

**YAGO OTERO MARTÍNEZ**  
**Documental "Compra ahora"**

**¿Qué técnicas específicas mencionadas en el documental crees que son las más efectivas para influir en el comportamiento del consumidor? ¿Por qué?**

Las más potentes son las ofertas que parecen únicas o urgentes, como "solo por hoy" o "quedan pocas unidades", porque te meten prisa y terminas comprando sin pensar mucho. También está lo de usar tus datos para recomendarte justo lo que parece que quieres. Es como si leyeran tu mente, y claro, picas. Además, jugar con las emociones, como hacerte sentir que necesitas algo para ser feliz o encajar, es súper efectivo.

**¿Cómo describirías el impacto emocional que generan estas tácticas en los consumidores, según lo presentado?**

La verdad, te estresan. Te hacen sentir que, si no compras, te pierdes algo importante, y luego, cuando lo tienes, muchas veces ni te llena como pensabas. Es como un ciclo de querer más y nunca estar del todo satisfecho.

**¿Qué rol juega la psicología en las estrategias de marketing que se exponen?**

La psicología está por todos lados. Juegan con cómo pensamos para hacernos decidir rápido o sentir que necesitamos algo. Por ejemplo, lo de "no perder esta oferta" es puro miedo a quedarte fuera. También investigan qué nos emociona o qué nos llama la atención para vendernos cosas sin que nos demos cuenta.

**¿Cómo crees que las prácticas de consumo desmedido afectan al medio ambiente y a las comunidades, según lo analizado en el documental?**

Básicamente, lo destrozan todo. Producir a lo bestia contamina muchísimo y genera toneladas de basura. Además, en los países donde se fabrican muchas cosas, la gente trabaja por sueldos miserables y vive en malas condiciones. Es un círculo bastante tóxico.

**¿Puedes identificar ejemplos concretos de cómo el consumismo ha influido en la desigualdad social o en problemas ecológicos?**

Sí, por ejemplo, la moda rápida (lo de comprar ropa barata y en masa) contamina los ríos con los tintes y explota a los trabajadores. En tecnología, fabricar móviles y baterías implica minería que arrasa el medio ambiente y genera basura electrónica que nadie recicla bien.

**Después de ver el documental, ¿consideras que el consumidor promedio tiene responsabilidad sobre sus hábitos de compra? ¿Por qué sí o por qué no?**

En parte sí, porque podríamos pensar mejor antes de comprar, pero también no, porque las marcas nos tienen súper controlados con sus anuncios y ofertas. Muchas veces ni te das cuenta de lo manipulado que estás.

**¿Qué cambios en el comportamiento individual o colectivo propone el documental para contrarrestar estas prácticas de consumo?**

Habla de consumir con cabeza, como comprar menos y mejor. También proponen reciclar, reutilizar y exigir a las marcas que sean más responsables con lo que venden y cómo lo producen.

**¿Crees que las soluciones presentadas en el documental son realistas o alcanzables en un mundo globalizado?**

Son posibles, pero no fáciles. Cambiar cosas en un sistema tan grande lleva tiempo y depende de que gobiernos, empresas y consumidores trabajen juntos. Si nadie se pone serio, va a ser complicado.

**¿Qué estrategias podrías adoptar para resistir estas tácticas de manipulación comercial en tu vida diaria?**

Podrías empezar por bloquear anuncios o pasar menos tiempo en redes, porque ahí te bombardean. También comprar cosas que de verdad necesites y no dejarte llevar por las ofertas. Ah, y buscar productos más sostenibles o de segunda mano.

**¿Cómo podría el gobierno, las organizaciones o los individuos contribuir a reducir la dependencia del consumo desenfrenado?**

El gobierno podría poner leyes para que las marcas no exageren con la publicidad y para que fabriquen de forma más sostenible. Las empresas deberían ser más transparentes y éticas, y nosotros, como consumidores, deberíamos comprar con más conciencia y apoyar cosas como el reciclaje y el comercio justo.