



INSTITUCIÓN EDUCATIVA BARRIO SAN NICOLÁS

Aprobada mediante Resolución N° 014911 del 4 de diciembre de 2015

ACTIVIDADES DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO Y PROFUNDIZACIÓN DE FINAL DE PERIODO

Versión
Fecha de
aprobación:

Área/asignatura:	Educación Artística y Cultural	Grado:	Décimo
Período académico:	2	Docente:	Luis Alfonso Isaza
Competencias: Sensibilidad. Apreciación estética. Comunicación			
Descripción de las actividades a desarrollar para los estudiantes de mejoramiento académico :		Fecha de presentación o de desarrollo de la actividad:	
1. Elije 5 situaciones o comportamientos humanos que en tu entorno deben ser modificados para tener una mejor sociedad. Diseña una propuesta creativa para sensibilizar a la comunidad sobre esos comportamientos y presenta un guion de tu propuesta en tu cuaderno		14 – 08 - 2026	
2. Crea un afiche con tu personaje de marca invitando a los miembros de la comunidad educativa a cambiar conductas inadecuadas.		14– 08 - 2026	
Descripción de las actividades a desarrollar para los estudiantes de profundización académica :		Fecha de presentación o de desarrollo de la actividad:	
1. Desarrolla una campaña social en redes para promover cambios positivos en conductas inadecuadas dentro de la comunidad educativa, utiliza audios, videos, animaciones, dramatizaciones, collages etc...		14 – 08 - 2026	

¿Qué es la publicidad social?



Se entiende por **publicidad social** aquel conjunto de acciones publicitarias que tienen como objetivo informar, motivar, concienciar o educar a un público objetivo concreto respecto a una causa objetivamente importante para la sociedad.



INSTITUCIÓN EDUCATIVA BARRIO SAN NICOLÁS

Aprobada mediante Resolución N° 014911 del 4 de diciembre de 2015

ACTIVIDADES DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO Y PROFUNDIZACIÓN DE FINAL DE PERIODO

Versión
Fecha de
aprobación:

Si bien la **publicidad comercial** y la **social** tienen objetivos distintos, también es cierto que comparten muchas similitudes. De hecho, el proceso creativo, los canales de difusión o la intención persuasiva en sus mensajes son los mismos.

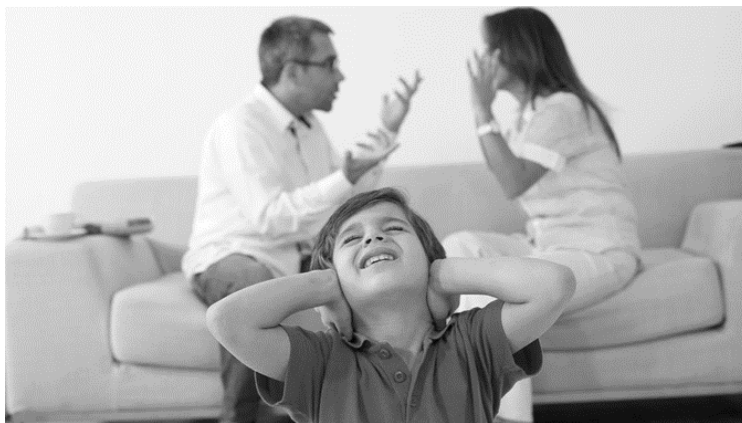
A menudo hay cierta confusión entre los términos de **publicidad social** y **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**. Estos dos conceptos tienen en común su orientación a causas sociales, pero difieren en que en el caso de la RSC la empresa obtiene un rédito en cuanto a mejora de imagen de marca.

Causas que defiende la publicidad social

Tal y como se ha comentado anteriormente, la publicidad social pretende que la sociedad reaccione ante una **causa relevante**. La naturaleza de estas causas puede ser muy diversa, pero las más habituales son las siguientes:

- **Corregir malos hábitos:** tabaquismo, alcoholismo, adicción a las drogas...
- **Prevenir enfermedades:** Sida, ETS, cáncer, anorexia, bulimia, depresión...
- **Cuidar del planeta:** acciones medioambientales, prevenir el cambio climático...
- **Defender a los animales:** cuidar especies en peligro de extinción, controlar reproducción de especies, evitar maltrato o abandono de mascotas...
- **Proteger los derechos humanos:** personas en riesgo de exclusión social, pobreza, racismo, machismo...
- Campañas para **donación de sangre o de órganos**.
- **Prevenir accidentes de tráfico**.

Tipos de publicidad social



Una vez claros tanto el concepto de publicidad social como las principales causas que suele perseguir, podemos adentrarnos en su **clasificación** según diversos factores.



INSTITUCIÓN EDUCATIVA BARRIO SAN NICOLÁS

Aprobada mediante Resolución N° 014911 del 4 de diciembre de 2015

ACTIVIDADES DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO Y PROFUNDIZACIÓN DE FINAL DE PERIODO

Versión
Fecha de
aprobación:

Según su formato

Los **formatos de la publicidad social** son prácticamente los mismos que se utilizan en la publicidad comercial, ya que son aquellos que se han validado como útiles para llegar al usuario indicado y persuadirle con su mensaje. De este modo, los formatos principales son los siguientes:

- **Imagen:** carteles publicitarios físicos o banners en Internet.
- **Vídeo:** anuncios de televisión o Internet.
- **Sonido:** cuñas de radio
- **Texto:** en carteles publicitarios físicos o en Internet.

Según el tipo de anunciante

Un factor a tener muy en cuenta a la hora de definir la publicidad social es la **entidad** que emite el mensaje. En este caso, encontramos principalmente los siguientes **tipos de anunciantes**:

- **Organismos públicos**, sean de ámbito estatal, provincial, municipal, etc.
- **Organizaciones sin ánimo de lucro**
- **Organizaciones comerciales**, siempre que no pretendan asociar la marca a la causa, ya que en ese caso se trataría de RSC.
- **Asociaciones de ciudadanos** formadas para cumplir un objetivo concreto.

Según el impacto buscado

Otra manera de clasificar las campañas de publicidad social es a partir de la **reacción** que el anunciante busca lograr en su público objetivo. El conjunto de reacciones a esperar puede ser muy grande, pero se puede dividir en dos grandes grupos:

- **Impacto positivo:** busca que se piense o actúe de un determinado modo en referencia a una cuestión concreta. Utiliza estímulos como la alegría, la satisfacción, la seducción o la concienciación social.
- **Impacto negativo:** pretende crear una sensación de rechazo, miedo o incomodidad respecto a un tema concreto.

Una cuestión de responsabilidad



INSTITUCIÓN EDUCATIVA BARRIO SAN NICOLÁS

Aprobada mediante Resolución N° 014911 del 4 de diciembre de 2015

ACTIVIDADES DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO Y PROFUNDIZACIÓN DE FINAL DE PERIODO

Versión
Fecha de
aprobación:

Performance en el arte

Performance, performance art o acción artística es una forma de expresión artística que implica una puesta en escena y que puede incluir varias disciplinas como la música, la poesía, el vídeo o el teatro.

El performance aparece como un tipo de artes escénicas alrededor de la década de 1960. En este sentido, incluye los elementos claves de las artes escénicas que son la interpretación, el escenario y el espectador.

Un performance puede ser considerado, también, como parte de las artes visuales si los valores estéticos que se encuadran en el estímulo visual son los protagonistas de la obra.

Las artes visuales abarcan todas aquellas expresiones artísticas esencialmente visuales expresadas en forma de pintura, escultura, arquitectura, cine, fotografía y en expresiones de arte contemporánea, en la que se encuadra el performance.

Muchos performance utilizan el recurso de la improvisación. La ausencia de guiones fijos y la provocación de los artistas que crean una interacción natural con los demás integrantes y con el público crean una espontaneidad que caracterizan muchas de este tipo de expresiones artísticas atrayendo nuevos adeptos.

<https://www.significados.com/performance/>