

Segundo encuentro.

El mundo del consumo: el símbolo social.

**Objetivo:** *Que el alumno acompañe la reflexión que estamos llevando a cabo con respecto al consumidor y al mundo del consumo con la reflexión acerca de la creación del símbolo, cómo se alimenta y porque es importante entender este proceso a la hora de plantear un mensaje que pretenda vender un producto.*

Maestro: Marco Antonio López Franco.

Cuando hablamos del mundo social, tenemos que mencionar el fenómeno de la creación de un símbolo, como bien sabemos el símbolo es aquel resultado del proceso de en el que un hecho o una imagen mental, llámese signo es consumido por los sentidos del humano y que recibe una interpretación y una carga valorativa, este proceso del símbolo es estudiado por la Semiótica, y siguiendo la escuela que nos presenta Ferdinand de Saussure entendemos que el símbolo se vuelve como tal y gana un peso cuanto más es aceptado por los individuos es decir una mentira dicha por muchas voces puede volverse real, a pesar de lo terrorífico que pueda sonar esta sentencia a la hora de pensarlo en el aspecto de la filosofía, es el camino por el cual nosotros entendemos el proceso de la publicidad, la presencia en la mayor cantidad de individuos de nuestros bienes y servicios será lo que determine el éxito o el fracaso, ahí la necesidad del estudio de los fenómenos de la publicidad, los estudios de mercado y la creación de marcas corporativas.



Pero acompañemos esta idea con el siguiente escrito, siempre que se habla de vida en sociedad se habla de una teoría que menciona que todos ocupamos un lugar dentro de este esquema, lugar que puede ser cambiado y que de hecho se manifiesta como un deber ser para el individuo en sociedad, nosotros tenemos la misión de ascender en el sentido social ya que el agente social que triunfa en el capitalismo es precisamente el que se manifiesta en contra de lo establecido, aquel que rompe paradigma aquel que se presenta con una determinada carga de valores, con determinadas interpretaciones de los símbolos sociales.

Nosotros al colocarnos en un lugar dentro del esquema social, determinado no solo por nuestras condiciones orgánicas, es decir la familia y el momento en el que el sujeto es arrojado al mundo, su éxito depende del poder adquirir símbolos que representen un mejor nivel o el ascenso hacia una nueva clase social, pero esto no es del todo nuevo, pongámonos a pensar en la tribu antigua, dentro de este pequeño o mediano grupo de sedentarios, las posiciones estaban determinadas primero por el sexo del agente social, es decir y nos menciona Durkheim cuando habla con respecto a la división sexual del trabajo, que eran los hombres los que participaban en actividades como búsqueda y caza de alimento, además de ser los responsables de mantener con vida al grupo, se le entendía como el protector y como el que daba el sustento, las mujeres y los infantes estaban destinados a ayudar en tareas domésticas: preparación de alimentos, confección de prendas con las pieles de los animales, sembrado y cuidado de los jardines en donde se experimentaban los primeros pasos de la agricultura.

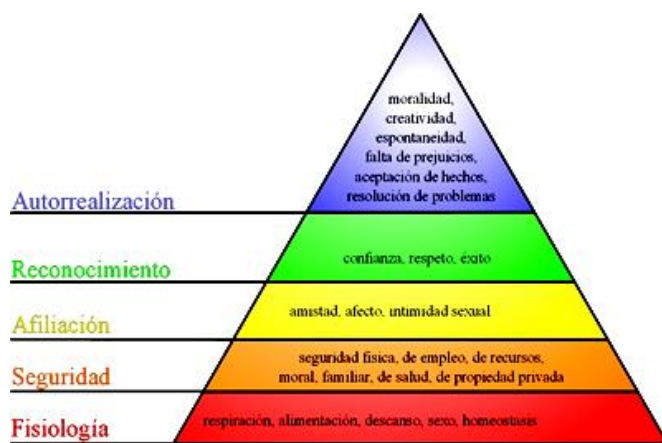
En este tipo de pequeñas comunidades y dentro de sus relaciones cara a cara, los símbolos para el ascenso social, eran determinadas por los objetos que se obtenían a partir de las actividades diarias, es decir alguna cornamenta, piel o colmillos, que eran símbolo del valor, del coraje mostrado en la cacería, el máximo cazador era aquel que ostentaba piezas de cacería cuyo valor dependía de la proeza realizada para conseguirla, mencionamos que dentro de esta situación existe una valoración social con respecto a un símbolo obtenido a partir del trabajo, pero que responde a una de las tesis más importantes cuando entendemos el proceso de consumo y es la teoría de las necesidades.

Entendemos que el ser humano como tal –siguiendo la escuela de Maslow- tiene una serie de necesidades que necesitan ser cubiertas para que el hombre se sienta completo, se sienta pleno en su condición de hombre, menciona que las primera necesidades que requieren ser cubiertas son las necesidades naturales es decir el hombre tiene que comer, dormir, mantenerse con vida y reproducirse, en un siguiente nivel, tendremos las necesidades las necesidades de seguridad es decir se tiene que tener un grupo social al cual se pertenezca y nos ofrezca la seguridad de que no somos agentes aislados ni abandonados, debemos mencionar que en este punto existe no solo la necesidad de sentirse seguro sino de sentirse seguro con respecto a las actividades que realiza y que permiten que las primeras

necesidades sean cubiertas, es decir se tiene que tener una actividad que permita el crecimiento y reproducción del grupo familiar, además de que al ser agentes conectados permitan una formación moral y una procuración de la salud.

En un nuevo nivel de la pirámide de Maslow, entendemos que existe la necesidad de la afiliación es decir el ser humano tiene la necesidad de sentirse cercano a sus pares, de relacionarse en el sentido de la amistad o del amor, es decir sentir que puede relacionarse fuera de su grupo social primario que es su familia, estamos hablando de que el ser humano se reconoce como ser ahí, es decir un ser capaz de razonar y de tomar sus propias decisiones, en el siguiente nivel tendremos el nivel del reconocimiento y la auto realización que en resumen hablan de un ser que actúa de manera efectiva en la vida social y que tiene una construcción psíquica que puede considerarse como sana.

Después de mencionar estos aspectos teóricos, podemos suponer lo siguiente las necesidades que mencionamos son motivaciones que van a determinar los bienes y servicios que van a ayudar a cubrir esas necesidades, es decir entendiendo las motivaciones



y las necesidades de cada grupo social, entendido después como clase social, podremos entender el proceso de elección de un determinado producto y su consumo.

Pero regresemos al ejemplo de la pequeña tribu, entendiendo que pertenecieron a un determinado momento, pero no debemos olvidar que todo cambió y a pesar de que las necesidades permanecen la forma de satisfacerlas se ha transformado a situaciones abstractas en donde interviene de manera directa el proceso de modernización nacido del proceso de racionalización del mundo, es decir que los símbolos que ayudarán al ascenso social y la permanencia del sujeto en la vida social, serán los símbolos devenidos de la industria, de la tecnología, de la manufactura, ya no serán más los ornamentos y símbolos tribales sino será el automóvil, el departamento, todo aquello que componga un estilo de vida, es decir los símbolos para poder ascender serán vendidos, podrán ser comprados, en donde el que los

vende es consciente de las necesidades, sabe cómo explotarlas y sabe cómo entablar conversaciones con cada uno de los segmentos que componen la sociedad, es el arte de saber hablar ante diversos actores.

El símbolo social es entonces aquel que permite el ascenso social, aquel símbolo que representa status, que representa que el hombre es exitoso, el éxito se puede vender, el hombre y sus diversas necesidades pueden ser cubiertas por un número de bienes determinado, pero lejos de parecer una sentencia terrible, arma al profesional a saber de la responsabilidad social que tiene a la hora de presentar un mensaje un bien o proponer una campaña de carácter masivo.

### **Actividades completarias.**

- a) En un archivo de Word, presentar una reflexión de diversos símbolos sociales, ya sea el celular, el ipad, o el automóvil con respecto a su significado y que representan en determinada clase social.