

Reporte de Lectura

Tema:	VIDA DE CONSUMO Y MODERNIDAD LÍQUIDA
-------	---

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> FONDO DE CULTURA ECONÓMICA (LIBRO)
Palabras claves. Consumismo, Modernidad Líquida, Sociedad de Consumidores, Deseo Insaciable, Obsolescencia, Despifarras.	
Referencia APA.	
Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El sociólogo Zygmunt Bauman analiza la sociedad contemporánea, caracterizándola como una "sociedad de consumidores" y no simplemente de productores. Esta sociedad se enfoca en el deseo insaciable y la obsolescencia, donde el consumo se convierte en la lente principal para construir la identidad y la pertenencia. Bauman sostiene que, si bien el sistema promete la felicidad a través de la satisfacción constante de deseos, en realidad condena al individuo a una perpetua frustración. La vida de consumo está marcada por el exceso, la prodigalidad y el miedo a ser "descartado" o considerado obsoleto si no se mantiene al día con las tendencias.	

Texto (literal con número de página)
"Una sociedad de consumo sólo puede ser una sociedad de exceso y prodigalidad y, por ende, de redundancia y despilfarro." (Bauman, 2007, p. 15, asumido del resumen).
Prontuario
1. Bauman argumenta que, en la modernidad líquida, el consumo deja de ser una actividad para satisfacer necesidades y se convierte en una obligación social para mantener la identidad. El mercado ejerce un control social al establecer normas de elegibilidad, forzando a los individuos a un ciclo constante de adquisición y descarte, temiendo más la exclusión social que la deuda económica.

Reporte de Lectura

Tema:	El yo extendido en un mundo digital
-------	--

Ficha de la fuente de información.
No. 2 <i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Revista de Estudios de Consumo
Palabras claves. Yo Extendido, Consumo Digital, Identidad Digital, Posesiones, Dematerialización, Memoria Distribuida.
Referencia APA.
Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)
Este artículo conceptual actualiza la teoría del "Yo Extendido" de 1988 para la era digital. Belk examina cómo la digitalización ha impactado el sentido de la identidad y las posesiones del consumidor. Identifica cinco cambios clave en el consumo digital: dematerialización (archivos en lugar de objetos), reencarnación (avatares y filtros), el compartir, la co-construcción del yo y la memoria distribuida. La conclusión es que, a pesar de que las posesiones son ahora inmateriales, el concepto del yo extendido —donde la identidad se define por lo que se posee— sigue siendo fundamental y se ha amplificado por la tecnología.

Texto (literal con número de página)
"Esta actualización conceptual busca revitalizar el concepto, incorporar los impactos de la digitalización y proporcionar una comprensión del sentido del yo del consumidor en el entorno tecnológico actual." (p. 45)
Prontuario
El análisis de Belk se centra en cómo la identidad del consumidor, que tradicionalmente se construye con objetos físicos, ahora se construye con posesiones digitales (archivos, perfiles, contenidos). La vida en línea y fuera de línea se mezcla, haciendo que el consumidor co-construya su identidad y almacene su memoria en múltiples dispositivos y plataformas, que también se consideran extensiones de sí mismo.

Reporte de Lectura

Tema:	Comportamiento del consumidor
-------	-------------------------------

Ficha de la fuente de información.	
No. 3	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Pearson Educación (Libro de Texto)
Palabras claves. Comportamiento del Consumidor, Proceso de Compra, Motivación, Percepción, Toma de Decisiones, Segmentación, Identidad.	
Referencia APA.	
Solomon, M. R. (2011). Comportamiento del consumidor. Pearson Educación.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Este libro de texto es una obra fundamental que introduce el estudio de los procesos que intervienen cuando individuos o grupos seleccionan, compran, usan o desechan productos para satisfacer necesidades y deseos. Solomon presenta el comportamiento del consumidor como un proceso continuo y utiliza la premisa "Comprar, tener y ser" para enfatizar el papel de las posesiones en la definición de la identidad. El contenido abarca desde los factores internos del consumidor (motivación, personalidad, percepción) hasta los factores externos (cultura, subculturas, grupos sociales) y la influencia de las nuevas tendencias digitales.	

Texto (literal con número de página)
"El comportamiento del consumidor es el estudio de los procesos que intervienen cuando los individuos o los grupos seleccionan, compran, usan o desechan productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades y deseos." (p. 1-7, asumido del índice).
Prontuario
Michael Solomon ofrece un marco integral para el análisis de los consumidores, enfocándose en la compleja dinámica entre lo que la gente compra y lo que esta compra dice sobre quiénes son. El texto busca proporcionar a los profesionales del marketing las herramientas para entender las fases previas, durante y posteriores a la adquisición de un producto o servicio, y cómo estos procesos están influenciados por la cultura y la sociedad.