

*Y a ti, ¿qué te hace feliz?*¹

Zurisarai Aguilar Monroy
Filosofía UV

En nuestros días es muy común ver por medio de películas, canciones, autores de libros motivacionales, revistas y más, la idea plasmada de que la felicidad se produce dentro de nosotros. Es algo que no se piensa, simplemente se siente. Pero, ¿realmente esto es así?

Actualmente los ideales que señalan que la felicidad está dentro de nosotros y no fuera, se han puesto en duda debido a la inmensa cantidad de publicidad que nos bombardea día con día por doquier (redes sociales, TV, juegos online, revistas, periódicos, etc.) Las marcas o empresas a través de estrategias, suelen utilizar un tipo de marketing emocional, logran conmover a un público en especial, causando una conmoción referente a este por medio de sentimientos, por ejemplo, reviviendo recuerdos con los cuales el receptor pueda sentirse identificado con la marca.

El marketing en relación con la felicidad, buscará producir una unión entre el consumo de productos/marcas con la sensación positiva de sentirnos plenos y felices. No se trata simplemente de vender, sino de construir una relación marca-cliente mediante experiencias para que así, los clientes sean incluso promotores de la marca.

Vivimos en una era influenciada por el neoliberalismo, mucho de lo que podemos conseguir de manera monetaria es lo que a nuestro parecer resulta ser lo más deseado, las redes sociales en especial, se han convertido en la mejor forma de venta y consumo.

Sí, es verdad que la mejor publicidad es de boca en boca, el papel de los llamados “influencers” (personas que ejercen una fuerte influencia en redes sociales), tendrán una labor importante en la publicidad, ya que son líderes mediáticos con bastante peso crediticio a la hora de sugerir o promocionar alguna marca o producto. Estos personajes, nos pintan una “vida perfecta” a través de nuestra pantalla, lo que ocasiona que gran porcentaje de seguidores caigan en la idea de vivir y consumir lo mismo que ellos, solo para obtener de igual manera una vida perfecta y feliz.

No me parece tan *descabellada* la creencia de que, al consumir u obtener tal o cual producto, satisfacemos de alguna manera un deseo propio, produciendo consecuentemente un grado de felicidad. Llámese buena publicidad, o simple anhelo; comprar ese libro que más te gusta, ordenar tu pizza favorita, viajar a otro continente, o comprarte los zapatos que promocionó la influencer que sigues, también resulta algo satisfactorio. ¿No se llamaría a esto felicidad? Con poco o mucho esfuerzo para satisfacer dicho deseo, de cierta manera, se habla de un gozo cumplido. No es la manera y los medios en que nos venden la felicidad, sino la sensación de felicidad que nos brindan a través de una experiencia o de algo material. Entonces, ¿la felicidad puede comprarse?

Es importante aclarar que mi discurso no pretende imponer la idea de que únicamente podemos obtener la felicidad por fuera, o que necesariamente se consigue monetariamente.

En definitiva, soy consciente de que algunas cosas simplemente no pueden comprarse, provienen de algo interno; un cálido abrazo, pasar tiempo en familia, observar un atardecer, la tranquilidad de escuchar las olas del mar, entre otros muchos etc.

¹ Artículo publicado el 5 de Junio de 2019, en el Diario de Xalapa.

FILOSOFÍA UV

Ya ti, ¿qué te hace feliz?

ZURISARAI AGUILAR MONROY

En nuestros días es muy común ver por medio de películas, canciones, autores de libros motivacionales, revistas y más, la idea plasmada de que la felicidad se produce dentro de nosotros. Es algo que no se piensa, simplemente se siente. Pero, ¿realmente esto es así?

Actualmente los ideales que señalan que la felicidad está dentro de nosotros y no fuera, se han puesto en duda debido a la inmensa cantidad de publicidad que nos bombardea día con día por doquier (redes sociales, TV, juegos online, revistas, periódicos, etcétera) Las marcas o empresas a través de estrategias suelen utilizar un tipo de marketing emocional, logran conmovir a un público en especial, causando una conmoción referente a éste por medio de sentimientos, por ejemplo, reviviendo recuerdos con los cuales el receptor pueda sentirse identificado con la marca.

El marketing con relación a la felicidad buscará producir una unión entre el consumo de productos/marcas con la sensación positiva de sentirnos plenos y felices. No se trata simplemente de vender, sino de construir una relación marca-cliente mediante experiencias para que así, los clientes sean incluso promotores de la marca.

Vivimos en una era influenciada por el neoliberalismo, mucho de lo que podemos conseguir de manera monetaria es lo que a nuestro parecer resulta ser lo más deseado, las redes sociales

en especial, se han convertido en la mejor forma de venta y consumo.

Si, es verdad que la mejor publicidad es de boca en boca, el papel de los llamados "influencers" (personas que ejercen una fuerte influencia en redes sociales), tendrán una labor importante en la publicidad, ya que son líderes mediáticos con bastante peso crediticio a la hora de sugerir o promocionar alguna marca o producto. Estos personajes nos pintan una "vida perfecta" a través de nuestra pantalla, lo que ocasiona que gran porcentaje de seguidores caigan en la idea de vivir y consumir lo mismo que ellos, sólo para obtener de igual manera una vida perfecta y feliz.

No me parece tan descabellada la creencia de que, al consumir u obtener tal o cual producto, satisfacemos de alguna manera un deseo propio, produciendo consecuentemente un grado de felicidad. Llámese buena publicidad, o simple anhelo; comprar ese libro que más te gusta, ordenar tu pizza favorita, viajar a otro continente, o comprarte los zapatos que promocionó la influencer que sigues, también resulta algo satisfactorio. ¿No se llamaría a esto felicidad? Con poco o mucho esfuerzo para satisfacer dicho deseo, de cierta manera, se

habla de un gozo cumplido. No es la manera y los medios en que nos venden la felicidad, sino la sensación de felicidad que nos brindan a través de una experiencia o de algo material. Entonces, ¿la felicidad puede comprarse?

Es importante aclarar que mi discurso no pretende imponer la idea de que únicamente podemos obtener la felicidad por fuera, o que necesariamente se consigue monetariamente.

En definitiva, soy consciente de que algunas cosas simplemente no pueden comprarse, provienen de algo interno; un cálido abrazo, pasar tiempo en familia, observar un atardecer, la tranquilidad de escuchar las olas del mar, entre otros muchos, etcétera.

Criticar una posición teórica respecto de la felicidad desde el extremo de la otra es bastante tedioso, ¿por qué pensar que la felicidad puede manifestarse forzosamente de una u otra y no de ambas? Llegue de manera interior o exterior, la felicidad se ha vuelto el motor de muchos, nos mantiene en su constante búsqueda y anhelamos estabilidad, la satisfacción de nuestros deseos y contrarrestar lo complicado que la vida nos presenta. Y a ti, ¿qué te hace feliz?