

El consumo: sus inicios

A lo largo de la historia todas las actividades humanas han estado relacionadas con el consumo, aunque unas de manera más intensa que otras.

Durante la Prehistoria el hombre consumía lo necesario para vivir, y todo lo obtenía de la naturaleza. A esto se le llama depredación.

En las primeras civilizaciones se producía para la subsistencia y el autoabastecimiento. La mayoría de los alimentos y otros bienes eran producidos por familias agrarias y ellos mismos los consumían. Esta idea pretende dar a entender que no había un proceso intermedio entre la producción y el consumo, es decir, no había comercio.

Otras civilizaciones más avanzadas, como fenicios, griegos y romanos desarrollaron el comercio, y, por tanto, también el consumo. Aparece la moneda en el siglo VI a.C. El consumo estaba más ligado a las capas altas de la sociedad. Tras la caída del imperio romano el comercio se estanca y el consumo desciende estrepitosamente.

Ya en el siglo XI, gracias al resurgimiento de las ciudades, el comercio y el consumo vuelve a alcanzar su auge. En el siglo XV debido a los nuevos descubrimientos, el comercio, y por tanto, el consumo, incrementan su importancia.

Más tarde, la industrialización dedica al consumo la mayor parte de los productos y servicios, dejando atrás las épocas de autoabastecimiento. La mayor parte de los consumidores eran los miembros de las capas altas de la sociedad, que se habían enriquecido gracias al desarrollo de la industria y al florecimiento del comercio. Estas personas consumían porque entendían que era la mejor manera de diferenciarse de las capas bajas, así apareció lo que es sociólogo T. Veblen denominó consumo ostentoso, que es una forma de consumo que se basa en demostrar que se tiene el suficiente nivel adquisitivo para comprar artículos caros, sin reparar en la utilidad del producto, la necesidad de él o el buen gusto. Lo que verdaderamente se pretende es diferenciarse de los que no pueden permitirse el lujo de comprarlo.

A finales del siglo XIX comienzan a aparecer los orígenes de las primeras organizaciones de consumidores en Europa y EE.UU. En la década de 1920–1930 aparecen las bases de la sociedad de consumo. Los objetivos de la industria eran fomentar tanto la producción como el consumo. Para ello trataron de que los ciudadanos adquieran la necesidad de comprar siempre, que sea consumidor permanentemente y así no parar la producción, es decir, producir necesidades.

Después de la Segunda Guerra Mundial ocurren dos fenómenos que influyeron de manera decisiva sobre el consumo:

- El desarrollo de grandes ciudades, con buenas comunicaciones entre el centro y los barrios periféricos.
- El desarrollo de los sistemas de producción en serie, que abaratan el coste del producto, haciéndolo más asequible para las personas de nivel económico inferior.

De esta manera el consumo deja de ser una característica de las personas con buen nivel económico, extendiéndose de manera progresiva al resto de las clases sociales.

En 1950 aparece el movimiento de defensa y educación de los consumidores, para la protección de éstos

frente al consumo. Ya en 1985 la ONU trata de asegurar la protección del consumidor.

En la actualidad, las sociedades trabajan y producen para satisfacer sus necesidades, lo que hace que el consumo sea parte fundamental de la economía. El consumo hace funcionar el mercado donde coinciden la oferta de los vendedores y a demanda de los compradores. La oferta supera a la demanda en todos los productos, tanto en los de primera necesidad como en los que podemos denominar como superfluos.

Hoy en día, se cree, y en parte es cierto, que la demanda del consumo no se debe al nivel económico de los compradores, sino a su predisposición a comprar.

El crecimiento del consumo: aspectos positivos y negativos

Desde el siglo XVIII los factores que han potenciado el desarrollo del consumo han sido, entre otros, los siguientes:

- La Revolución Industrial.
- El desarrollo de los transportes.
- La producción masificada.
- Los medios de comunicación social.
- La publicidad.
- Facilidades de compra y venta.
- El crecimiento del poder adquisitivo y la economía de bienestar.
- La aplicación de la ciencia.
- La tecnología a la producción y al consumo.

Algunos de los aspectos positivos de este crecimiento son:

- Desarrollo económico.
- Aumento de la producción.
- Amplio desarrollo de las satisfacciones humanas.
- Mejora de las condiciones laborales.
- Aumento de las actividades de ocio.

Algunos de los aspectos que podríamos destacar como negativos son:

- Enorme gasto de energía y materias primas.
- Aumento constante del deterioro del medio ambiente.
- Constantes cambios de productos, modelos y modas.

- Diferenciaciones sociales y económicas entre países y personas.
- Pérdida de la soberanía del consumidor y disminución de la libertad personal.
- Alienación, ansiedad y deseo de posesión.
- Identificación de clase y poder social con la tendencia de bienes y el uso de ciertos servicios.

Aunque indudablemente el consumo tiene aspectos muy positivos, debemos tener en cuenta todas las consecuencias negativas que trae consigo. Viéndolo desde este punto de vista, el consumo (ya podemos hablar de consumismo) es injusto, insolidario y deshumanizador con respecto al resto de la humanidad que no tiene acceso a bienes y servicios básicos. También es injusto con respecto a las generaciones posteriores, que se encontrarán con un medio ambiente insano, castigado, sin recursos. Además, también es deshumanizador con respecto a las personas, porque desvirtúa su identidad, y les sume en un estilo de vida por medio del cual no lograrán la felicidad.

Con respecto al tema de la pobreza, en mi opinión, cuando vemos en la televisión una noticia referente al tema de la pobreza no podemos evitar echar toda la culpa a los gobiernos, y, aunque en parte eso es cierto, también nosotros deberíamos sentirnos culpables de ello, pero de eso no nos damos cuenta, o no nos queremos dar cuenta. Las personas no llegamos a comprender que si el sistema capitalista aún está vigente es porque nosotros lo sostenemos, entre otras cosas, mediante el consumo. De una manera u otra tendremos que acabar por darnos cuenta de ello, y comenzar a tomar soluciones.

Otro tema que se nos presenta es el medio ambiente. Las cosas últimamente se caducan muy pronto, en parte porque las modas cambian constantemente y, aunque no lo parezca, esto está íntimamente ligado al consumismo y a sus efectos sobre el medio ambiente. Los recursos naturales se están agotando y no podemos hacer nada por evitarlo. La capa de ozono, o lo que queda de ella, cada va a menos, debido a la contaminación, a los aerosoles, a los gases que se desprenden de los procesos de producción, etc. Cada día se producen en el mundo millones y millones de residuos que ya no sabemos dónde almacenarlos o qué hacer con ellos. Todo esto, entre otras cosas está deteriorando de manera irreversible el medio ambiente, y parece ser que no hacemos nada por evitarlo. Entre las posibles soluciones, sencillas, que podemos ir adoptando en nuestros hogares están las siguientes:

- Utilizar la calefacción cuando sea necesario, evitar mantenerla encendida sin que haga frío, y, por supuesto, no mantenerla encendida y con las ventanas abiertas.
- Comenzar a reciclar en casa, separando los envases de vidrio, por un lado, los cartones y papel por otro, el plástico por otro, etc.
- Evitar utilizar aerosoles, o productos que dañen la capa de ozono.
- No arrojar basura por las calles, playas, parques, etc.
- Ahorrar agua, no malgastarla, que es un bien muy necesario y bastante escaso.
- Evitar arrojar aceites por los desagües, pues éstos van a parar a los ríos y constituyen una forma de contaminación.

Si la mayoría de las personas cumpliéramos estas sencillas soluciones, podríamos evitar en parte que el medio ambiente quede destruido por completo, pero lo cierto es que se necesitarían soluciones mucho más drásticas para acabar con el problema, aunque el mal que ya está hecho es irreversible.

La escalada del consumo

Los consumidores actuales tienden a comportarse de una manera propia, es decir, el individuo trata de mantener su individualidad frente a la sociedad. Por eso utilizan los productos que consumen como signos de identificación grupal: la ropa, la música, etc., es decir, que las personas se agrupan, no porque sus miembros tengan las mismas ideas políticas o religiosas, por ejemplo, sino porque tienen las mismas pautas de consumo, es decir, frecuentan los mismos lugares, tienen hobbies parecidos, etc. Esto viene a decir que no importa lo que cada cual es, sino lo que tiene.

La escalada del consumo es lo que ha hecho que se pueda hablar de consumismo. El consumismo es una forma de inducción al consumo no necesario de bienes, es decir, es una forma de pensar según la cual lo importante es comprar bienes o servicios sin que se tenga verdadera necesidad de ellos, es el consumo por el consumo.

Esto es lo que sostiene al sistema capitalista, de hecho, es su factor clave sin el cual se vendría abajo sin remedio alguno.

La influencia de la publicidad

La publicidad está íntimamente relacionada con el consumo. Ésta nos transmite un mensaje con el que pretende inculcarnos una idea, que adquiramos un determinado producto o servicio.

La publicidad está presente en todas las facetas de nuestra vida, muchas veces nos resulta agobiante, pero, en cambio, en otras nos parece incluso divertida y, eso sí, nos manipula a su gusto.

¿Qué pasaría si no existiera la publicidad? Esta pregunta es bastante fácil de responder. Nada sería igual. La economía cambiaría su rumbo, los niveles de producción de las empresas se reducirían, puesto que la demanda de esos productos sería mucho más baja.

Hay que diferenciar la publicidad y la propaganda. Cuando la finalidad es económica o comercial se habla de publicidad. Cuando lo que se pretende es propagar ideas, doctrinas, opiniones, etc. Se habla de propaganda. De cualquier modo siempre hay un matiz de propaganda en la publicidad y un matiz de publicidad en la propaganda. La relación entre ambas ya vemos que es muy estrecha.

En un anuncio publicitario se distinguen las siguientes partes principales:

- Una imagen del producto apoyada por otras imágenes que explican alguna de sus características o que pretende convencernos de que compremos el producto.
- Un eslogan y, por supuesto, el nombre del producto.

El objetivo principal de la publicidad es hacer que un producto o servicio nos llame la atención de tal manera que nosotros sintamos la necesidad de comprarlo. Para ello utiliza todo tipo de mecanismos y medios, sobrepasando, la mayoría de las veces, las posibilidades del objeto anunciado.

Radio, periódicos, revistas, vallas publicitarias, etc., y por supuesto la televisión son los encargados de transmitir los mensajes publicitarios. Se dedican enormes cantidades de dinero para hacer y anunciar estos mensajes, así que lo que interesa es que estos causen efecto sobre los ciudadanos, y la mayoría de ellos lo consiguen.

En muchas ocasiones la publicidad anuncia los mensajes cuando se acercan fechas importantes. Por ejemplo en el mes de octubre, a finales, comienzan a inundar las pantallas de televisión, las páginas de las revistas, etc. los anuncios de juguetes, perfumes, cavas, etc. La razón fundamental es que está próxima la Navidad, en la

que la gente se gasta muchísimo dinero en regalos. En verano, se anuncian muchas compañías de viajes, por ejemplo.

Otro tema que hay que tener en cuenta es que en muchas ocasiones la publicidad utiliza y se aprovecha de los niños, tanto para hacer el anuncio como para venderlo, pues éstos influyen de tal manera en sus padres que acaban por comprar el producto por capricho del niño.

Otras veces la publicidad utiliza a la mujer como un objeto de consumo. Y, lo cierto es que la imagen de la mujer vende. Muchos anuncios tienen un contenido profundamente sexista, lo que ha originado que se hayan producido 339 denuncias contra algunos de ellos este año. Seguramente que si salimos a la calle y nos fijamos en una valla publicitaria encontraremos un anuncio en el que se presente a la mujer como un mero objeto sexual. En este último año se han producido unas 15 campañas para que algunos de estos mensajes sean sancionados y retirados del mercado.

Aunque hacer un anuncio parece algo sencillo, en realidad hay que ser muy ingenioso y especulador para crear uno bueno. Todas las partes por las que está formado penetran en nuestro inconsciente haciéndonos comprar el producto, ya que, en muchas ocasiones, no dejamos llevar por estos mensajes y no podemos evitar entrar en un centro comercial y adquirir el producto sin reparar en el precio o en su utilidad.

Muchas personas son adictas al consumo, se estima que tres de cada cien. Son los compradores impulsivos. El perfil: mujer de entre 30 y 50, generalmente casada, con baja autoestima y problemas de pareja y que tienden a creer que su capacidad de compra determina su posición social. Para estas personas la publicidad es un factor clave, pues es una de las principales causas por las que la gente adquiere productos sin los que podrían pasar sin problemas. Los estudios demuestran que las personas que tienden a consumir de esta manera lo hacen para evadirse del mundo circundante, porque tienen problemas, están depresivos o intentan escapar de algo que les angustia. No se dan cuenta de que consumir por consumir no es la manera más inteligente ni adecuada de encontrar la felicidad. Las principales características de estas personas son:

- Son personas muy influenciables, sin personalidad.
- Son poco críticos e ingenuos.
- Tienden a ser obsesivos y caprichosos.
- Carecen de valores morales auténticos.

De todos estos factores y muchos más se aprovecha la publicidad.

Lo cierto es que las personas nos dejamos engañar por los mensajes publicitarios que inundan nuestra vida cotidiana, por las últimas tendencias en moda, etc., y no podemos evitar entrar en un centro comercial y mirar los escaparates llenos de artículos que quedarían muy bien en algún lugar de nuestra casa y comprar aquel trasto que anuncian en televisión que, en realidad no sabemos para qué sirve, pero que da mucho prestigio. El hecho de vivir en grandes ciudades llenas de tiendas influye de manera importante sobre nosotros. Lo que nunca nos planteamos es la utilidad del artículo o su precio, la cuestión es comprarlo, puesto que hará nuestra vida mucho más fácil, o porque hace juego con el edredón de la cama, o porque rellenará el hueco que queda al lado de aquella vajilla de porcelana tan cara que nunca usamos. Las personas somos demasiado vulnerables frente a la publicidad y ésta sabe perfectamente cómo llegar a nuestro inconsciente y hacernos caer en esa red de consumo vicioso, de comprar por comprar, de gastar por gastar.

La defensa y la educación del consumidor

Lo principal en la defensa de los intereses del consumidor es que los productos y servicios destinados a satisfacer las necesidades de los consumidores no sean los causantes de acciones peligrosas que atenten contra la vida de las personas (intoxicaciones, accidentes, enfermedades, etc.).

Los productos deben estar vigilados constantemente por leyes y normas para evitar que esos artículos, sobre todo los alimenticios, supongan un riesgo para los ciudadanos. Las leyes deben ser eficaces y a la vez sancionadoras con las empresas que las quebranten.

Que el consumidor esté totalmente informado sobre el artículo que compra es un requisito fundamental. También es importante que los ciudadanos sean críticos y responsables, en definitiva, que piensen bien acerca de lo que compran.

El consumo de drogas

Podemos definir como droga todas aquellas sustancias que al ser ingeridas por el organismo llegan al sistema nervioso y provocan una serie de alteraciones en la conducta, físicas y psíquicas. Además de esto, estas sustancias provocan dependencia de ellas y el individuo necesita seguir consumiéndolas cada vez en mayor cantidad. También debemos incluir aquí al tabaco y al alcohol, a pesar de que están legalizadas.

El sector de población que está más cerca de caer en las drogas son los jóvenes, y es también el sector más afectado, es decir, el que más las consume.

Lo cierto es que este problema de drogodependencia afecta, sobre todo, a los países desarrollados, a pesar de que proceden, en la mayoría de los casos, de los países subdesarrollados.

Entre las múltiples causas que podrían incitar a una persona a consumir estas sustancias se encuentran las siguientes:

- La educación: una educación demasiado permisiva o, al contrario, demasiado protectora es, en muchos casos, el desencadenante de este grave problema.
- Tener amigos que consumen drogas: es una de las causas por la que muchos jóvenes muy influenciados deciden probar.
- Para alcanzar popularidad: muchos jóvenes consumen sustancias con el fin de ser más conocidos dentro de su grupo, ser más popular, el más atrevido, el que más gusta, etc.
- Como medio de evasión del mundo que les rodea: para tratar de escapar de estados de ánimo angustiosos, depresivos, o situaciones tristes (problemas con los padres, amigos, etc.).
- Por curiosidad: otras personas se arriesgan a probarlas porque, aún sabiendo que son peligrosas, sienten la curiosidad de saber lo que se siente. En este caso, sí que podríamos aplicar el refrán *la curiosidad mató al gato*.

El comercio de estos productos lo regentan, en la mayoría de los casos, las mafias. Por lo tanto, los miles de millones que se obtienen de las ventas de estos productos van a parar a los jefes de las mafias, personas muy poderosas y ricas, que organizan el transporte, las ventas, los precios, etc. de estos productos.

Actualmente hay muchas campañas en contra de las drogas, que intentan que las personas, y sobre todo los jóvenes no entren a consumir drogas, porque éstas son capaces de destruir la vida de las personas y, además, no son el camino a seguir para encontrar la felicidad.

La moda

La moda ha sido uno de los aspectos más importantes a lo largo de la historia, y una de las necesidades básicas.

Pero en la actualidad, ésta se ha convertido en mucho más que una necesidad básica. Ahora la moda es algo muy importante en nuestra sociedad en la que se invierten muchos millones.

Los diseñadores fabrican prendas, muchas veces fuera de lo convencional, que las modelos lucen en los desfiles que se presentan en las grandes ciudades de todo el mundo. Esto atrae a mucho público y es una buena manera de hacer publicidad.

La moda es algo que interesa a casi todo el mundo, sólo hay que fijarse en la gran cantidad de marcas comerciales y tiendas distribuidoras que hay y que ofrecen sus artículos a los consumidores que, en muchos casos, premian más la apariencia externa que los valores morales auténticos de cada persona. Esto quiere decir que la demanda de esos artículos es grande, por eso las marcas y los diseñadores se esfuerzan por crear ropa de todos los estilos, puesto que para gustos, hay prendas.

Como decía Oscar Wilde, *la moda es una forma de fealdad tan horrenda que hay que cambiarla cada seis meses*, y, lo cierto, es que cada poco tiempo aparecen nuevos estilos, nuevas marcas, etc. Ropa de verano, de invierno, de primavera-verano, de otoño-invierno, etc.

Lo cierto es que, hoy en día una buena apariencia física lo condiciona todo. Las personas utilizan ropa y complementos que ayuden a mejorar su apariencia, puesto que es algo que se valora mucho. La gente compra ropa, muchas veces, sin que tenga necesidad de ella.

A mi modo de ver, como ocurre con otros productos, las causas principales por las cuales las personas sienten la necesidad de comprar ropa son:

- Por ir a la moda: a las personas les gusta vestir ropa moderna, las últimas tendencias, etc.
- Por hacer ver que tienen el suficiente nivel adquisitivo como para permitirse llevar ropa cara: a lo que anteriormente denominamos como consumo ostentoso.
- Para sentirse a gusto con uno mismo: hay personas que para sentirse contentas con ellas mismas se compran ropa.
- Para escapar de situaciones angustiosas: hay personas que en estados depresivos les alivia comprar ropa o complementos.
- Por necesidad: hay personas que compran la ropa que necesitan, simplemente porque ésta es una necesidad básica y no podemos vivir sin ella.
- Porque adoran tener mucha ropa: hay personas a las que les encanta la moda y todo lo referente a ese mundo.

Lo que es curioso, y terrible, es que para que nosotros podamos vestir bien, muchas otras personas, sobre todo del Tercer Mundo, son explotadas por las empresas para que fabriquen ropa por un salario mínimo. Hay que tener en cuenta que muchos niños trabajan haciendo nuestros calzados, y aún así, se mueren de hambre, porque no cobran apenas nada. Debemos tener en cuenta eso y plantearnos esa cuestión, puesto que aquí, los únicos culpables no son los gobiernos, como ya se ha dicho anteriormente.