

LA FELICIDAD HELÉNICA VS SOCIEDAD DE CONSUMO

Dice una leyenda que Diógenes, un sabio anacoreta del siglo IV a.C. que vivía en el monte, recibió un día la visita de Alejandro Magno.

Habiendo oído hablar de Diógenes y de su gran sabiduría, quiso conocerle en persona e hizo que le llevaran hasta allí.

Diógenes vivía solo, sin ropa, sin ninguna posesión material, y despreciaba la riqueza. Comía lo que la naturaleza le ofrecía y dedicaba su tiempo a pensar y a filosofar.

Se presentó Alejandro Magno ante él, con sus caros ropajes y con sus lacayos, y le dijo:

—Diógenes, he escuchado hablar de tu sabiduría y de tus conocimientos de la vida y siento una gran admiración por ti. Yo soy Alejandro Magno y tengo mucho poder. Pídeme lo que quieras.

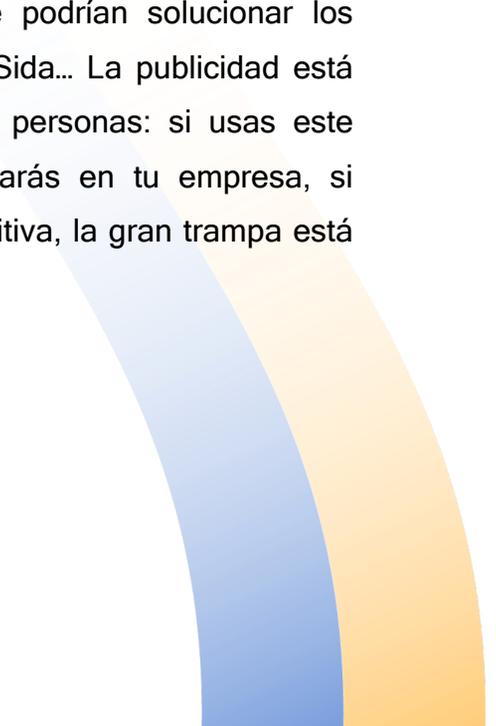
Diógenes le dijo:

—Solo te pido una cosa. Apártate, me estás tapando el sol.



Este es un buen ejemplo de cómo la felicidad no llega a través de las cosas materiales. Sin embargo, la sociedad de hoy continuamente nos hace llegar mensajes que intentan convencernos de lo contrario; y con frecuencia lo consiguen.

Existen algunas trampas en la sociedad de consumo.

- Primera trampa: consumir lleva a consumir más. Compramos un coche; necesitamos una plaza de garaje. Compramos un ordenador; necesitamos una impresora. Y al cabo de un tiempo un ordenador más potente. Compramos una camisa y buscamos después un pantalón que le vaya bien. Todo está diseñado de forma que necesita ser actualizado o completado con accesorios, de manera que el consumo lleva al consumo.
 - Segunda trampa: creer que consumir nos dará la felicidad. Sin embargo, la felicidad que produce comprar es una felicidad que dura poco: bien, ya tengo un ordenador, pero no tengo impresora... O bien otros tienen y yo no tengo... De manera que cada vez **creemos** necesitar más y cada vez, en realidad, somos más infelices.
 - Tercera trampa, y probablemente la más peligrosa: la publicidad. La publicidad mueve enormes cantidades de dinero, cantidades que podrían solucionar los problemas más graves del mundo, como el hambre, el Sida... La publicidad está casi siempre pensada para manipular la mente de las personas: si usas este perfume serás más guapo, si tienes este coche triunfarás en tu empresa, si compras esta casa, tú y tu familia serán felices... En definitiva, la gran trampa está en pensar que la felicidad **es cuestión de tener, no de ser.**
- 

Estamos inmersos en la sociedad de consumo porque tenemos todo lo imprescindible. Las personas que tienen problemas de salud, o que viven en la pobreza extrema, por ejemplo, saben muy bien que la felicidad no depende de las cosas materiales. Y que lo que nos da la felicidad casi siempre son cosas que no pueden comprarse con dinero, como el sol que le gustaba a Diógenes.

Referencia:

Revista Haz (2006) Sociedad de consumo y felicidad. Recuperado de:
<https://hazrevista.org/opinion/2006/12/sociedad-de-consumo-y-felicidad/>