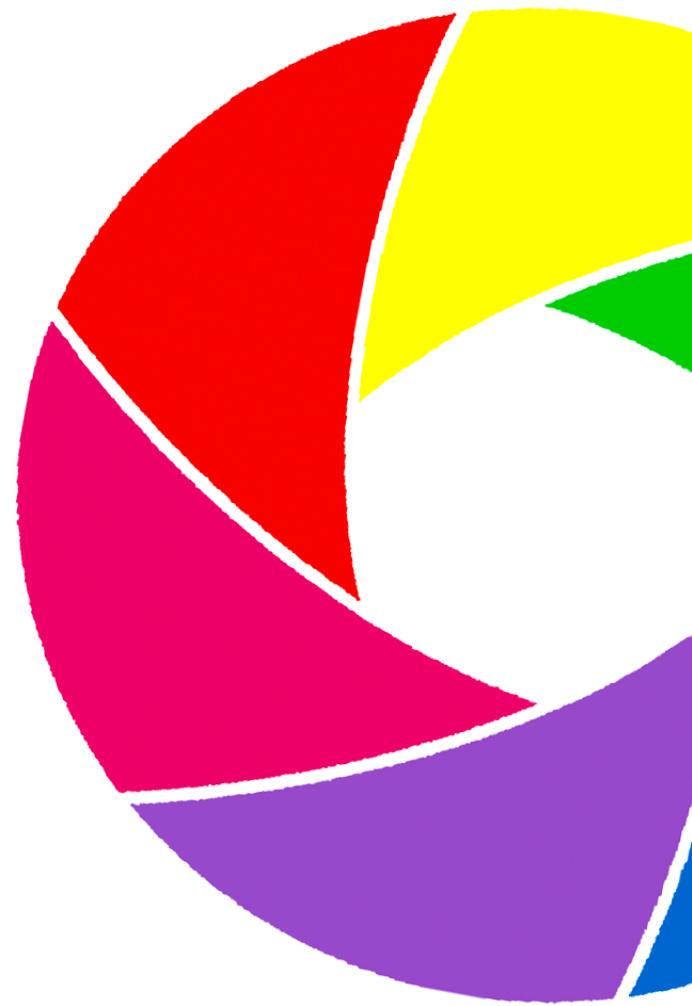


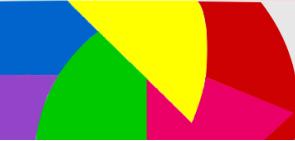


tzala

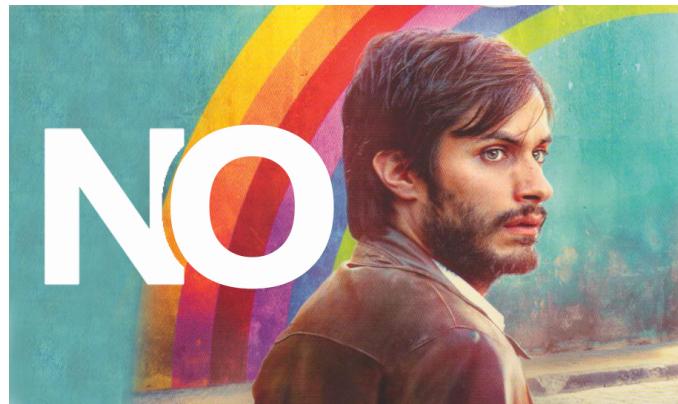
No

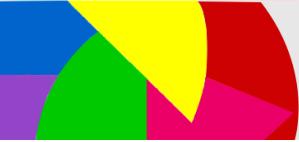
Análisis de película





- Pensamiento publicista, en el que **No** se utiliza la comunicación negativa.
- Campaña realizada a partir de la alegría y felicidad que tiene el decir **No**, no fue necesario el uso de violencia.
- Aliados a personas famosas en Chile (actores, actrices, cantantes) para convencer más a las personas.
- Mostrar las caras de las madres que reclaman la ausencia de sus hijos, como protesta en contra de la dictadura de Pinochet.
- Uso de emociones alegres en todo momento para que la gente se animara a ver un nuevo cambio en el gobierno chileno.

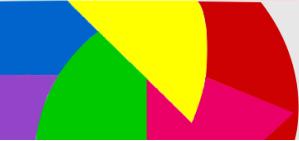




Contra

- **La manera en realizar los comerciales, como en el que aparece una pareja sobre una cama, imitando a una falsa telenovela, sin sentido.**
- **Existían varias técnicas en donde se preocupaban más por decir algo sobre el otro, sin ofrecer algo, mera crítica.**
- **Vender la democracia como un producto, punto que hace a la campaña exitosa pero que tiene un dilema ética en la forma de vender un valor.**





- **Replicar este modelo en mercadotecnia política en donde países se encuentren inmersos en esquemas de violencia podría resultar en un caso exitoso.**
- **Influenciar directamente en el actuar humano**
- **Responsabilidad social**
- **Discurso político con visión comercial**