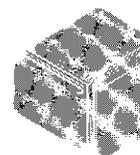


# Un modelo de socialización del consumidor adolescente



*M.C. Ma. Luisa Domínguez Hernández*

## Introducción

Ward (1974) adoptó el enfoque de socialización a las investigaciones de la conducta del consumidor, despertando gran interés entre los estudiosos de la Mercadotecnia, tales como: Moschis y Moore (1982); Moore y Stephens (1975); Moschis (1985); Seymour y Rajinder (1980); Akers y Krohn (1979); Westbrook (1980); quienes siguieron este enfoque porque les proporcionaba nuevas direcciones y oportunidades para el estudio y comprensión de la conducta del consumidor.

La socialización del consumidor se considera como un proceso de aprendizaje de ciertas habilidades, conocimientos, motivaciones y actitudes que adquiere el consumidor. Para explicar este proceso, los investigadores fundamentalmente han seguido dos teorías:

La teoría del aprendizaje social y

La teoría del desarrollo cognoscitivo de Piaget.

En este trabajo se conjugan estas dos teorías con el fin de elaborar un modelo de socialización del consumidor adolescente

## Teoría del aprendizaje social

Algunos autores como: Clay (1986), Segovia (1977), Acosta (1971), han analizado la socialización en ge-

neral y otras áreas, y Capon y Burke (1980); Seymour y Rajinder (1980); Akers y Krohn (1979); Westbrook (1980) y otros, han analizado exclusivamente la socialización del consumidor, estos autores consideran que la clave de la socialización es el aprendizaje social que se da entre el aprendiz y su medio ambiente; porque, por un lado el control social, que se encuentra fuera del individuo como agente socializador, modifica la conducta del aprendiz por medio de recompensas y castigos. Por otro lado, se presenta el aprendizaje accidental a través de la imitación de modelos que el aprendiz adopta como una alternativa. (Este último enfoque lo analiza en su trabajo Bandura 1974).

Jones y Gerard (1980), Segovia (1969), McDavid y Harari (1979), Secord y Backman (1979) y otros, consideran que existen variables de la estructura social que afectan la socialización del individuo y que están relacionadas con el medio ambiente del aprendiz, clasificándolos como la estructura de grupos y la estructura familiar.

La estructura de grupos se basa en la consideración de que existen ciertos patrones de conducta que son más o menos semejantes para los miembros de un grupo; en cualquier sociedad existe gran número de subsociedades y subgrupos hasta llegar a los individuos que se relacionan entre sí y que comparten una serie de creencias, valores, motivaciones, actitudes, etc. Lo anterior está apoyado por McDavid (1979) quien asegura que existen subsociedades de-

finidas por su carácter étnico, su afiliación religiosa, su clase socioeconómica, etc., y se caracterizan por su uniformidad. Mientras la estructura familiar como grupo es un poco más específica y diferente puesto que a cada uno de sus miembros se les da un trato muy particular, dependiendo de su sexo, edad, orden de nacimiento, etc., estos grupos forman las variables estructurales.

## Teoría del desarrollo cognoscitivo

Según Maier (1979) Piaget ha analizado la socialización del individuo partiendo del hecho de que el niño procesa únicamente lo que advierte en el medio ambiente (tanto físico como social), y da a entender que lo que cada niño extrae de esa sociedad está en función de sus marcos referenciales y de su capacidad cognoscitiva.

Piaget (1974), plantea cuatro etapas sucesivas del desarrollo del individuo que están determinadas por las capacidades heredadas y por el medio ambiente. Además considera que el desarrollo afectivo acompaña el desarrollo cognoscitivo, ya que uno proporciona los niveles de actividad del niño y el otro valoriza su adaptación al medio. Tanto el desarrollo cognoscitivo como el afectivo logran un equilibrio constante, esos dos factores contribuyen a la aparición de las etapas, que son inherentes, inalterables y evolutivas, así que todos los niños pasan por las mismas etapas y en el mismo orden, aunque no todos los niños cumplen cada etapa a la misma edad, sino que la edad cronológica en que los niños llegan a cada etapa tiene ligeras variaciones.

## Etapas del desarrollo cognoscitivo de Piaget

1. Sensorio-motora (0-24 meses aproximadamente).
2. Etapa preoperacional (en general de los 2 a los 7-8 años).
3. Etapa de las operaciones concretas (en general de los 7-8 años a los 11-12 años).
4. Etapa de las operaciones formales (en general de los 11-12 años a los 11-15 años).

Tomando en cuenta que se trata de un modelo del consumidor adolescente (entre 11 y 21 años), es necesario presentar ampliamente la última etapa que forma parte del desarrollo evolutivo del adolescente.

En este período, es cuando según Maier (1979), Piaget considera que el joven se convierte en un individuo que piensa más allá del presente; elabora teorías y se complace en reflexionar acerca de lo que no es. Así el pensamiento ya no va de lo real a lo teórico, sino que parte de la teoría para establecer relaciones reales entre las cosas.

Desde el punto de vista social, el adolescente va al mundo como una unidad orgánica que tiene leyes y regulaciones propias, así como divisiones de roles y funciones sociales de tal forma que hasta el momento él encuentra un sitio entre los organismos vivos como ente especial; por lo que se define dentro de una familia y distingue a ésta y a sus miembros en relación con otras familias de su sociedad.

Por otro lado, el adolescente puede organizar y crear sus propias ideas y deja de imitar la conducta de otros; también es el momento en que define para él reglas y valores, y puede además elaborar sus propias hipótesis, por tanto, es el momento en que el adolescente incorpora lentamente conceptos sutiles de rectitud y justicia que tienden hacia la equidad.

El adolescente está en el momento en que tiene que planear su vida futura, su pensamiento cognoscitivo maduro se lo permite, ya que su pensamiento operacional depende exclusivamente del símbolo y puede desarrollar conceptos de conceptos, en este momento el adolescente ha alcanzado la madurez intelectual, por lo que es considerado adulto.

## Relación entre la teoría del aprendizaje social y teoría del desarrollo cognoscitivo de Piaget

Tomando en cuenta estas dos teorías Jones y Gerard (1980), Hurlock (1986), McDavid (1979), han analizado la socialización en general, Moschis (1985), Moschis Moore (1982), Murray y Kippax (1978) entre otros, han analizado exclusivamente la socialización del consumidor y consideran que una teoría complementa a la otra que no; son excluyentes, logrando

construir una teoría de socialización del consumidor, en el desarrollo de ambas teorías se pueden distinguir cinco tipos de variables: a) agentes o fuentes de la influencia, b) proceso de aprendizaje, c) variables de la estructura social, d) edad o ciclo de vida de la persona, y e) propiedades del aprendizaje.

### a) Agentes o fuentes de la influencia

En general la socialización es una influencia externa al individuo que ejerce control sobre el aprendiz para inducirlo a normas convencionales, esta influencia se trasmite a través de recompensas y castigos transmitidos por los agentes de socialización, los cuales en forma colectiva moldean la conducta del individuo.

Según Jones y Gerard (1980), y Hurlock (1986), los principales agentes de socialización en los primeros años de vida son los padres, los cuales ejercen un control sobre los estímulos que refuerzan la conducta del niño. A medida que crece y se va transformando en adolescente o adulto, en el lapso, surgen otros agentes socializadores como son: otros familiares, maestros, ministros religiosos, medios masivos de comunicación, amigos, etcétera.

El joven se va independizando del hogar, según Hurlock (1986), los amigos tienden a ejercer una influencia mayor debido en parte al deseo del adolescente de ser aceptado en un grupo y, también a que pasa la mayor parte de su tiempo con sus amigos.

Según Churchill y Moschis (1979), McLeod y O'Keefe, clasificaron la relación agente-aprendiz en cuatro categorías con base en la formalidad del tipo de agente y la actuación del aprendedor:

- a) Organización formal (agente) y actuación específica del aprendiz (escuela).
- b) Organización formal y actuación no específica del aprendiz (medios de difusión masiva).
- c) Organización informal y actuación específica del aprendiz (familia).
- d) Organización informal y actuación no específica del aprendiz (compañeros).

En mercadotecnia se ha analizado la influencia de agentes socializadores en el aprendizaje de actitudes, valores, habilidades del consumidor y otras propiedades del aprendizaje como: familia y amigos (Akers, Krohn y Kadece, 1979), escuela (Rosenbaum,

1975), medios masivos de comunicación y escuela (Murray y Kippax, 1978), familia y amigos (Moschis y Moore, 1982), familia, amigos, T.V., periódico y revista (Moschis y Moore, 1979).

### b) Proceso de aprendizaje

Este proceso es considerado por Churchill y Moschis (1979) como el proceso mediante el cual el aprendiz adquiere valores y conductas específicas provenientes de los agentes de socialización durante su interacción con ellos. Estos autores dividen el proceso en tres categorías: reforzamiento, modelos e interacción social.

**Reforzamiento.** Secord y Backman (1979), ven el reforzamiento como cualquier acción del medio que cambia la respuesta (existe la probabilidad de que ocurra de nuevo). Se conoce como reforzamiento positivo lo que hace que una respuesta se fortalezca y aquellas que la debilitan se le llama reforzamiento negativo.

Las personas aprenden a repetir conductas (refuerzo positivo) a través de recompensas y castigos. Para McDavid (1979), la recompensa aproxima al individuo a sus metas, facilita su logro, de tal forma, que una acción particular en situaciones similares en el futuro tienda a ocurrir de nuevo, además acumula actitudes, sentimientos y emociones positivas, en cambio el castigo hace que una acción particular tenga menos probabilidad de ocurrir de nuevo provocando estrés, tensión o sensaciones desagradables en la persona. En este caso se da el aprendizaje por evitación, es decir, se suspende la conducta que produce el castigo, produciendo actitudes, sentimientos y emociones negativas.

El reforzamiento negativo para McDavid (1979) no proporciona ningún cambio con respecto al logro de las metas del individuo queda en su condición original.

**Modelos.** Este tipo de aprendizaje según Bandura (1974), se da por imitación y proporciona un camino para asegurar la continuidad de la conducta dentro de la sociedad; la imitación puede deberse por un intento consciente de emular al agente de socialización o porque el comportamiento de éste es extraordinario para la persona. Aunque normalmente son los padres, amigos, familiares, los que son

imitados por el aprendiz; Baron (1971), menciona que los héroes populares, tanto de la realidad como de la ciencia ficción, constituyen modelos que son imitados por los niños.

**Interacción Social.** Churchill y Moschis (1979), consideran la interacción social como un concepto poco claro respecto al tipo de aprendizaje. En este concepto se incluye una combinación de modelos y reforzamientos, este autor sostiene que las normas sociales manifestadas en las interacciones del aprendiz, con personas para él importantes, moldean las actitudes, valores y comportamiento del individuo, de tal forma, que lo que él aprende es una serie de relaciones interpersonales, respecto a determinada situación social.

#### c) Variables de la estructura social

La inclusión de variables de la estructura social en la explicación de la socialización del consumidor, enfatizan sobre el medio ambiente en el cual se desarrolla el aprendizaje. Así Churchill y Moschis (1979), Moschis (1982), estudian la clase social, el sexo y el orden de nacimientos como variables de la estructura social; por otro lado, Murray (1978) estudia la población urbana; Capon y Burke (1980), analizan el nivel socioeconómico, Seymour y Rajinder (1980) analizan las características demográficas. Encontrando que un medio ambiente favorable estimula un comportamiento social deseable como *consumidores*.

#### d) Edad o ciclo de vida de la persona

La socialización en un principio fue dirigida al aprendizaje que ocurre en la infancia (algo más o menos sinónimo al destete), sin embargo, Whittaker (1986) considera que la socialización se da en el transcurso de la vida, ya que la gente siempre aprende cosas en diferentes etapas, por ejemplo, cuando

la persona se casa, cuando la persona ingresa a un empleo, cuando ingresa a un club, etc., para Churchill y Moschis (1979) el término "ciclo de vida" es preferido al de edad, debido a que los estilos de vida asociados con ciclos particulares, llegan a ser más importantes en términos de su comportamiento. Por otro lado, Brown (1976) menciona que Piaget encontró que las personas responden en forma diferente a un mismo estímulo, dependiendo de la edad o etapa del desarrollo cognoscitivo por el que el sujeto atraviesa. Churchill y Moschis (1979), Moschis y Moore (1982), probaron que las personas a distintas edades responden en forma diferente a estímulos comerciales, por tanto, así con la edad cambian las propiedades del aprendizaje (actitudes, valores, habilidad, etc.).

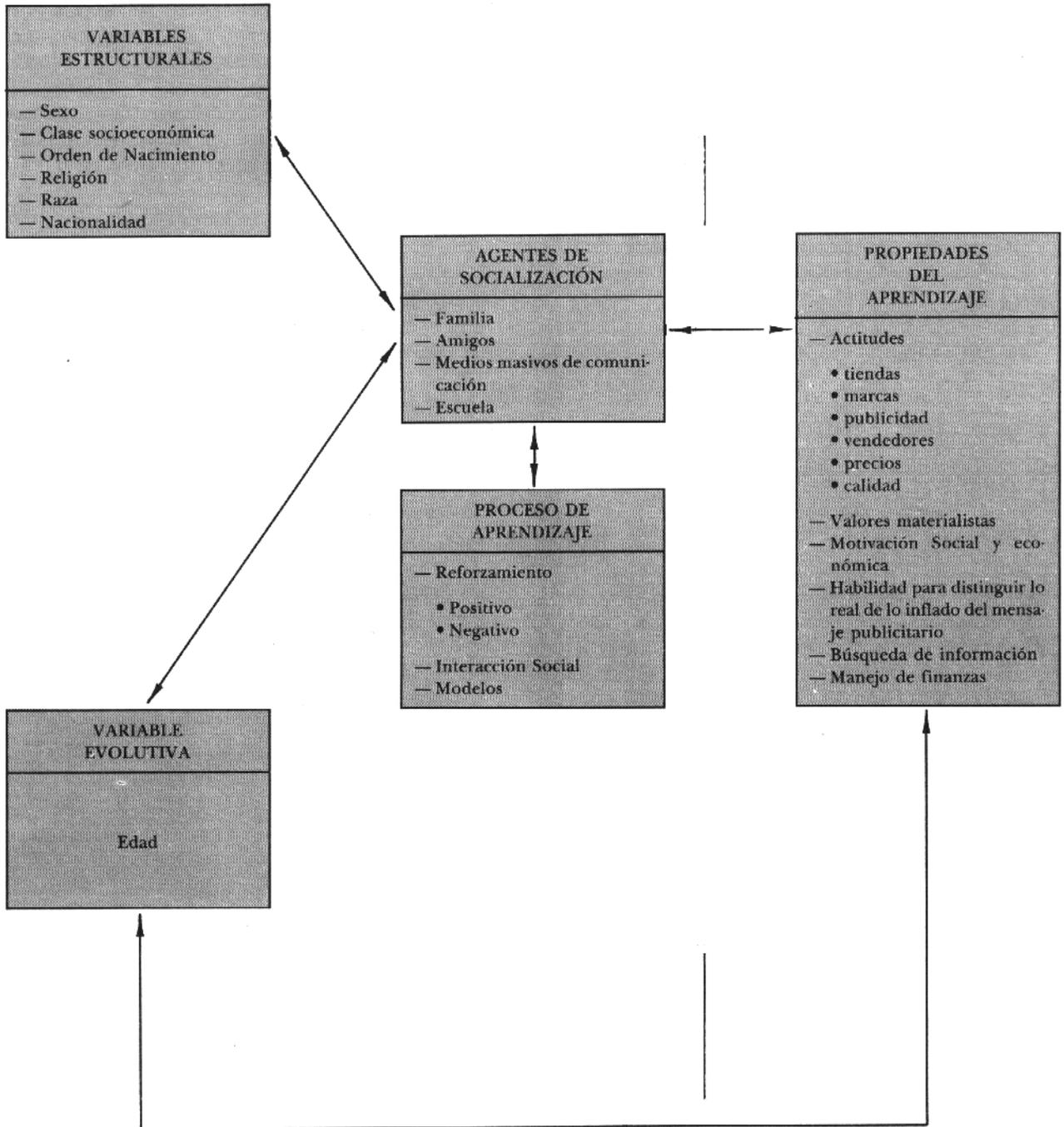
#### e) Propiedades del aprendizaje

McDavid y Haravi (1979) consideran que el aprendizaje implica cambios en la conducta dirigidos hacia una meta, por tanto, el aprendizaje descansa sobre motivaciones y valores. Por su parte Moschis y Churchill (1979) analizan las habilidades como una variable importante en el desarrollo cognoscitivo de los niños, y que tiene consecuencia, en sus decisiones como consumidor. Por otro lado Domínguez (1985) considera las propiedades del aprendizaje como la adquisición de actitudes hacia marcas, tiendas, calidad, publicidad, precios y vendedores; conocimientos en materia de consumo, manejo de finanzas, *retención de mensajes publicitarios* y *búsqueda de información*.

## Conclusiones

Del análisis teórico se concluye que las variables de la estructura social y la edad son variables independientes y a través de los agentes socializadores, en un proceso de aprendizaje se dan las propiedades del aprendizaje.

Gráficamente el Modelo Teórico de Socialización del Consumidor, se puede presentar así:



## Bibliografía

- Acosta, U.M.: *Efectos de la Comunicación Masiva en el Proceso de Socialización Política de los Niños Mexicanos*, Revista del Centro de Estudios Educativos, Vol. No. 2, 1971.
- Akers, Ronald L. y Krohn: *Social Learning and Deviant Behavior: A Specific Test of a General Theory*, American Sociological Review, Vol. 44, 1979, p. 636-655.
- Bandura, A. y Walters, R.H.: *Aprendizaje Social y Desarrollo de la Personalidad*, Editorial Alianza, España, 1974.
- Baron, R.A.: *Attraction toward the Model and Model's Competence as Determinantes of Adult Imitative Behavior*, Journal of Personality and Social Psychology, No. 14, 1970, pp. 345-351.
- Brown, R.: *Psicología Social*, 2a. Edición, Editorial Siglo XXI Editores, México, 1974, pp. 212-260.
- Capon, Noel y Burke, Mirian: *Individual, Product Class, and Taskrelated Factors in Consumer Information Processing*, Journal of Consumer Research, Vol. 7, 1980, pp. 314-326.
- Churchill, G.A. y Moschis, G.P.: *Television and Interpersonal influences on Adolescent Consumer Learning*, Journal of Consumer Research, Vol. 6, Jun. 1979, p. 24.
- Clay, Henry L.: *Introducción a la Psicología Social*, 2a. Edición, Editorial Trillas, México, 1986.
- Domínguez, H.M.L.: *Estudio del Comportamiento de Adolescentes como Consumidores*, Editorial CICA, No. 23, México, 1985.
- Hurlock, E.B.: *Desarrollo del Niño*, 2a. Edición, Editorial McGraw-Hill, México, 1986.
- Jones, E.E. y Gerard, H.E.: *Principios de Psicología Social*, Editorial Limusa, México, 1980.
- Maier, H.W.: *Tres Teorías sobre el Desarrollo del Niño: Erickson, Piaget y Sears*, Amarrortu Editores, Argentina, 1979.
- McDavid, J.W. y Harari, H.: *Psicología y Conducta Social*, Editorial Limusa, México, 1979.
- Moore, R.L. y Stephens, L.F.: *Some Communication and Demographic Determinantes of Adolescent Consumer Learning*, Journal of Consumer Research, No. 2, 1975, pp. 80-92.
- Moschis, G.P.: *The Role of Family Communication in Consumer Socialization of Children and Adolescent*, Journal of Consumer Research, Vol. 11, March 1985, pp. 898-911.
- Moschis, G.P. y Moore, R.L.: *Decision Making Among the Young: Socialization Perspective*, Journal of Consumer Research, Vol. 6, Septiembre 1979, pp. 101-112.
- *A Longitudinal Study of Television Advertising Effects*, Journal of Consumer Research, Vol. 9, Diciembre 1982, pp. 279-286.
- Murray, J.P. y Kippax, Susan: *Children's Social Behavior in Three Towns with Differing Television Experience*, Journal of Communication, Winter 1978, pp. 19-39.
- Piaget, J.: *La Psicología Evolutiva*, 3a. Edición, Editorial Paidós, Argentina, 1974.
- Rosenbaum, James, E.: *The Stratification of Socialization Processes*, American Sociological Review, Vol. 40, February 1975, pp. 48-54.
- Secord, P.F. y Backman, C.W.: *Psicología Social*, 2a. Edición, Editorial McGraw Hill, México, 1979.
- Segovia, Rafael: *La Politización del Niño Mexicano*, 2a. Edición, Editorial El Colegio de México, México, 1977.
- Seymour, B. y Rajinder, G.: *Television as a Dependent Variable, for a Change*, Journal of Consumer Research, Vol. 7, December 1980, pp. 327-330.
- Ward, S.L.: *Consumer Socialization*, Journal of Consumer Research, Vol. 1, No. 1, 1974, pp. 1-14.
- Westbrook, R.A.: *Intrapersonal Affective Influences on Consumer Satisfaction with Products*, Journal of Consumer Research, Vol. 7, June 1980, pp. 49-54.
- Whittaker, J.O.: *La Psicología Social en el Mundo de Hoy*, Editorial Trillas, México, 1984.