

Hera Animation ofrece el servicio de
para comerciales de TV o impresos
CGI Computer Generated Imagery
campana es una herramienta para
mensaje atractivo y memorable

Grupo B
La Publicidad

Indice



- ✓ ¿Qué es la publicidad?
- ✓ Funciones de la publicidad
- ✓ Historia de la publicidad
- ✓ Los medios publicitarios
- ✓ Recursos y estrategias
- ✓ Roles y estereotipos
- ✓ Publicidad encubierta

¿Qué es la publicidad?

- **Proceso de comunicación** que busca promover la venta de un artículo, producto o servicio; fomentar una idea o lograr cualquier otro efecto que desee conseguir el anunciante.



Los mensajes publicitarios

- Se pueden agrupar en **dos grandes tipos**:
 - **Según el medio de comunicación** que los reproduzca, pueden ser auditivos, visuales o audiovisuales.
 - **Según lo que anuncien**, pueden ser anuncios de productos, de servicios o de campañas institucionales.



FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD

• **Función informativa:** necesaria para dar a conocer un producto, una marca o un eslogan. Esta función es asumida muchas veces por el texto ya que la imagen, debido a su carácter polisémico, es más ambigua.



Antibiótico
200 mg / 5 ml
Polvo para suspensión oral
Via oral

PUEDEN DEJAR DE CURAR

*Causas:
uso en resfriados, catarros y
gripes, tratamientos incompletos,
resistencia bacteriana,...*

**Sin tu ayuda, los antibióticos pueden dejar de curar.
Dáseles a los niños sólo cuando y como se los recete su médico.**

Todas las infecciones no necesitan tratamiento antibiótico. Los resfriados, los catarros y las gripes son causados por virus; pueden producir fiebre elevada, especialmente en los niños, y NO mejoran ni se evita su contagio con la administración de antibióticos. Tomar antibióticos cuando no se necesitan o hacerlo en dosis incorrectas o de forma irregular, hace que las bacterias se hagan resistentes a ellos.

Usándolos bien hoy,
mañana les protegerán.

MINISTERIO DE SANIDAD

•**Función económica:** se trata de vender un producto (o servicio) y potenciar el consumismo.

•**Función financiera:** La publicidad contribuye a financiar los medios de comunicación de masas.

•**Función de Seguridad:** La publicidad nos presenta la posibilidad de llevar vidas diferentes, la posibilidad de evadirse de la rutina o de vivir mejor.

UNA VIDA MENOS CORRIENTE

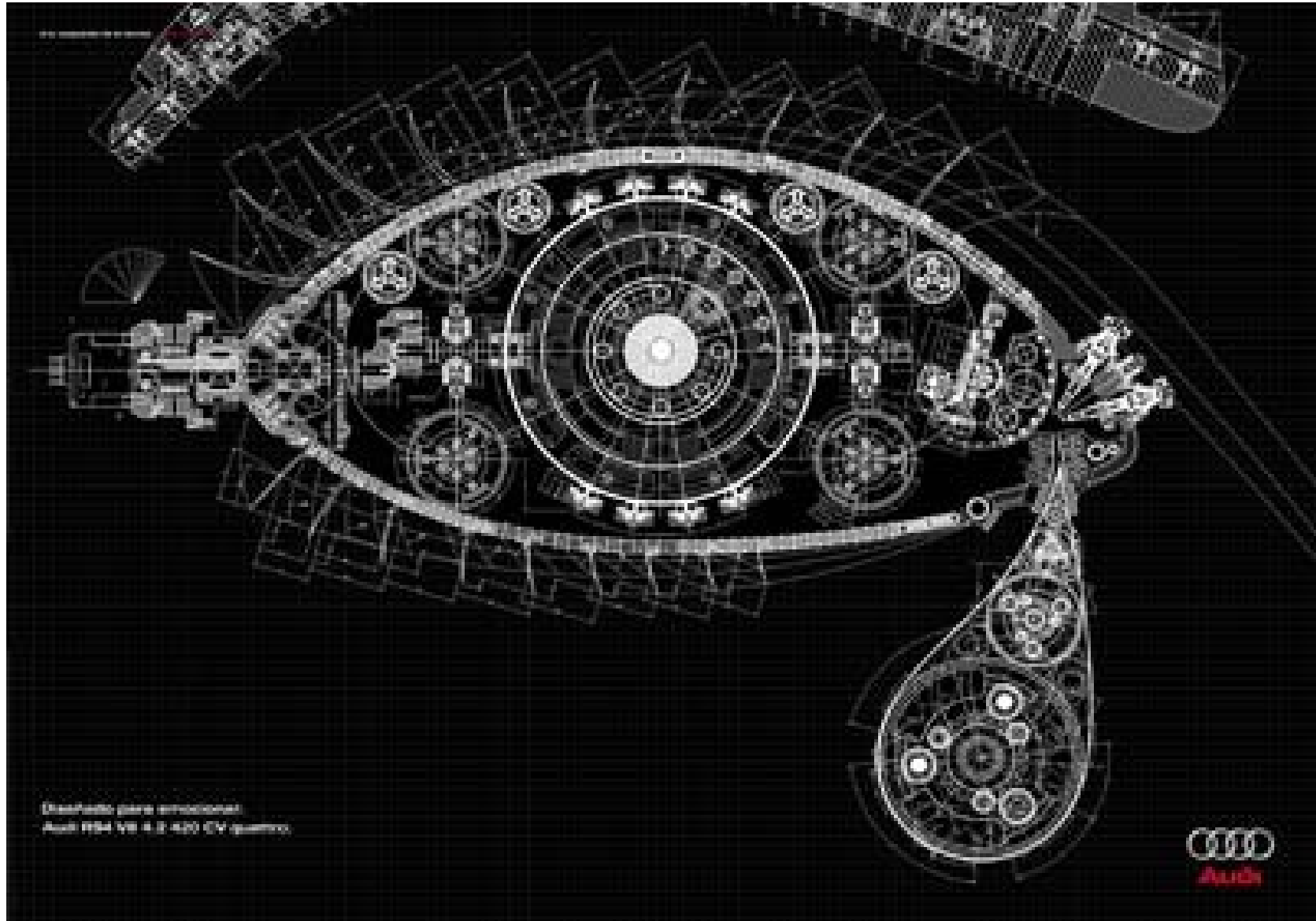
BeoCenter 1:

Dejé la rutina para vivir mejor, así es un lujo para BeoCenter 1. TV, DVD, radio y CD en un solo equipo con una amplia gama de opciones y valores que le permiten elegir a su gusto. BeoCenter es manera de vivir con el mundo audiovisual y acorde a él con facilidad. ¿quiero el servicio personal a distancia? No.

BeoCenter 1. TV, DVD, CD y Radio.
Más información: llame a 014 634 915

B&O
BANG & OLUFSEN

- **Función estética:** Es indudable su papel creativo.



Historia de la publicidad

- La publicidad no es un fenómeno reciente. Ya existía como un reclamo oral en la Grecia y la Roma clásicas.
- En la Edad Media, cuando la mayoría de la población era analfabeta, los gremios y los comercios de las ciudades empiezan a utilizar la imagen como reclamo, identificándose mediante carteles y señales.



Aún se pueden ver, colgadas en las fachadas de algunas calles de nuestras ciudades, reproducciones de productos como colchones, botes, gafas, etc., usadas para indicar la ubicación de los artesanos y de los comercios.

- No sería hasta **la revolución industrial** (S.XIX) cuando se produciría el auténtico desarrollo de la publicidad.
- Un tipo de publicidad sería elevada a la categoría de arte visual, **el cartel**.
- Artistas de la época como **Alphonse Mucha** o **Toulouse-Lautrec** dieron al medio una gran calidad estética e iniciaron el diseño gráfico publicitario.

*Jane Avril bailando, 1892,
Toulouse-Lautrec*





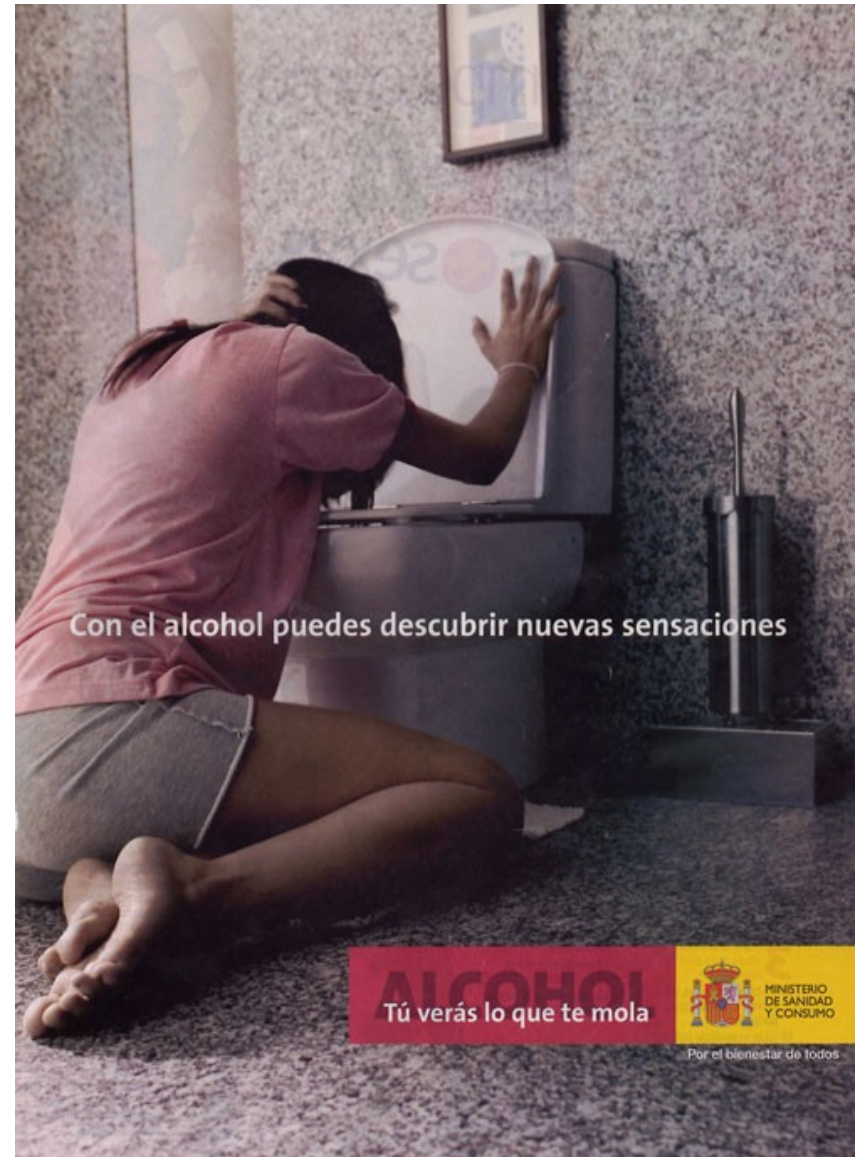
Job, 1898, Alphonse Mucha, litografía en color



Anís del Mono, 1898, Ramón Casas.

Los medios publicitarios

- El **medio publicitario** es el soporte o canal a través del cual se emite el mensaje publicitario.
- Según el medio, tres tipos:
 1. **Publicidad gráfica:** utiliza material gráfico y fotográfico y se difunde a través de vallas, prensa, carteles, o folletos, por ejemplo.



2. Publicidad sonora: Se difunde por la radio y emplea diferentes elementos sonoros como música, voces, efectos especiales...



•Enlaza al apartado [Publicidad en Radio](#) de la UD La Publicidad para escuchar ejemplos de los tres tipos publicidad. Accesible desde:

3. Publicidad audiovisual:

Se compone de elementos gráficos y sonoros y de imágenes en movimiento.

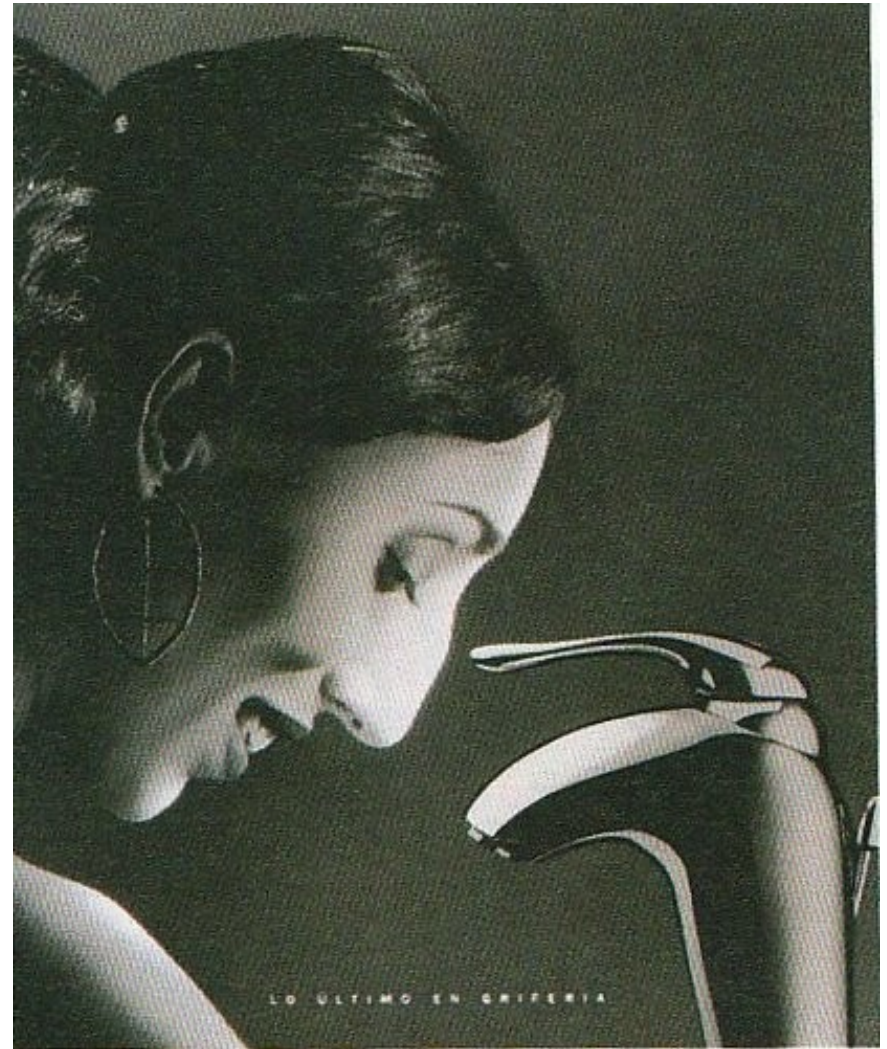
Se encuentra en la televisión, el cine e Internet.



- Puedes ver **ejemplos de publicidad audiovisual** en la [Web del Muvap](#) Premios iberoamericanos de publicidad en Cine y TV.

Recursos y estrategias de la publicidad

- El poder de comunicación y atracción de la publicidad se basa en el uso de los recursos expresivos y retóricos de la imagen y el texto.
- Los recursos más empleados son:
- **La comparación.** Consiste en exponer dos elementos que tienen cualidades en común o las que los diferencian.



- **La personificación.** Consiste en atribuir cualidades humanas a objetos, alimentos o animales

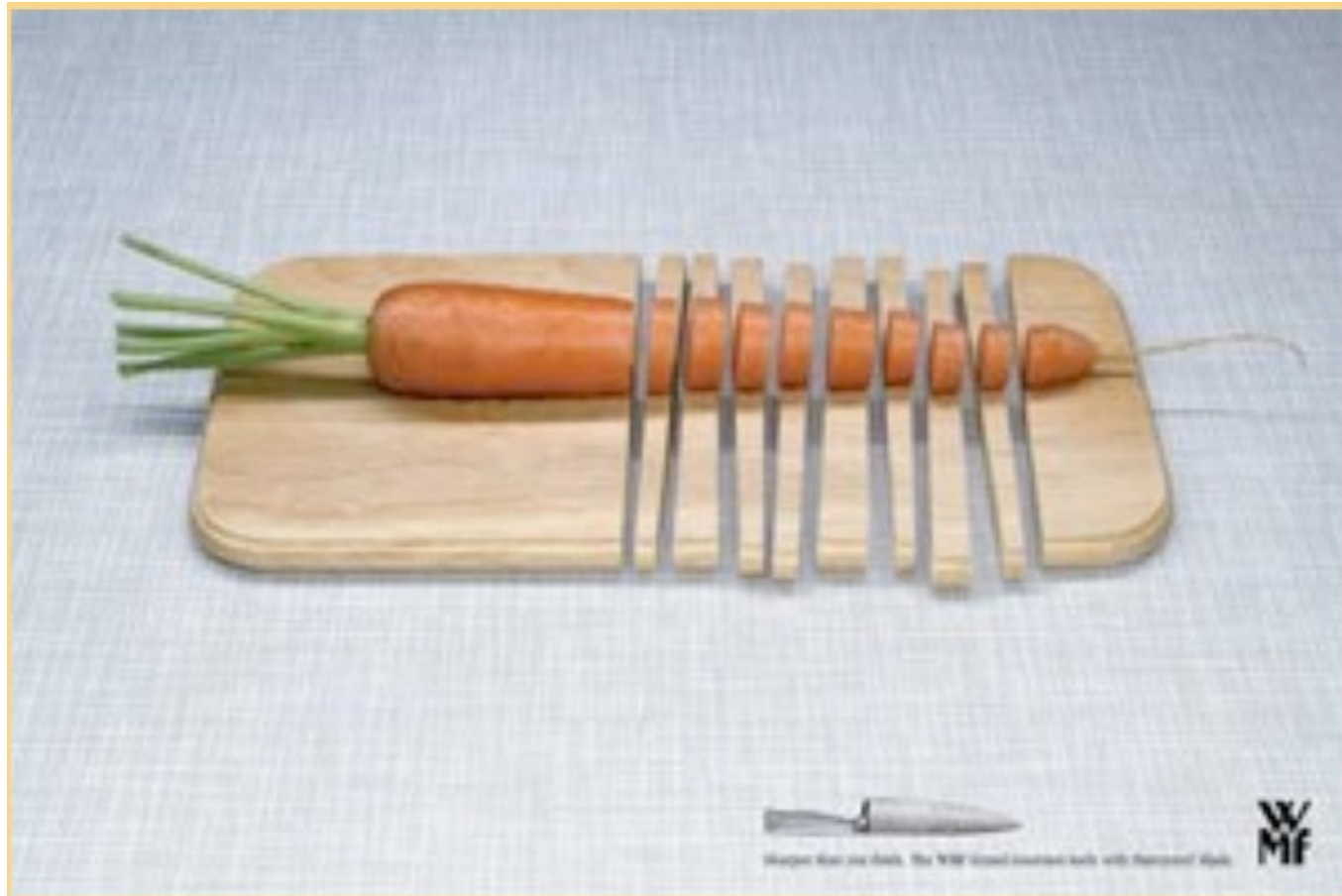


- **La metáfora.** Se utiliza para designar un objeto por medio de otro para apropiarse de sus cualidades.
- Ver más metáforas

Este anuncio está diciendo que el refresco es como una “ducha refrescante”



- **La hipérbole.** Se utiliza una exageración para designar algún producto o destacar la idea que se quiere transmitir.



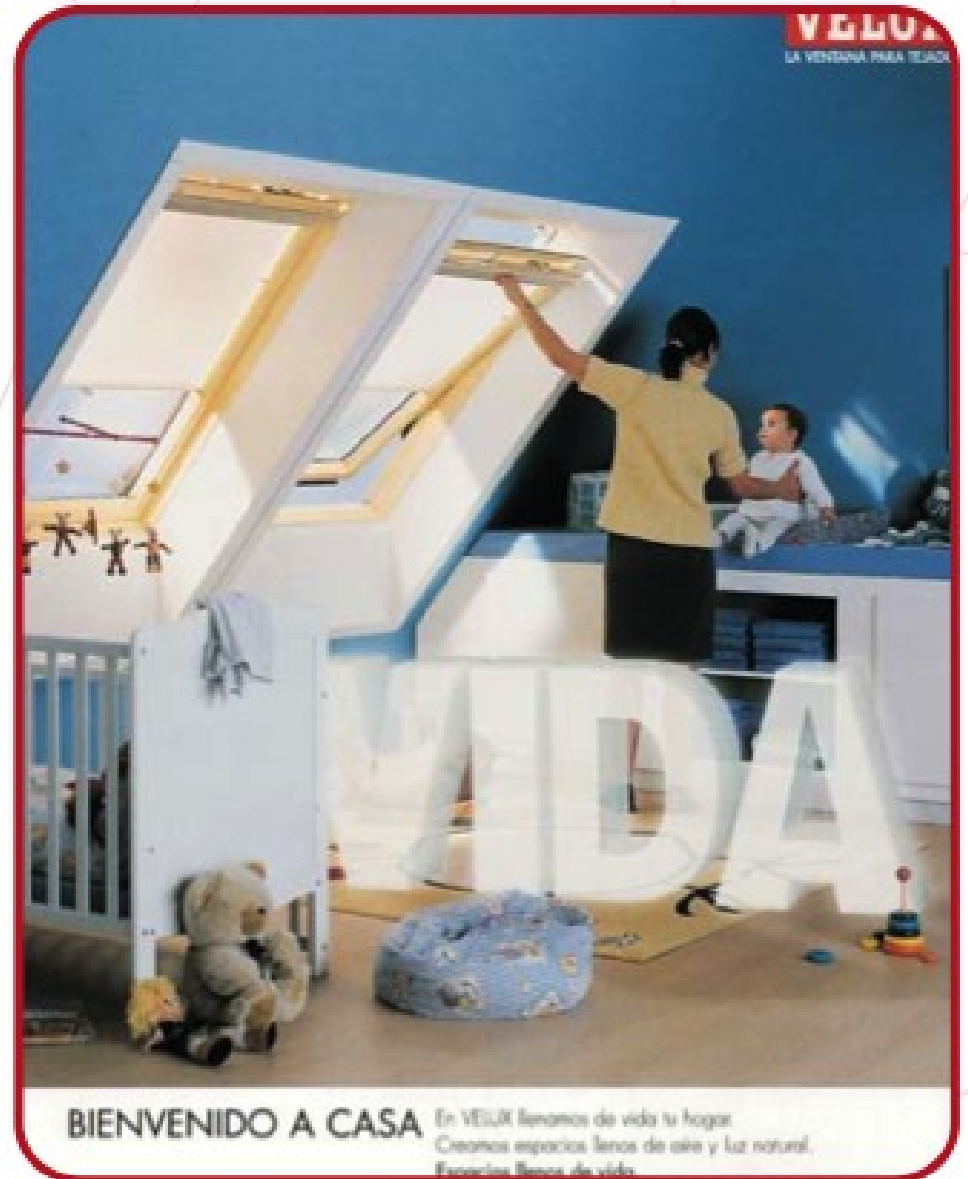
- [Ver más ejemplos](#)

- **La sinécdoque.** Consiste en mostrar una parte de un producto para comunicar el todo o por el contrario, mostrar la totalidad para destacar la eficacia de una parte.
- [Accede desde aquí al vídeo](#)



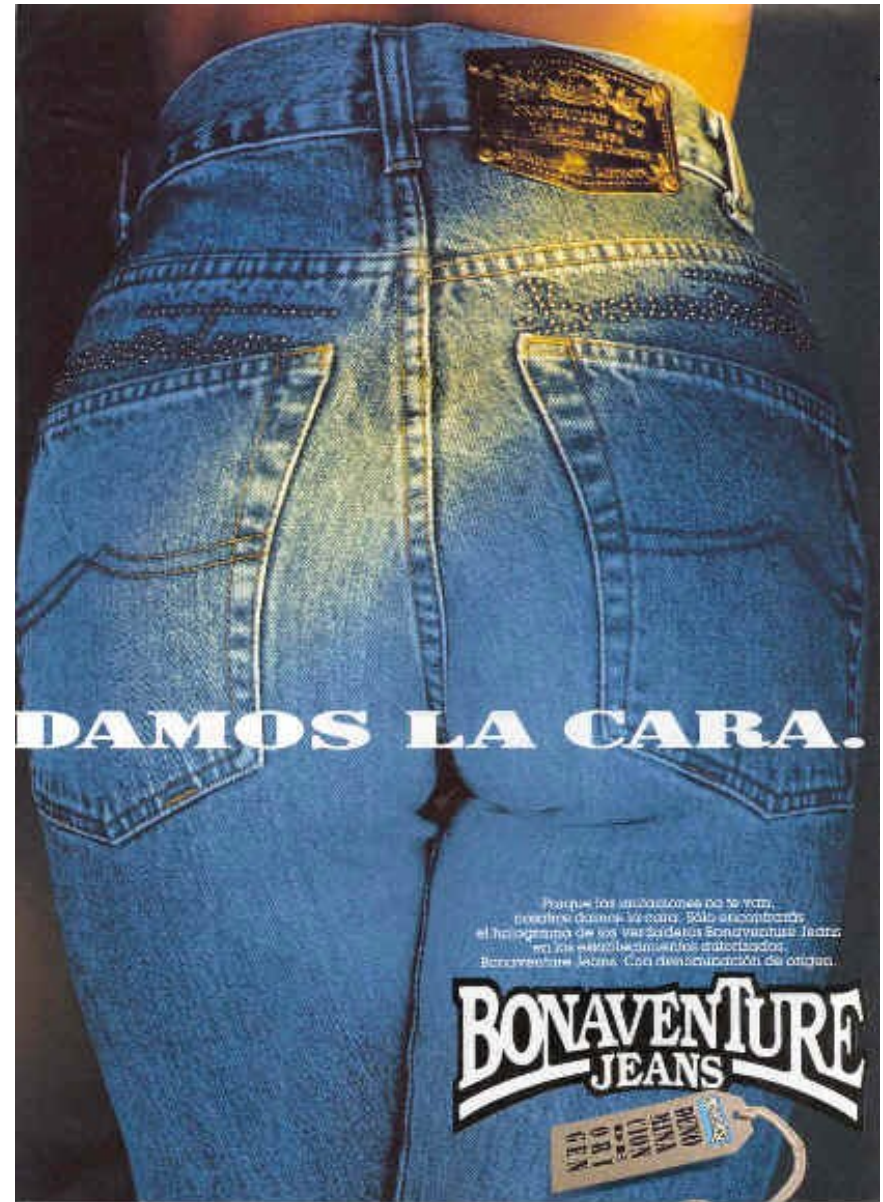
Roles y estereotipos en la publicidad

- La publicidad actúa agresivamente sobre los consumidores con el fin de mantener unas pautas de comportamiento
- A menudo, perpetúa una serie de estereotipos que tradicionalmente se han adjudicado a los hombres, las mujeres, los niños o los ancianos.



La mujer en la publicidad

- La mujer aparece a menudo tratada según planteamientos sexistas, así se le asignan diferentes roles muy marcados como: destinataria de productos de belleza o de limpieza, como objeto decorativo o cebo sexual o como eficiente ama de casa.



La mujer en la publicidad



DVI-KOTE

Sal con tus alumnos a la calle y busca la noticia

La aventura de crear un periódico

El País de los Estudiantes te ofrece a ti y a tus alumnos la oportunidad de convertirte en periodistas durante este curso. Forma un grupo de alumnos inquietos que quieran vivir la experiencia de crear un periódico, y asume el papel del director de la publicación.

En su 5ª edición, el concurso *El País de los Estudiantes* cuenta con más de 90.000 € en premios. Si eres profesor de 2º ciclo de ESO o Bachillerato, inscribe



LA VERDAD ES DURA

LAS MUJERES SON ASÍ POR NUESTRA CULPA... SOLO LES DIMOS UNA COSTILLA!!

REGIONAL

Draft

VACÍATELA CON UNA

VEPACO

La Juventud en la publicidad

- La publicidad propone una juventud dinámica, alegre y con un gran poder adquisitivo.
- Los jóvenes son manipulados por los publicistas para crearles la necesidad de consumir, muchas veces innecesaria.
- Es necesario fomentarles una actitud crítica.



GRUPO
LECHE
PASCUAL
www.zumosolactivo.com

ZUMOSOL
activo
99,5% libre
de grasa

ZUMOSOL
activo
CON ZUMO y PROTEÍNAS
de HUEVO

¡Siempre la misma historia! ¡Todos los días lo mismo!
Me dicen lo que tengo que tomar, que ponerme, con quién salir y a que hora llegar.
¡Ya basta, QUIERO ALGO DISTINTO!

Por fin tienes algo nuevo. **ZUMOSOL** *activo*,
con zumo de naranja y proteínas de huevo.

¡¡el SABOR que se SALE!!




nuevo
plan prepago
movistar


Comunícate a tu manera

El niño en la publicidad

- Cumple una doble función en el lenguaje publicitario:
 - **Vendedor de productos** a los adultos, utilizando su ternura, simpatía e ingenuidad.



¿Te preocupa la alimentación de tu hijo?
A nosotros también.



Sabemos lo importante que es la calidad de la alimentación de tu hijo para ti.



Por eso, en nuestro menú infantil encontrarás una variedad de productos que cumplen con los más altos estándares de calidad.

Nuestras hamburguesas son de carne 100% vacuno. Utilizamos piezas enteras de músculo, cuartos delanteros y faldas. No añadimos ni conservantes, ni aditivos, ni colorantes. Sólo sal y pimienta cuando salen de la plancha. La carne es una fuente de proteínas esencial para el organismo.

Los McNuggets™ son de pechuga de pollo y se frien en aceite vegetal cuya calidad se revisa a diario.

Además, reconocidas marcas como Nestlé y Danone complementan nuestra oferta de productos con bebidas y postres para que puedas seleccionar el menú de tu hijo según sus necesidades.

Tenemos más de 200 razones para que confíes en nosotros, más de 200 combinaciones de menú para que elijas. Ya tienes una preocupación menos.



El niño en la publicidad

- **Destinatario de productos.** Estos anuncios, que siguen teniendo un claro sesgo sexista, se caracterizan por el tener un ritmo narrativo rápido, corta duración e incluir bandas sonoras con canciones infantiles que sean fáciles de repetir.

¿Sabéis qué es **Flic'n'lic**®?

NUEVO caramelo interactivo con sabores auténticos

¡Ábrelo, disfrútalo y guárdalo!

Anunciado en TV

au'some candies

Au'some Candies Europe S.L. C/ Salvador Olivella, nº 17, local 80 08870 Sitges (Spain) www.ausomecandies.com

The advertisement is a vibrant, colorful poster for 'Flic'n'lic' fruit-flavored candies. At the top, it asks '¿Sabéis qué es Flic'n'lic®?' in large, stylized letters. Below this, three children (two girls and one boy) are shown from the chest up, smiling and holding colorful, stick-like candies (green, blue, and orange) towards the camera. To the right, text describes it as a 'NUEVO caramelo interactivo con sabores auténticos'. In the bottom right, a circular graphic shows hands opening a candy stick with the text '¡Ábrelo, disfrútalo y guárdalo!'. At the bottom left, there's an image of the product packaging. The bottom center features the 'au'some candies' logo, and the bottom right says 'Anunciado en TV'. The very bottom contains the company name 'Au'some Candies Europe S.L.', address 'C/ Salvador Olivella, nº 17, local 80 08870 Sitges (Spain)', and website 'www.ausomecandies.com'.

Publicidad encubierta o subliminal

- Cuando la publicidad utiliza técnicas que el consumidor no percibe conscientemente se denomina publicidad subliminal o encubierta.



Hay que ser críticos

No podemos evitar la publicidad, porque está por todas partes, pero podemos aprender a defendernos de ella.

La mejor manera de hacerlo es la de analizar los anuncios de una forma crítica: ¿Qué me quiere vender? ¿Lo necesito? ¿Qué es lo que dice para convencerme? ¿Cómo lo dice? ¿Qué palabras usa? ¿Qué imágenes aparecen? ¿Qué historia me cuenta? ¿Qué tipo de voz me habla del producto? ¿Es verdad lo que me dicen?

**Presentación realizada para la asignatura
de Educación Plástica y Visual**

Lucía Alvarez

Las TIC en Plástica

(<http://blog.educastur.es/luciaag/>)