



# LA PUBLICIDAD

**Seguros, Sólidos  
y Universales**

UNA organización es como un árbol.—  
prospera no solamente por el vigor de  
sus raíces sino también por la vitalidad  
de sus follajes.

La organización Firestone para India tiene  
participación de hecho. Firmemente con pie  
en la primera línea de vanguardia, sus ideas  
son las más modernas y prácticas.

Por todo el mundo, los neumáticos Firestone  
han influido en gran medida en la economía de  
transporte y desarrollo que se sigue hoy  
en estos países, tanto los nuevos como  
los que ya existen. La causa es sencilla:  
este equipo para viajar con seguridad,  
velocidad y economía total de

**"Mas Kilómetros por El Precio"**

## Firestone

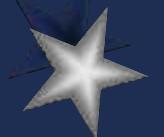
Gibbs & Co.  
Valparaíso Santiago  
Antofagasta, Concepción, Iquique

ir empañada al

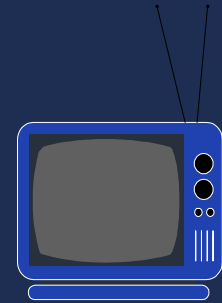
PEL  
&  
PLOMA

SETMANARI a 10.00  
Dibujat per 3.000

**LA DIAPHANE**  
Poudre de Riz  
SARAH BERNHARDT  
32 Avenue de l'Opera Paris



La publicidad está en todas partes y a toda hora junto a ti: aparece en televisión, radio, carteles, volantes, revistas y diarios. La publicidad atrapa tu atención y te invita a vivir de una determinada manera, creando muchas veces estereotipos.



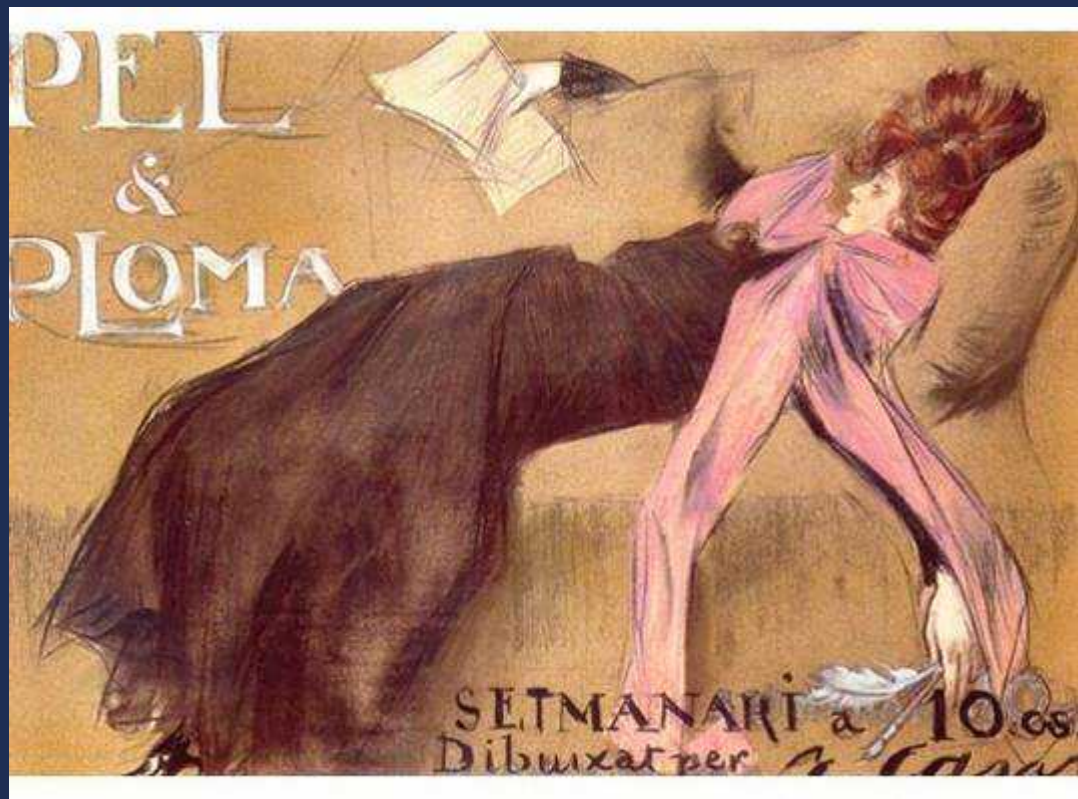
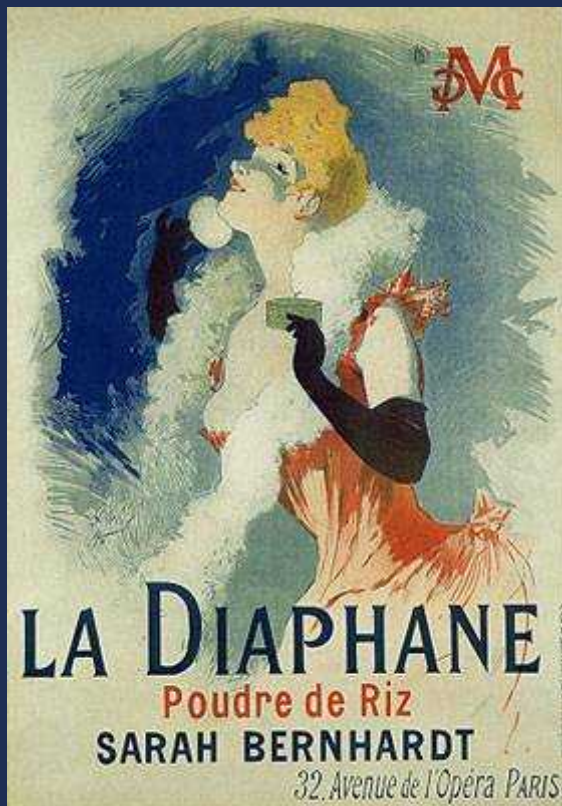
## ¿Qué es publicidad?

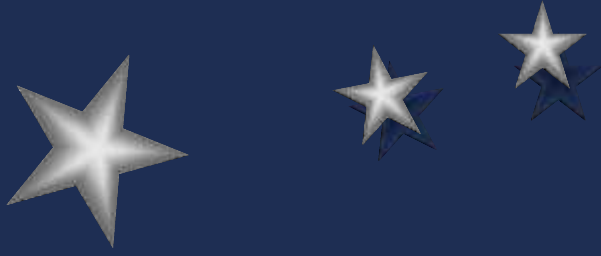
Publicidad, término utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios. La publicidad está dirigida a grandes grupos.



# ¿Por qué surge la publicidad?

- Nace gracias a la necesidad de anunciarse que tenían los nuevos productos industriales del siglo XIX.





# Publicidad

- **Objetivo:**

**Persuadir al consumo**





**Mecanismos de  
Persuasión**  
(para realizar algo)

La publicidad utiliza...

**Mecanismos  
Suasorios**

**Mecanismos de  
Disuasión**  
(para dejar de hacer algo)





## MÉRITOS DE LA PUBLICIDAD

**Difunde entre el público las informaciones sobre los productos y servicios, y sobre los respectivos precios; es decir, da a conocer los datos que permiten al consumidor efectuar su elección inteligentemente.**






# MÉRITOS DE LA PUBLICIDAD

- Favorece la **competencia** entre los fabricantes y proveedores.
- Contribuye a la **difusión** de nuevos productos y servicios.





# FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD

- **Informativa** : difunde entre el público las informaciones sobre los productos y servicios.
  - **Económica** : fomenta la venta y contribuye a aumentar la producción.
  - **Financiera** : sostiene económicamente a muchas empresas y numerosas actividades sociales, culturales y deportivas.
- 





**Sin embargo, no toda publicidad  
busca vender. También hay avisos  
que buscan hacernos tomar  
conciencia sobre temas ante los  
cuales solemos ser indiferentes.**






# PUBLICIDAD

**Efectos**

**Lo que se  
debe adquirir**

**Cómo se debe  
vivir**





**Según el tipo de contenido del aviso publicitario,  
en algunos casos podemos diferenciar nuevas  
funciones:**

- **Función tergiversadora**
- **Función estereotipadora**
- **Función enajenadora**





- **Función tergiversadora:**

**La imagen de promoción del producto  
no concuerda con sus verdaderas  
calidades, ocultando o disfrazando  
aspectos negativos o exagerando  
los positivos.**





- **Función estereotipadora**

**Minimiza las diferencias sociales e individuales al favorecer la igualación de expresiones, gustos, formas de vida e ideales.**



# ★ Estereotipos de la publicidad

- LA MUJER COMO AMA DE CASA ....





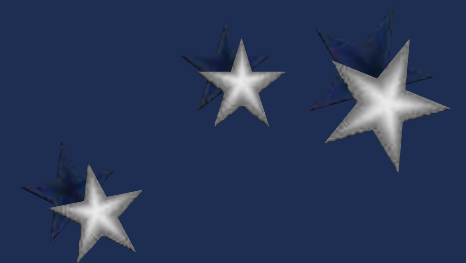
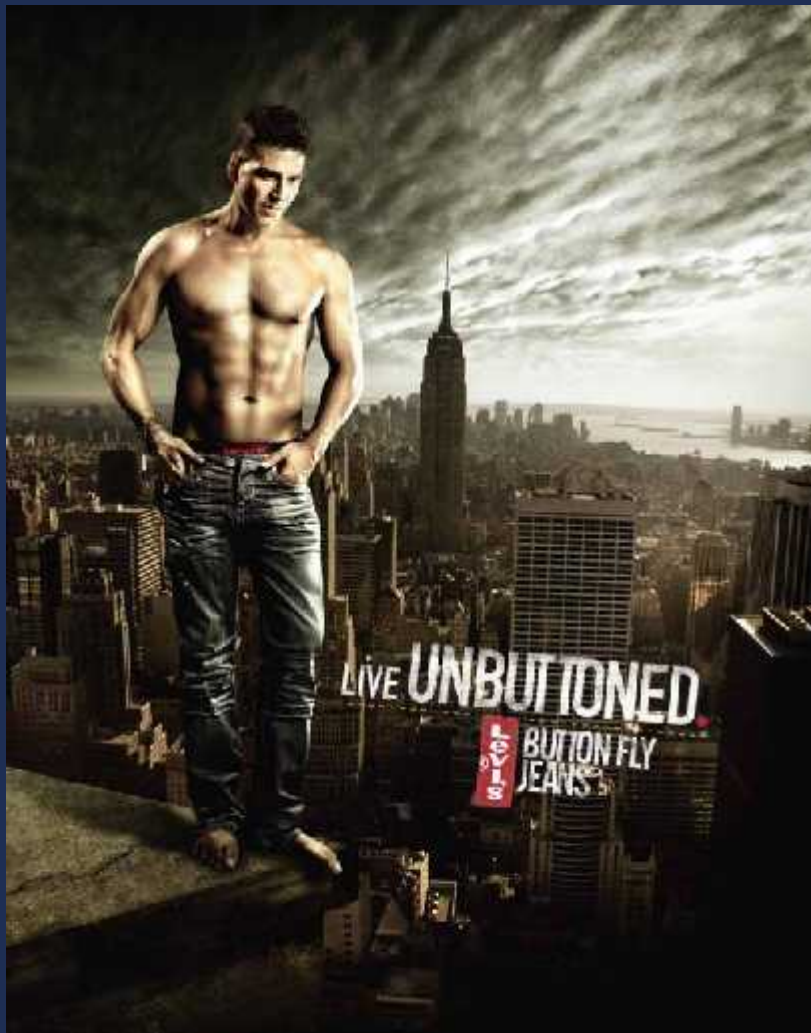


# CUERPOS IDEALIZADOS ...

- Se resaltan los cuerpos perfectos... pero como modelo de felicidad, bienestar, aceptación social, ... se resaltan los productos para “mantener la línea”.
- En los anuncios para hombres, además de los productos para mantener la línea, están los productos para competir mejor.



# CUERPOS IDEALIZADOS



# ★ LA MUJER COMO OBJETO SEXUAL





THE-AXE-EFFECT

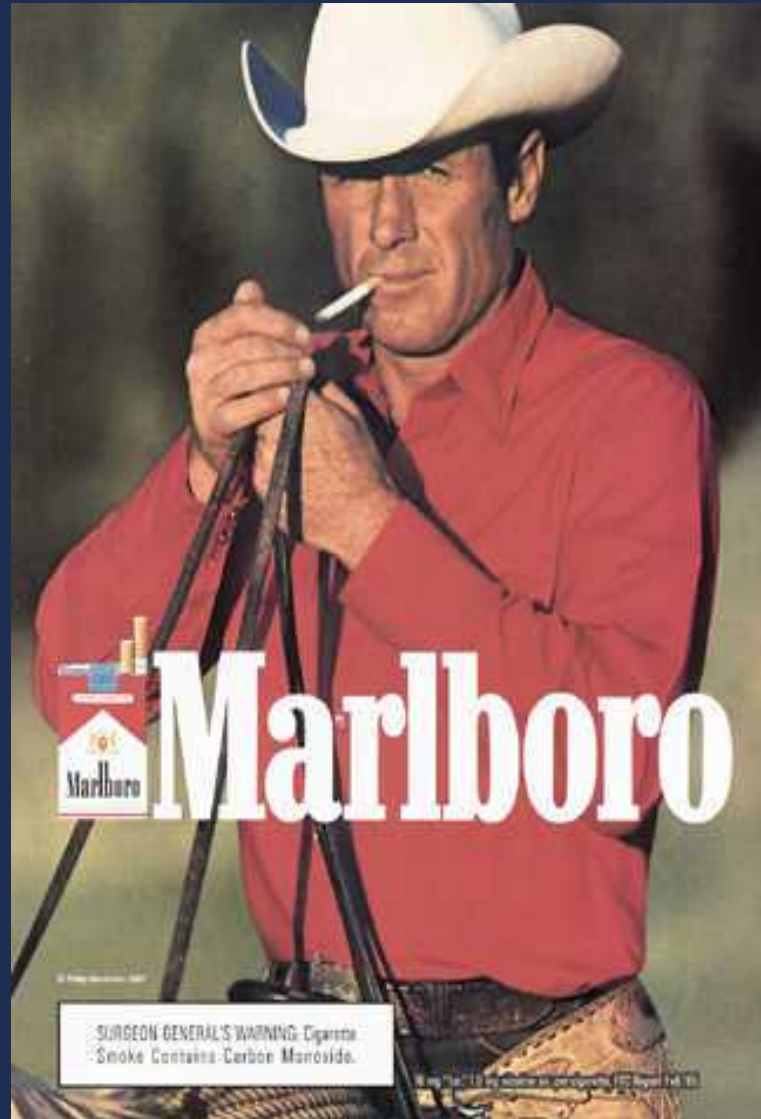
Image Hosted@Fotoartisindonesia.net

# O EL HOMBRE ...



NATAN  
PRODUCTIONS

# El hombre como objeto de consumo. EL MACHO





★ El hombre como objeto.  
EL GANADOR



# Estereotipos de la mujer



Dicen que  
es una mera

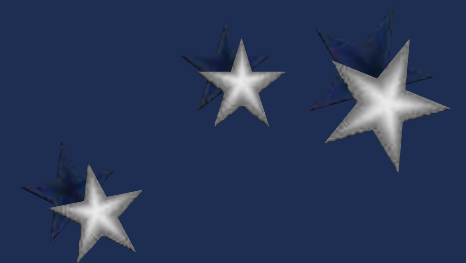
Sus Verdaderos  
Amigos,  
saben que...  
no tiene un pelo de

**Rubia Tonta**

friend  ship

**DONDE HAY AMIGOS**

Bebe con moderación. Es tu responsabilidad. 40%



# ★ En la prensa ... rosa para niñas ... azul para niños

**ELIGE EL TUYO**



**Este sábado 24**  
el maletín y la primera entrega. Y cada día, de lunes a viernes,  
una nueva entrega gratis al comprar el periódico La Razon.



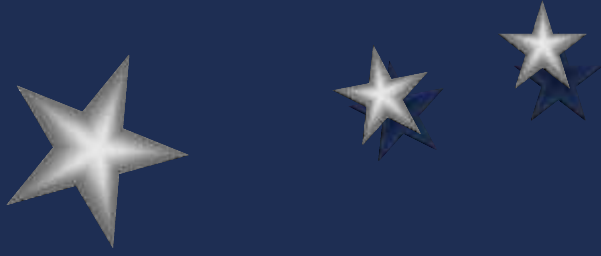
# ★ **Valores implícitos de la publicidad**

- La publicidad **EXAGERA** y **MIENTE.**
- Nos muestran gente feliz, bella, sin complejos ...
- **NOSOTROS** queremos ser así ...

A close-up photograph of four women of diverse ethnicities smiling warmly at the camera. They are positioned closely together, creating a sense of unity and shared joy. The lighting is soft and natural, highlighting their skin tones.

**MILLONES DE MUJERES,  
UN SOLO TRATAMIENTO ANTIARRUGAS.**





- **Función enajenadora:**

**Al enseñar sólo el lado positivo de la vida (individuos sonrientes, sin tensiones ni conflictos), crea la fantasía de que el consumo reporta placer y atrae la felicidad.**





... *Y Fueron Felices...*

especialmente al recibir el regalo de

**Visa y Sandals**



Los Hoteles de Lujo #1 en el Caribe. Ultra Todo  
Incluido, exlusivamente para parejas

**Cuando reservas con tu tarjeta Visa una ultra lujosa luna de miel con todos los gastos incluidos en selectos Sandals resorts en el Caribe recibes un crédito de US\$250. Es la mejor manera de comenzar tu luna de miel.**

Al hospedarte 6 noches o más en el Sandals Ocho Fios Resort & Golf Club, Sandals Negri Beach Resort & Spa, Sandals St. Lucia Golf Resort & Spa, Sandals Antigua Resort & Spa o Sandals Royal Bahamian Resort & Spa, al pagar con tu tarjeta Visa recibirás un crédito de US\$250 por habitación aplicable a las compras que hagas en el Signature Spa y en la tienda de regalos, a determinados gastos incidentales en la habitación o a una mejora de habitación.

Para reservas, información, bases y condiciones de esta promoción, comunícate con tu agente de viajes local. Llama al 305-553-8176, en México al 3201-9400 o comunícate por email a [reservas@travelusa.com](mailto:reservas@travelusa.com) y haz referencia al código promocional LDCV00.



*Sandals*



En todos los momentos.



## Recursos de persuasión publicitaria:

- **El eslogan**
- **Texto secundario**
- **Presentación de personajes estereotipados o modelos de admiración**
- **Paisajes y elementos valorados positivamente**
- **Los colores**
- **Ángulo de la visión**

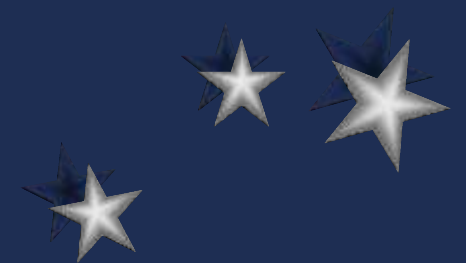


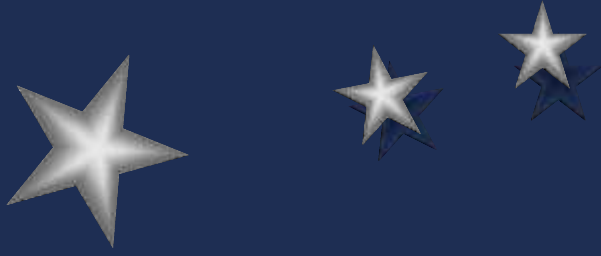
**MANEJAR Y TOMAR  
NO CONDUCE A NADA**



Ambig

¿Qué observas  
en este afiche?





- **El eslogan:**

**Frase elocuente que resume la intención comunicativa del autor del mensaje publicitario. Debe ser breve, convincente y fácil de recordar. Se exhibe en un cuerpo mayor de letra y en un lugar privilegiado del anuncio.**







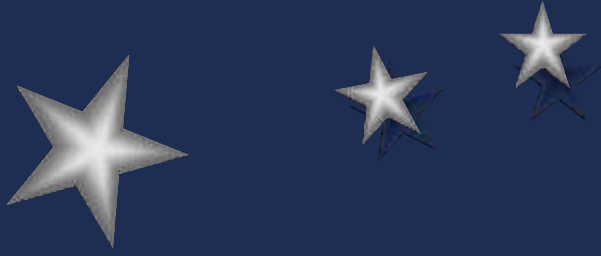
Siempre rico, siempre  
junto a la familia



Pollo - Pavo - Salchichas - Jamones - Nuggets - Hamburguesas - Productos Cocidos y Listos para Servir

Eslogan





¿Qué observas en  
relación a los textos?





- **Texto secundario:**

**Texto que reafirma lo dicho por el eslogan, argumentando, directa o indirectamente, a favor de su veracidad, ya sea mediante la expresión de sus cualidades o apelando a los instintos y emociones del receptor, a través de frases convincentes o imágenes visuales o acústicas reforzadas.**







Siempre rico, siempre  
junto a la familia



Pollo - Pavo - Salchichas - Jamones - Nuggets - Hamburguesas - Productos Cocidos y Listos para Servir

Texto secundario



¿Qué tipo de expresiones se utilizan en los siguientes avisos...?

**Ciao...**

Droga adictiva a los  
prostituidos.  
Déjese seducir con  
vagas. Aquí le asistire  
en sus próximas  
vacaciones y viajes de  
negocios, siempre a  
tiempo y dinero.

• Respuestas: tinta a blanco.  
• Asesoría profesional

**Extranjerismo**

Déjese seducir  
con [redacted]  
fina selección

Siempre hay una primera vez

**Imperativo**

[redacted]

Spray con sabor a menta  
que refresca  
y quita el mal aliento

Me gustas  
cuando callas,  
porque estás  
como  
ausente.

Textos literarios

# EL TEXTO

## **Podemos construir el texto con...**

- . **Extranjerismos:** “Ciao...”, “Good bye”.
- . **Imperativos:** “Déjese seducir con Top-café fina selección” o “Acua. Obedece tu sed”
- . **Frases hechas** (clisés): “Un golpe bajo para el País”(Corporación Niño Maltratado).
- . **Textos literarios conocidos:** “Me gustas cuando callas porque estás como ausente”, (eslogan para un producto de mal aliento)

## **También podemos usar figuras retóricas**

- . **Aliteración:** “Por puro placer personal”(aliteración de /p/).
- . **Hipérbole:** “Nadie más le asegura tantos destinos por tan poco”.(compañía aérea).



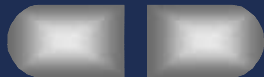
# Técnicas publicitarias

- . Anuncio
- . Afiche
- . Jingles

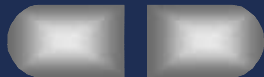


---

El anuncio publicitario es un mensaje que se hace con la intención de que las personas puedan conocer un producto, hecho, acontecimiento o algo similar, por eso, es que los anuncios publicitarios forman parte de las compañías, debido a que los anuncios están vinculados con un propósito convincente y están encauzados a la promoción de artículos, los productos y los servicios.



- 
- **Se denomina afiche a un tipo de cartel que es soporte de un mensaje que se quiere comunicar. Puede tener diferentes tamaños y su contenido varía según la intencionalidad de lo que se comunica, definido sobre todo por el tipo de mensaje. La comunicación visual, el diseño gráfico la publicidad, el marketing y el merchandising son algunas de las áreas que trabajan con este tipo de soporte comunicativo.**



- 
- **Un jingle es un tema musical cantado o canción breve utilizada con fines publicitarios. puede ser melódico o cualquier otro género musical ; de modo que se consigue que la marca sea fácilmente recordada por las personas. Para que el Jingle sea más efectivo, también se incluye un eslogan de la marca o se repite una frase, por ejemplo: «Te invito... por un vecindario nuevo...» Pueden cumplir distintas funciones y se pueden clasificar en varios tipos.**

