

LA IGLESIA Y LA CULTURA CONSUMISMO

Cristóbal Correa, Región Sudamérica

El interés por conocer sobre una realidad transversal a todas las sociedades, como el consumismo, no sólo parte de tener una conciencia informada del tema, sino de cómo esta información nos desafía a plantear respuestas bíblicas, que ayuden a las personas, en especial cristianos, a tener una calidad de vida personal, familiar y por supuesto en interrelación con las demás personas y con Dios.

De acuerdo a la experiencia pastoral, uno de los principales problemas presentados por la familia, se origina en el tema del manejo económico que se tiene, repercutiendo en las relaciones de la pareja conyugal, los hijos y a la vez en sus relaciones sociales con el entorno en los que participa. Puesto que este tema, se da desde una perspectiva social, damos por entendido que las relaciones espirituales, también se ven afectadas evidenciándose en el testimonio de vida de los cristianos. Por otro lado, si queremos investigar más a profundidad, el tema no sólo se origina en el manejo financiero, sino que a criterio personal, se origina en las motivaciones que salen del corazón del hombre y la mujer, para decidir qué hacer con ello.

Sea que miremos el consumismo, desde diferentes posiciones negativas o positivas, es válida la pregunta ¿Qué y para qué consumimos? Por ello analizaremos el consumismo, sus efectos y consecuencias, en un contexto peruano, con algunos matices latinoamericanos en especial las consecuencias visibles que afectan a la sociedad.

Tres meses atrás, hemos visto en nuestra iglesia un problema constante, que afecta las relaciones en las familias y su vida espiritual: las deudas bancarias, por los cuales muchos viven trabajando intensamente para pagarlas sufriendo consecuencias inevitables en el rompimiento de sus relaciones familiares.

Por eso hemos decidido hacer frente a este problema: Los deudores de la iglesia, han pedido perdón a Dios, por tomar decisiones guiadas por la emoción, mas no con sabiduría espiritual. Han comprendido que necesitan de Dios para pagar esas deudas y han hecho un compromiso. En realidad toda la iglesia se ha comprometido a: terminar de pagar sus deudas este año, deshacerse de sus tarjetas de crédito y no volver a pedir prestado.

Tal vez muchos discrepen con la idea de deshacerse de la tarjeta de crédito, porque la tendencia es a usarla más, sin embargo, no debemos descartar que la realidad de Perú constituye

un escenario diferente al de muchos otros países. Si es posible y resulta la idea de deshacerse de una tarjeta de crédito, porque eso va a ayudar, entonces está bien.

UN POCO DEL ORIGEN

Desde que el hombre vive en comunidad se ha visto en la necesidad de adquirir o intercambiar productos, para asegurar su subsistencia. Así que la humanidad, teniendo necesidad de consumo, consistente en adquirir, tener y usar distintos bienes, materiales e inmateriales, ha venido construyendo relaciones sociales recreando así su forma y estilo de vida, hasta crear su propia cultura.

En cuanto al contexto histórico; el consumismo inicia su desarrollo y crecimiento a lo largo del Siglo XX. Para Jeremy Rifkin en la década de 1920 se produjo una sobreproducción en Estados Unidos -motivada por un aumento de la productividad y una bajada de la demanda (economía) por la existencia de un alto número de desempleados debido a los cambios tecnológicos- que encontró en el marketing (mercadotecnia y publicidad) la herramienta para incrementar, dirigir y controlar el consumo.¹

Nos encontramos ahora, en una etapa de la historia de la sociedad, caracterizada por un mercado muy fragmentado y variable, donde no todo el mundo quiere consumir el mismo producto o diseño de temporada, aunque la oferta es tan variada y como nunca antes para todos los gustos. Aunque esto no signifique, que la sociedad sepa lo que quiere realmente, porque sus necesidades básicas son relativas.

Por eso que a medida que el individuo se desarrolla, a estas necesidades básicas se les suman nuevas necesidades de origen social. Todo esto implica en el individuo, una nueva necesidad de consumir, esta vez alejada de la necesidad original de satisfacción de las necesidades básicas. Por ello es importante distinguir entre consumo y consumismo. Al respecto Zygmunt afirma:

Una breve distinción entre consumo y consumismo: el consumo es un proceso inalienable y no planificado de la vida social, una función imprescindible de la vida biológica que no se encuentra atado ni a la historia ni a la época. La función central del consumo es el vínculo y la transacción de las relaciones humanas, expresadas por ciclos de producción, almacenamiento, distribución y excreción. Por el contrario el consumismo debe comprenderse como un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los

¹ Jeremy Rifkin, 1994. El fin del trabajo. Paidós, 2008. Pág. 71 y ss

deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere neutrales respecto al sistema) en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano.²

En otras palabras el consumismo es la introducción al consumo no necesario que lleva a la compra de productos no necesarios y rápidamente sustituibles por otros, igualmente innecesarios y poco perdurables. Es decir que, podríamos vivir sin ellas. Pero hay una ola desmedida de consumir por consumir, estamos entrando a una era de vivir para consumir, en lugar de consumir para vivir.

MOTIVACIONES E INFLUENCIAS DEL CONSUMISMO

El consumismo se ve incentivado principalmente por:

A. La publicidad.

Que influye en el público para gastar innecesariamente. Un estudio de IAB Latam sostiene que, en América Latina, sólo en medios digitales, la inversión publicitaria fue de US\$1.609 millones en 2012. Se prevé que más personas usarán Internet en próximos años.³ En cuanto al concepto de publicidad, según Gurrea:

La publicidad es la comunicación de un mensaje destinado a influenciar la conducta de los compradores de productos o servicios, divulgados por un medio pagado y emitido con fines comerciales. También se propone crear un deseo de adquirir algo, que deberá materializarse lo antes posible en compra.⁴⁴

Podríamos preguntarnos cuántos de nosotros de pronto hemos comprado un producto, influenciado por un mensaje en internet o de pronto en la televisión. Más allá de lo valioso que podría ser el producto, la publicidad influye antes de adquirir lo que decidimos comprar.

B. La predisposición de usar y desechar muchos productos,

A diferencia de las generaciones pasadas, la durabilidad de un producto, eran importantes cuando había que adquirirlo; sin embargo en una sociedad consumista, existen de preferencia otros factores: como el estar a la moda, “está en oferta”, “puedo pagarlo con mi tarjeta”, “me

² Zygmunt Bauman, 2007. Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica. pág. 4

³ <http://elcomercio.pe/economia/1579275/noticia-publicidad-medios-digitales-america-latina-esta-expansion>

⁴ Gurrea Saavedra, Álvaro, 1998. Introducción a la Publicidad. Pág. 20-21

hace la vida fácil y práctica”, y otros factores que ayuden a satisfacer los deseos temporales de las personas.

Por eso muchas de las cosas que se adquieren se vuelven descartables en poco tiempo aún cuando no ha terminado su periodo de uso, peor aún, cuando no ha logrado ni siquiera satisfacer los deseos de la persona. Estamos en una cultura que desecha rápido las cosas. Obviamente también depende de la situación y óptica de cómo lo mires. Por ejemplo comprar vasos y platos descartables para una fiesta, no se compara con productos como la ropa o equipos celulares, que son más costosos y que son objetos de endeudamiento.

C. La baja calidad de algunos productos,

Que conllevan un período de vida relativamente bajo, los cuales son atractivos por su bajo costo, pero a largo plazo salen más caros y son más dañinos para el medio ambiente. Esta es una característica del sistema capitalista, que usa para competir en el mercado. Sin embargo estos pueden traer efectos dañinos sobre la salud de las personas. Por ejemplo los cosméticos de baja calidad, bebidas, alimentos o productos farmacéuticos. Los juguetes y equipos eléctricos también pasan por esta situación.

Económicamente, también se puede salir doblemente afectado, si por adquirir estos productos de baja calidad, y no se tiene el dinero suficiente, se opta por comprar con dinero plástico, pagando intereses, casi siempre siendo la suma mayor que el costo de un producto de buena calidad.

D. La cultura y la presión social.

Como vimos al inicio, la cultura se recrea constantemente a partir del intercambio de relaciones sociales en parte motivadas por el consumo. Pero ello también motiva una constante presión social a través de las modas, que busca estandarizar modelos, mediante la creación de necesidades. También la moda está motivada por un problema de auto valoración ya que la moda alimenta el ansia de distinguirse y destacarse sobre la masa, salirse de ella para ser admirado y envidiado.

*E. Algunas patologías son propias de las personas consumistas **como obesidad o depresión** que nos hacen creer más fácilmente en la publicidad engañosa, creyendo con esto que podemos*

resolver nuestro problema consumiendo indiscriminadamente. El portal del Centro de Psicología López de Fez afirma que:

Se consideran adictos a las compras aquellas personas que: no controlan su impulso de comprar algo, entran en un centro comercial y experimentan una subida de adrenalina que les hace perder el control, adquieren artículos innecesarios, gastan más de lo previsto y, después de comprar, tienen sentimientos de culpa o vergüenza. Viven las compras con un alto nivel de estrés y no son capaces de disfrutarlas.”⁵.

Es decir que más allá de que la persona necesite el producto, en realidad es que siente placer comprar cualquier cosa, sin pensar que es prioritario y necesario en su vida real.

CONSECUENCIAS

A. *Daño sobre el equilibrio ecológico*

Existen muchos problemas relacionados con el excesivo consumo de recursos naturales que se hace a nivel mundial, así como el que los procesos de producción en su gran mayoría, generan contaminación.

Según el portal de la organización de las Naciones Unidas, “La vice secretaria general de la ONU, Asha-Rose Migiro, afirmó que el desarrollo urbano, la industrialización y el crecimiento económico han aumentado de manera alarmante la generación de desechos,

Debemos movernos de una sociedad que todo lo desecha a una que abrace la reducción de basura, la reutilización y el reciclaje. Necesitamos más investigación y un intercambio más efectivo de la información sobre las tecnologías para el manejo de desechos entre los países en desarrollo”⁶

Por otro lado cifras del **Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente** (PNUMA), indican que la basura genera entre 3% y 5% de las emisiones de gases de efecto invernadero atribuibles al ser humano, lo que equivale a lo que producen la aviación y la navegación.⁷

Lo cual nos indica que es urgente la aplicación de medidas adecuadas y obligatorias que ayuden en la disminución y descontaminación del medio ambiente ya que esta alarmante

⁵ <http://www.mundopsicologos.com/psicologos-centro-de-psicologia-lopez-de-fez-vpsicologo-13530.html>

⁶ <http://www.un.org/spanish/News/story.asp?newsID=18324#.UbxEWecz3-Y>

⁷ <http://mexico.cnn.com/planetacnn/2010/12/03/la-onu-busca-un-mejor-manejo-de-la-basura-para-frenar-el-cambio-climatico>

situación, pone a la actual generación, como responsable de la herencia que vamos a dejar a las generaciones futuras.

B. Economía Regional:

La preferencia de productos innecesarios producidos en otra región ayuda a desequilibrar la balanza comercial entre las regiones. Si un productor local no logra vender su producción, entonces no tendrá para comprar, por lo tanto habrá quienes no logren vender, etc.

Es el ciclo económico, que se desarrolla gracias al intercambio de productos o servicios que a su vez ayudan a dinamizar el mercado local. Mientras el consumo local se hace fuerte, la economía local se desarrolla en beneficio de la propia región.

C. Social:

El consumismo excesivo y sin medida es causa de desigualdades socioeconómicas que son cada vez más agudas. Según la ONU muere de hambre diariamente 70.000 personas en el mundo y 828 millones están desnutridas de forma grave y permanente (FAO).⁸ Las consecuencias directas e indirectas son muchas: pobreza, hambre, movimientos migratorios, refugiados, desempleo, aumento incontrolado de la economía sumergida, deterioro medioambiental, etc.

Las grandes empresas multinacionales elaboran y controlan los mercados de la mayoría de los productos que compramos aquí y con sus políticas ahondan aún más el abismo existente entre ricos y pobres. En la búsqueda a toda costa del crecimiento y el máximo beneficio económico desde la perspectiva del capital, la defensa de los Derechos Humanos y del medio ambiente son distorsiones del mercado y, en consecuencia, ha de ser reducida y reprimida.

D. Familiar:

⁸ <http://www.consumer.es/web/es/solidaridad/2005/10/15/146185.php>

Al caer en el consumismo, aumentamos nuestros gastos de forma innecesaria, privando a la familia de obtener lo realmente necesario. Hay muchas familias que viven endeudadas por muchos años, sin poder pagar las deudas, afectando esto a los miembros de la propia familia.

E. Personal:

Es posible que después de tomar malas decisiones en las compras, se pueda sufrir depresión o frustración, ya que la persona no es consciente totalmente de las compras que está haciendo. De la Gándara, 1996, afirma que:

Los principales rasgos de la conducta anómala son: que se compra por comprar, que las compras son excesivas, que los objetos adquiridos son innecesarios y que el sujeto es consciente de ello, pero no puede refrenar el impulso. Puede llegar a pasar por un centro comercial y sufrir un síndrome de abstinencia, es decir, un estado de nerviosismo que sólo se calma cuando entra a comprar”⁹

ALARMAS QUE NOS INDICAN PELIGRO

No necesariamente una persona puede ser consciente de que camina tras el consumismo. Lo que al comienzo, significó un problema, ahora es un hábito. Entonces ¿cómo entender o darse cuenta que puede ser consumista? Un portal especializado nos describe las cinco faltas más comunes y recurrentes que constituyen una alarma en la economía familiar:

1. Pide prestado con frecuencia.
2. Compras compulsivas.
3. Retiro de dinero que no es suyo.
4. Prioridades ilógicas.
5. No ahorra.¹⁰

De acuerdo a este perfil, podemos encontrar otros síntomas, derivados de estos como el uso de la mentira, irritabilidad, malestar, depresión, ansiedad, aislamiento de amigos y familiares, entre otros que van a afectar no sólo su propia vida sino de su familia. Lo importante aquí es encontrar una estrategia que ayude a la persona a encontrar un equilibrio de intentar disfrutar lo que se tiene sin intereses externos que lo motiven¹¹.

ES POSIBLE REDUCIR O EVITAR EL CONSUMISMO

⁹ De la Gandara, J. 1996. Comprar por comprar. Cauce Editorial

¹⁰ www.solucionesmkt.com

¹¹ <http://salud.uncomo.com/articulo/como-detectar-a-un-adicto-de-las-compras-3010.html>

Aunque el problema del consumismo es de un orden psicológico y espiritual, más que de fórmulas externas; podemos resaltar algunas sugerencias de hábitos de conducta, que ayudados por una buena disciplina es posible reducir y evitar ser un consumista.

El director de la Escuela de Postgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Manuel Chu, resalta:

La necesidad de conocer sus prioridades de gasto para no caer en problemas económicos, el gasto más importante de una persona está relacionada con la vivienda y la alimentación. Un segundo punto que se debe priorizar, según el experto, es la salud y la educación de todos los miembros del hogar. Lo último a lo que se le debe brindar importancia es a la diversión y a la vanidad.¹²

Sin embargo, también existen otros factores importantes, que debemos analizar con “cabeza fría” a la hora de elegir un producto, como por ejemplo:

- Evaluar el impacto en la economía personal, en la salud y en el medio ambiente.
- Analizar si necesitamos el producto realmente o es que sólo lo queremos porque está de moda.
- Si el adquirir el producto implica sacar un crédito fácil que luego pagaremos mucho más.

Otro portal de internet analiza otros aspectos a tener en cuenta, para evitar una crisis económica:

1. Gastar más de lo que se gana. El síntoma más claro es cuando convertimos a las tarjetas y los créditos en una engañosa extensión del efectivo.
2. Mezclar la cuenta de ahorros con la cuenta del sueldo. Debe separar el dinero que va a destinar al ahorro en una cuenta diferente a la que usa para el pago frecuente de sus necesidades diarias.
3. Confundir el concepto de riqueza. Si su concepto de riqueza está basado en gasto y no en la sostenibilidad, pone en riesgo su economía y la de su familia.
4. Pagar una deuda adquiriendo otra. Esto crea un efecto “bola de nieve” en nuestras finanzas y solo provocaremos que nuestras deudas crezcan sin control.
5. No priorizar los gastos. No todo se puede cubrir al mismo tiempo. Revise sus objetivos y prioridades. Según su importancia y urgencia, clasifique sus obligaciones financieras.¹³

Tanto el poder evitar, como el reducir el hábito consumista, pasa por un tema de orden y disciplina. El primero implica organizarse y saber hacia dónde se quiere llegar es decir, hacer uso de la planificación y el segundo necesariamente, tiene que ver, con la fuerza y voluntad para hacer lo planificado, a pesar de las dificultades. Para muchas personas, será necesario, la ayuda

¹² <http://peru21.pe/mis-finanzas/no-dejes-que-tu-bolsillo-collapse-2122433>

¹³ www.comparabien.com

externa del entorno familiar, médico o la iglesia, que en este caso fomentarán el ánimo y soporte emocional.

COMO ESTAMOS: ¿CUAL ES NUESTRA REALIDAD FRENTE A ESTE PROBLEMA?

Para nadie es un secreto que los países de América Latina están pasando por momentos de bonanza económica. En especial Perú con relación a los demás países de Latinoamérica:

Actualmente, el PBI per cápita de los peruanos asciende a US\$6,626 y para el año 2016 llegará a US\$9,045 corrientes, registrando así un crecimiento de 36.5%, estima el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) en su Marco Macroeconómico Multianual para el periodo 2014-2016.

El Marco Macroeconómico además señala que la Paridad del Poder de Compra de los peruanos (PPP) sobre el PBI crecerá 29.7% entre 2012 y 2016 al pasar de US\$10,840 al cierre del año pasado a US\$14,065 en cuatro años. En este indicador, nuestro país también se ubica por debajo de Chile, Argentina, Uruguay, México, Venezuela y Brasil y solo ha superado a Colombia.¹⁴¹³

El saber que nuestra economía está creciendo, nos ayuda a planificar futuros proyectos de vida. En el Perú tenemos actividades económicas primarias, secundarias y terciarias, de las cuales la actividad primaria, es la que está sosteniendo mayormente la economía peruana. En especial la minería es una actividad que se viene desarrollando ampliamente en todo el país.

El tamaño de los ingresos económicos de las personas, ayudan a saber el estado de salud financiero de un país, por eso de acuerdo a un estudio denominado “Oil and Gas Global Salary Guide 2013”, elaborado por la empresa de reclutamiento Hays afirma que:

Sudamérica se consolida como uno de las regiones más atractivas para la minería a nivel global. Así lo concluye un estudio lanzado este miércoles por la empresa Hays, en colaboración con Infomine, quienes elaboraron el primer estudio de “Salarios globales y tendencias de reclutamiento” en este sector. En salarios locales, a Chile lo siguen Brasil (US\$76.800), Perú (US\$73.100), Colombia (US\$61.100), México (US\$56.100), Bolivia (US\$52.300) y Argentina (US\$41.600).

En un contexto global, el estudio señala que el 62% de los encuestados vieron un aumento en su salario base en los últimos doce meses. Lo que además pudo influir para que las expectativas sobre 2013 se elevaran. De esta forma, el 40% cree que sus ingresos aumentará más del 5% y el 32% de los mismos, que ese aumento será hasta el 5%.¹⁵

¿En qué se gasta el dinero?

¹⁴ http://peru21.pe/economia/pbi-per-capita-peruanos-llegara-us9-mil-2016-2133132?href=nota_mas3

¹⁵ <http://www.hays.es/guia-mercado-laboral-2013/index.htm>

Tenemos una de las mejores perspectivas de crecimiento económico, por lo tanto es mejor tener una cultura de prevención mediante el ahorro y no endeudamiento. Por supuesto hay necesidades muy básicas que hay que responder necesariamente y otras necesidades secundarias o superfluas. Para tener claro este panorama, vamos a preguntar ¿En qué gastan los peruanos su dinero? Al respecto información proporcionada por la Cámara de Comercio de Lima al diario Perú 21, afirma lo siguiente:

La venta de electrodomésticos crecería 11% este año y alcanzaría los US\$1,400 millones, impulsada por el consumo interno y el dinamismo de nuevos centros comerciales en diferentes puntos del país, informó la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Refirió que las categorías de mayor crecimiento en ventas son productos de línea blanca, cómputo y video, que también tendrán acogida durante las campañas por el Día del Padre, Fiestas Patrias, Navidad y Fin de Año.

Indicó que los productos tecnológicos como laptops, tablets, televisores con especificaciones de interactividad (Smart), y teléfonos celulares del tipo smartphone serán los más acogidos durante la campaña por el Día del Padre. A nivel nacional el 55% de las ventas de electrodomésticos se realiza al crédito, mientras que el 45% al contado.¹⁶

Pero lo preocupante del caso, a mi juicio, es que junto con las proyecciones económicas favorables del país, también tenga que aumentar los créditos de consumo, ya que si hay bonanza económica, no debería haber compras con tarjeta de crédito o en general deudas económicas.

Entonces de aquí se deduce, que el tema la adquisición de productos, mediante línea crediticia, debido al hábito consumista, no depende de la disposición o no del dinero de la persona, sino que responde básicamente a la satisfacción de sólo comprar por comprar, que lo lleva a comprar más de lo que se dispone económicamente.

Préstamos Bancarios

En cuanto a los préstamos bancarios, aunque sean necesarios para financiar necesidades básicas como vivienda o alimentación básica; o para financiar cosas superfluas, también nos da un indicador de un potencial problema consumista. La asociación de Bancos de Perú (ASBANC), nos detallan esta información, sobre créditos de consumo, proporcionada por el diario Perú 21:

Los créditos de consumo llegaron a S/.26,862 millones en abril, monto superior en 13% a lo registrado el mismo período del año pasado, ... El avance de la economía y el aumento del empleo se han traducido en una expansión de la demanda de las familias”, anotó. En tanto, el crédito a la pequeña y mediana empresa (pyme) retomó su avance en los últimos dos meses.

¹⁶ http://peru21.pe/economia/venta-electrodomesticos-creceria-11-2132817?href=nota_rel

La entidad detalló que estos préstamos sumaron S/.15,610 millones en el cuarto mes del año, 8.89% más que en similar mes de 2012.¹⁷

Tarjetas de Crédito

Si el crédito de consumo es ahora una tendencia, se corre el peligro de que las entidades financieras, muchas de ellas ligadas a los grandes supermercados, puedan manipularnos en cuanto a lo que nosotros debemos consumir. Esto es una realidad más evidente en países de Europa y Estados Unidos, donde la publicidad, los bancos y las grandes cadenas de supermercados y venta de comida orientan al consumidor en cuanto a lo que debería comprar, la cantidad y el lugar, usando para ello las ofertas exclusivas, siempre y cuando hagas uso de la tarjeta que ellos te dan.

Con razón el monto de colocación de tarjetas ha crecido desde el año pasado. En un informe elaborado por el Banco Central de Reserva (BCR) informa que el “Uso de tarjetas de crédito crece 13%. El monto de las operaciones en moneda nacional con tarjetas de crédito llegó a S/3,221 millones en abril, monto mayor en 13% a lo registrado en el mismo mes del año pasado, informó el Banco Central de Reserva (BCR).”¹⁸

UN LLAMADO A DESACELERAR EL RITMO

La Conferencia sobre el Desarrollo Sostenible en América Latina y el Caribe: seguimiento de la agenda para el desarrollo post-2015 y Río+20¹⁹ en Bogotá planteó que el problema central de América Latina y el Caribe no son los indicadores, ni el fin de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, sino el patrón de consumo y producción, insostenibles para ésta y futuras generaciones. El documento producido por las Naciones Unidas, llama a un cambio estructural si la región quiere reducir pobreza, la desigualdad y vivir para contarla el año 2100. Debido a las causas y consecuencias, así como la descripción del problema en las primeras páginas, es que el problema del consumismo está alertando a más de una organización mundial, para plantear políticas y promover un consumo moderado en la humanidad.

Naturalmente este es un llamado, pero finalmente los países deben implementar esas políticas, mientras que los directamente involucrados, la sociedad, comenzando por la familia,

¹⁷ http://peru21.pe/economia/creditos-consumo-crecen-13-abril-2132532?href=nota_rel

¹⁸ <http://peru21.pe/impres/uso-tarjetas-credito-crece-13-2132887>

¹⁹ http://www.cepal.org/rio20/noticias/paginas/5/48925/2013-122-Desarrollo_sostenible_en_America_Latina_y_el_Caribe_WEB.pdf

reorienten una nueva forma de hábitos de consumo, que no quebrante la armonía con la creación de Dios.

CONCLUSIONES

Mientras que el consumismo se ve como un problema mundial de la sociedad, todavía existirán aquellos que intenten maquillar la dimensión del problema, en especial las empresas y fábricas productoras, que quieren que la sociedad consuma sus productos en gran escala. Estas serán difíciles de convencer que cambien de ritmo ya que dependen de este problema porque les beneficia económicamente.

El consumismo es egoísta ya que no sólo nace de un corazón egocéntrico, sino que sirve para fortalecer ese mismo ego. En la medida que las personas dejen de pensar en sí mismas, se podrán dar cuenta de que existe el problema y que es necesario resolverla.

El consumismo cambia la identidad de las personas, ya que esta la absorbe para crear una nueva persona que sirva para la causa consumista, sin valores que la frenen, y envueltas en un círculo ansioso de la búsqueda de satisfacción. Aquel que no puede acceder al consumismo por carencia de recursos, también sufren los efectos de discriminación, ansiedad, frustración y baja autoestima.

El consumismo afecta al medio ambiente, a través de la contaminación que provoca el Calentamiento Global y el consumo excesivo de los recursos naturales.

EL CONSUMISMO Y LOS VALORES CRISTIANOS

DESDE UNA PERSPECTIVA BÍBLICA

¿Se ha detenido a pensar en cómo está la iglesia últimamente? Si lo ha hecho, puede advertir que encontrará mucha variedad entre iglesias denominacionales y otras tantas post modernas independientes. Pero lo que en común, de pronto están teniendo, son sus problemas: pastores y miembros descontentos, los ministerios de alabanza y adoración en desacuerdo sobre el tipo de música en el servicio, jóvenes a punto de renunciar a la iglesia porque esta no los entretiene, iglesias de cien miembros que no están satisfechos sino hasta que tengan doscientos, mientras que aquellas que ya tienen los doscientos miembros desean tener cuatrocientos.

La sociedad materialista está influyendo en la armonía de la iglesia. Está ganando la batalla contra la visión original de Cristo y de la proclamación del evangelio de salvación. Jesús ya se había anticipado antes repudiando directamente, al rico insensato: “Y les dijo: *Mirad, y*

guardaos de toda avaricia; porque la vida del hombre no consiste en la abundancia de los bienes que posee.” (Lucas 12:15); *“No os hagáis tesoros en la tierra, donde la polilla y el orín corrompen, y donde ladrones minan y hurtan”* (Mateo 6:19). Al materialista Jesús le dice, *“Pero Dios le dijo: Necio, esta noche vienen a pedirte tu alma; y lo que has provisto, ¿de quién será?”* (Lucas 12:20).

Ya hemos estudiado las características de una sociedad consumista, junto con sus actitudes y comportamientos personales. Las Sagradas Escrituras nos hacen referencia, que esto ya ha existido antes y que posiblemente persistirán, en una sociedad marcada por la corrupción tanto en las esferas políticas como lamentablemente, en la iglesia.

La mentalidad de acumular, sin límite proviene del pecado: *“Has acumulado riquezas... a causa de tus riquezas se ha enaltecido tu corazón”* (Ezequiel 28:4-5). *“¡Ay de los que juntan casa a casa, y añaden heredad a heredad hasta ocuparlo todo! ¿Habitaréis vosotros solos en medio de la tierra?”* (Isaías 5:8). Según Eclesiastés 5:10, *“El que ama el dinero, no se saciará de dinero; y el que ama el mucho tener, no sacará fruto. También esto es vanidad”*.

Una iglesia con sana doctrina se despoja el yo, para pensar en los demás: *“tenían en común todas las cosas”* y *“y lo repartían a todos según la necesidad de cada uno.”* (Hechos 2:44-45). Por eso son importantes estos modelos bíblicos, ya que nos ayudan a pensar en un Dios diferente, de la cultura donde vivimos actualmente.

CONSUMISMO EN LA IGLESIA

Una iglesia consumista, es el producto de comportamientos individuales, de miembros de la iglesia, cuyo estilo de vida es el consumismo. Pero este principio, también se aplica, en muchos cristianos contemporáneos, que al parecer salen a comprar, la iglesia que más les gusta en ese momento. En el pasado, la fidelidad de un cristiano a su iglesia o denominación era evidente, sin embargo ahora, las personas valoran mucho lo que sacia sus sentidos, para permanecer en una determinada iglesia

Esta situación viene poniendo en serio peligro la seriedad y trascendencia de la iglesia de Cristo. Puesto que los líderes de las iglesias que no tienen en cuenta esto, están condenadas a desaparecer. Aún cuando su doctrina sea la correcta, se ven forzadas a “competir” contra las apariencias y falsas doctrinas de iglesias independientes, que saben explotar el marketing y los medios audiovisuales para hacer “atractivo” el evangelio.

Por otro lado hay la sensación de que muchos líderes, vienen convirtiendo la fe, en una religión de mercado, con la finalidad de enriquecerse económicamente. Para ello se enfocan en una teología de acuerdo a las necesidades y deseos egoístas de las personas. Por ejemplo el evangelio de la prosperidad, basado en una negociación que se hace con Dios porque “mientras más doy, más me da Dios”.

En estas iglesias de la teología de la prosperidad, los valores del Reino de Dios, se reduce a la búsqueda de un Dios, que quiere hacer ricos, económicamente a sus hijos. Sin embargo Jesús mismo dijo de sí mismo: “...mas el Hijo del Hombre no tiene dónde recostar su cabeza” (Mateo 8:20). ¿Entonces, cómo se pretende creer que un discípulo de Cristo viva mucho mejor, que el mismo maestro? Jesús vivió para los demás, sirviendo a Dios y al prójimo, esa tiene que ser la preocupación principal del creyente.

La necesidad de ejercer poder, dentro de una iglesia consumista, ha motivado la adecuación de una estructura jerárquica, que responda a los fines de preservar la autoridad y el control del público oyente. Por ejemplo tenemos los títulos de patriarcas, apóstoles, profetas, entre otros que antes no había. Lo correcto es usar la autoridad, derivada de la Palabra de Dios, el cual debe ser predicada y vivida con fidelidad.

La influencia del estilo de vida consumista, también ha llegado a comprometer valores esenciales dentro de la misma. A continuación tenemos algunos de ellos.

1. La búsqueda espiritual de Dios, por el Hedonismo que exalta el placer personal.

El hedonista busca tener más para disfrutar más. Por eso su búsqueda del placer nunca tendrá fin. Disfruta el tener, poseer, probar y deslumbrar a los que lo rodean. El hombre y la mujer consumista es egocéntrica, ya que construye un mundo centrado en sí mismo en base a sus deseos egoístas.

Puesto que el hedonista, sólo piensa en sí mismo, también tiene problemas para relacionarse con las demás personas, ya que no es visto como alguien transparente, sino como alguien que quiere sacar provecho de la relación.

La Biblia nos exhorta a buscar en primer lugar a Dios y esperar en Él, sin codiciar a otros que también prosperan: “*Confía en Jehová, y haz el bien; Y habitarás en la tierra, y te apacientarás de la verdad. Deléitate asimismo en Jehová, Y él te concederá las peticiones de*

tu corazón. Encomienda a Jehová tu camino, Y confía en él; y él hará. Exhibirá tu justicia como la luz, Y tu derecho como el mediodía. Guarda silencio ante Jehová, y espera en él. No te alteres con motivo del que prospera en su camino, Por el hombre que hace maldades”. (Salmos 37:3-7).

El cristiano maduro, sabe que necesariamente, debe hacer morir los deseos de la carne, ya que sus propios deseos están guiados por el Espíritu Santo de Dios.: *“Porque los que son de la carne piensan en las cosas de la carne; pero los que son del Espíritu, en las cosas del Espíritu”* (Romanos 8:5).

La felicidad del consumo desemboca en un hedonismo materialista. Una demanda de placer que no tiene término, porque la insatisfacción será permanente. Si abría que expresarlo en una frase se diría: “Consumo luego existo”. Pablo expresa de sí mismo: *“Con Cristo estoy juntamente crucificado, y ya no vivo yo, mas vive Cristo en mí”* (Gálatas 2:20a)

2. *Menosprecio en lugar de la solidaridad*

La sociedad consumista alienta a que las personas vivan centradas en su propio mundo de deseos y necesidades, no advirtiendo los deseos y necesidades de los demás. Sólo consideran las personas y situaciones capaces de saciar su fiebre poseedora o de ostentación. De ahí que valorará, el incremento constante de sus bienes, el éxito social y por ello, la ostentación y apariencia para alcanzar sus objetivos.

El hombre consumista es un ser insolidario, el cual es opuesto al mensaje de Jesús ya que no reconoce al ser humano con la misma consideración con la que se trata así mismo. La Biblia rechaza todo tipo de comportamiento insolidario, más bien nos insta a penar en los pobres e invertir en ellos ya que también esta actitud está ligada a una promesa en el cielo. Jesús mismo exhorta a no penar en esta vida terrenal, sino en la del cielo: *“No temáis, manada pequeña, porque a vuestro Padre le ha placido daros el reino. Vended lo que poseéis, y dad limosna; haceos bolsas que no se envejeczan, tesoro en los cielos que no se agote, donde ladrón no llega, ni polilla destruye. Porque donde está vuestro tesoro, allí estará también vuestro corazón.* (Lucas 12:32-34).

También en Filipenses 2:4, el apóstol Pablo, nos exhorta a tener en cuenta los deseos de los demás como los propios: *“No mirando cada uno por lo suyo propio, sino cada cual también por lo de los otros”.*

3. *Ingratitud por el reconocimiento*

La sociedad de consumo es una sociedad profundamente mercantilista, ya que funciona según la relación comprar y pagar por el servicio o producto. No se da algo sin recibir nada, incluso dar regalos siempre tiene una finalidad interesada.

Los miembros de la sociedad consumista, siempre están enfocados en sí mismos, antes que en los demás. Por eso todo lo que hacen es para recibir, antes que dar. Incluso si realizan acciones con fines altruistas, siempre se pensará que esperan recibir algo a cambio.

En la doctrina de la iglesia, en especial la postmoderna, sutilmente también se ha sembrado este tipo de pensamiento. Se hace especial énfasis en “sembrar para cosechar”, “da y recibirás”. Para muchos cristianos, la gracia inmerecida de Dios para la humanidad, se convierte en un asunto mercantil, que se puede aceptar o no. Y si es así, también se puede manipular a través de las obras, ofrendas o pactos económicos para poseer el cielo o hacer que Dios haga lo que se desea.

Así también, para los las personas cercanas a la iglesia, pero no comprometidas con la misma, no comprenderían Juan 3:16, sino que poco a poco, la idea de un Dios que da la vida de su hijo por la salvación de la humanidad, se va convirtiendo en una leyenda o algo irreal. Desde esa perspectiva, en el reconocimiento de la salvación, se va a dar mayor énfasis, a las acciones del hombre, más que la gracia divina de Dios.

4. *Insatisfacción por el contentamiento*

El contentamiento se origina en nuestra confianza en Dios, que Él proveerá todo lo que necesitamos, lo suficiente para satisfacernos. Este se va refinando a través de un proceso de aprendizaje continuo en la vida diaria. En Filipenses 4:11, el apóstol Pablo dice “*he aprendido*”, también en Filipenses 4:12 enfatiza que “estoy enseñado”. Lo complicado sería, sólo tomar la decisión la propia decisión de iniciar el proceso, con la ayuda de Cristo mismo. Pablo también dice en Filipenses 4:13: “*Todo lo puedo en Cristo que me fortalece*”.

Hay tres razones principales que podemos inferir, si aprendemos a vivir con contentamiento:-

- a. Tener una actitud de contentamiento, nos ayuda a relacionarnos mejor con los demás, para hacer el bien: “*Y poderoso es Dios para hacer que abunde en vosotros toda gracia,*

a fin de que, teniendo siempre en todas las cosas todo lo suficiente, abundéis para toda buena obra;”(2 Corintios 9:8).

Si el sentido de insatisfacción, hace que la persona actúe egoístamente, y por tanto con problemas en sus relaciones interpersonales; el tener contentamiento nos ayuda a relacionarnos con los demás, ya que tenemos una actitud, de servicio y solidaridad con las personas de nuestro entorno.

b. Nos ayuda a reconocer en Dios, nuestra dependencia y que Él nos puede ayudar a entender lo que realmente necesitamos. Sólo la Palabra de Dios y nuestra relación con Cristo, nos detiene a buscar algo innecesario, ya que es dañino para nuestra vida. La vida cristiana es mucho mejor cuando estamos contentos con lo que tenemos: *“Pero gran ganancia es la piedad acompañada de contentamiento; porque nada hemos traído a este mundo, y sin duda nada podremos sacar. Así que, teniendo sustento y abrigo, estemos contentos con esto. Porque los que quieren enriquecerse caen en tentación y lazo, y en muchas codicias necias y dañosas, que hundan a los hombres en destrucción y perdición; porque raíz de todos los males es el amor al dinero, el cual codiciando algunos, se extraviaron de la fe, y fueron traspasados de muchos dolores” (1 Timoteo 6:6-10).*

c. El vivir con contentamiento basado en la confianza en Cristo, también nos ayuda a preservar y afirmar nuestra relación con Él. *“Y la paz de Dios, que sobrepasa todo entendimiento, guardará vuestros corazones y vuestros pensamientos en Cristo Jesús.” (Filipenses 4:7).*

Esto es importante entender, en una sociedad contemporánea, donde el afán de la vida, que produce estrés, frustraciones, celos, envidias, enfermedades, entre otros males, no hace más que evidenciar y profundizar un deterioro de la relación, entre el hombre con Dios mismo. Por el contrario, una buena relación con Cristo, capacita a la persona, para enfrentar los desafíos con integridad y gratitud hacia la vida.

5. *Culto al éxito personal en vez de honrar a Dios*

El culto al éxito, es una característica de la sociedad moderna. Hay que ser competitivos y exitosos, para ser valorados. El problema es que, la persona busca el éxito, por competir con los demás, mas no porque le gusta hacer bien las cosas y ello le produce satisfacción.

El individuo aparenta tener todo lo que desea, sin embargo pronto se da cuenta que alimentar una apariencia exitosa, cuesta mucho más de lo que le produce verdadera satisfacción.

Muchos ministros, miden el tamaño de la iglesia, para saber si son exitosos o no, y se ven tentados a alimentar a costa de cualquier doctrina, a la iglesia a fin de que esta se mantenga numerosa. El apóstol Pablo en 1 Timoteo 4:16, advierte *“Ten cuidado de ti mismo y de la doctrina; persiste en ello, pues haciendo esto, te salvarás a ti mismo y a los que te oyeren”*.

Los ministros deben ser cautos y permanentemente, acudir a las Sagradas Escrituras y a la revelación sincera, producto de una verdadera comunión con Cristo, a fin de no caer en falsas doctrinas.