



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

**División Académica de Ciencias económico-
Administrativas**

Publicidad

Docente:

Prof. María del Carmen Navarrete Torres

Alumna:

Daniela Jimenez Lopez

Lic. Mercadotecnia

Act. 1 Ensayo

**Importancia de la publicidad en la sociedad
actual.**

Importancia de la publicidad en la sociedad actual.

En un mundo complejo, moderno y dinámico los medios digitales y la tecnología evolucionan constantemente. Con el paso del tiempo las empresas buscan innovar y captar la atención de los clientes. La publicidad se ha vuelto una herramienta clave para estas empresas, tomando en cuenta la digitalización, las estrategias y el uso de datos. Sin embargo, la publicidad no se trata únicamente de la promoción de productos y servicios. Este instrumento también influye en la percepción de las marcas, ideas y valores por parte de las personas.

Desarrollo

En principio, la publicidad es pensada como una herramienta dedicada exclusivamente a la venta de bienes o servicios; una actividad dirigida al consumo y al servicio de los consumidores finales. En esta relación asimétrica, mediada por la necesidad de persuadir a un consumidor, parece no haber cabida para el florecimiento de una conducta social, distinta a la del consumo y la compra. Bauman (2009) considera que la sociedad es consumista, donde el consumo se ha vuelto tan esencial que el ser humano ha de ser consumido como todos los otros productos, su destino es ser vendido para ser prontamente desechado por otro más nuevo y atractivo.

La publicidad adquiere en la actualidad varias direcciones. Es un impulsor de la economía, ya que promueve el consumo y aumenta el crecimiento de las empresas en su totalidad. Adicionalmente, Belch y Belch (2021) señalan que las estrategias publicitarias permiten a las marcas ocupar su lugar en la mente del consumidor, lo que permite recordarlas y elegir las en el futuro. En la era de la competencia máxima, una marca debe ser visible y tener un producto o servicio diferenciado, por lo cual todas las empresas tratan de publicitar su conocimiento.

Más allá de su efecto económico, la publicidad afecta la cultura y la sociedad al formar la base de valores y patrones de conducta. Los anuncios no solo informan sobre productos, sino que también transmiten ideologías, estilos de vida y aspiraciones (Schudson, 2019). En otras palabras, los comerciales no solo se centran en la descripción de los atributos del producto. Además, reflejan ideologías, formas de vivir y diseñar futuros ideales. A este respecto, es posible argumentar que la publicidad también establece los estereotipos fomentando el cuerpo perfecto. Al mismo tiempo, la publicidad puede cuestionar la norma ya establecida promocionando la igualdad y la inclusión.

Otro aspecto para considerar es la evolución de la publicidad con la llegada de la tecnología digital. La publicidad en redes sociales y plataformas digitales ha transformado la manera en que las marcas interactúan con los consumidores, permitiendo una comunicación bidireccional y personalizada (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). La segmentación de audiencias y el uso de datos para la personalización de anuncios han hecho que la publicidad sea más efectiva y relevante para los usuarios. La publicidad en línea ha reconstruido la relación de las marcas con los consumidores en la medida en que esta pasa de ser una comunicación unidireccional entre la marca y la audiencia se convierte en bidireccional en tiempo real con apariencia personalizada.

Conclusión

En definitiva, la publicidad es una herramienta esencial en la sociedad actual. Su influencia se extiende más allá de la economía, afectando la cultura, los valores y la forma en que las personas perciben el mundo. A medida que la tecnología sigue evolucionando, la publicidad también lo hace, adaptándose a nuevos medios y formatos para mantenerse relevante y efectiva. Por eso es crucial que sea utilizada de manera ética y responsable, asegurando que su impacto sea positivo tanto para los consumidores como para la sociedad en general.

La importancia de la publicidad en la vida diaria es mayor de lo que mucha gente cree. Esto se debe a que los efectos de la publicidad a menudo funcionan de manera sutil, hasta el punto de que muchas personas ni siquiera se dan

cuenta de que se les está comercializando cuando modifican su comportamiento después de encontrar anuncios. La publicidad es una herramienta psicológica tan poderosa.

Referencias.

- Bauman, Z. (2009). ¿Qué hay de malo en la felicidad? Claves de Razón Práctica, 189, 12-15. Recuperado de <http://www.elboomeran.com/upload/ficheros/noticias/bauman.pdf>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- De Ceupe, B. (2022, 12 mayo). Ceupe. *Ceupe*. <https://www.ceupe.com/blog/publicidad.html>
- Influencia de la publicidad en las personas. (s/f). *Edu.pe*. Recuperado el 16 de febrero de 2025, de <https://ucal.edu.pe/blog/comunicacion/influencia-publicidad-personas>