|  |  |
| --- | --- |
|  | **Centro Educativo Jean Piaget**  *“Aprendemos y construimos para trascender”*  Preparatoria |

**Consumismo y publicidad en la sociedad actual.**

*Alexa Rivero Reyes*

*4010*

Miss. Adriana F. Chávez

Taller de Metodología de la Investigación

*20 de diciembre de 2019*

**Introducción**

* Elegí este tema porque el consumismo es algo que está teniendo mucho impacto en la vida de las personas actualmente y me parece interesante estudiarlo y saber los efectos relacionados con la publicidad que nos hace propensos a comprar cosas impulsivamente, aumentando gradualmente el consumismo.
* Están afectando la vida de la gente en diferentes formas, económica y personalmente ya que están, moldeando los pensamientos y la forma de actuar de la mayoría de las personas por medio de la publicidad.
* Las implicaciones que ya está reflejando el consumismo y la publicidad tendrá mayores alcances en el futuro, por eso debemos entender lo que están provocando estos dos factores para empezar a disminuir su impacto en nuestra vida

**Pregunta de investigación:**

¿Como es que estos dos factores juntos afectan a la sociedad?

**Objetivos**

Objetivo general:

* La publicidad y el consumismo en la sociedad

Objetivos específicos:

* Investigar que es el consumismo
* Investigar sobre la publicidad en el ámbito comercial
* Los efectos emocionales y económicos del consumismo en las personas
* Porque esta influencia está aumentando y está empezando a afectar otros ámbitos de nuestra vida como el de nuestra personalidad (cómo actuamos y tomamos decisiones)

**Justificación:**

* Estudiar este tema ayudará a comprender las consecuencias de la publicidad como influencia en lo que hacemos, así podremos disminuir sus efectos

**Marco teórico:**

El consumismo según la RAE (2017) es la tendencia inmoderada a adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios, actualmente es algo con lo que la mayoría de las personas vive día a día. El problema con verlo tan frecuente es su efecto a largo plazo ya que como lo dice la definición son compras inmoderadas, por lo tanto, siempre tendrán el sentimiento de querer más. Las personas compran cosas para sentirse parte de algo, buscan un sentido de pertenencia y como las tendencias cambian constantemente la necesidad de tener lo más nuevo para pertenecer es incontrolable.

Para Paul Ekins (1991), sociedad de consumo es “aquella en la que la posesión y el uso de un número y variedad creciente de bienes y servicios constituyen la principal aspiración de la cultura y se perciben como el camino más seguro para la felicidad personal, el estatus social y el éxito nacional”. (Rodríguez,2013). Un claro ejemplo son los niños fans del futbol, antes el sueño de ser futbolista era para ser el mejor, sobresalir, jugar con leyendas del futbol o para tu equipo favorito, hoy en día los niños se quieren dedicar al futbol para ganar tanto como sea posible, tener un estilo de vida especifico y también un estatus social. “En este final de siglo, la enfermedad de Occidente es la de la abundancia: Tener todo lo material y haber reducido al mínimo lo espiritual”.(Rojas,1992)

La publicidad tiene un papel muy importante en el consumismo porque todas las empresas la utilizan para llegar a las personas, ya sea en la calle o en internet sus principales objetivos siempre son persuadir y convencer, le dicen a la persona que necesita su producto. La publicidad cambia para hacerse cada vez mas influyente en ciertos grupos de personas, buscan ídolos y los ponen como su imagen, por eso la sociedad actual se ve muy influenciada a comprar cosas innecesarias, tienen una obsesión tan grande con las celebridades a través de las redes sociales que aspiran a ser ellos, a copiar y consumir las mismas cosas. Estas compras se vuelven emocionales ya que la persona compra con base en el sentimiento de comodidad y de pertenencia a un grupo que le da comprar.

“El consumismo tiene una fuerte raíz en la publicidad masiva y en la oferta bombardeante que nos crea falsas necesidades.”, (Rojas,1992). Las compañías aprovechan ocasiones como la navidad para la publicidad masiva, esta se transformó en la época de más enriquecimiento para ellos, la gente compra regalos que no necesitan, pero no pueden verlo ya que están demasiado abrumados y confundidos por la cantidad gigantesca de anuncias que ven. Su juicio este nublado y eso hace que esta forma de comprar este yendo tan lejos que se esta llevando nuestra forma de actuar y pensar, la individualidad de cada uno.

“El consumismo consume todo cuestionamiento. El pasado se vuelve obsoleto. En consecuencia, la gente pierde su individualidad, su sentido de identidad y entonces se afianza y busca un enemigo para poder definirse a sí misma.” (Berguer, 2012) Hoy en día la publicidad favorece tanto al consumismo que ya está empezando a dañar no solo la parte económica de las personas, sino que también la parte que los hace ser ellos mismo, moldea todas nuestras visiones, estilos de vida, aspiraciones, nuestras vidas en general.

“Triunfaron los que construyen marcas, y se llegó a un nuevo consenso: los productos que tendrán éxito en el futuro no serán los que se presenten como "artículos de consumo", sino como conceptos: la marca como experiencia, como estilo de vida.” (Klein,2000) El futuro de la publicidad es influenciar más que las compras, es poder controlar su forma de ser. Algo que las empresas están empezando a ver es el poder de influencia que tienen las grandes celebridades de cualquier tipo, actores o influencias que aparecen en anuncios están empezando a dejar mensajes que la sociedad sigue ciegamente como una cierta forma de actuar y pensar específica que favorece a las compañías, como ejemplo están los anuncios que aparecen en las épocas de electorales para imponernos una preferencia.

"PUGH sostiene que, últimamente, en las relaciones del grupo de compañeros de los niños —como en las relaciones de asistencia entre padres e hijos— se ha infiltrado la cultura mercantil: el consumo ha llegado a ocupar un papel central para la inclusión social y el dinero se ha equiparado efectivamente con la pertenencia"(Buckingham,2013) En la sociedad moderna el consumismo se esta haciendo presente el la vida de las personas en edades tempranas y fundamentales para nosotros mismos como lo es la adolescencia. Este comportamiento se transformo en una forma de cumplir sus objetivos como el reforzamiento de su identidad, la integración a un cierto grupo y hasta la diversión. La adolescencia es una etapa fundamental para las personas ya que moldea su personalidad y sus aspiraciones para el futuro, esto la hace un blanco fácil para la publicidad que intenta guiarlos hacia un futuro muy idealizado y una realización personal muy estandarizada sobre lo que los haría feliz según las empresas y no por sus propias elecciones y pensamientos .

**Discusión**:

El consumismo es un problema que actualmente está siendo muy subestimado por las personas, lo que lo vuelve aún más preocupante, ellos no lo ven como un problema. La gente necesita darse cuenta de lo que consume y tomar mejores decisiones lo más pronto posible . Tienen que empezar a mirar con mas detenimiento la publicidad, para evitar ser impulsivos y adquirir cosas innecesarias. En esta época la publicidad se ha vuelto cada vez más inteligente, llegando a ser a veces más inteligente que nuestra propia forma de pensar, hoy en día con tan solo ver un cartel podemos hacernos la idea de que necesitamos algo que muy probamente de no haber visto el cartel ni lo hubiéramos pensado.

La sociedad actual ya no se puede dar el lujo de tener esta impulsividad presente en sus decisiones, en especial porque ahora el sector adolescente se está viendo afectado. Los adolescentes están siendo influenciados severamente por el consumismo, lo que hace que sigan consumiendo para sentirse parte de algo, de cierta forma incluidos por los demás. Ya no visualizan ni persiguen un futuro en donde cumplen sus aspiraciones y sueños sino uno en donde tengan entre más cosas mejor.

~~En conclusión, el consumismo se ha vuelto una parte fundamental en nuestra sociedad moderna, una visión sobre lo que es la mejor vida. Está presente en todos lados y con ayuda de la publicidad puede afectar profundamente a cada uno de nosotros. Es un ciclo de querer más cosas, la intención de que alguien actúe de una determinada manera o piense según unas ideas. Es insostenible, no satisface nuestras necesidades y afecta nuestras visiones del mundo y de las personas.~~

**Referencias:**

* Díaz, S. R. (2012). Consumismo y Sociedad: una visión crítica del Homo Consumens. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, *34*(2).
* Berguer, J. (2012, 26 mayo). La Jornada: Para salvar el momento presente. Recuperado 21 diciembre, 2019, de <https://www.jornada.com.mx/2012/05/26/opinion/020a1mun>
* REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. <https://dle.rae.es> [20/12/19].
* Buckingham, D. (2013). La infancia materialista. Crecer en la cultura consumista. Ediciones Morata.
* Klein, N. (2009). No logo: No space, no choice, no jobs. Picador.
* Grupo Graphic. (2014, 26 septiembre). La relación entre publicidad y consumo ¿. Recuperado 20 diciembre, 2019, de https://grupographic.com/la-relacion-entre-publicidad-y-consumo/