

Estudios de la Economía

Contribuidores

[¿qué es estudios de la economía?](#)

[Ariztía, Tomás](#)
[Beltrán, Gastón](#)
[Boisier, Guy](#)
[Camerati, Felipe](#)
[D'Avella, Nicholas](#)
[Dewey, Matías](#)
[Espinosa, Juan Felipe](#)
[Fabrega, Jorge](#)
[Fariás, Ignacio](#)
[Figueiro, Pablo](#)
[Figueroa, Rodrigo](#)
[Fridman, Daniel](#)
[González, Felipe](#)
[Gross, Ana](#)
[Heredia, Mariana](#)
[Hernández, Javier](#)
[Lorenc, Federico](#)
[Luzzi, Mariana](#)
[Madariaga, Aldo](#)
[Maillet, Antoine](#)
[Monteiro, Cristiano](#)
[Morales, Rommy](#)
[Moya, Emilio](#)
[Nelms, Taylor C.](#)
[Onto, Gustavo](#)
[Opazo, Pilar](#)
[Ossandón, José](#)
[Palestini, Stefano](#)
[Pardo-Guerra, Juan Pablo](#)
[Piña-Stranger, Alvaro](#)
[Ramos, Claudio](#)
[Sisto, Vicente](#)
[Stecher, Antonio](#)
[Tironi, Martín](#)
[Tironi, Manuel](#)
[Undurraga, Tomás](#)
[Villarreal, Magdalena](#)
[Wilkiš, Ariel](#)
[Wormald, Guillermo](#)

Email Subscription

Enter your email address to subscribe to this blog and receive notifications of new posts by email.

Marketing y sociedad



La presente reflexión surge a partir de la preparación del proyecto Fondecyt "Construyendo al consumidor de clase media. Un análisis de las prácticas de categorización social del marketing y la publicidad en Chile."

La sociología del marketing comporta un doble interés. Por una parte, tal como se ha venido discutiendo recientemente en la nueva (nueva) sociología económica, el marketing es parte central en la formación de mercados, la producción de bienes económicos y la conexión entre bien y consumidor ([Cochoy 1998](#), [Callon, Meadel et al 2002](#), [Cochoy 2007](#), [Araujo 2007](#)). Por otra parte, el marketing y disciplinas afines tienen consecuencias que escapan al análisis del ámbito económico: es también un espacio de producción social, un ámbito en el cual se crean y circulan categorías sociales y culturales.

Con respecto a este segundo ámbito, la conexión entre marketing y "sociedad", tradicionalmente se ha pensado en términos de atribuir al marketing un rol central en la producción y difusión de la cultura del consumo. Desde aquí, se le atribuye al marketing un rol central la producción de deseos ([Galbraith 1960](#)) y la extensión de una ideología del consumo favorable a la reproducción del capitalismo ([Sklair 2002](#)). Un argumento recurrente consiste en recalcar como la publicidad y el marketing ha ido extendiendo tanto su campo de operación como sus niveles de persuasión desarrollando una creciente cultura de la "promoción" ([Wernick 1991](#)). El problema de argumentos de este tipo, orientados a estudiar los "efectos" del marketing sobre la sociedad y la cultura, es que tienden a presuponer que cultura y economía son dos espacios opuestos. Dicho de otro modo, se parte de la premisa que marketing y sociedad, mercados y culturas, valor de cambio y valor de uso, no se mezclan (y que si se mezclan esto implica una desvalorización de la cultura y la sociedad a manos del mercado) (Slater 2010, draft en publicación).

Otra forma de pensar esta relación entre marketing y "sociedad" parte justamente de la premisa contraria: en virtud de su propia lógica, el marketing descansa no solo en la producción formaciones económicas (mercados, bienes), sino también a la creación y difusión de categorías sociales y culturales (valores, representaciones, discursos, colectividades). Desde aquí, la producción de bienes y mercados (lo económico) y la creación de categorías sociales y culturales (lo social) se definen mutuamente. El marketing aparece como una actividad que es cultural y económica a la vez, en donde se producen mercados y bienes pero al mismo tiempo de desarrollan categorías sociales y culturales. Se parte por tanto de la premisa que cultura y economía no son aspectos fácilmente diferenciables. Esta doble militancia del marketing ha sido abordada por distintos autores. El concepto de "cálculos culturales" ([Slater 2002](#)) acuñado por Slater, apunta por ejemplo a explicar la forma en que el marketing descansa en la instrumentalización de descripciones sociológicas sobre consumidores y su mundo los cuales son a su vez centrales en la definición de bienes y mercados. Por su parte, la socióloga

RSS

[RSS - Posts](#)

Categories

[Entrevistas](#)

[Informes de conferencias y](#)

[Lecturas](#)

[Investigación en Curso](#)

[Noticias, conferencias y llamados](#)

[Nuevas Publicaciones](#)

[Opinión](#)

[Noticias \(@delaeconomia\)](#)

Avances en estudio comparado de capitalismo en la periferia A, Madariaga en

[#estudiosdelaeconomia](#)

[wp.me/pULIm-YF](#) vía

[@wordpressdotcom](#) 8 hours ago

¡Doctor Espinosa @jfec_sts

muchas felicitaciones!

[#estudiosdelaeconomia](#)

[wp.me/pULIm-YD](#) vía

[@wordpressdotcom](#) 20 hours ago

Elites: para un dialogo entre la sociología económica y política E.Moya en

[#estudiosdelaeconomia](#)

[wp.me/pULIm-Yw](#) vía

[@wordpressdotcom](#) 1 week ago

Follow @delaeconomia

Archives

Select Month

[Antropología Económica](#)

[Callon](#) [Capitalismo](#)

[Crisis Financiera](#) [Critical](#)

[Management](#) [Créditos](#)

[Deuda](#) [Dinero](#)

[dispositivo/device](#)

[Economistas](#)

[Economización](#) [Economía](#)

[Política](#) [Educación](#)

[Empresarios](#) [Empresas](#)

[Etnografía](#)

[Finanzas](#) [Finanzas](#)

[domésticas](#) [Guyer](#)

[Innovación](#) [Latour](#)

[Mackenzie](#) [Maurer](#)

[Mercados](#)

[Neoliberalismo/Ne](#)

Michelle Lamont ha estudiado como los expertos en marketing trabajan desarrollando categorizaciones de grupos étnicos, las cuales a su vez son un recurso relevante en la formación de estos grupos y sus identidades sociales (Lamont and Molnár 2001). Finalmente, la sociología de la captación de públicos n al análisis de la conexión entre dispositivos de captación propios del so estratégico de las “disposiciones”

Follow “Estudios de la Economía”
Get every new post delivered to your Inbox.
Join 167 other followers
Enter your email address
Sign me up

Todos estos mercados de marketing (sociales, Todos estos mercados de marketing (sociales, Asumiendo que la lite estudio en el marco de relación es, en el r Asumiendo nunca est marketing son centrales, no solo en la producción de bienes, mercados, ventas, etc.), sino también de otras formaciones sociales (clases, fronteras simbólicas, discursos y valores, etc.). En términos de una potencial agenda de investigación, surgen desde aquí numerosos ámbitos de indagación. Por nombrar algunos: las estrategias de segmentación y clasificación de consumidores; los mecanismos de evaluación y cualificación de grupos y su relación con distintos bienes o industrias; la definición y circulación de descripciones generales sobre la “sociedad” (ver por ejemplo los congresos de ICARE y su relación con los medios y líderes de opinión) o la investigación de mercado y las distintas formas de visualización de consumidores. Todas estas prácticas no solo tienen una directa implicancia en términos de la producción de mercados y bienes de las cuales participa el marketing, sino también un rol central en la producción de formaciones sociales y culturales.

Tomás Ariztia

Compartir: Facebook 3 Twitter LinkedIn Print

Like this: ★ Like

Be the first to like this.

Related

Sociología de las profesio... In "Informes de conferencias y Lecturas"

Taller: “Conquering consu... In "Noticias, conferencias y llamados"

¿Y qué era lo económico ... In "Informes de conferencias y Lecturas"

By [tariztia](#), on November 15, 2010 at 6:03 pm, under [Informes de conferencias y Lecturas](#). Tags: [Categorizaciones](#), [Cultura](#), [Economía](#), [Marketing](#). 1 Comment
Post a comment or leave a [trackback](#): [Trackback URL](#).

« Viviana Zelizer “Sobre la Negociación de la Intimidad”
XV Congreso Brasileiro de Sociología »

Trackbacks

By [¡1 año estudiosdelaeconomia!](#) « [Estudios de la Economía](#) on September 9, 2011 at

[Objetos Organizaciones](#)
[Performatividad](#)
[Polanyi Rankings](#) [Redes](#)
[STS](#) [Valores/Valor](#) [White](#)
[Zelizer](#)

8:53 pm

[...] tratado de asuntos como: la obra de Garfinkel, los conflictos de valor en el caso Hidroaysen, como estudiar el marketing, el mercado del seguro de salud privado y las redes de los economistas en Chile. Estudios de la [...]

Centros de estudios

[CESE](#)
[COI](#)
[CSI](#)
[CSICP](#)
[NECEFI](#)
[NUCEC](#)
[PECM](#)
[Performabusiness](#)

Journals

[AOS](#)
[ASQ](#)
[E&S](#)
[ESEEN](#)
[JCE](#)
[M.A.U.S.S.](#)
[OS](#)
[RFSE](#)
[SER](#)
[SN](#)

Otras Redes o Blog

Colectivos

[Charisma](#)
[Economic Sociology and Political Economy](#)
[Market Studies](#)
[NEP-HIS](#)
[Open Anthropology](#)
[Organizationsandmarkets](#)
[Orgtheory](#)
[Pasado y Presente](#)
[Revista Contenido](#)
[Socializingfinance](#)
[Sociologia Econômica no Brasil](#)
[Sociologie économique](#)

Otros blogs

[middleincometrap](#)
[newcombinations](#)
[thememorybank](#)

■ Leave a Reply

Enter your comment here...