

Las rebajas puede que sean la época en la que más se recurre a las tarjetas de crédito junto con la época navideña. Y es que parece que quienes pagan con tarjeta luego no les cobran lo que han comprado y les parece menor el gasto que hacen. El problema viene cuando llega la factura de la tarjeta y ya no puedes devolver eso que no necesitabas y que pagaste con la tarjeta cuando ya echaba humo de tanto usarla.

Además del peligro de comprar con la tarjeta esta la idea de que no gastamos tanto como en el resto del año porque las mismas prendas están unos cuantos euros por debajo del precio que tenían hace unas semanas. Este es otro error de razonamiento porque no siempre las rebajas son rebajas, hay veces que en realidad sin descuento que no llegan a disminuir el 10% de su precio original.

Esta es otra técnica que utilizan los comercios para poder anunciar unas rebajas que en realidad no lo son. La gente lo sabe, pero aún así, actúa como si no lo supiera, como si hubiera algún tipo de ser superior que le impulsase a comprar de forma descontrolada cosas no siempre necesarias pero que pagamos gustosamente por estar más baratas que la última vez que las vimos sin que nos llamaran la atención por su utilidad o por lo necesarias que nos fueran.

Pese a los descuentos, los comercios siguen ganando dinero gracias a nuestras conductas de consumismo innecesario, ya que, cuando un producto está más barato, la gente le encuentra mayor utilidad o le dan más ganas de comprarlo.

5. Este verano ya no se llevan ...

Todos hemos sido alguna vez víctimas de la moda, o más bien del cambio de ella de una temporada a la siguiente. Aunque no se cambie de talla, todos los años, cuando se acerca el verano, se repiten las mismas escenas: las tiendas llenas de colores que se van a llevar en esa temporada. Además de eso no puedes fiarte de que pesando lo mismo lleves la misma talla, porque las tallas cada vez dan menos talla y necesitas tallas más grandes para que midan lo mismo que otras más pequeñas de años anteriores.

Este último inconveniente de la moda con los cambios de tallas que no están estandarizadas, también supone un consumo compulsivo pero de productos milagrosos que te aseguran perder esos kilos que supuestamente te sobran.

Otra cosa que cambia de un verano al siguiente son los destinos turísticos. Hubo un tiempo en el que estaba de moda ir a República Dominicana siendo un destino de lujo para quien se lo podía permitir, pero con el paso de los años a dejado de tener tanto atractivo turístico y ahora se pueden encontrar viajes con el mismo destino y tiempo de estancia por un precio que no llega a la mitad de lo que costaba hace 4 o 5 años cuando ir a República Dominicana era “el no va más”.

Hay muchos otros aspectos en los que las personas podemos ser víctimas de las modas sobretodo en verano, como por ejemplo: la ropa incómoda. Parece un contrasentido decir que porque algo sea moderno o esté de moda la gente lo vaya a llevar pese a ser una prenda incómoda. Y es que en los últimos años han surgido una serie de prendas que en nuestra opinión son bastante incómodas, pero que como están de moda, la gente los compra y va muy orgullosa de saber disimular lo incómodo que se va con unos tacones de más de 10 centímetros o con el pie completamente plano. En las rebajas, la gente hace un montón de tonterías como por ejemplo: comprarse eso que tiene una que conoce 2 euros más barato para poder presumir delante de sus amigas de lo bien que saben comprar y las ofertas que encuentran. Esta idea no es otra cosa que un consumismo camuflado, porque posiblemente, esa supuesta buena compradora no le dará utilidad a esa prenda y por lo tanto, esos 2 euros que se ha ahorrado con respecto a su amiga, no son nada comparados con el total del precio que se hubiera podido ahorrar si se hubiera parado a pensar en que realmente no necesitaba esos zapatos, o ese bolso o lo que sea que compre y lo que es aún más grave es que en algunas de estas ocasiones eso que han comprado ni siquiera les gusta.

El ejemplo que acabo de poner podría parecer una crítica a la actitud que tienen algunas mujeres en este sentido, pero podemos encontrar ejemplos igual de graves y de absurdos en el sector masculino de la población. Cada vez que una marca conocida de deporte saca unas nuevas deportivas con muelles más grandes o con muelles más pequeños o con burbujas de colores, o con un pez en la suela o con cualquier otra tontería que las diferencie del resto, todos los chicos van como locos a por unas deportivas de esas cuesten lo que cuesten no pararán hasta que sus padres, hartos de oírse las pedir, se las compren. Cuando el chico ya tenga sus deportivas nuevas y se da cuenta de que son exactamente iguales que las que se compró hace dos meses por la mitad de precio y que lo único que las diferencia es el color, podrán sentirse engañados, pero no lo harán porque estarán llevando unas zapatillas caras que son lo último en el mercado.

6. ¿Entonces soy un consumista?

Quizás nadie te lo ha dicho nunca, pero todos los que pertenecemos a esta sociedad de consumo en la que se utiliza la publicidad como uno de los medios más importantes para dar prestigio a un producto, somos consumistas de una manera o de otra, en mayor o menor grado, pero en términos generales, nadie es capaz de escapar hoy por hoy de esa mano invisible de la que hemos hablado que nos hacía comprar cosas que posiblemente no necesitásemos o que no nos gusten tanto como para comprarlas en otra época del año que no sea en rebajas.

Yo soy consumista, mi compañera es consumista, el que lee esto es consumista, el que te vende el pan el sábado por la mañana es consumista, el portero es consumista, tu madre tu padre y tus hermanos también son consumistas, tus amigos y amigas son consumistas, el dueño de una multinacional es consumista, un millonario es consumista y un mendigo también puede ser consumista si en vez de comprarse un bocadillo se compra un cartón de vino que le deje dormido y le haga olvidar el hambre que le da cada noche cuando por culpa la mayoría de las veces de una mala administración de su dinero no tiene una cama en la que meterse a dormir bajo un techo algo más sólido que un trozo de cartón.

7. ¡Calla! ¡Este anuncio me gusta!

Queremos empezar este bloque haciendo una pregunta: ¿te resulta familiar el título del trabajo?. La respuesta seguramente si ves la televisión, será sí. Es parte de un eslogan publicitario que, como todos, tiene como finalidad ser recordado por quienes lo vean. Dado que esto es un trabajo escolar y creemos que no puede tener mayor repercusión para quien nos lo evalúe, hemos decidido añadir algún video del anuncio de Mastercard, que es el producto que anuncia ese eslogan.

Pulse control y haga clic sobre la imagen que aparece a continuación para ver el anuncio completo:



Pulse control y haga clic sobre la imagen que aparece a continuación para ver el anuncio completo:



Al igual que el título de nuestro trabajo nos sugiere un producto vamos a incluir aquí algunos otros ejemplos que nos hagan darnos cuenta de que sí que nos influye la publicidad:

- La Caixa, queremos ser tu banco.
- Nothing is imposible.
- Zurich, because the change happenz.
- Used with caution.
- Sólo con condón, sólo con coco.
- Saab, move your mind.

-Este jamón está de lujo.

8. Bibliografía.

Hacer una bibliografía de este trabajo completa sería casi imposible ya que la mayoría de las cosas que hemos ido comentando son ideas propias contrastadas con las de los adultos más cercanos, es decir, nuestros padres o nuestros abuelos o nuestros tíos y primos mayores.

Además de esos recursos de los que no siempre nos acordamos pero que siempre están dispuestos a ayudarnos, están las explicaciones del profesor de este año y las que a una de las autoras de este trabajo ya le dio el profesor el año pasado.

Por último y porque no ha quedado mas remedio hemos consultado algunos datos como por ejemplo a partir de que porcentaje son rebajas y hasta que porcentaje son descuentos en la Organización de Consumidores y Usuarios(OCU) y también hemos consultado en Google algunos datos acerca de que época era la de mayores ventas.

En general ha sido un trabajo que puede considerarse como bastante personal ya que en todas y cada una de las ideas que hemos reflejado a lo largo del trabajo, teníamos claro que no queríamos dejar de lado nuestras ideas o nuestros principios.