



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

[ Perspectivas  
acercas del  
consumismo, un  
estudio  
cualitativo, desde  
el análisis del  
discurso]

noviembre 28

2013

Nombre: Fabián Bustamante Mosqueda.  
Licenciatura: Psicología.  
Semestre: Séptimo



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

## **Perspectivas acerca del consumismo, un estudio cualitativo, desde el análisis del discurso.**

Resumen.

Conocer datos de dicho tema es importante para darnos cuenta de los efectos que está generando este fenómeno en la actualidad (consumismo). **El objetivo general:** conocer la perspectiva que los jóvenes tienen sobre el fenómeno de consumismo. **Enfoque de la investigación: Cualitativo, Tipo de estudios: No experimental. Sujetos:** Los sujetos-tipos, Es un estudiante de entre 18 y 30 años edad de cualquier sexo, con nivel económico y educativo indistinto. **Instrumento procedimiento:** Entrevista **Procedimiento de recolección de datos.** La reunión se llevó a cabo en un lugar cómodo y silencioso se realizarán una sesión para la recopilación de información por medio de la entrevista. **Análisis de datos:** Análisis de discurso basado en: Hechos, propósito, proceso, producto, teorización. **Resultados:** Considera que hay un problema de acumulación por los muebles que se tienen y no se desechan cuando hay unos nuevos. La putrefacción de alimentos tiene como trasfondo una sobre adquisición de alimentos, ya que si no se compran alimentos constantemente se tendrían que consumir los que se tiene en casa.

### **Abstract.**

Knowing that data subject is important to realize the effects that this phenomenon is generating today ( consumerism ) . The overall goal : make the perspective that young people have about the phenomenon of consumerism. Research focus : Qualitative , Study Type: No experimental. Subjects : Subjects - types , a student between 18 and 30 years old of either sex , with indistinct economic and educational level. Instrument Procedure Interview Procedure of data collection. The meeting was held in a comfortable and quiet place held a session for the



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

collection of information through the interview. Data analysis: Analysis based  
discoursed : Facts, purpose , process, product , theorizing. Results: consider a  
problem of accumulation by furniture that are not discarded when new ones. The  
putrefaction of food has the background one on food purchases , because if they  
do not buy food constantly consume should you have at home.

**Palabras claves.**

Consumismo, estudio cualitativo.

**Introducción.**

Conocer datos de dicho tema son importantes para darnos cuenta de los efectos  
que está generando este fenómeno en la actualidad en el contexto en el que  
interactúo, además de que considero de igual manera que aún no son muy  
amplios los conocimientos del mismo, pues creo que sean realizado pocas  
investigaciones al respecto y solo se ha teorizado de los resultados de dicha  
problemática. De igual manera conocer qué perspectiva tienen las personas en  
particular los jóvenes inmersos en el contexto del que formo parte.

Es conveniente realizar esta investigación porque a partir del conocimiento  
generado en la recolección de esta información se puede generar nuevas ideas o  
perspectivas de los problemas que conlleva el consumismo pues es más sencillo  
teorizar sobre lo que uno piensa respecto a algún fenómeno, pero esta teorización  
se enriquece cuando se toma en cuenta la opinión o perspectiva de un conjunto de  
personas, ¿cómo lo perciben? si lo consideran un problema real, si creen que  
actualmente los afecta o que alcances puede tener en un futuro, quizá hasta se  
podrían encontrar opiniones positivas sobre este fenómeno.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

Para ello fue necesario: conocer la perspectiva que los jóvenes tienen sobre el fenómeno de consumismo. Informar sobre la investigación a los sujetos y pedir su participación voluntaria así como realizar entrevistas a profundidad a los sujetos que sean partícipes en la investigación para poder realizar un informe de dichos resultados.

### **Metodología**

**Enfoque de la investigación: Cualitativo**, según Sampieri utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación.

### **Tipo de estudios: No experimental**

*La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.*

### **Diseño de investigación: Descriptivo**

Sampieri nos dice que su propósito es decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los *estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, -comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis* (Dankhe, 1986). Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, *en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así -y valga la redundancia- describir lo que se investiga.*



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

**Sujetos:** Los sujetos-tipos

Los sujetos son estudiante o trabajador de entre 18 y 30 años edad de cualquier sexo, con nivel económico y educativo indistinto.

Se emplea este tipo de muestra en estudios exploratorios y en investigaciones de tipo cualitativo, donde el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información, y no la cantidad, y estandarización. En estudios de perspectiva fenomenológica donde el objetivo es analizar los valores, ritos y significados de un determinado grupo social, el uso tanto de expertos como de sujetos-tipo es frecuente.

**Instrumento procedimiento:** Entrevista

**Procedimiento de recolección de datos.**

La reunión se llevó a cabo en lugares cómodos y silenciosos para tener una buena comunicación, se una sesión para la recopilación de información por medio de la entrevista.

**Análisis de datos:**

Análisis de discursado basado en: Hechos, propósito, proceso, producto, teorización.

**Análisis.**

Se mostró un poco nervioso al inicio de la entrevista; un poco desconcertado al no saber cómo actuar. Ve la cámara con la que fue grabado para nerviosismo.

Experimenta una sensación de excitación cuando al obtener algo por medio de un intercambio económico, el sentir posesión de un objeto nuevo le hace sentir una sensación agradable e infantil, aunque el precio del objeto se interponga a esa sensación.

La sensación agradable que había experimentado al tener posesión de un objeto nuevo desaparece en un corto periodo(una semana), esta sensación solo es



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

generada cuando el individuo compra objetos caros o que supone disfruta mucho de su uso, supone también que es una sensación especial comprar algo caro por pertenecer a un estatus social medio bajo. Compra objetos que considera innecesarios dos veces por año. Tiene un actuar de sobre consumo cuando compra objetos de los cuales ya tiene uno de ese algo. Considera que el atractivo de forma y fragancia le invitan a comprar cosas.

Siente necesidad de comprar más cosas, además de las que ya tiene, le causa gracia el decir que comprar un celular nuevo es esencial, ya que el suyo falla. A pesar de ser el celular producto actual no es de mala calidad por el tiempo que lleva en funcionamiento. (Contrario a lo que se supone de los artefactos que se crean en esta época).

Considera que su computadora con un año de vida es aun nueva, y por ello no encontraría necesario cambiarla, en un corto tiempo solo se desearía de su computadora si la regalara a alguien que la pudiera utilizar.

Considera que en su hogar hay más cosas de las que se necesitan realmente, afirma que hay un problema de acumulación por los muebles que se tienen y no se desechan cuando hay unos nuevos.

La putrefacción de alimentos tiene como trasfondo una sobre adquisición de alimentos, ya que si no se compran alimentos constantemente se tendrían que consumir los que se tiene en casa. El sujeto considera que esta no es una práctica muy común en otros hogares.

Al parecer no hay carencias materiales, importantes en su hogar, sugiere que para que haya cosas debe de haber primero dinero. Pensamiento arraigado en cualquier individuo contemporáneo.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

Considera que la utilización de objetos nuevos es importante si se trata de algo de uso personal.

Hay una clara contradicción de opiniones, con lo anterior, pues considera que las cosas nuevas solo son importantes si son de uso personal muy íntimo, mientras que aquí sostiene que las cosas usadas no le llaman la atención. Mientras que las nuevas son agradables aunque sean robadas. Considera que es indigno usar cosas de segunda mano. Los productos tienen una fuerte influencia sobre nuestros sentidos como el tacto (tener la casa).

Considera que dentro del contexto hay una clara identificación de personas que compran constantemente cosas nuevas, así como le es más sencillo ser recibido en círculos sociales, sugiere que él utilizaba ese lugar dentro de su ambiente académico por comprar celulares nuevos cada año, lo cual es contradictorio, esto haría pensar a cualquiera que el sujeto pretende a veces hablar de humildad y otras veces de tener muchas posesiones materiales.

Considera que el consumir cosas te da estatus, puedes tener atención de mujeres atractivas, considera que el no tener un coche “bueno” es un claro motivo de porque no eres atractivo para las mujeres (constructo cultural de carácter capitalista y machista); el dinero te da fama, y eso pone en peligro tu integridad y la de tus seres queridos. Sentimiento de inseguridad bien fundamentado en el contexto mexicano actual.

Considera que es apropiado expresarse de manera aburguesada, utilizando tonos de voz y palabras que la cultura supone es utilizada por la clase alta. Esta postura es aún más inadecuada cuando la persona hace comentarios de este tipo frente a mujeres, sugiere una actitud ridícula para intentar impresionarlas.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

Una clara tendencia a relacionarse con mujeres que tengan poder económico o al menos eso pretende hacer, aunque al principio lo niega, aprovecha ventajas de salir con mujeres que puedan solventarle antojos y comodidades, en una inversión de roles culturales, donde anteriormente el asunto de pagar las invitaciones era llevado únicamente por los hombres.

Considera que los anuncios de Coca-Cola no son reales, y que al consumir una bebida alcohólica la familia puede convivir mejor, considera que es más vulnerable a publicidad de bebidas que a la publicidad de alimentos.

El sujeto sugiere que los jóvenes son más vulnerables a la publicidad que las personas de edad, y no considera que sea un problema de poder comprar o no algo sino de salud, como en el caso de los alimentos.

Una contradicción más con lo que dice, pues había sugerido que este tipo de personas tenían mayor estatus sociales y que eran bien recibidos y afamados.

Considera que tener un exceso de utensilios en el hogar es para gente incompetente.

No hace mención de las ventajas que tiene que uno de sus familiares compre excesivos productos y alimentos para su hogar. A pesar de que lo nombra parece no poder reconocer esta ventaja.

Las consecuencias ambientales son que conocen son reconocidas, pero no son bien conocidas, reconoce la diferencia entre el desechar materiales orgánicos e inorgánicos. El impacto en el ecosistema y en los animales.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

## Conclusiones.

El consumo de objetos materiales genera una sensación agradable al consumidor, parecida a la que experimenta un niño cuando tiene algo novedoso, esta sensación es aprendida desde la niñez dando un importante peso a lo material, en una sociedad capitalista. Dicha sensación tiene un efecto de corta duración para el mismo. Sobre el mismo influirá el poder económico adquisitivo, pues al comprar cosas más caras se tendrán una sensación más agradable. La cual será generada nuevamente pero con menor intensidad cada vez que el contexto haga mención al poseedor por el hecho de serlo.

El comprar objetos caros es más importante para una persona que no pertenece a una posición tan privilegiada económicamente, pues requiere de un mayor esfuerzo para obtenerlo, si los objetos materiales son encadenados culturales para las personas, esta es la expresión más clara de la satisfacción de un esclavo. Las personas son conscientes en muchas ocasiones de que las cosas que consumen son innecesarias, pero el constante bombardeo de publicidad y sensaciones agradables a los sentidos forman parte de un sobre consumo de objetos. Y los que poseen dicha consciencia les cuesta trabajo salir de ella por ser un hábito profundo en el contexto cultural, aunque en el fondo se avergüenzan de algunos de sus actos como consumistas, los sujetos con dichos actos tienden con frecuencia a la acumulación de objetos que no utilizan, aun cuando los espacios dentro de sus hogares no son suficientes para poder acomodar todo.

El consumismo se ve reflejado también a la hora de alimentarse, un ejemplo es el que las personas padezcan de sobre peso, otro indicador claro es el tirar a la basura comida que nadie comió porque había otras ocasiones para saciar esta necesidad. Al parecer no hay carencias materiales importáteles en las cosas de



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

algunos de estos sujetos, que a mi parecer son una mayoría en la clase media incluyéndome. De los cuales no se siente satisfecho con lo que tienen, introduciendo a individuos todo el tiempo a este estándar de vida formando técnicos, profesionistas y trabajadores para vagar por la vida con esta y única visión, que al no llevar a cabo generara una inadaptabilidad.

Estos mismos individuos pueden tener contradicción a la hora de hablar de los valores que se les han inculcado, como la humildad, intentándolo anteponer a los antivalores generados por el capitalismo como la presunción, y el suponer que las personas atractivas están con personas adineradas o con posesiones con gran valor económico, fama, reusar cosas que no están nuevas es indigno, es una actitud muy atractiva para muchos y los cuales aparentan o intentan resistirse a estas visiones de la vida.

Algunos de los individuos inmersos en este contexto, tiene relaciones sentimentales con mujeres que poseen cierto poder adquisitivo, aunque sugieren no es algo intencionado, idea contradictoria cuando se nombran las ventajas de poder elegir una pareja con estas características económicas, no es una práctica muy popular, al pareceres una tendencia contemporánea.

El individuo tiene consciencia de que el consumismo es un problema, los individuos de corta edad como niños y jóvenes tiene mayor vulnerabilidad a la publicidad para consumir. Los individuos que interactúan dentro de este tipo de contexto están conscientes de que el consumismo genera daño ambiental y a las personas pero hay un profundo vacío de conocimiento sobre las implicaciones reales de este fenómeno, considero que el mostrar los resultados que genera el consumismo sería una estrategia interesante para su disminución.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

## Bibliografía.

R. Prieto (2004) *Modelo de vida: consumo, consumismo y caridad. Corintios*. Madrid

A. Escohotona (2007) *Historia general de las drogas. Espasa. Barcelona.*

G. Lipovetsky (2000) *La era del vacío. Anagrama, Barcelona.*

F. Iglesia (2012) *La modernidad Global. Sudamericana, Buenos aires.*