



Felicidad For Sale

Filosofía, 11/02/2013



Citando un extracto del guion de la película de David Fincher, el Club de la Pelea: “La publicidad nos tiene persiguiendo autos y ropa, realizando trabajos que odiamos para poder comprar cosas que no necesitamos. Somos los niños de en medio de la historia. No tenemos lugar ni propósito. No tenemos una gran guerra o una gran depresión. Nuestra gran guerra es espiritual, nuestra depresión son nuestras vidas. Hemos sido educados por la televisión

para creer que un día seremos millonarios, dioses del cine y estrellas de rock. Pero no lo seremos. Y lentamente estamos aceptando esas verdades, y estamos muy, muy enojados...”

La sociedad desde los primeros tiempos ha sido estructurada bajo la esfera del que tenga mayor poder, de aquel grupo que pueda definir cualquier tipo de concepto, al definir los conceptos lo que logran es establecer la realidad misma, de esta manera, en el momento en que se logra dar forma a los conceptos que, posteriormente, se utilizaran, se definirá la realidad beneficiando al grupo que diseñó dichos conceptos.

Si se hace un trabajo minucioso sobre los conceptos morales se comprenderá fidedignamente el peso existente en los conceptos que, al fin y al cabo, diseñaran las estructuras del comportamiento de los individuos que participan en la sociedad; “La indicación del camino correcto me la dio la pregunta de qué significa realmente desde un punto de vista etimológico las palabras acuñadas por las diversas lenguas para designar “bueno”: encontré que todas ellas remiten a la misma transformación de conceptos, que en todas partes “excelente”, “noble” en sentido estamental, es el concepto básico a partir del que se han desarrollado “bueno” en el sentido “de alma excelente”, “noble”, “de alma elevada”, “de alma privilegiada”; una evolución que siempre discurre en paralelo a aquella otra que hace que los conceptos “vulgar”, “plebeyo”, “bajo” terminen por convertirse en el de “malo” ^[1], continuando posteriormente “La palabra para ello acuñada, ?????? [bueno, noble], significa por su raíz alguien que es, que tiene realidad, que es real, que es verdadero; después, con un giro subjetivo, pasa a designar al verdadero en tanto que veraz: en esta fase de la transformación del concepto se convierte en lema y divisa de la nobleza y se funde por entero con el sentido de “noble”, para delimitarlo respecto del mendaz hombre vulgar, tal y como Teognis lo presenta y describe, hasta que finalmente, tras la decadencia de la nobleza, la palabra queda para designar la noblesse del alma y, por así decir, se hace dulce y madura. Tanto la palabra ?????? [malo] como en ?????? [vil, despreciable, pero también, miedoso, cobarde y aun mísero y desgraciado] (el plebeyo en contraposición con el ?????? [bueno]) se subraya la cobardía: esto puede que sea un indicio de en qué dirección se debe buscar el origen etimológico del término ??????, que tantas interpretaciones admite.”^[2]

Comprendiendo de esta manera que los conceptos de “bueno” o “malo” siempre han sido fabricados por un grupo, que, sin ser ingenuo, solo busca el beneficio de sus vidas, utilizando cualquier medio posible para lograr un aumento de sus propias

riquezas, utilizando, para esto, las más variadas metodologías para introducir nuevas estructuras de pensamiento en la Sociedad, se inventan formas que para “ellos” consideran como “bueno”, así se prolifera y se produce como lo menesteroso para el beneficio de la sociedad, siendo evidente que lo últimos que logran obtener es un porcentaje de dichos beneficios son los que no gobiernan, los más.

En la sociedad, por lo tanto, cada individuo, por la inmanencia misma de que cada persona va necesitando “cosas” para mantener una vida tranquila, pensando en el principio de la Sociedad, en que todo era mucho más intenso, entrelazando por la lucha constante contra la naturaleza, buscando siempre la manera de buscar una tranquilidad para la vida que lleva éste y su prole. Pero la estructura social que tenía las comunidades antiguas jerarquizadas mucho más potentes que hoy en día, mejor dicho, diferencias que no son mimetizadas como lo son ahora.

Es necesario definir ciertos conceptos, bien se sabe que la organización social puede dar forma a nuevos aires y modificar las estructuras que gobiernan a una zona en específico, por ejemplo La Primavera Árabe (2010). Asimismo, el establishment, aquel cúmulo de “propietarios” intentan buscar en todo momento la forma de mantener el poder que han tenido, esta división se ha mantenido desde que se ha comenzado a mantener la sociedad con un cierto orden, manteniéndose por los distintos imperios, entendido en su extensión del término. Esta pirámide jerárquica se ha querido mantener hasta el día de hoy, insertando nuevas formas de conquista, ya no se utiliza la espada para conquistar nuevos terrenos, sino, las necesidades que tienen los individuos, las necesidades más básicas de cada persona para seguir enriqueciéndose; “las citadas necesidades son estados de una privación experimentada. Entre ellas incluimos necesidades físicas básicas: alimentos, ropa, techo y seguridad; las sociales: de pertenencia y afecto, y las individuales: conocimiento y expresión de la personalidad”[\[3\]](#)

En la antigüedad lo encargados de proporcionar los elementos básicos era los emperadores, pero posteriormente, en el transcurso de la evolución humana estos se iban traspasando paulatinamente a grupos que su único interés ya no era necesariamente conquistar “nuevos mundos” de forma directa, sino que ahora se utiliza la mimetización para aumentar los bienes de los dueños de la materia prima (¿pero quien son realmente los verdaderos dueños?), así, que se debe buscar la felicidad de los individuos que viven en un territorio, otorgándoles lo más básico que puedan necesitar. La regulación de dichas necesidades debe ser otorgada bajo ciertos márgenes para que no se degenere en algo que no deba ser, puesto que no se debe dar lucro a las necesidades básicas, algo que se ha hablado muchísimo en el último tiempo, en el área de la educación.

En el día de hoy nos vemos bombardeado de publicidad, gigantes letreros por el cual estos grupos desean que compremos servicios, que, en muchas ocasiones no necesitamos, y es donde se presenta el Marketing “¿Qué significa el término marketing? Marketing (o mercadotecnia) se debe entender no el sentido tradicional de realizar una venta (vender), sino en el nuevo sentido de satisfacer las necesidades del cliente. Muchas personas piensan que el Marketing sólo como venta y publicidad, y no es de extrañar, por que todos los días nos bombardean con anuncios de televisión, en los periódicos, con cartas y llamadas de venta”[\[4\]](#).

“El mensaje fundamental del concepto de Marketing es que el logro de los objetivos de la empresa depende esencialmente de su capacidad de responder con eficiencia a las necesidades del mercado y de redespigar sus actividades en función de la evolución de dichas necesidades y de las posibilidades ofrecidas por la tecnología (Lambin, 1987). Ello, en realidad, no es más que la manifestación actualizada del “principio de soberanía del consumidor” enunciado por los economistas clásicos a finales del siglo XVIII y que constituye el sustrato de la economía de mercado. En este sentido, un hallazgo clave de Smith (1776) consistió en afirmar que todo intercambio voluntario genera beneficios para los participantes y que, mientras la cooperación sea estrictamente voluntaria, ningún intercambio se llevará a cabo a menos que ambos obtengan con ello un beneficio”[\[5\]](#), dicho de otra manera, la empresa que utiliza estas metodologías son con el propósito de adquirir mayor cantidad de beneficios, evolucionando paulatinamente al ritmo de la sociedad misma, esto ejerciendo la inserción de nuevas necesidades basando, además, de profundizar que quien haga dicha compra está en su plena libertad de hacer cooperando con el mismo mercado.

La publicidad que es una parte integral de las metodologías de Mercadotecnia ha sido utilizada desde mucho tiempo “La publicidad se remonta a los inicios de la historia escrita. Arqueólogos que trabajan en los países de la cuenca del mar

Mediterráneo han encontrado letreros que anunciaban diversos eventos y ofertas. Los romanos pintaban las paredes para anunciar peleas de gladiadores, y los fenicios pintaban imágenes para promover sus mercancías en piedras grandes y a lo largo de las rutas de los desfiles"[\[6\]](#), la publicidad ha variado y aunque se ha intensificado en los últimos años, también se ha visto utilizándose por parte de las dictaduras de cualquier índole política, desde los Nazis, hasta la hecha por la URSS vista en la Fotografía de Ródchenko. Esto con el propósito de que dichas ideologías se mantengan en el poder, pero el problema que se presentaba en este tipo de publicidad son las limitantes a la hora de adquirir "nuevas" necesidad, puesto que estás siempre han estado reguladas por el aparato político de la dictadura.

La libertad se ha, por lo tanto, lanzada a las manos de todas las personas, con el propósito de adquirir nuevas necesidades, pero que están reguladas por las empresas que fabrican los nuevos conceptos de bueno (??????), por medio de la compra de los productos que son entregados podrás conseguir algo que le ha sido tan esquivo: la felicidad. El propósito mayor del mayor porcentaje de las personas es conseguir la felicidad, y si para conseguir esto es necesario gastar más de lo que se tiene, muchos lo harán, por lo tanto, se inventan necesidades que las personas consideraran menesterosas para ser Felices.

"El Marketing es una disciplina que tiene enorme vigencia y protagonismo en la actualidad, tanto que algunos autores afirman que es quien debe encargarse de conducir la estrategia de la empresa (Kotler, 2005, p 19); si bien para algunos esto puede resultar exagerado, para otros no lo es tanto si se considera que en ambos casos, los objetivos de marketing como los de la alta gerencia tienen un punto de convergencia importante; revisemos por ejemplo el concepto de posición estratégica presentada por Markides (2002, p 2) en donde se establece que la primera consideración estratégica de una organización es la definición del producto que va a fabricar, el segmento que va a entender y la manera particular como va a desarrollar su operación para entender dicho mercado con dicho producto" – continuando posteriormente – "El marketing es una disciplina que tiene un fundamento histórico que no se puede desconocer; su origen no se da de manera casual, corresponde más bien a un proceso de evolución dado dentro del desarrollo económico de la humanidad, la cual ha transitado por 4 grandes etapas: la primitiva, la esclavista, la feudal y la capitalista (Mijalov, 1994, p 9), esta ultima mantiene una posición hegemónica en la actualidad debido a la caída del bloque soviético y todo su sistema político, económico y militar concentrado a finales del siglo XX más específicamente en 1991 (Illera 2003, p 298)"[\[7\]](#). El poder que se ve hoy en día por las grandes potencias, dan evidencia de las reales intenciones que tienen y que lo último que esperan conseguir es la felicidad para las personas de la sociedad, sino más bien, el aumento de las ganancias de las empresas en las que son dueños.

El sistema capitalista incentiva a destajo el pensamiento de la libertad, pues se le da la esperanza a los individuos de que son dueños de sus deseos y de sus necesidades, pues no se ponen a reflexionar que estos deseos y necesidades han sido insertados paulatinamente por el sistema en el que los gobierna, ahora ya no desean la libertad en sí, sino materiales superficiales, transformándose en un adicto a nuevas tecnologías, nuevos aparatos que actúan como placebos frente a los vacíos que los mismos productos le va produciendo, aparatos de comunicación que no sirven para comunicarse, se ha olvidado el trato personal de los individuos, ahora todo se da por medio del Internet, el intercambio de nuevas ideas se da por medio de las redes sociales, las opiniones se transmiten por 140 caracteres, todo estandarizado buscando el beneficio del grupo selecto que decide cuales son las leyes que más les sirven; "El nacimiento del capitalismo tal como lo conocemos hoy puede situarse a finales del siglo XVIII favorecido por tres elementos importantes, la reforma protestante, la revolución en Inglaterra y la revolución francesa, lo que permitió enterrar el viejo sistema feudal e instaurar uno nuevo basado en el intercambio libre de mercancías, cuyo objetivo es conseguir ganancias a expensas del trabajo ajeno"[\[8\]](#)

El capitalismo, por medio del poder que tiene, adquiere la propiedad privada y es capaz de producir el producto que las personas necesitan para poder mantener una vida "feliz", pero como la mayoría de las personas no tiene la capacidad económica de adquirir dichas necesidades venden lo unico que pueden, mano de obra, trabajan para las empresas de la que sacan un pequeñísimo porcentaje de dinero por el cual logran conseguir la necesidad que requieren. Se transforma en un círculo, puesto que el valor en sí de lo que producen es mucho mayor, la plusvalía en este punto es la diferencia del pago que se le da al trabajador con el valor del producto.

El marketing es, por lo tanto, la herramienta por la cual estamos inmersos, comprando cosas que en realidad no necesitamos,

trabajando en partes que no quieren, persiguiendo objetos que no nos harán feliz, tal vez, y solo tal vez, den un grado de satisfacción momentánea, ¿pero qué sucederá cuando el celular último modelo que compraste a 36 cuotas deje de ser último modelo?.

Camina un día por cualquier ciudad y te veras bombardeado por ventas en liquidación, descuentos de hasta un 30%, 3 cuotas precio contado sin interés... todos buscando la manera de hacerte feliz ¿hacerme feliz? No es evidente que sea lo último que quieren... el Marketing solo da las herramientas para seguir beneficiándose en desprestigio de las personas que solamente desean la felicidad.

El marketing como se sabe tiene muchas áreas y aplicaciones, y estas líneas es esbozo esencialmente en el concepto mismo, pero más allá de las diversas formas que se quiera entender dicho concepto, por medio de éste siempre se ha querido conseguir una cosa, el aumento de las ganancias para la élite.

[1] Friederich Nietzsche, GM, I, §4

[2] *Ibíd.* §5

[3] ¿Qué es el Marketing?, Cap. 1, Marketing en alimentos.

[4] Marketing y Publicidad, Programa Leonardo da vinci, Formación permanente para comerciantes.

[5] Conceptos de Marketing; Implicaciones Estratégicas. Carmen Antón – Jesús Gutiérrez

[6] Marketing, Philip Kotler – Gary Armstrong

[7] Marketing: más de 100 años de historia. Génesis y evolución de un concepto, Ricardo Hoyos Ballesteros.

[8] *Ibíd.*

