



La publicitat indueix al consumisme

La Fàbrica del Sol
Pg. Salvat Papasseit, 1
08003 Barcelona
932564430
lafabricadelsol@bcn.cat



La publicitat és una font d'informació, però sobretot un canal de transmissió de valors molt potent. Els missatges publicitaris estan pensats per induir als consumidors a consumir, a garantir una producció constant.

Cada dia, cadascú de nosaltres rep uns 5000 impactes publicitaris provinents de fonts molt diverses. Passejant pel carrer, a través dels *mass media*, de vegades sense que ho vulguem, sense que ens n'adonem, la nostra ment capta missatges carregats de valors sobre diferents serveis o productes que se'ns ofereixen a través de la interpel·lació directa: tu ets la persona que compta.

La publicitat és un canal de constant transmissió de continguts informatius, amb el llenguatge que li és propi, informa al consumidor dels productes nous o que li són desconeguts. Podem considerar, però, que la publicitat és també un mitjà de constant transmissió de valors, i per tant, té una gran incidència en els costums i maneres de viure de la majoria de la població. L'enorme influència de la publicitat es tradueix en imitar una forma de vida molt allunyada de la realitat quotidiana de cadascú. Si analitzem els missatges publicitaris, la majoria transmeten, des del punt de vista dels valors, entre altres, una tendència a un consumisme desmesurat.

Una de les funcions reconegudes de la publicitat, i la seva raó de ser,

segons l'Agència Catalana del Consum, és estimular la demanda dels productes i serveis que comercialitzen les empreses per tal que el cicle producció-consum no es trenqui o s'alteri. En aquest sentit, podem dir que la publicitat indueix al consum, és a dir, a l'adquisició de béns destinats a satisfer les necessitats bàsiques de la població. Tot i això, podem considerar que la publicitat va més enllà, i, amb l'afany de vendre més per guanyar més, empeny al consumidor cap al consumisme, és a dir, cap a la compra exagerada de béns per tal de sobresortir o posseir més. Com a consumidors hem sucumbit a la moda, als valors egocèntrics i individualistes que ens transmeten els missatges de la publicitat, missatges que ens conviden a admirar ídols i modes que canvien segons interessos comercials, i no personals.

La publicitat aconsegueix dirigir les costums de la població vers els seus interessos perquè amb el seu caràcter seductor aconsegueix establir un vincle emocional amb el seu receptor. A través de l'estètica i el llenguatge, la publicitat evoca emocions que busquen dirigir les decisions dels consumidors. D'alguna manera els missatges de la publicitat marquen pautes de conducta per a un consum sobredimensionat, responen així a un afany productivista, més que consumista.

L'excés actual de producció de béns no va acompanyat de la internalització dels costos ambientals i de l'esgotament de recursos naturals que suposa i això fa que l'entorn cultural i social construït sobre aquest model resulti poc sostenible a llarg termini.

El repte es troba en reconèixer aquest model de produir sense límit, deixar a un costat els dictats de la publicitat, i centrar-nos en l'objectiu com a consumidors, d'obtenir béns útils i de bona qualitat.

per on començar?

Sigues crític i pregunta't què volen vendre't i què et fa falta. **A l'hora de comprar** separa el que necessites del que t'agradaria o desitges comprar-te, i pregunta't per la font de la inducció al desig.

Opta per aquells productes o serveis que tinguin menys impacte negatiu tant ambiental com social. Reutilitza o repara abans de comprar de nou. **Els productes locals elaborats amb recursos locals** són els més sostenibles.

Si penses que reps publicitat enganyosa pots fer una reclamació a través d'AutoControl o de l'Associació de consumidors més propera.

més informació

Agència Catalana del Consum

OMIC

mèdia.cat
observatori crític dels mitjans

PORTALCOMUNICACIÓ.COM
INCOM UNB

aula mèdia
Educació en Comunicació

20 ANIVERSARI
AUTO CONTROL
Iniciativa per a la Transparència
de la Comunicació Comercial

LOCUC
Organització de Consumidors i Usuaris de Catalunya

UCC
Unió de Consumidors de Catalunya

* Text elaborat a partir del llibre **Aprenem a llegir la publicitat**, Quilo Martínez, 1996 i altres fonts telemàtiques.

Ajuntament de
Barcelona

