

# FUNCIONES DEL CONSUMO

El consumo puede estar dirigido:

**1.** A satisfacer las primeras necesidades (**PRIMARIAS**) en este caso el consumo cumple una función utilitaria.

**2.** A satisfacer las segundas (**SECUNDARIAS**) y entonces cumple una función simbólica.

La función **SIMBÓLICA** satisface las necesidades culturales:

- **DE TIPO SOCIAL:** LA CASA EN EL CAMPO  
LA CORBATA

- **DE TIPO IMAGINARIO:** OBJETOS DE LUJO

USAR MISMOS PRODUCTOS QUE  
PERSONAS FAMOSAS

UTILIZAR APARATOS CADA VEZ  
MÁS SOFISTICADOS



En la sociedad de consumo el bien a consumir está cargado de significaciones, de sentido, interesa más por su simbolismo que por su utilidad.

**EJEMPLO.** El que va a comprar unas zapatillas de tenis y no se conforma con la utilidad que le proporcionan (valdría cualquier par), sino que exige una marca determinada porque así se siente participante del prestigio social que concede a los que usan la fama de la marca X.

Ahora bien, para que los consumidores concedan mayor importancia a la función simbólica del consumo que a la utilitaria hace falta que se les eduque en el consumismo. Esto se logra con la proliferación de los medios de comunicación social.

Estos medios pueden transmitir la misma información a un gran número de individuos de forma relativamente simultánea. A pesar de su nombre, los medios de comunicación no

son verdaderos mediadores entre el objeto a conocer y el sujeto que conoce. Se trata de verdaderos **productores** de realidad.

LO QUE EXISTE

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DECIDEN  
LA MAYOR PARTE DE LA HUMANIDAD.

Y

PARA

LO QUE NO EXISTE