

# Publicidad y emociones positivas

## Parte 1

Ricardo Rodríguez Inda  
FES Aragón. Agosto de 2016.



Confianza

Armonía

Familia

Felicidad

Alegría

Nobleza

Besos

Fe

Gratitud

Presente

Bondad

Compartir

Serendidad

Optimismo

Paz

Generosidad

Esperanza

Risa

Amabilidad

Querer

Amistad

Paciencia

Bienestar

Claridad

Justicia

Amor

Salud

Valor

Éxito

Libertad

Abrazos

Poder

Sonrisas

Conseguir

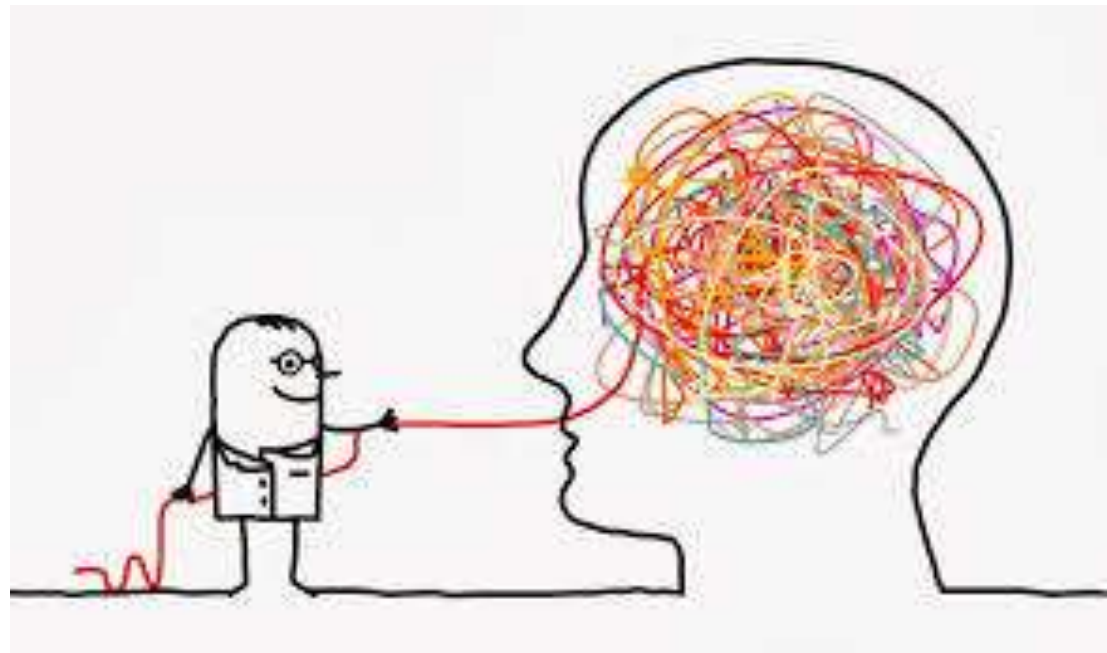
# Publicidad

Es la producción y difusión de mensajes informativos y persuasivos cuyos contenidos son sistematizados para apoyar los procesos inherentes a la lógica de las relaciones establecidas por la Organización con sus públicos de interés.



# Publicidad

Utiliza principalmente técnicas basadas en la Psicología, la Retórica y la Semiótica.







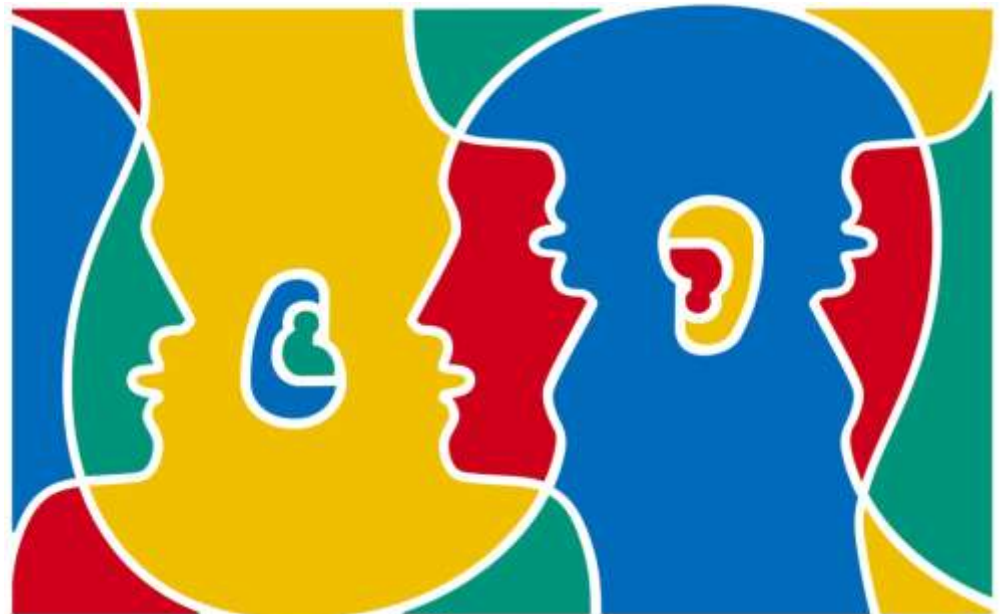




# Publicidad

La Publicidad es científica en la medida en que utiliza teorías, métodos y técnicas relacionadas con:

- La Antropología
- La Sociología
- La Lingüística
- La Filosofía
- La Psicología
- La Administración

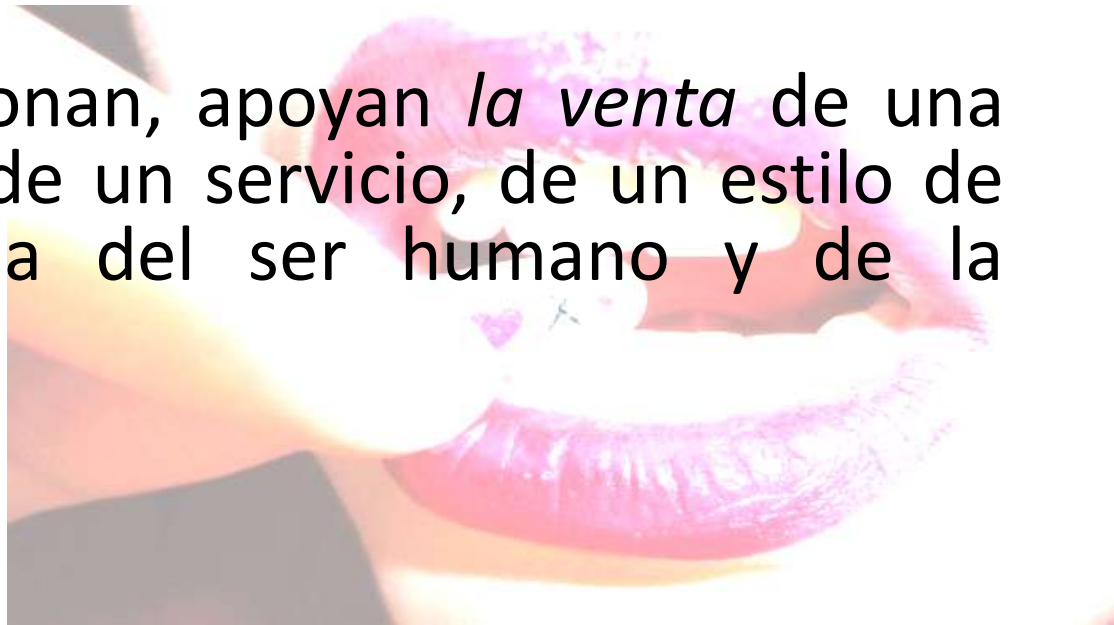




# Publicidad

**Esta sinergia de disciplinas hace posible la realización de mensajes que**

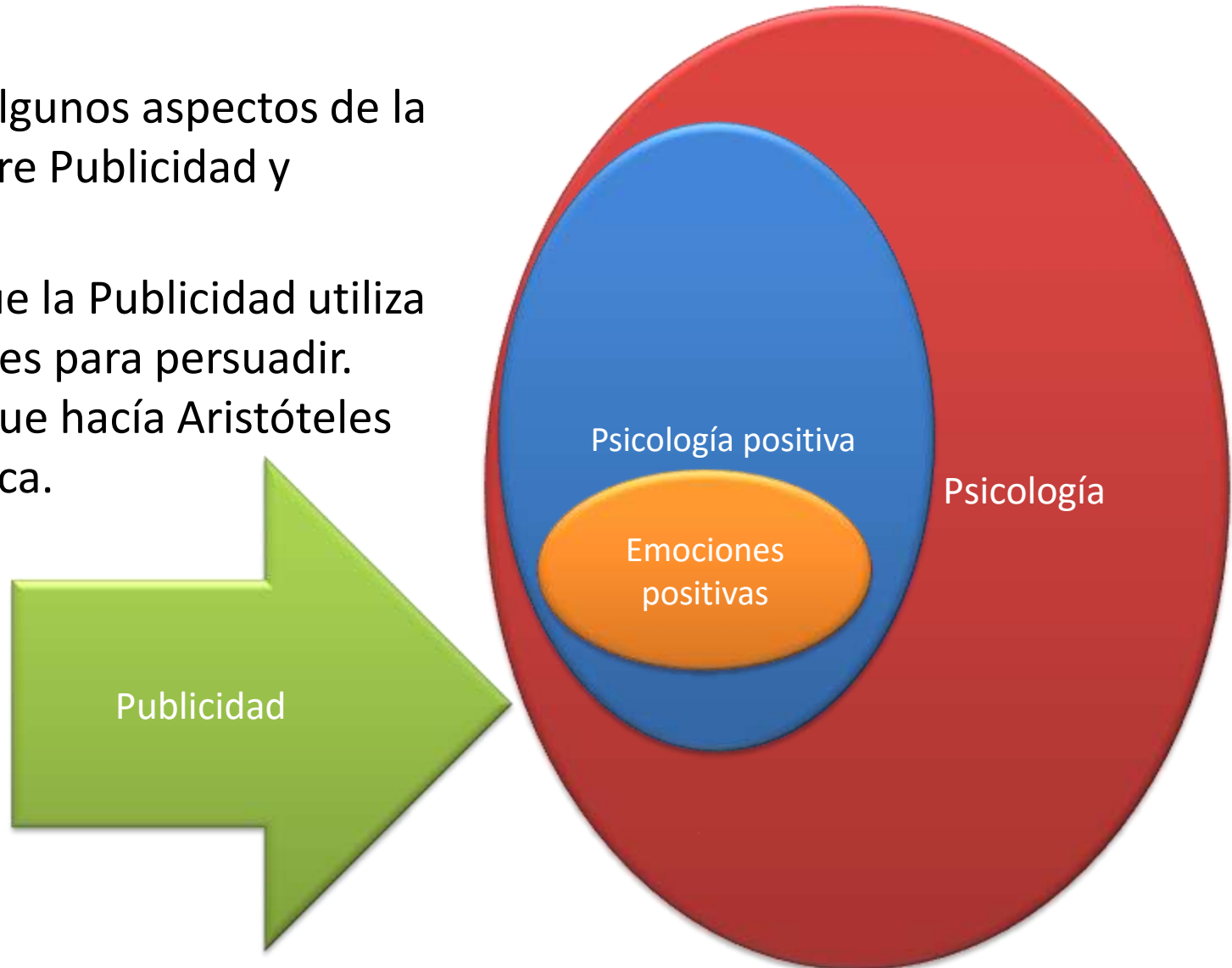
- atraen la atención y despiertan el deseo
- distinguen a las marcas
- generan involucramiento entre las personas y las empresas
- persuaden, emocionan, apoyan *la venta* de una idea, de un bien, de un servicio, de un estilo de vida, de una idea del ser humano y de la sociedad...



# Publicidad y Psicología

Se abordarán algunos aspectos de la relación entre Publicidad y Psicología.

Con base en que la Publicidad utiliza las emociones para persuadir.  
Propuesta que hacía Aristóteles en su Retórica.



# Publicidad y Psicología

La Psicología, como ciencia que estudia el funcionamiento de la mente humana, se ha enfocado más en los temas de deficiencia y patología, más que en las fuentes de la salud psicológica.

De tal manera que las teorías de la psicología tradicional, aplicadas a la producción de mensajes publicitarios, representa un camino intrincado y complejo para el publicista.

## Teoría Psicoanalítica del Consumo

"Los consumidores prefieren aquellos productos que satisfacen sus impulsos primarios y permite descargar sus fantasías sexuales y agresivas"



# Psicología tradicional vs Psicología Positiva

La Psicología Positiva (Martin Seligman 1998) es un enfoque científico dirigido a las fuentes de la salud psicológica, a diferencia del énfasis en las deficiencias y la patología que ha caracterizado a la psicología durante años.



# Psicología tradicional vs Psicología Positiva

La Psicología Positiva se centra en el estudio equilibrado de la mente humana, poniendo énfasis en lo que funciona bien y lo que hace que la vida valga la pena.



# Psicología Positiva

- La Psicología Positiva se enfoca a las prácticas para construir una buena vida.
- Es un nuevo enfoque que estudia lo que hace que la vida merezca ser vivida.
- Analiza lo que va bien en la vida.
- Estudia la experiencia óptima.
- Aborda la experiencia de cómo construir una vida feliz, saludable, productiva y significativa.





# Psicología Positiva

Estudia la capacidad humana para dar significado a la experiencia, enfatiza el potencial creativo y las maneras de crear una “buena vida”. Temas de estudio:

La felicidad	La resiliencia
Las experiencias de <i>flow</i>	La creatividad
<b>Las emociones positivas</b>	El desarrollo de talentos
El optimismo	El humor y la risa
Los valores	La gratitud
Las metas y logros	El bienestar en el trabajo
El bienestar físico	Las inteligencias múltiples
La espiritualidad	La sabiduría
Las relaciones interpersonales positivas	El envejecer bien
Las parejas felices	

# PERMA

Es un modelo de estudio de la Psicología Positiva, desarrollado por Martin Seligman.

**Sigmund Freud (1856-1939) y Arthur Schopenhauer (1788-1860):** la meta en la vida es dejar de sufrir.

**Seligman:** la meta es florecer (vivir con bienestar como resultado de la potenciación de las fortalezas y el alcance del rango más alto de felicidad, inherente al individuo).

<b>P</b>	<b>Positive Emotions (emociones positivas)</b>
<i>E</i>	Engagement (involucramiento)
R	Relationships (relaciones positivas)
M	Meaning (vida con significado, vida con sentido)
A	Accomplishment (logros)

# EMOCIONES POSITIVAS

La Dra. Barbara Fredrickson, integrante de la rama de la Psicología Positiva, concluye que existen 10 emociones positivas.



Alegría

Gratitud

Serenidad

Interés

Esperanza

Orgullo

Diversión

Inspiración

Asombro

Amor

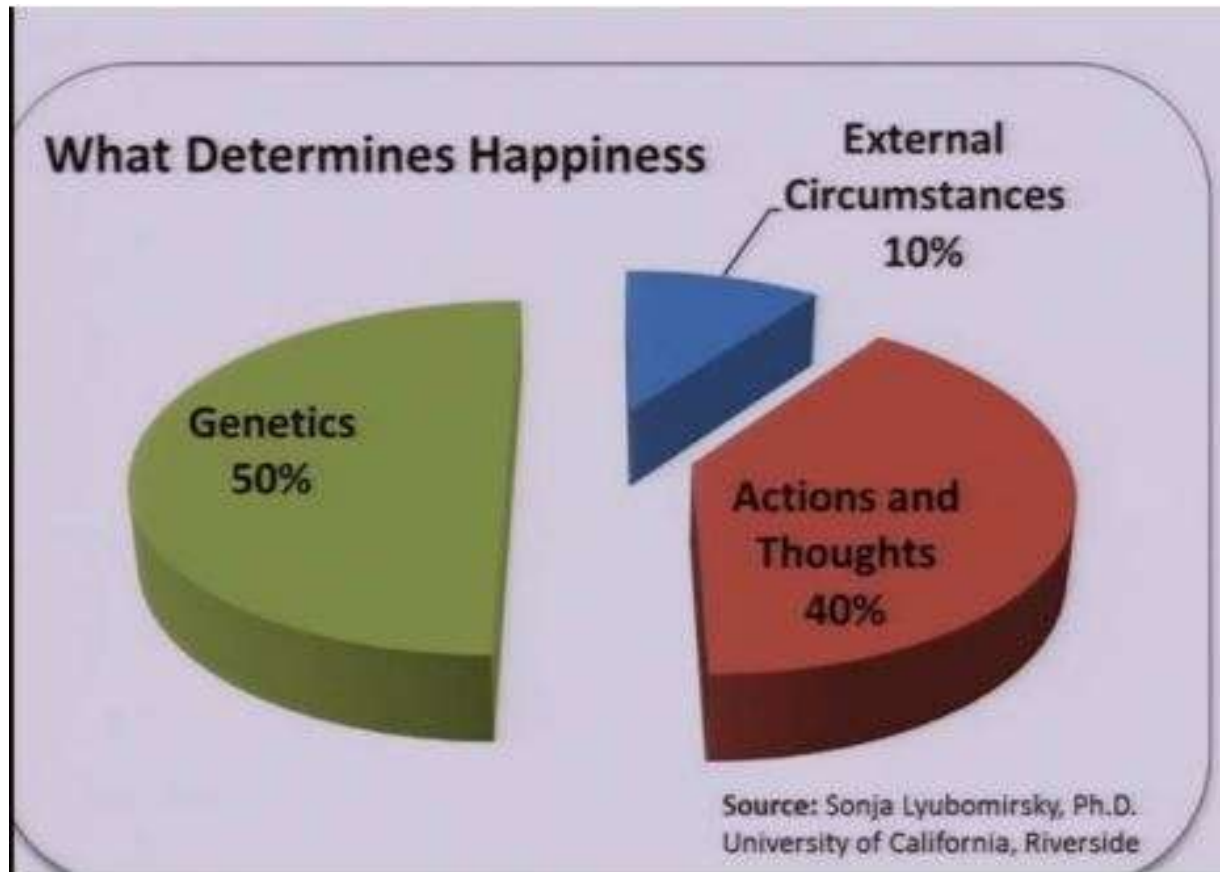
# FELICIDAD

La Dra. Sonia Lyubormisky define a la felicidad como:

“sentir gozo, estar satisfecho y vivir un estado de bienestar, combinado con una sensación de que nuestra vida es buena, tiene sentido y vale la pena”.



# “PASTEL” DE LA FELICIDAD



# COMPONENTES DE LA FELICIDAD

**El Dr. Edward Diener afirma que la felicidad tiene dos componentes.**

**Afectivo.** Frecuencia de sentir emociones positivas y negativas (la proporción ideal es 3 x 1).

**Cognitivo.** Satisfacción con la vida, evaluación de la propia satisfacción con las áreas de nuestra existencia.





# VARIABLES RELACIONADAS CON LA FELICIDAD

**El Dr. Christopher Peterson clasifica tres grupos de variables en relación con la felicidad de las personas** (predominio estadístico).

Nula o baja	Moderada	Fuerte o alta
<ul style="list-style-type: none"><li>•Edad</li><li>•Género</li><li>•Nivel educativo</li><li>•Tener hijos</li><li>•Grupo étnico</li><li>•Inteligencia</li><li>•Atractivo físico</li><li>•Nivel de ingresos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Número de amigos</li><li>•Estar casado</li><li>•Religiosidad o espiritualidad</li><li>•Cantidad de actividades de ocio</li><li>•Salud física</li><li>•Ser cuidadoso</li><li>•Hacer bien las cosas</li><li>•Extroversión</li><li>•Decisiones basadas en sí mismo</li><li>•Grado de neurosis</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Gratitud</li><li>•Optimismo</li><li>•Tener trabajo</li><li>•Frecuencia de relaciones sexuales</li><li>•Porcentaje de tiempo sintiendo afectos positivos</li><li>•Nivel de felicidad de un gemelo idéntico</li><li>•Autoestima</li></ul>

# FÓRMULA PARA EL ESTUDIO DE LA FELICIDAD

El Dr. Edward Diener propone una fórmula para medir los factores que constituyen la felicidad.

$$F=PF+C+V$$

La Felicidad (F) se compone de un Punto Fijo (PF) más las circunstancias de la vida (C) más la voluntad o volición (V).

**40% de la felicidad depende de la voluntad.**

# RANGO DE LA FELICIDAD

**El Dr. Edward Diener afirma que existe un rango, más que un punto fijo, de la felicidad.**

- La persona puede acercarse al límite superior de su rango de felicidad y así maximizar su nivel de felicidad.
- El dinero influye en la percepción de ser feliz, porque hay un gran impacto en la felicidad derivado de las expectativas y actitudes respecto a los bienes materiales.
- Personas pobres que ven llegar más dinero, son más felices; pero personas que tienen dinero, cuando obtienen más, no incrementan su nivel de felicidad.

# VOLUNTAD Y FELICIDAD

El Dr. Tal Ben-Shahar sugiere que el ser humano, en todo momento, tiene una elección.

*El ser humano, a través de sus elecciones (decisiones), crea su propia realidad.*

*Decidir en función de beneficios para uno mismo, proporciona felicidad de corto plazo.*

Decidir en función de beneficios para los otros, proporciona felicidad de largo plazo (más duradera).

**“LAS COMPRAS SON FELICIDAD DE CORTO PLAZO”.**

# ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS

Las diapositivas siguientes NO son parte de la psicología positiva, pero son elementos indispensables para complementar las relaciones entre la Publicidad y las emociones positivas; el tema concluye en una presentación posterior.

# PROCESO NECESIDAD-SATISFACTOR





# PIRÁMIDE DE MASLOW (1908-1970)

(Abraham Maslow, enfoque de psicología humanística)

