

Transcripciones (scripts)
de los **Podcasts (1-2mn)** del programa de Radio 5
« Consumo gusto », Ignacio Soret
consejos y consideraciones de todo tipo dirigidos al consumidor

1. Transcripción de “Acurrúcate conmigo”

En una ciudad de EEUU una mujer ha abierto una tienda de abrazos. Por 60 dólares pueden recibir una hora de mimos y el nivel de contacto humano que quieran. La propietaria propone acurrucarse con ella. Dice que ya ha recibido más de 100 000 reservas, 100 000 horas de abrazos y mimos, caricias en diferentes posiciones de abrazo, a elegir. La previsión de ventas es estupenda, 100 000 abrazos de una hora a 60 dólares el abrazo, salen unos ingresos de 6 millones de dólares por sólo abrazar, sin más inversión y sin más coste que los propios brazos. Y se puede abrazar donde se quiera, en casa, en la calle, en el ascensor, un negocio redondo. La argumentación de este servicio es estupenda : obtendremos el nivel de contacto humano óptimo que queramos o que necesitamos para ser nosotros mismos.

2. Transcripción de “El consumidor del siglo XXI ”

El consumidor del siglo XXI tiene un perfil distinto al del siglo pasado, ¡qué duda cabe! Los hábitos de consumo han cambiado y los hábitos de ocio, y las preferencias, las expectativas y las necesidades. Todo es cambio. La era de la globalización y de la telecomunicación ha abierto caminos impensables hace unos cuantos años. ¿Qué se demanda actualmente? Pues según ciertos estudios de marketing, la mayoría pide menos horas de oficina, cambiar incluso dinero por calidad de vida. Pero eso digo yo, lo dirá quien tenga trabajo, claro. El trabajo seguirá, dicen, sin hacernos felices, pero estaremos menos horas trabajando. Bueno, ya veremos. Y trabajaremos de forma distinta. Los hogares cada vez están más lejos de nuestras empresas. Así, el teletrabajo parece una tendencia de futuro próximo, especialmente para ciertas profesiones. Todo ello irá acompañado de un incremento del ocio virtual y de un cambio en los hábitos alimenticios. Los españoles han reducido la cesta de la compra pero exigirán una nueva alimentación, sobre todo en lo que se refiere a alimentos de diseño. Pero no, no, no se preocupen... : parece que la pasilla de comida es ampliamente rechazada. Aumentará también el sentimiento ecológico y la solidaridad, que se tendrán muy en cuenta a la hora de consumir y elegir los productos y los servicios. Y los consumidores apreciarán cada vez más las nuevas tecnologías, sobre todo en lo que a medios de pago se refiere.

3. Transcripción de “La longevidad”

Luchamos y luchamos por alargar la vida mediante medicamentos y hábitos de consumo. Pero ¿qué ocurriría por ejemplo si se duplicase la vida humana? Pues escuchen lo que vaticina un experto en prospectiva. Podríamos llegar a unos 140 años, en cada familia entonces habría 4 o 5 generaciones vivas al mismo tiempo. Si la edad de jubilación fuese 65 años, el número de ancianos a cargo de la sociedad sería insoportable. Entonces se aumentaría la edad de jubilación, se necesitaría con urgencia una fuerte expansión para crear empleos para todo el mundo y trabajaríamos hasta los 100 años o más. Entonces se necesitarían cursos de actualización o universidad de por vida. Habría desequilibrios generacionales y conflictos. Se necesitarían muchas viviendas. Habría profundos cambios en la herencia del patrimonio: ya no se heredaría en el poder y los bienes hasta los 100 años. Habría una tendencia a que el poder permaneciera en manos de la población de más de 100 años pero esto sería inaceptable y los jóvenes reclamarían su autonomía. Se les trataría como menores hasta los 50 años. La vida sería muy larga para los que no tuvieran pasión alguna ni sentido creativo ni la suficiente riqueza interior y quizás, terminarían suicidándose. Los delincuentes durarían demasiado y se recrudecería la criminalidad. En fin, no parece muy halagüeño, ¿verdad?

4. Transcripción de “Mensajes publicitarios”

Dijo un tal Robert Goering que el aire que respiramos es un compuesto de oxígeno, hidrógeno y publicidad. Pero no solo publicidad. Hay muchas formas de lanzar mensajes al público. Unas veces para el público y otras contra el público, mediante vallas, carteles, octavillas, prensa, publrreportajes, catálogos, buzoneos, móviles, internet. No parece terminar esto de los mensajes publicitarios y que cada vez nos quieren tocar más la fibra sensible. Nos llegan historias emocionantes, se pretende crear una relación emocional, dicen, entre la marca y el consumidor, es el llamado “márketing experiencial”: se venden historias, no material publicitario. Vivimos en un mundo de comunicación total, magia, creatividad, emoción. En definitiva, la continua tentación. Sí, tentación. Y quizás, sepan lo que escribió Oscar Wilde, el magnífico y cínico autor teatral de por ejemplo *La importancia de llamarse Ernesto* o *El abanico de lady Wintermer*, “Puedo resistirlo todo, menos la tentación”. Y la tentación, nos aparece bajo la forma de mensajes, de eslóganes, una sensación en cada plato, calidad por principio. Si hablamos de bebidas alcohólicas, “Espíritu del Amazonas, despierta esta noche”, o este otro eslógan “Disfruta con inteligencia”. En este último no se dice eso de “Bebe con moderación, es tu responsabilidad”, pero debiera añadirse, aunque este tipo de advertencias no parece tener todavía los resultados apetecidos, especialmente entre los sectores jóvenes de la población. ¡Una pena!

5. Transcripción de “ Comer bien”

Comer bien no es privilegio de los ricos. Ni mucho menos: comen mejor los pobres. Y perdón por lo simplista de la categorización en ricos y pobres, pero ya lo dijo un estadístico alemán, un tal Ernst Engel, “a mayor riqueza y prosperidad, más disminuyen los ingresos para alimentarse”. En países pobres, quiere decir, la gente dedica casi todo su dinero en comer. Bueno, así los pobres, no son los que peor se alimentan, porque con tiempo y materias primas baratas se pueden hacer maravillas. De ahí, ya lo sabemos, la sopa de ajo por ejemplo o la tortilla de patata. El comer bien no es cosa de riqueza sino de inteligencia y me parece que para este menester, cada día que pasa somos más tontos. Pero no lo digo por todo el mundo, no no, pero sí por muchos, entre ellos, yo. Los productos elaborados industriales tienen mucha culpa, con perdón, más culpa nosotros que los compramos. Pero si ya no los compramos, cierran las fábricas, y la gente, a la calle. ¡Vaya lío! Pero esto no hay quien lo pare y nos indignamos de máquinas de vending, de tiendas de conveniencia en gasolineras, de restaurantes de comida rápida, ¡horrible!... Pero si no compramos, cierran los fabricantes de máquinas vending, las tiendas de conveniencia y restaurantes de comida rápida. Más paro. Aunque si no, adiós cocina sana e inteligente. ¿Qué hacer? Menuda pescadilla que se muerde la cola... Menudo círculo vicioso...