



## **¿Es el consumismo una forma de control social?**

En este ensayo se busca responder a la pregunta “¿Es el consumismo una forma de control social?” a través de un análisis concreto que incluye cuestiones como el efecto de la publicidad en las personas, las influencias de la sociedad sobre el individuo y el mal uso del dinero a la hora de consumir, llegando a la conclusión de que, con los nuevos cambios sociales y tecnológicos, ha ido cambiando nuestra forma de pensar y nos hemos ido convirtiendo cada vez más en esclavos del consumo. Para ello se referencian autores como Aldoux Huxley y Zygmunt Bauman, quienes en sus obras examinan a la sociedad del consumo y sus ideales.

Disciplina: Filosofía

Nivel A

Julieta De Luca

Fecha de entrega: 17/08/18

## ¿Es el consumismo una forma de control social?

Una pregunta importante para comenzar a conocer sobre el tema es: ¿qué significa vivir en la sociedad del consumo? Este famoso término comenzó a usarse en la década de 1920 con la emersión de los “felices años veinte” o “los años locos” en Estados Unidos. Éste fue un corto período de prosperidad económica en el mundo capitalista que tuvo un final abrupto con el crack de la bolsa de Nueva York en 1929. Sin embargo, el modelo del consumismo se mantuvo, aunque más tenue, hasta que retomó intensidad en la segunda mitad del siglo con la Tercera Revolución Industrial, una revolución basada en las nuevas tecnologías y su gran aporte en la comunicación y la información. Gracias a estos inmensos avances en el área comunicativa, las empresas pusieron el foco de atención en comercializar y publicitar sus bienes, ahora producidos en masa debido a la popularización del sistema de producción que creó Frederick Taylor en 1911. Así nació entonces la sociedad del consumo, una sociedad regida por la compra y la posesión de bienes innecesarios, alimentada por la esperanza de encontrar felicidad en ello. La noción de que muchas personas viven sumergidas en el consumismo sin siquiera saberlo es alarmante y da mucho que pensar sobre el origen de su propagación; pareciera que incluso pueda haber sido planeado tiempo atrás con el objetivo de condicionar una determinada manera de actuar en la mayor cantidad de gente posible. Dicho esto, ¿podría quizás este sistema ser una forma de control masiva, llevada a cabo por las industrias para mantenernos al margen de los verdaderos problemas sociales e incapaces de crítica social? Hay quienes afirman que sí, que vivimos en una sociedad sometida al poder de las empresas y la industria del entretenimiento. Rafael Riva, en una introducción a la célebre obra de Aldous Huxley, “Un mundo feliz” (1932), sintetiza que el autor demuestra cómo una dictadura perfecta tendría la apariencia de una democracia, pero sería básicamente “una prisión sin muros en la que los presos ni siquiera soñarían con escapar. Sería esencialmente un sistema de esclavitud en el que, gracias al consumo y al entretenimiento, los esclavos amarían su servidumbre.” (Huxley, 2014, p. 5). Al describir la sociedad “feliz” como un “sistema de esclavitud” da a entender que los individuos que forman parte de esta sociedad no son más que marionetas manipuladas por las grandes empresas con la finalidad de enriquecer el sistema capitalista.

La imagen que plantea Huxley no es difícil de proyectar si tenemos en cuenta los grandes esfuerzos que ha hecho en el pasado el gobierno estadounidense para inducir una buena imagen del capitalismo en sus ciudadanos. Es posible que dentro de estos numerosos intentos de instigación

se halle la disposición de implementar un plan de dominio psicológico casi global como podría ser el consumismo moderno. Las manifestaciones de este sistema maquiavélico se hacen presentes en el día a día de cualquier individuo. Sería acertado decir que consumimos primordialmente con el propósito de satisfacer una necesidad, pero aun así, ¿cuántas de las cosas que consumimos necesitamos en verdad? No es tan fácil contestar esta pregunta, para ello es preciso conocer nuestras necesidades básicas individuales, tanto físicas como psicológicas. Debemos preguntarnos también si aquello que estamos consumiendo puede ser sustituido o incluso suprimido de nuestra vida diaria. Una de las razones por las que consumimos cosas que no necesitamos es la desmesurada cantidad de publicidad que nos invade constantemente, día tras día. No solo en la televisión, la radio y el internet, la publicidad se encuentra en aspectos agigantados en las vías públicas, los centros comerciales, eventos deportivos y sociales, revistas y periódicos. Esto representa un problema importante para nuestra salud mental ya que estamos siendo constantemente bombardeados con información publicitaria que, en cantidades considerables, puede llegar a saturar nuestro pensamiento y coaccionarnos a consumir el producto que se está anunciando. Por si esto fuera poco, el consumo también se ha convertido en una especie de norma social que hay que cumplir si no se quiere ser excluido de una comunidad o de un determinado evento. Por ejemplo, a la hora de elegir un dispositivo tecnológico como sería un teléfono celular, alguien podría sentirse presionado por su entorno social y como consecuencia compraría el último teléfono o el más caro para no desentonar con su grupo de amigos. Asimismo cuando somos invitados a una fiesta de etiqueta lo más apropiado sería comprar o alquilar un conjunto selecto y costoso para ajustarse a la ocasión. De esta manera estaríamos siendo influenciados a consumir productos que no necesitamos con tal de encajar en la sociedad. Teniendo todo esto en cuenta, no es insensato plantear que el deseo de consumir se propaga como un virus que alcanza a la gran mayoría de la población, llegando a pasar a veces desapercibido debido a los efectos ofusadores que causa en la misma. Habría que preguntarse entonces si este virus nació de forma natural y espontánea o si por el contrario fue creado intencionalmente en un “laboratorio”.

Otra razón que puede conducir a pensar que somos esclavos del consumismo es el intenso deseo de enriquecerse que existe en la sociedad trabajadora. Dado que cualquier acto de consumo no sería posible sin la posesión de capital, el dinero ha dejado de ser un medio de intercambio para convertirse en una necesidad hace ya muchos años. Tanto es así que se ha vuelto casi imposible vivir en sociedad sin tener bienes, por lo que el consumo se ha vuelto una dependencia y el dinero su benefactor. El consumismo ha cambiado a algunas personas hasta el punto de ser capaces de

abandonar sus valores con tal de obtener un pago. Incluso al momento de elegir una carrera o una profesión, la posible ganancia que la misma generaría es un factor importante o peor aún, lo único que se tiene en cuenta. Mucha gente decide ejercer una profesión que no le satisface por el simple hecho de que le pagarán más que si trabaja en algo que de verdad le complace. Esto genera una situación lamentable en la que el individuo depende de un sueldo para ser pleno, lo cual lleva a un estado de ausencia de sentido interno que está presente en una parte considerable de la población trabajadora. Y ¿qué hacen estas personas para contraponerse a ese sentimiento de insignificancia? Consumen. Es decir, que el dinero que tanto se esforzaron para conseguir lo gastan en algo que seguramente no necesitan pero que les trae la satisfacción que buscan para olvidarse temporalmente del vacío que les genera su vida. A fin de cuentas, estas personas que acaban en una especie de círculo vicioso son las que más alimentan al capitalismo y por ende son las más útiles para el mejor funcionamiento del sistema. Ésta puede ser una gran razón por la que las industrias se empeñan en difundir la ambición de enriquecerse económicamente ya que además de suponer un beneficio para el capitalismo, esta forma de vida les sirve para mantener bajo control a una gran porción de la población. Esta idea se puede reforzar con el siguiente ejemplo: una persona que trabaja de lunes a viernes sin disfrutar de lo que hace, ve el trabajo como un castigo necesario y se pasa el día entero deseando que llegue el fin de semana para poder descansar. De esta manera la persona se mantiene ocupada sin pensar en otra cosa que en el tiempo libre que le espera y no se cuestiona por qué su vida tiene que ser así. Aún así, esto último no es ley para todos. La idea de que podríamos estar siendo manipulados para consumir de forma masiva no es tan reciente; ya muchas personas se han manifestado por esta razón en varios ámbitos tales como la música, el arte, la literatura, la prensa o la política. Un ejemplo claro se muestra en la película "Fight Club" del director David Fincher (1999), en una escena en la cual el personaje Tyler Durden dice: "La publicidad nos hace desear coches y ropas, tenemos empleos que odiamos para comprar basura que no necesitamos". En esta frase se alude a los efectos que causa la publicidad en la mente humana y se critica cómo ésta lleva a la sociedad por un camino desviado del verdadero sentido de la vida.

No obstante, hay quienes creen que el consumismo no nos somete sino que nos hace más libres al poder elegir lo que consumimos. Pero, ¿somos libres por seleccionar la marca o el producto que queremos? ¿O esa variedad limitada de bienes nos hace todavía más esclavos de la sociedad del consumo? Lo que se deduce como primera impresión es que, a más productos en el mercado, mayor es nuestra libertad de elección. Sin embargo, algunos autores, como Z. Bauman o Adela Cortina, afirman que mientras más opciones existan para elegir, más insatisfechos vamos a resultar

con el producto que elijamos porque son más las opciones que rechazamos y nos quedamos con la duda de si elegimos la mejor opción o tendríamos que haber optado por otra. Usualmente terminamos consumiendo más productos como forma de erradicar esa insatisfacción y de esta forma se va generando un ciclo del cual es muy difícil salir. A pesar de intentarlo, nunca vamos a estar satisfechos porque nunca vamos a poder comprarlo todo ya que siempre querremos más. Este ciclo es el que nos hace depender del consumo y por lo tanto nos quita la libertad. Además está el problema de la publicidad que, como mencioné anteriormente, afecta nuestra manera de pensar y nos coacciona al momento de decidir. El hecho de que nuestras decisiones sean manipuladas dejando de pertenecer por completo a nosotros nos hace menos libres. ¿Por qué? Porque la libertad se define como la capacidad de decidir por uno mismo y mientras no sepamos decidir de manera autónoma no seremos completamente libres.

Está claro que el consumismo es un fenómeno global que nos afecta a todos, y por eso es importante preguntarse por qué esto sucede de esta forma y qué nos condicionó a vivir así. Hemos visto cómo no necesitamos todo lo que compramos y que esto pasa fundamentalmente por la exposición a la publicidad y la presión social, además de deducir que el querer enriquecerse conduce a las personas a consumir en ciclo y las hace dependientes de este consumo. A pesar de esto, también hay gente que cree que cuando consumimos somos libres y no estamos sometidos porque tenemos posibilidad de elección, creencia que puede ser rechazada si se analiza de forma correcta el concepto de libertad. Basándome en todo esto, he podido responder a la pregunta principal de manera afirmativa. Debido a que consumir no es un acto completamente voluntario al ser en muchos casos un comportamiento inducido, se puede deducir que ésta es la más moderna y eficaz forma de control social global. Ahora sólo queda preguntarse cuál es el propósito de este control y si algún día llegará a su fin.

## BIBLIOGRAFÍA

Bauman, Zygmunt. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Huxley, Aldoux. (2014). *Un mundo feliz*. México: Ediciones SNTI.

Carrasco Rosa, Ana. (2007). *La sociedad de consumo: origen y características*. Jaén: disponible en <http://www.eumed.net/ce/2007a/acr.htm>

Jiménez Gómez, Isidro. (2013). *La ilusión de la libertad de elección*. España: disponible en [https://www.google.com.uy/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://eprints.ucm.es/44011/1/La\\_ilusion\\_de\\_la\\_libertad\\_de\\_eleccion.pdf&ved=2ahUKEwjp8evp2-3cAhWExFkKHfluBioQFjACegQIARAB&usg=AOvVaw2vRIuz6moBdunKA2RK5Y7K](https://www.google.com.uy/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://eprints.ucm.es/44011/1/La_ilusion_de_la_libertad_de_eleccion.pdf&ved=2ahUKEwjp8evp2-3cAhWExFkKHfluBioQFjACegQIARAB&usg=AOvVaw2vRIuz6moBdunKA2RK5Y7K)

Pérez, Juan. (2013). *La sociedad de consumo: vivir es consumir*. España: disponible en <https://elordenmundial.com/sociedad-de-consumo/>

Ramos, Ana belén. (2018). *La insatisfacción crónica del consumismo: ¿por qué no nos cansamos de comprar?* Madrid: disponible en <http://www.elmundo.es/economia/ahorro-y-consumo/2018/07/25/5b51e7a3e5fdea37748b4623.html>