

# Gaurko solasaldian...

## Ruben Mendiola Erkoreka

### KONTSUMOAK EZ DU ZORIONA EMATEN

Ruben Mendiola Erkoreka, Esuko Jaurlaritzako Kontsumo eta Industria Segurtasuneko Zuzendaria da.

Jarraian, kontsumoa eta zorionaren arteko erlazioari buruzko bere hausnarketak irakurtzera gonbidatzen zaituztegu.

*Deloitte enpresak orain egun gutxi argitaratu duen azterlanaren arabera, Espainiako familia batek (euskaldunak ez gara zenbaki horien azpitik egongo) 904 euro gastatzen ditu batez beste Gabonetan, kontsumismoaren apoteosian. 904 euroko gastu hori honela banatzen da: 500 euro opariak egiteko erabiltzen dira, 218 euro janari estra erosteko, eta 167 irtenaldietarako, hau da, ostalaritza-gastuetarako bereziki. Eta hori bestelako gastuak kontuan hartu gabe —bidaiak eta loteria, esaterako—. Loteriari dagokionez, gehienetan amua irensten dugu, "konpromisoei" erantzun behar diegulako aitzakiarekin. Kopuru hotz horien azpian, ordea, kontsumismoa ezkututzen da, hain zuzen ere askotan absurdoa eta zentzugabea den kontsumismoa.*

*Gero eta gehiago gastatzen dugu Gabonetan (2005ean baino % 6 gehiago, azterlanaren arabera), erosteko ahalmen handiagoa duten beste herrialde batzuek baino gehiago gastatzen dugu (Irlandak, Britainia Handiak, Ziprek eta Estatu Batuek bakarrik gainditzen dute Espainiaren batez bestekoa), eta gainera Gabonetako euforia gero eta goizago hasten da. Izan ere, azarorako jada Gabonetako "espíritu" kontsumista han-hemenka dabilela nabari da, eta hainbat tokitatik dei egiten digute gure dirua gasta dezagun.*



Ruben Mendiola Erkoreka, eusko Jaurlaritzako Kontsumo eta Industria Segurtasuneko Zuzendaria.

*Dena dela, asko gastatzeak ez du esan nahi hobeto pasatuko dugunik; hortaz, aisia eta gastua ez dira alderatu behar. Horren haritik, "Printze txikia" haurtzaroko liburua irakurtzea komeniko litzaiguke; hartan gogora ekartzen digutenez, funtsezkoena betiere ezkutuan dago, ikusezina da. Segurtasuneko Zuzendaritzaren aldetik, Kontsumo Geletako eta Kontsumo Eskoletako prestakuntza-programen hainbat arduradun bertaratu ginen.*

*Zenbaitek esan dezakete Gabonak jai bereziak direla eta opariak gure kuttunenganako maitasunaren adierazgarri direla, eta arrazoibide hori ezin daiteke erabat baztertu edo ukatu. Kontsumoa helburu bihurtzen badugu edo emozio faltuen bila neurrigabe erosteari ekiten badiogu,*

# Gaurko solasaldian...

## Ruben Mendiola Erkoreka

*ordea, benetako arazoa azaleratzen da, eta, gainera, normalean oso zaila gertatzen zaigu horrelako egoera batean erori garela ohartzea.*

*Ez dago gaizki gutziaren bat asetzea edo zenbaitekin detailtxo bat edukitzea, baina kontsumo horiek gaizto daitezke, baldin eta ahal duguna baino gehiago gastatzen badugu (etxebizitza garestitzeak ekarri digun gainzorpetzea ahaztu gabe) edo erosketak egitearen arrazoia gogo-aldarte negatibo batetik ihes egitea baldin bada, kontsumitzeak egoera horretatik aterako gaituelako itxaropenarekin.*

*Behar duguna bakarrik erosten badugu edo gure gastatzeko ahalmenak uzten duguna baino gastatzen ez badugu, aldiz, arazorik ez dago. Penagarria zera da, ordea: euforia kontsumista kolektiboaren zurrumbiloan murgiltzea, edo emozio-hutsuneak betetzearen kontsumora jotzea; izan ere, luzera begira, hutsune horiek are handiagoak bihurtuko dira behar ez genituen gauzak erosi ditugula ohartzean. Eta gauza bera gerta daiteke gauza bat “mauka” delako soilik erosten badugu, merke dagoelako bakarrik erosten badugu, alegia; batzuetan produktu hori behar edo nahi ez badugu ere.*



*artean azaldutakoaren adibide argia. Gaur egun badira haur asko jostailu gehiegi dauzkatenak, eta gehiegikeria horrek kontrako eragina izan dezake, blokeo-antzeko bat, alegia. Hortaz, haurrak ez dira jostailuekin ginkargatu behar, eta, horren orde, haurrekin jolastu behar da.*

*Bestetik, jostailuek seme-alabak hezteko aukera ere ematen digute; hortaz, haien eskaerak aintzat hartu behar dira, baina neurrian betiere, haien apeta guzti-guztiak ase gabe. Horren ildotik, seme-alabei ohartarazi behar diegu gure ahalmen ekonomikoak ez duela zerikusirik ez edukazio onarekin ez maitasunarekin. Zenbait guraso larritu egiten dira beren seme-alaben eskaerei erantzun ezinean dabiltzanez guraso okerragoak direla uste baitute. Guraso horiei zera adierazi behar zaie: hezkuntzaren ikuspegitik, askoz ere garrantzitsuagoa da seme-alabei eskaintzen dieguna balioetsi dezaten irakastea.*

*Behin puntu honetara iritsita ideia batzuk azpimarratu nahi nituzke publizitateak gure eskema mentaletan, gure erosteko ohituretan, duen eraginari dagokionez. Egungo publizitatearen xedea ez da informatzea, edukien berri eman beharrean markako produktuei lotutako sentazioak saltzen ahalegintzen baita. Marka bat unean uneko topikoekin —osasuna (kolesterola, dieta osasungarria eta abar), ekologia, irudia eta itxura fisikoa gurtzea eta abar— uztar dezagun lortzea, horixe da publizitatearen helburu nagusia.*

*Joan den urrian Publizitateari eta Kontsumoari*

# Gaurko solasaldian...

## Ruben Mendiola Erkoreka

*buruzko ikastaroa antolatu dugu Donostian. Hartan Javier Garcés Prieto psikologoak azaldu digunez, oso zaila da publizitateari ihes egitea, bete-betean eragiten baitigu honako ideia hauei lotutako erosketa-ohiturak sortzen ahalegintzen baita: miretsia izatea, arrakasta, askatasuna, ospe ona, eksklusibitatea edukitzea, elite sozial bateko kide izatea eta abar. Publizitate-markek ideia horiek saldu nahi dizkigute.*

*Esaterako, autoen iragarkietan nabaria da aurrez adierazi dugun hori: auto on baten jabe denak besteen miresmena eta inbidia senti ditzake, trafiko-guardiek ere lehentasuna ematen diote kategoria txikiagoko autoen aurretik. Marka jakin bat badugu, arrakasta sozial eta pertsonal handiagoa izango dugu (besteak beste, gehiago ligatuko dugu). Ideia horiek ikaragarri primarioak eman dezakete hasiera batean. Gogoetarako denbora hartzen badugu, ordea, neurri handiagoan edo txikiagoan gudan eragina dutela ohartuko gara.*

*Batzuetan zorpetu ere egiten gara estatus sozial jakin bat dugulako plantak egiteko. Egon al daiteke gauza absurdoagorik? Esaterako, batzuetan bidaia egiten dugunean zera bilatzen dugu neurri batean: gure lagunuen aurrean erantzutea. Eliteko autoa eros dezakegu prestigio soziala lortzeko, gure ekonomiaren kalterako bada ere. Horrelako jokaerak ulergaitzak dira benetan, baina behin eta berriz gertatzen dira.*

*Lerro hauen izenburura itzuliz, behar-beharrezkoa da publizitatearen eragin limurtzailea saihestea: erosiko dugunak ez digu zoriona edo poza ekarriko, marka jakin baten produktuak erosteak ez digu prestigio sozialik emango, itxura fisikoa ez da garrantzizkoena*

*besteen estimazioa eta maitasuna erdiesteari begira, eta produktu jakin batzuk erosteagatik inolaz ere ez dugu gaztetzea, edertzea eta argaltzea lortuko.*



*Aurrekoari beste publizitate mota bat erantsi behar zaio, hain zuzen ere kreditu errazen enpresek kredituan eros dezagun etengabe igortzen diguten publizitatea. Kredituan erosteak inolako zailtasunik edo arazorik ez dakarrela ematen digu aditzera publizitate horrek, eta, gauza materialak eta zoriona nahas ditzagun ahalegintzen diren amu horiek irentsiz gero, familia askoren egoera ekonomikoa kolokan egon daiteke.*