

EDITORIAL

Cuando tenía quince años me preguntaba cómo sería para mí el año dos mil, contaba con restas improvisadas la edad que tendría en esa fecha que se presentaba como especial y muy lejana. Quizá la fantaseaba como momento de fin y principio de etapa y corrían por mi imaginación escenas con hijos, sensaciones de cambios, proyectos laborales en la cima de su realización...Y ahora tengo cierta tendencia a revisar si esto es así, y supongo que también vosotros...

Cineastas y autores de literatura han plasmado igualmente en sus obras la visión, entonces futurista de lo que sería el año dos mil.

Tecnologías punta que con gran esfuerzo de imaginación se cristalizaron en film y en papel entendiendo que la humanidad andaría por esos derroteros. Contrastes entre escenas desnudas, oscuras, catastróficas, subterrestres, con sofisticada ciencia aplicada integrada en lo cotidiano. Mezcla de antigüedad y tecnología.

Algo de ello es así, ya que el instinto depredador del ser humano elevado a sus máximas consecuencias, se combina finamente con la tecnología punta que inunda todos los campos del saber y que utilizamos diariamente casi sin ser conscientes, pero con cierta satisfacción de vivir en una sociedad "tan cómoda".

Seguramente todo ello nos lleva a preguntarnos que se espera de nosotros, los psicólogos en una sociedad con estos retos (Ingeniería genética, comunicación vía cable, hiperinformación...).

¿Que pensamos, sentimos, decimos y hacemos los psicólogos inmersos en este contexto, no sólo como profesionales, sino sobre todo como personas, hoy a inicio de siglo, cuando sabemos que la salud psico-emocional es fundamental para el equilibrio personal y está en nuestras manos el tomar decisiones acordes con ello?

Os presentamos un dossier en esta dirección.

Las presentes Fiestas Navideñas además de abrirnos las puertas al año dos mil, también nos dan conciencia de otro factor importante: ¡las compras se han disparado!

Como dice el Dr. Ismael Quintanilla, seguramente economía y psicología andan irremediablemente unidas.

Encontrándonos en estas fechas puede resultar útil el análisis de la conducta del consumidor, y la relación entre la compra, el precio y las emociones. ¿Qué supone ello de conflicto para la persona? ¿Cómo se resuelven las emociones que entran en juego entre la satisfacción del deseo y el desembolso económico que suponen las compras? Esto va más allá de los consejos, seguramente apropiados pero parciales, que las asociaciones de consumidores ofrecen.

En España hemos entrado en la sociedad de consumo apresuradamente sin seguir las pautas por las que se adquieren y desarrollan las habilidades para manejar la situación estimular y distinguir así entre la infinidad de productos y/o servicios que la sociedad de consumo nos brinda.

La Unidad de Investigación de Psicología Económica y del Consumidor de la Facultad de Psicología de Valencia nos ofrece un amplio e interesante recorrido por estos temas, con unos análisis, que sin duda atraerán nuestra atención como profesionales.

Con estas reflexiones y con la sensación de tránsito, partimos hacia el siguiente milenio, deseándoos unas Felices Fiestas y Paz para el año 2000.

Cristina Aguilar

***P**si^{ci}ologia económic^a y del consumidor.*