



IMAGEN PÚBLICA

**LICENCIATURA EN
IMAGOLOGÍA®**

Fundamentos de Imagología®

Cátedra 11

IMAGEN AUDIOVISUAL



DEFINICIÓN DE IMAGEN AUDIOVISUAL

La percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del uso de estímulos dirigidos al sentido de la **vista o del oído**, ya sea simultáneamente o por separado

**PARA INCIDIR EN LA
OPINIÓN PÚBLICA**

ELEMENTOS DE IMAGEN AUDIOVISUAL

- PUBLICIDAD
- PROPAGANDA
- PRODUCCIÓN DE AUDIO Y/O VIDEO
- MEDIOS DE COMUNICACIÓN

LA PUBLICIDAD

- ES EL CONJUNTO DE TÉCNICAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL TENDIENTE A INFLUIR EN EL **COMPORTAMIENTO HUMANO** CON EL OBJETIVO DE **VENDER** UN PRODUCTO O SERVICIO DETERMINADO.

...La Publicidad

- PUBLICISTA Y CONSULTOR EN IMAGEN PÚBLICA NO SON **SINÓNIMOS.**
- LA CONSULTORÍA EN IMAGEN PÚBLICA NECESITA DE LA PUBLICIDAD PARA CONSTRUÍR **PARTE** DEL PROCESO DE LA PERCEPCIÓN.

LA PROPAGANDA

- “QUE HA DE SER PROPAGADO”
- EL CONJUNTO DE TÉCNICAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL TENDIENTE A INFLUIR CON FINES IDEOLÓGICOS EN EL COMPORTAMIENTO HUMANO.

...La Propaganda, diferencias con la Publicidad:

1. La Publicidad busca **vender** un producto o servicio, la Propaganda ganar **adeptos**.
2. Mientras la Publicidad dice "**Cómprame**" la Propaganda dice "**Quiéreme**"

...La Propaganda, diferencias con la Publicidad:

3. La Publicidad es **directa** y no oculta su deseo de vender, la Propaganda es menos directa y generalmente disimula sus objetivos pues las acciones que promueve son de más **difícil aceptación.**

...La Propaganda, diferencias con la Publicidad:

4. La Publicidad mide sus resultados a **corto plazo** al través de las ventas, la Propaganda rinde frutos a **largo plazo** y sus resultados son más difíciles de medir.
5. La Publicidad motiva con estímulos **egocéntricos**, la Propaganda tiende hacia las **causas sociales**

...La Propaganda, diferencias con la Publicidad:

6. La Publicidad exagera en el uso del **lenguaje**, la Propaganda lo maneja de manera más **sutil**.
7. La Publicidad culmina con la acción de **compra**, la propaganda comprende un **compromiso** por lo que tarda en sentirse.

Publicidad y Propaganda

- DEBEN USARSE AMBAS COMO HERRAMIENTAS DE IMAGEN PÚBLICA YA QUE NO SON EXCLUYENTES SINO PERFECTAMENTE COMPLEMENTARIAS

SOCIAL MEDIA (Guerrilla y Viral Marketing)



- SEO (Search Engine Optimization).
- SEM (Search Engine Marketing).
- Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube...)
- Página oficial.
- La gente común se convierte en "Propagandista".

LA OPINIÓN PÚBLICA

$$OP = M + A + E$$

OP - OPINIÓN PÚBLICA

M - MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A - AUDIENCIA

E - ENCUESTAS