

## **“¡ME LO COMPRO ALTIRO!”**

ISIDORA MENA

Académica Escuela de Psicología

---

“Me lo compro altiro”. Una frase muy chilena, tanto en vocabulario como en cierta impulsividad cortoplacista.

La propaganda actual favorece la tendencia: “No espere”, “lléveselo hoy”, “no lo piense, dese el gusto”, “dele a los suyos todo lo que le pidan”. Invitan a consumir impulsivamente, sin reflexión, hipotecando nuestro tiempo y trabajo. Total, la tarjeta paga. Nos vamos quedando llenos de cosas y vacíos de tiempo y sentido.

Un modelo diferente de gasto es el del esfuerzo, del trabajo y del ahorro. Sin apremios externos se trabaja, y con tiempo para reflexionar, se elige en qué se usará el dinero generado. Se es más libre priorizando necesidades, evitando que los impulsos y la tentación dominen las decisiones.

Crédito y ahorro son dos modelos de gasto que generan distintos estilos de comportamiento en las personas y en las sociedades.

Apreciadas competencias tales como el esfuerzo, la reflexión, el control de impulsos, la autonomía, la fuerza de voluntad, son fomentadas por el modelo de ahorro. La desprestigiada impulsividad, consumismo irreflexivo y cortoplacismo, se ven estimulados cuando predomina en nuestras vidas un estilo de crédito.

En un estudio de formas de consumo, personas exitosas económicamente decían evitar las tarjetas de crédito para el consumo diario: “Me cuesta más gastar la plata cuando veo físicamente irse de mis manos el dinero que cuesta ganar”.

Contrario a esto, una gran proporción de chilenos mantiene un estresante estado de deuda, consumiendo vía crédito más de lo que gana. En una sociedad de consumo, hay que estar atento a las formas de compra que usamos. No sea que terminemos pagando con nuestros valores las cosas que adquirimos.

Chile debe incluir entre sus reflexiones económicas el tipo de conducta de consumo que estimula, en tanto ella influirá en los valores y capacidades de los ciudadanos del Chile que nos gustaría ser. No sólo la educación escolar y familiar forma en valores.