

# EL HIPERCONSUMO EMOCIONAL: 'DOC' PARA UNA CONSULTA

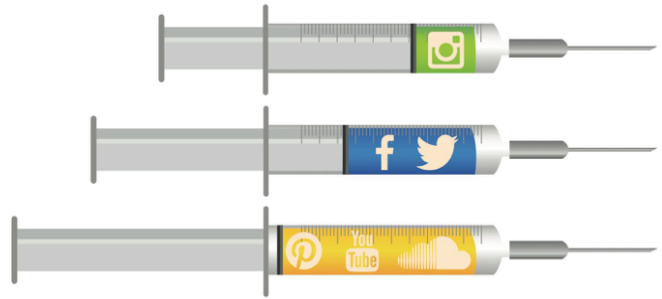
ANGÉLICA MARÍA MARÍN SUÁREZ

Ahora nos podemos relacionar con todo sin importar el espacio y tiempo y la fiscalidad, y al relacionarnos con todo podemos sentirlo todo, convirtiendo cada relación en una relación afectiva. Es decir, yo me relaciono con lo que consumo, y si no consumo, no me relaciono. Ya no vivimos en una sociedad funcionalista donde lo único que importa es la acción. Estamos en una sociedad que es emocionalmente capitalista, entonces, lo que importa es sentir, y eso se puede lograr a través de consumo.

El consumo es una enfermedad, puesto que, según la RAE, la enfermedad se define como 'Pasión dañosa o alteración en lo moral o espiritual'. Y el consumo o la falta de consumo produce todo lo antes dicho. En ese orden de ideas, los publicistas son los médicos que dan la medicina del consumo a unos **pacientes** que necesitan de la emocionalidad para confirmar que están vivos. Somos adictos al consumo, y si entramos en síndrome de **abstinencia** sufriremos, por eso debemos comprar para estar y sentirnos bien. La experiencia al comprar debe ser cada vez más fuerte, es decir, el efecto de la **droga** debe ser más fuerte porque el organismo se acostumbra a la **dosis** y para sentir curación se debe ir incrementado.

La enfermedad de la dependencia al consumo es una enfermedad **contagiosa**. Se ha propagado a gran escala convirtiéndose en una pandemia. Antes esta enfermedad tenía muchas **curas**, por ejemplo la espiritualidad era una manera de abstenerse al consumo sin sufrir efectos secundarios. Otra cura era la religión, que se esmeraba al máximo por no dejar que se bajaran las defensas de sus seguidores y cayeran en la tentación de comprar, pero hoy día, las mismas religiones se han dado cuenta que si no empiezan a vender la droga del consumo perderán a sus fieles.

Como esa medicina "el consumo" no es fácil de conseguir para todos los pacientes, entonces han surgido médicos que han inventado distintas drogas que



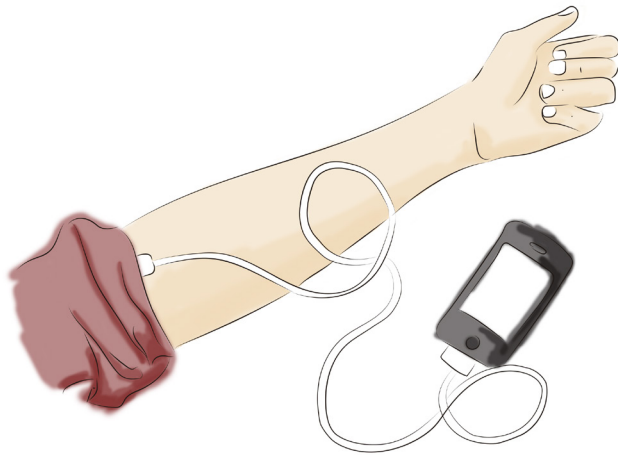
cumplen la misma función y que implican menos costos. Unas de ellas son Facebook, Twitter, Tinder, Instagram, LinkedIn y Vine. Estas medicinas sirven para aquellos pacientes que no pueden o quieren consumir tangiblemente, surgen de manera gratuita y curan los mismos **síntomas**, los cuales son: la necesidad de sentir, la necesidad de pertenecer, la necesidad de existir, la disminución de la hormona del ego, la falta de tiempo, y la deficiencia de autoestima. También se pueden producir tics nerviosos, deudas bancarias, pérdida de amigos, desconocimiento de la realidad y necrosis de habilidades sociales de antaño.



Con la redes sociales uno se consume a sí mismo, uno es la medicina para uno mismo. Entre más tiempo dure tomándose fotos, subiéndolas, editándolas, revisándolas y compartiéndolas, entonces sufrirá menos síntomas.



- Facebook ataca el síntoma de baja autoestima ya que ofrece oportunidades de ver como otros te aceptan y así te olvidarás de lo que verdaderamente sientes por ti mismo.
- Instagram ataca el síntoma de la disminución de la hormona del ego porque te ayuda a aumentar su volumen al ofrecerse como una plataforma donde puedes pulir, filtrar y embellecer tu ser, para así incrementar los niveles de orgullo personal. Debes dejar de verte al espejo y empezar a verte en las redes, sufrirás menos.



- Tinder ataca el síntoma de la soledad, la necesidad de pertenecer, y la necesidad de sentir, es decir, Tinder te ayuda encontrar emociones de manera fácil, rápida y segura.
- LinkedIn ataca el síntoma de la falta de tiempo, ya que te ayuda a encontrar trabajo sin perder el tiempo en búsquedas en periódicos, en hacer contactos y en involucrarse en redes. Además, asegura una aceptación antes del rechazo.
- Vine ataca el síntoma de la necesidad de sentir y la falta de tiempo, ya que te ayuda sentir ahorrando tiempo, pues en tan solo segundos sentirás los efectos aliviadores.

Lo bueno de estas medicinas digitales que son ilimitadas, pues se fortifican y nutren por segundo, asegurando así la curación de millones de personas cada segundo. Si no lo crees puedes tuitearlo, en 140 caracteres y en menos de un minuto.

Además, como un médico, el publicista también puede especializarse en alguna de estas:

- Clínica: sociometría
- Bacteriología: minería de datos
- Anestesiología: community management
- Patología: investigación de mercado

