

¿Cuanto más consumo más feliz soy?

Detrás de la frase *<cuanto más consumo más feliz soy>* se encuentra una terrible realidad, que enfrentan los tiempos de nuestra actualidad: el consumo de bienes y servicios de una sociedad que no se sacia con nada y que ha hecho de la fe y la esperanza algo superficial.

El consumismo -aún en tiempos de crisis económica- se presenta como una receta idónea para la felicidad del hombre, gracias a la publicidad y a la mercadotecnia el aumento de necesidades para los individuos esta a la alta.

Al fondo de la palabra, que proviene del latín *consumere* se encuentra su traducción: gastar o destruir. Las estructuras sociales bajo la tendencia innovadora ahora se concentran más en la compra masiva de recursos, objetos, prendas, accesorios que muchas veces son obsoletos y que después de la compra éstas no encuentran su felicidad. El hecho de acumular objetos materiales no se refleja en las emociones de los hombres, al contrario la ansiedad que se experimenta mediante la compra acarrea una enorme frustración.

¿El consumismo como pecado social?

La Iglesia Católica y la Doctrina Social de la Iglesia se ha concentrado en el

tema de consumismo como uno de los enclaves con mayor preocupación, dado que existe un excesivo abuso de la compras para suplantarlas por los estados de ánimo y las emociones, además de la existencia de necesidades artificiales creadas para el hombre, una vez que el hombre ha intercambiado usos comerciales y objetos materiales, quedan necesidades que la Iglesia Católica le preocupan, como la angustia, la necesidad de interioridad, los modos de concentración y de oración, que son olvidados por el consumismo desmedido que se vive dentro las sociedades actuales.



El consumismo se da en las sociedades desarrolladas y altamente ricas, lo que lo viene a marcar como una consecuencia para el pecado social que contribuye a la brecha entre los ricos y los pobres, y a la riqueza excesiva donde se acumulan productos.

Las personas mueren por falta de alimento, mientras que otras consumen y desechan los alimentos como algo superficial e innecesario.

Entre el deseo y el placer de tener, y gozar del consumismo, se está contribuyendo a que la sociedad misma se divida en esos dos sectores que la daña: la pobreza y la riqueza.

Los pecados sociales son aquellos comportamientos colectivos, donde el pecado personal viene a repercutir en los demás; un pecado social es la acumulación de muchos pecados

personales, y en aras del consumismo se encuentran aquellos pecados personales como la acumulación innecesaria, la insatisfacción personal para con la vida, aquello que atenta contra del bien común, el reemplazo de lo espiritual por lo material, las circunstancias del exceso de consumo que atentan e incitan al pecado, provocando una tentación.

El consumismo como filosofía de vida

Si la publicidad y la mercadotecnia trabajaran con ética, y respetaran la vida y no las denominada formas o estilos de vida nuevos, el resultado sería otro.

¿En verdad sé es más feliz adquiriendo nuevos productos todos los días?, ¿es cierto qué adoptar el consumismo como filosofía de vida aporta sentimientos de optimismo?

Por lo regular la publicidad y la mercadotecnia trabajan con contravalores para aumentar el consumismo, como la envidia, status social y codicia.

Se requiere de un verdadero compromiso y de una exigente responsabilidad social para combatir la sociedad de consumo, donde los valores se pierden por objetos materiales. El consumismo como filosofía de vida lo único que le ofrece al hombre es una felicidad efímera. Comprar por comprar no constituye una verdadera filosofía de vida, donde se acarrean frustraciones, competencias, desilusiones, banalidades.

El mundo requiere de valores cristianos

Para combatir el consumismo el mundo requiere de la construcción de valores cristianos, sostenidos en la fe, para producir esperanza y caridad, y con ello lograr entereza para encontrar la felicidad.

Los valores cristianos realmente constituyen al cristiano, la necesidad de un mundo con más cualidades que hablen de humildad son urgentes para combatir los estilos de vida que presentan las formas de comunicación.

Los valores cristianos no son en esencia diferentes de los valores humanos. Lo que los diferencia es su origen (la acción de Dios en el hombre por la gracia y la revelación cristiana) y su fin (la comunión eterna con Dios y los demás en el cielo).

Una sociedad cimentada en valores cristianos y humanos será una sociedad más consciente de la búsqueda de la felicidad, y con ello se podrá combatir el consumo como forma



para ser feliz.

Es importante que el individuo recuerde que la felicidad no se puede comprar, las sociedades ricas, presas del consumismo, son las que, estadísticamente, registran mayores casos de depresión, alcoholismo, crimen, ansiedad, obesidad y suicidios.

El mundo requiere de menos consumo y más valores, de encuentros y menos desencuentros, el mundo busca más a Dios que al materialismo, la felicidad no es cosa de objetos, sino de sujetos.

Por: María Velázquez Dorantes \ mvdorantes@yahoo.com.mx