

## SERVICIOS PÚBLICOS Y ESTEREOTIPOS SOCIALES.

### Servicios públicos

Las mismas técnicas de publicidad corrientes, también pueden ser utilizadas para informar educar y motivar al público en cuestiones que adoptan un poquito más de seriedad; cómo puede ser el SIDA, el ahorro de Energía...

Esta forma no comercial de la publicidad puede ser una gran herramienta capaz de educar y motivar al público. < La publicidad justifica su existencia cuando se utiliza para el interés público; es una herramienta de demasiado gran alcance para utilizarla solamente para propósitos comerciales> (Howard Gossage)

Este tipo de publicidad alcanzó un gran auge en la época de la II Guerra Mundial, sobre todo en Estados Unidos.

Obviamente este tipo de anuncios está siempre financiado por el estado

- CAMPAÑA SOCIAL: Interés Social

El principal propósito de las campañas sociales es sin lugar a dudas el del cambio de conducta en las personas, o el cambio de su modo de pensar, es decir, orientarles a una buena elección de sus vidas. La mayoría de campañas sociales son financiadas por los gobiernos, buscando el bienestar social; ya que su principal interés debe ser el de ayudar a la sociedad

- REGULACIÓN Y AUTORREGULACIÓN

Actualmente está aumentando el esfuerzo por proteger el interés público regulando el contenido de la publicidad, un claro ejemplo de ello es la prohibición de la publicidad del tabaco y la publicidad a menores de doce años. También existe la autorregulación ejercida por la empresa, que se encarga de establecer algunas normas fundamentales para la práctica correcta de la comunicación comercial. De todos modos, existen algunos grupos encargados de regir esta autorregulación.

- CRÍTICAS A LOS MEDIOS, DIVERSOS GRUPOS

A medida que la publicidad ha ido evolucionando han surgido grupos que fomentan el consumismo usando diversas técnicas de propaganda. También se han criticado algunas campañas que han suscitado sexismo, discriminación. Para este problema también han surgido grupos muy eficaces tales como *New Ethic*.

### Los estereotipos Sociales

El propósito en la era de la industria era principalmente el de vender productos o promocionar algún tipo de servicio, pues no siempre utilizó estereotipos sociales. Actualmente ese punto de vista ha variado y la publicidad estimula un amor por las marcas y crea, cómo decíamos antes, nuevos estilos de vida.

Asimismo las marcas tienen una identidad, que en este caso podría ser afiliada con estereotipos mentales. Los estereotipos son muchos y cada vez más numerosos y creativos.

