



CONSUMO Y CALIDAD DE VIDA, GUÍA N°2, MARZO, 1º CICLO, 1SEM –
MÓDULO 1: PUBLICIDAD COMERCIAL Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS
-UNIDAD 1: ROL DE LA PUBLICIDAD EN LA ECONOMÍA DE LIBRE
MERCADO

NOMBRE ESTUDIANTE: _____ CURSO _____



CONTENIDOS:

- Rol de la publicidad en una economía de libre mercado
- Tipos de publicidad
- Herramientas de la publicidad



Documentos y fuentes de análisis

ROL DE LA PUBLICIDAD EN UNA ECONOMÍA DE LIBRE MERCADO

La Publicidad corresponde a un conjunto de técnicas de marketing, psicológicas y de ventas, destinadas a persuadir, seducir o influenciar en la voluntad de un sujeto, para la adquisición de algún bien o servicio, o con la intención de que se modifique alguna conducta.

- **TIPOS DE PUBLICIDAD:**

PUBLICIDAD COMERCIAL: Es la que busca vender algo, aunque no lo necesites.

PUBLICIDAD POLITICA; Esta no tiene nada que ver con la política del Gobierno, de los Parlamentarios ni nada de eso...tiene relación con que busca modificar una conducta humana, por ejemplo, campañas publicitarias para dejar de fumar o para que la gente no conduzca si ha bebido alcohol.

PROPAGANDA: Es un tipo especial de Publicidad que busca controlar a la población, guiar a las masas ideológicamente, y expandir una visión política (TÍPICA DE GOBIERNOS TOTALITARIOS; Hitler, Mussolini, Stalin, etc) ¿Qué OTROS CASOS CONOCEN?...

- **HERRAMIENTAS DE LA PUBLICIDAD.**

1. Elemento visual: es una imagen asociada a una idea o valor positivo. Ej. La belleza (un atardecer, un monumento, etc.); la seguridad (el cascaron de un huevo), la alegría (una fiesta).
2. Elemento literario: es un breve texto que identifica una característica esencial del producto. Ejemplo: “Red Bull, te da alas “ / MILO te hace grande “ .

3. YINGLE: Es una pegajosa cancioncilla, generalmente un “cover” de una canción popular.

Ya sabemos que la publicidad intenta seducir e influir en la voluntad del consumidor. ¿Hasta dónde es válido esa influencia?

LA VOLUNTAD LIBRE: Para que un acto sea válido, debe su voluntad ser espontanea, natural, libre de todo vicio que atente contra esa voluntad; SON VICIOS DE LA VOLUNTAD: A) EL ERROR / B) LA FUERZA / y C) EL DOLO.

- A) EL ERROR: Falso concepto de la realidad. Lo que dice la publicidad es exigible como parte del contrato. La publicidad debe ser veraz, comprobable y no inducir a engaño. Ejemplo, las hamburguesas de las cadenas transnacionales de comida rápida generalmente exhiben afiches publicitarios presentando imágenes exageradas sobre el tamaño real de las hamburguesas que venden.
- B) FUERZA: Presión u amenaza a un individuo para que realice o deje de hacer algo; ejemplo, amenaza con una pistola para que firmes un contrato o me compres o vendas algo.
- C) EL DOLO; por definición, es una maquinación fraudulenta para que el sujeto realice algo o entregue algo. En Publicidad existe el “Dolo bueno” (aquella “maldad pequeñita” para llamar la atención del consumidor, ejemplo “lápices SIC, LOS MEJORES DEL MUNDO” y el “Dolo malo” (El engaño es mayor, traspasa los límites de la buena fe y de la Ley) ejemplo, “lápices Lagos”, los mejores del mundo, y QUE AL ESCRIBIR TE REDUCE DOS TALLAS DE CINTURA EN 30 DIAS, LLAME YA”.

*Toda TECNICA DE VENTA debe tener algo de dolo bueno.

*DOLO MALO es igual a publicidad engañosa, por lo que el consumidor podrá reclamar y solicitar indemnizaciones, como veremos más adelante.



Actividad. Cada pregunta equivale a 1 punto. (4 puntos en total).

1. ¿Cuál es el rol de la publicidad en una economía de libre mercado?
2. ¿De qué forma la publicidad influye en nuestros hábitos de consumo?
3. ¿Cuál es la diferencia entre la publicidad comercial y la propaganda? Señale un ejemplo que explique la diferencia.
4. Mencione un ejemplo de: error, dolo bueno y dolo malo (un ejemplo de cada concepto) en publicidad.



<https://www.youtube.com/watch?v=XENguKSeHe4&t=14s>

https://www.youtube.com/watch?v=qpRvGj0_bN8