II Jornadas Regionales “La Secundaria Investiga: proyectos e investigaciones desde la mirada de las/os jóvenes”

TÍTULO DEL TRABAJO: La manipulación de la publicidad

EJE EN EL QUE SE INSCRIBE: Tecnología y Sociedad

NOMBRE Y APELLIDO DE LOS INTEGRANTES: Arroyo Rabar Lautaro, Parrelli Gian Franco, Pino Agustín, Recalde Roman

COLEGIO: PATER C.E

NOMBRE DE LA DOCENTE: Prato Julieta

OBJETIVO GENERAL: Conocer los factores que llevan a la publicidad en los medios para poder manipular al oyente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar el efecto de la publicidad y el consumo en nuestra vida cotidiana.
- Distinguir tipos de publicidad conocidas.
- Averiguar estrategias utilizadas para lograr la venta del producto.

Introducción

Esta investigación estará centrada en la manipulación publicitaria, en cómo ésta puede convencer a una cantidad numerosa de personas para que logren comprar su producto a base de mostrar imágenes llamativas y acciones verbales en el caso audiovisual, utilizando distintas técnicas.

Su objetivo básico es entregar cierta información, la cual llame la atención del posible consumidor. La idea es mostrar información incompleta, que beneficie al producto y genere interés.

El objetivo de la publicidad en general no es la publicación de datos, sino la selección de datos. Esto puede generar dudas sobre si se puede considerar manipulación o no.

Desarrollo

La manipulación publicitaria es generalmente neutral, ya que buscan ganancias a cambio de entregar un producto que tenga el valor entregado, sin ser co-dependiente de una obligación. Es considerada neutral ya que te deja actuar por ti mismo y no les afecta específicamente la opinión de un solo individuo. Esto no incluye la falsa información de un producto, ya que si llega a ser este el caso, podría ser censurable y es penado por la ley.

Al hablar del tema es necesario diferenciar al consumismo y a lo que es considerado publicidad.

El consumismo es referido justamente al consumo excesivo de bienes, a pesar de que no sea fundamental en tu vida cotidiana. Un posible ejemplo sería en la indumentaria. La venta de 2 remeras, en las tiendas es común que se encuentre un 2x1 en cierta prenda y eso lograría incitar a comprar y convencer al espectador de aprovechar cierta oferta antes de que termine, o por si "urge la necesidad". Luego la publicidad tiene el fin de divulgar el producto, dando un mensaje positivo y promoviendo a la marca en el mercado a comparación de otras. Hay varias técnicas para publicitar un producto pero la que hemos visto más ingeniosa fue la de las botellas Coca-Cola en la cual venía escrito el nombre de una persona y eso llamaba a otras personas a comprar su propia botella con su nombre. Esto se viralizó en las redes sociales, las cuales propulsaron la popularidad de la campaña completamente gratis.

Tipos de Publicidad

Entre la publicidad hay varios tipos que se pueden diferenciar

- **Publicidad impresa:** Es la publicidad que se realiza en cualquier medio impreso, ya sean periódicos, revistas o folletos.
- **Publicidad online:** La publicidad online es aquella que se hace a través de internet.

- **Anuncios de radio:** Son los anuncios que se escuchan en las pausas publicitarias de los programas de radio.

- **Anuncios de televisión:** La televisión sigue siendo uno de los medios favoritos de las empresas para anunciarse. Posee un gran alcance, y permite anuncios de impacto que combinan imagen y sonido.

- **Publicidad exterior:** Una publicidad que nunca pasa de moda es la publicidad exterior, referida a aquella que aparece en lugares públicos. Puede ser en vallas publicitarias, carteles, entre otros.

Estrategias utilizadas

- **Publicidad de contenido:** La publicidad de contenido es una de las estrategias de marketing que busca influir directamente en los consumidores a través de diversos canales. Su mensaje es considerado directo y claro y busca llegar al mayor número de personas posibles.
- **Publicidad Pull:** La estrategia pull consta de una atracción hecha por los mismos consumidores. Esto sucede cuando una marca ya está bien posicionada dentro del mercado y son las personas las que buscan saber y comprar de ella. Su táctica va más dirigida al cliente final, ya que no es necesario convencer a alguien de que la marca es buena.
- **Publicidad Push:** A diferencia de la publicidad pull, esta estrategia consiste en introducir al mercado un producto o servicio nuevo. También se le conoce como “estrategia de empuje”, pues busca darse a conocer entre los consumidores para generar ventas. Toda nueva empresa pasa por este tipo de publicidad para posicionarse.
- **Publicidad con base en el consumidor:** La estrategia se centra en el tipo de personas al que va dirigida la publicidad. Depende del tipo de lenguaje que se utilice, en qué medios se anunciará, de qué manera es la más oportuna para lograr dejar claro el mensaje, entre otros. Se debe realizar un profundo análisis de la audiencia meta, pues su estilo de vida, preferencias, necesidades u otros aspectos referentes a su persona serán tenidos en cuenta para conseguir que la campaña tenga un gran éxito.

Conclusión

A lo largo del trabajo podemos llegar a la conclusión de que en hoy en día en una sociedad de puro consumismo, donde se valora la cantidad en vez de la calidad de la mercancía, donde la opinión de un externo vale más que la de uno propio, una buena publicidad puede significar que tu producto triunfe o fracase. También se ve cómo las distintas publicidades influyen en los consumidores y en sus decisiones frente a la compra de productos. Pudimos ver que técnicas se utilizan para lograr el atraernos a probar su producto y los factores influyen (edad a la que apunta, medios, etc.). Entendimos un punto muy importante (para nosotros) sobre lo que se llama “Publicidad engañosa” y qué sectores lo utilizan mayormente y el por qué detrás de eso. Además de ver cuales son los medios por donde más se expande la publicidad.