

LA PUBLICIDAD

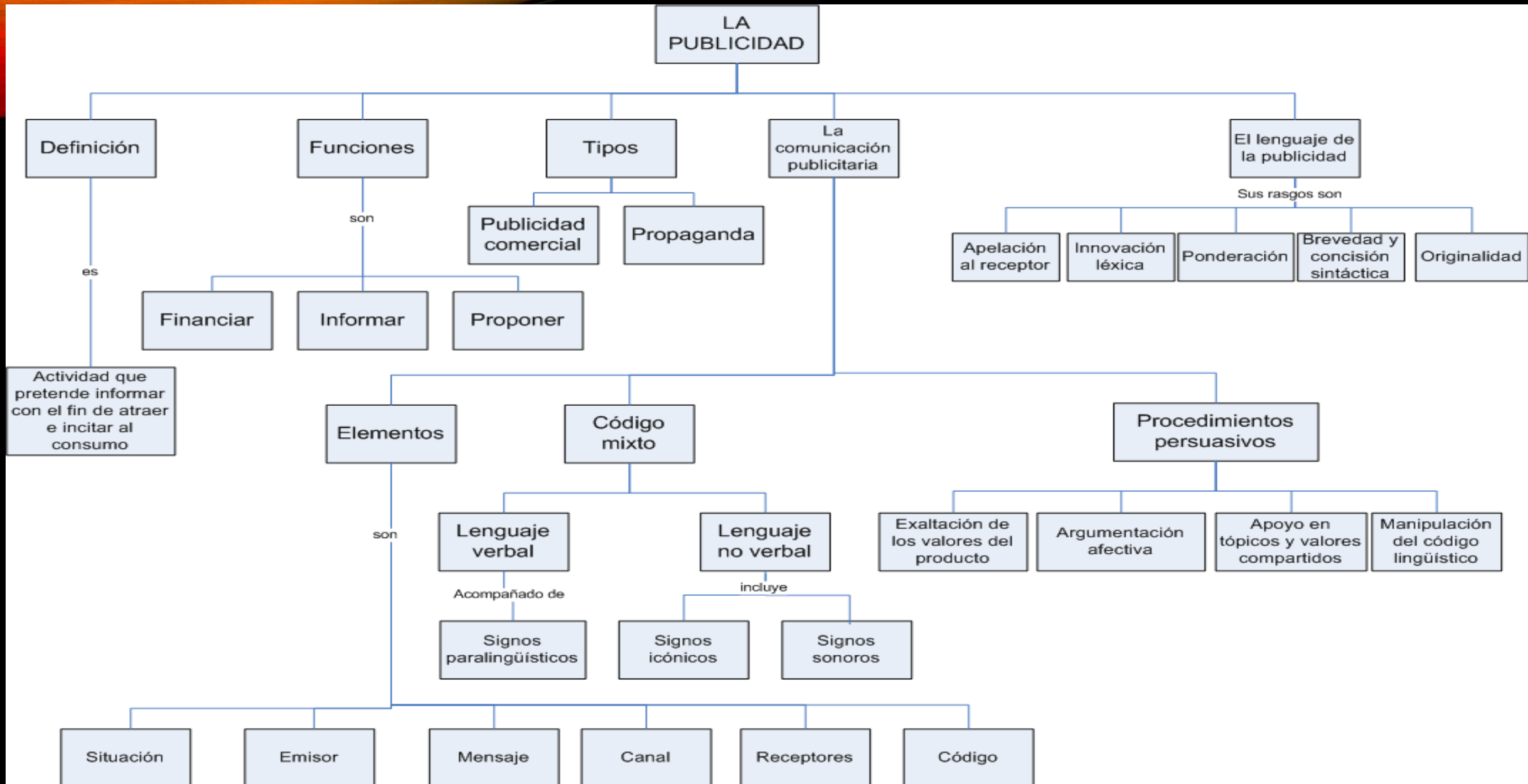
Como herramienta para desarrollar procesos de creatividad, lectura de imagen fija y en movimiento en estudiantes de grado noveno de la I.E.T. La Sagrada Familia

PUBLICIDAD SOBRE SOLIDARIDAD

| ¿QUÉ ES PUBLICIDAD?

- La publicidad es hacer un producto deseable para un determinado público al cual va dirigida.
- Un anuncio publicitario o propaganda de televisión es un espacio de programación televisiva producida y pagada por una organización, que transmite un mensaje, mediante la promoción de un producto o servicio.







LOS ELEMENTOS DEL MENSAJE PUBLICITARIO

Elementos del mensaje publicitario

Los anuncios (publicitarios y de propaganda) se caracterizan por utilizar gran variedad de recursos visuales, verbales y auditivos, y por ser muy llamativos, breves y rápidos de interpretar. Para lograr esto, se presentan los siguientes elementos:

ELEMENTO	¿EN QUÉ CONSISTE?
Función apelativa	Todo mensaje busca llamar la atención de su receptor, ya sea para adquirir un producto determinada o comprometerse con una ideología en particular. Una estrategia muy usual, es el uso del modo imperativo: ¡Llame ya!
Logotipo o Logo	Es un recurso visual importante, pues permite una rápida identificación y asociación con el producto o campaña.
Eslogan	Es una frase breve que acompaña a la marca durante toda la campaña publicitaria y es fácilmente recordable.
Figuras retóricas	El uso de hipérboles, personificaciones, comparaciones, antítesis o metáforas es muy común para destacar características de lo ofrecido y incentivar a la participación del receptor.



EL LOGOTIPO

El logotipo es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca. También llamado simplemente logo, es definido estrictamente en el área del marketing como el diseño tipográfico, o sea, el diseño del nombre de la marca en sí. El logotipo en este sentido tiene dimensiones, colores, formas y disposiciones específicas y reguladas del nombre de una empresa o institución.



EL LEMA O SLOGAN

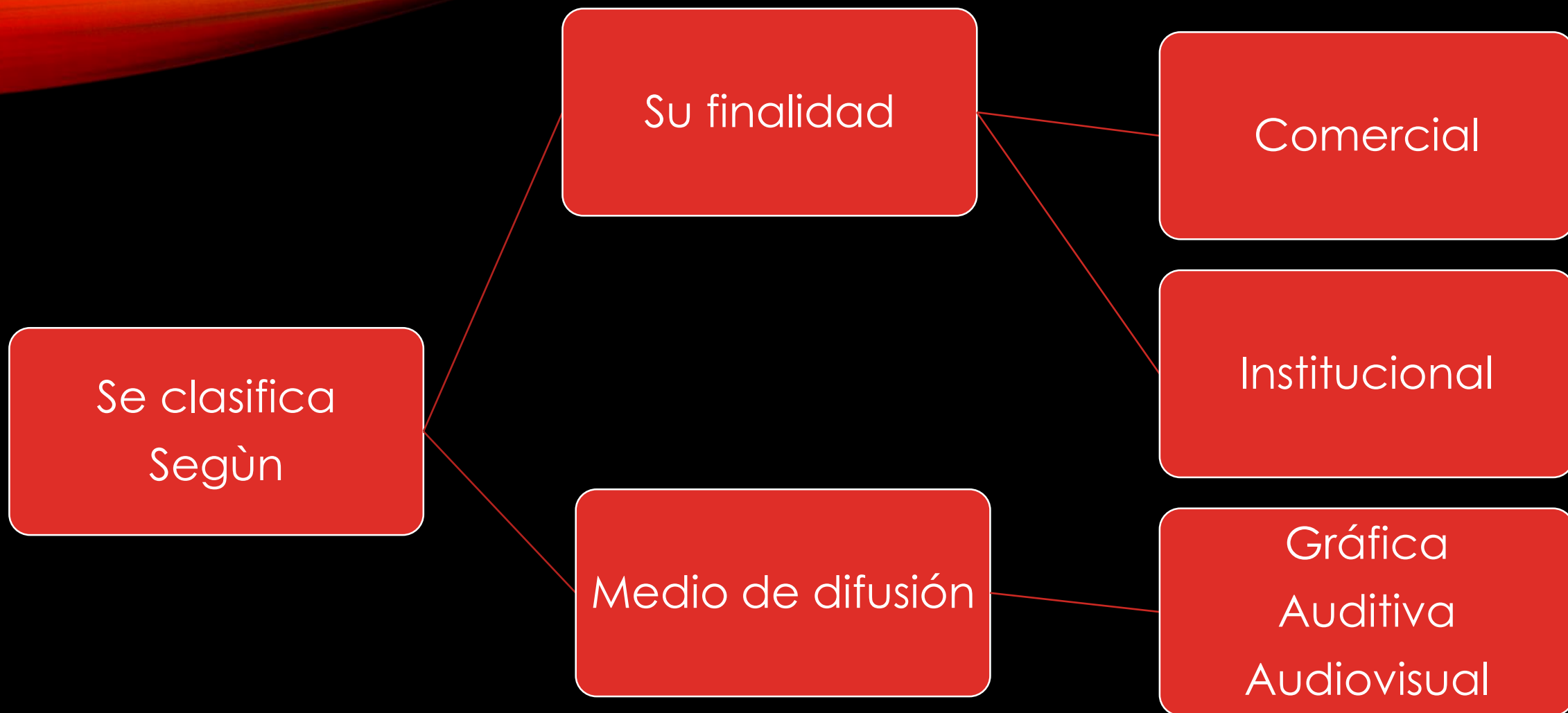


Son las frases que enuncian el tema y motivan el anuncio, por lo que se conoce mas comúnmente en el medio publicitario “el eslogan” el cual debe ser breve, con facilidad de recordación, debe expresar una promesa para el consumidor siendo a su vez muy convincente otorgando por supuesto un valor agregado es decir algo que no ofrece la competencia.

Nescafé: «It all starts with a Nescafé» (Todo empieza con un Nescafé).

YouTube: «Broadcast Yourself» (Transmite tú mismo).

sin preservativos, ni pio





PUBLICIDAD ENGAÑOSA

- Es aquella que de cualquier manera, incluyendo a su presentación, induce o podrá inducir a error a los destinatarios, podrá alterar el comportamiento económico de estos o ser capaz de perjudicar a un competidor.
- Asimismo, la normativa vigente al respecto considerará también publicidad engañosa a aquella que silencie datos esenciales de los bienes o productos en cuestión y que por tanto tal situación induzca a errores por parte de los destinatarios de la publicidad.

PUBLICIDAD ENGAÑOSA



Por publicidad engañosa de su producto REDU FAT FAST, Superindustria ratifica sanciones a JORGE HANÉ LABORATORIES COLOMBIA

Jorge Hané
El gurú internacional
de la pérdida de peso.

[Ver Más >>](#)



Superindustria sanciona a Quala
POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA
en su producto Doña Gallina Criolla



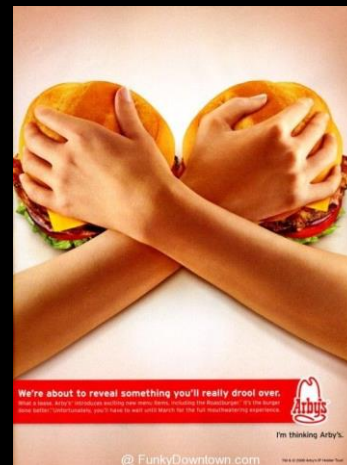
[ver más >>](#)

MENSAJES SUBLIMINALES EN LA PUBLICIDAD

Un mensaje subliminal es un mensaje o señal diseñada para pasar por debajo (sub) de los límites normales de percepción.

Puede ser por ejemplo, inaudible para la mente consciente pero audible para la mente inconsciente o profunda;

Puede ser también una imagen transmitida de un modo tan breve que pase desapercibida por la mente consciente pero aun así, percibida inconscientemente.



LA INFLUENCIA DE LAS CELEBRIDADES EN LA PUBLICIDAD DE UN PRODUCTO



SIGNIFICADO DE LOS COLORES EN LA PUBLICIDAD

Color	Significado	Su uso aporta	El exceso produce
BLANCO	Pureza, inocencia, optimismo.	Purifica la mente a los más altos niveles.	---
LAVANDA	Equilibrio.	Ayuda a la curación espiritual.	Cansancio y desorientación.
PLATA	Paz, tenacidad.	Quita dolencias y enfermedades.	---
GRIS	Estabilidad.	Inspira la creatividad. Simboliza el éxito.	---
AMARILLO	Inteligencia, alentador, tibieza, precaución, innovación.	Ayuda a la estimulación mental. Aclara una mente confusa.	Produce agotamiento. Genera demasiada actividad mental.
ORO	Fortaleza.	Fortalece el cuerpo y el espíritu.	Demasiado fuerte para muchas personas.
NARANJA	Energía.	Tiene un agradable efecto de tibieza. Aumenta la inmunidad y la potencia.	Aumenta la ansiedad.
ROJO	Energía, vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad, impulsivo.	Usado para intensificar el metabolismo del cuerpo con efervescencia y apasionamiento. Ayuda a superar la depresión	Ansiedad de aumentos, agitación, tensión.
PÚRPURA	Serenidad.	Útil para problemas mentales y nerviosos.	Pensamientos negativos.
AZUL	Verdad, serenidad, armonía, fidelidad, sinceridad, responsabilidad.	Tranquiliza la mente. Disipa temores.	Depresión, aflicción, pesadumbre.
AÑIL	Verdad.	Ayuda a despejar el camino a la consciencia del yo espiritual.	Dolor de cabeza.
VERDE	Ecuanimidad inexperta, acaudalado, celos, moderado, equilibrado, tradicional.	Útil para el agotamiento nervioso. Equilibra emociones. Revitaliza el espíritu. Estimula a sentir compasión.	Crea energía negativa.
NEGRO	Silencio, elegancia, poder.	Paz. Silencio.	Distante, intimidatorio.

Rojo Transmite
fuerza



Azul : Tranquilidad
fresco, transparente



Amarillo: Alegría
simpatía



Blanco: Luminosidad,
sociedad, blancura



Negro es elegancia,
misterio



Verde: Calmante,
esperanza, naturaleza



Naranja energía y morado serenidad



LA TIPOGRAFÍA EN LA PUBLICIDAD



Com cigarro tudo vira cinza.



Comissão de Saúde
0800 282 5005
Atendimento de 9h às 18h

ALERJ
Atendimento de 9h às 18h
www.alerj.rj.gov.br

seen on **funtasticus.com**

Avanzar manualmente



GREENPEACE

Creando conciencia sobre el calentamiento global



“Ciertos recuerdos quedan colgados para siempre”.

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

- Nombre del producto: _____
- Tema a trabajar en la publicidad del producto: _____
- Tipo de producto: _____
- Slogan: _____
- Público o perfil del consumidor (específicamente a que clase de consumidor va dirigida la publicidad : _____
- Colores dominantes de la imagen. _____
- Relación de los colores con la imagen con el producto: _____
- Tipografía del producto: _____
- Creativos: _____





I ♥
BUENA
PUBLICIDAD