

Un concepto sociológico del consumo

Hasta ahora son muchos los autores que han estudiado el fenómeno del consumo pero pocos los que han tratado de explicarlo de una manera global. Este fenómeno entiendo que es difícil de explicar porque aunque parece que el acto de consumir es sencillo, lleva aparejado multitud de aspectos en constante evolución. Un ejemplo de esto último sería que no es lo mismo estudiar el consumo que tenía lugar hace apenas un siglo donde los medios de comunicación eran locales y por tanto solo tenían repercusión en pequeños radios de población; por el contrario, actualmente los avances técnicos propician que un acto celebrado en Nueva York pueda tener repercusión mundial, ya sea respecto a un tema comercial, cultural, político, etc.

Estoy de acuerdo con las teorías que defienden que en el acto de consumir hay que tener en cuenta la economía, la cultura, aspectos formales y sustantivos, pero desde mi punto de vista el primero de ellos es el factor clave que arrastra al resto porque sin la finalidad de obtener un mayor beneficio por parte de las empresas y un mayor crecimiento por parte del Estado, no se habría creado el entorno en torno al cual gira el consumo actualmente.

Es destacable como se ha llegado al extremo novedoso donde la gente ya puede cubrir sus necesidades básicas con relativa facilidad y pueden elegir una serie de aspectos que no hace mucho tiempo era impensable. Esta evolución tiene como consecuencia la aparición de otra serie de necesidades que conducen a la construcción de una identidad con la que una persona se identifique plenamente en todos los aspectos de la vida, desde el estilo de ropa, valores o trabajo... que es lo que se correspondería en la pirámide de Maslow con la autorrealización. Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente, el sistema actual induce al consumismo en unas ocasiones de manera totalmente obligada porque está en juego la supervivencia de una empresa por no tener el último software por ejemplo, pero en la mayoría de una forma indirecta como puede ser quedar excluido de un grupo por no tener los bienes acordes o no actuar de una manera adecuada en un entorno determinado.

Si bien, el fin económico de las empresas es el que propició la aparición de la actual situación, ahora se sustenta gracias a la sociedad en su conjunto a través de un proceso de retroalimentación en el que las personas a través de sus nuevas necesidades y deseos incitan a las empresas a que busquen la solución más eficiente buscando éstas a su vez el máximo beneficio.