

# 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 de Ibagué 2020

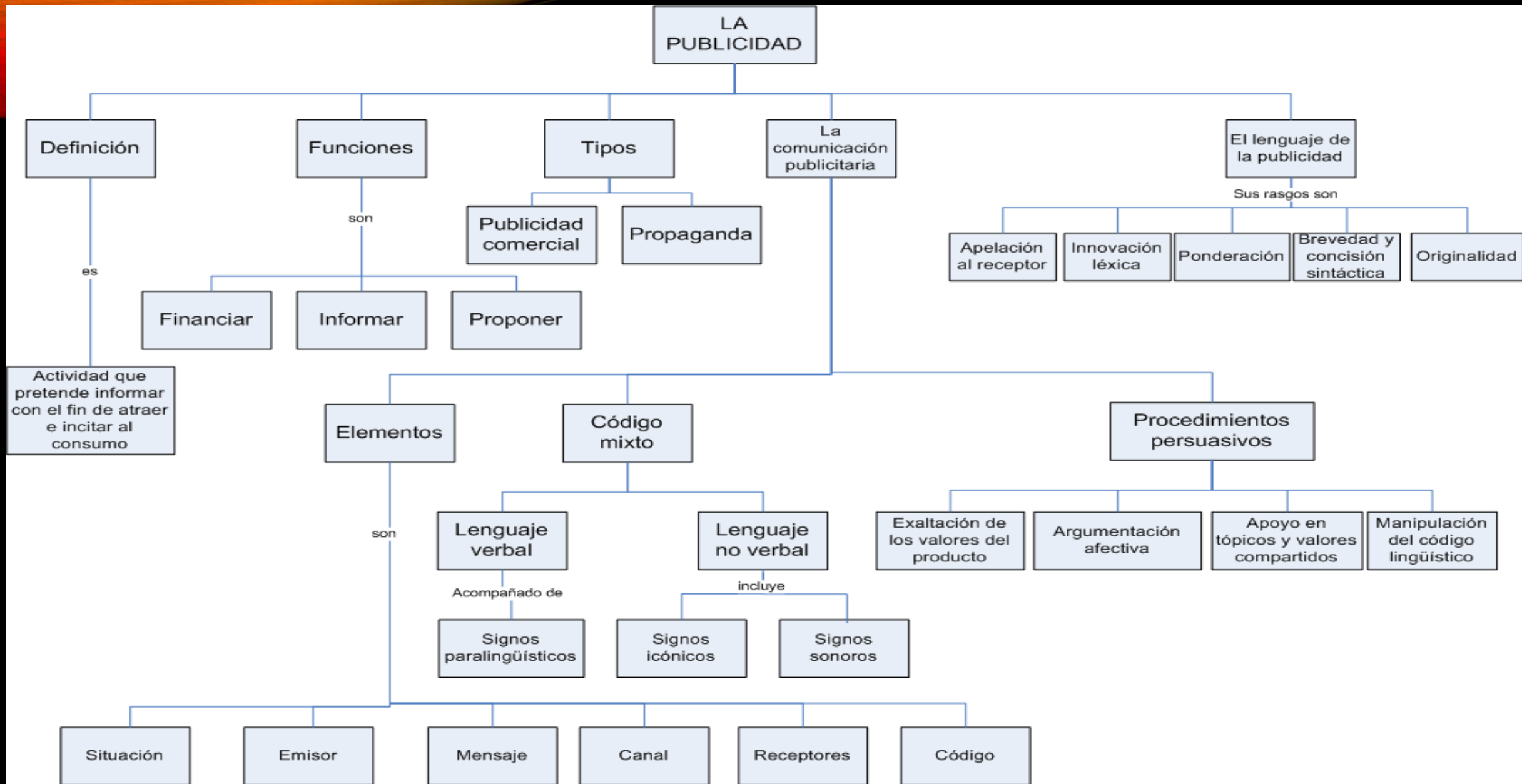
PUBLICIDAD SOBRE SOLIDARIDAD

# | ¿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.



GREENPEACE  
Creando conciencia sobre el calentamiento global



**LA PUBLICIDAD**

**Definición**

Actividad que pretende informar con el fin de atraer e incitar al consumo

**Funciones**

Financiar

Informar

Proponer

**Tipos**

Publicidad comercial

Propaganda

La comunicación publicitaria

**Elementos**

Situación

Emisor

Mensaje

Canal

Receptores

Código

**Código mixto**

Lenguaje verbal

Signos paralingüísticos

Lenguaje no verbal

Signos icónicos

Signos sonoros

**Procedimientos persuasivos**

Exaltación de los valores del producto

Argumentación afectiva

Apoyo en tópicos y valores compartidos

Manipulación del código lingüístico

**El lenguaje de la publicidad**

Apelación al receptor

Innovación léxica

Ponderación

Brevidad y concisión sintáctica

Originalidad





# 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?   |
|--------------------------|---|
| <b>Función apelativa</b> | 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! |
| <b>Logotipo o Logo</b>   | Es un recurso visual importante, pues permite una rápida identificación y asociación con el producto o campaña.   |
| <b>Eslogan</b>           | Es una frase breve que acompaña a la marca durante toda la campaña publicitaria y es fácilmente recordable.   |
| <b>Figuras retóricas</b> | El uso de hipérbolos, 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 más 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.



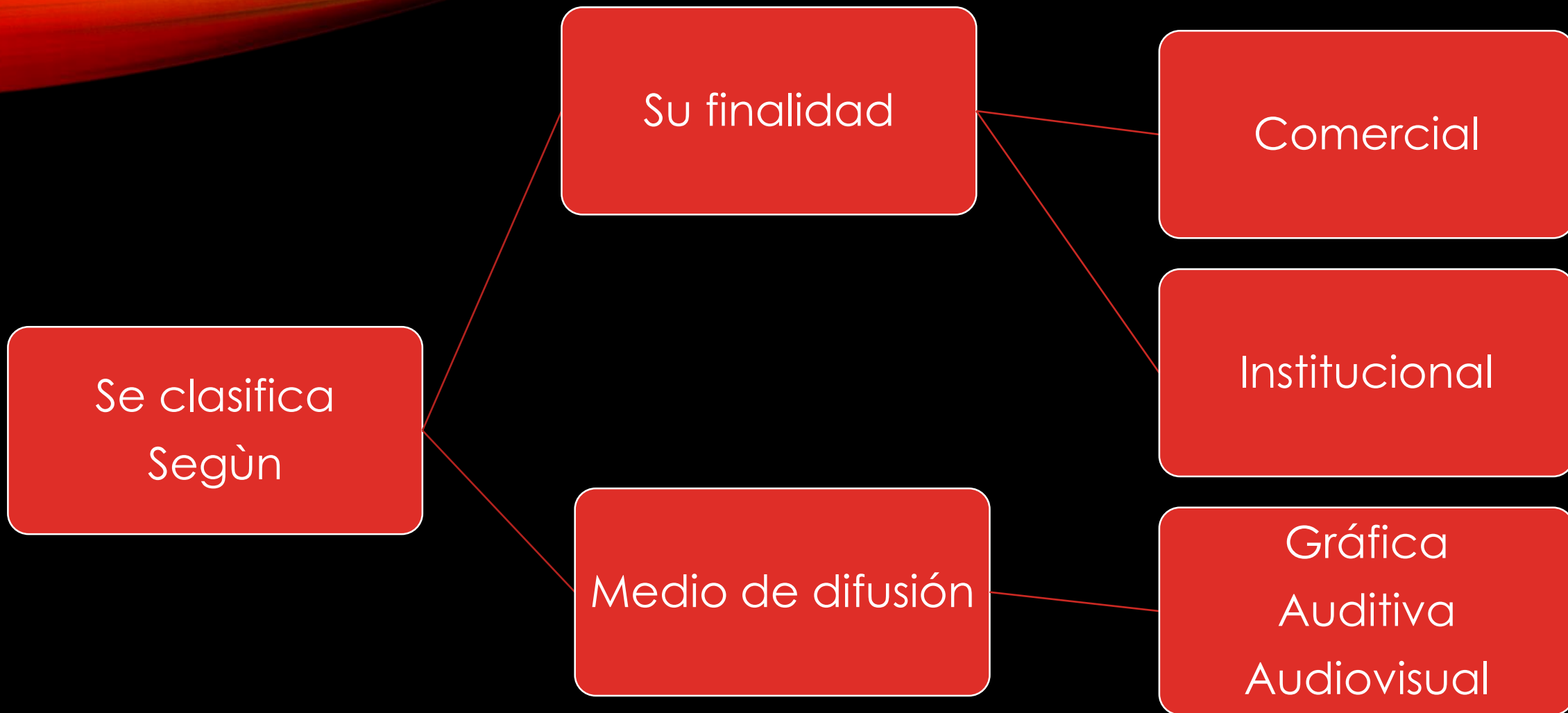
JUST DO IT.



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 >>](#)

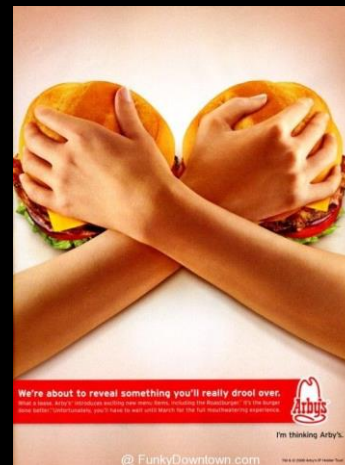


# MENSAJES SUBLIMINALES EN LA PUBLICIDAD

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

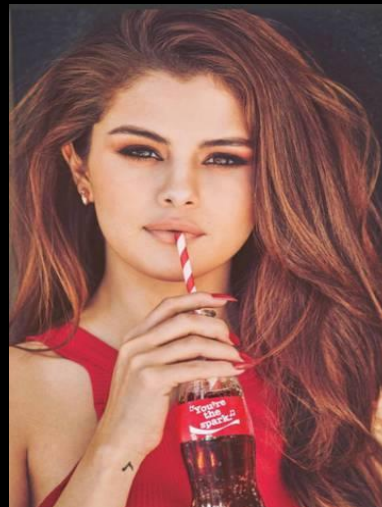
Puede ser por ejemplo, inaudible para la mente consciente pero audible para la mente inconsciente o profunda;

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                                       |
|-----------------|---|--|---|
| <b>BLANCO</b>   | 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.  | ---   |
| <b>AMARILLO</b> | 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.                  |
| <b>NARANJA</b>  | Energía.  | Tiene un agradable efecto de tibieza. Aumenta la inmunidad y la potencia.  | Aumenta la ansiedad.                                    |
| <b>ROJO</b>     | 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.               |
| <b>PÚRPURA</b>  | Serenidad.  | Útil para problemas mentales y nerviosos.  | Pensamientos negativos.                                 |
| <b>AZUL</b>     | Verdad, serenidad, armonía, fidelidad, sinceridad, responsabilidad.               | Tranquiliza la mente. Disipa temores.  | Depresión, aflicción, pesadumbre.                       |
| <b>AÑIL</b>     | Verdad.   | Ayuda a despejar el camino a la consciencia del yo espiritual.   | Dolor de cabeza.  |
| <b>VERDE</b>    | Ecuanimidad inexperta, acaudalado, celos, moderado, equilibrado, tradicional.     | Útil para el agotamiento nervioso. Equilibra emociones. Revitaliza el espíritu. Estimula a sentir compasión.       | Crea energía negativa.                                  |
| <b>NEGRO</b>    | 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



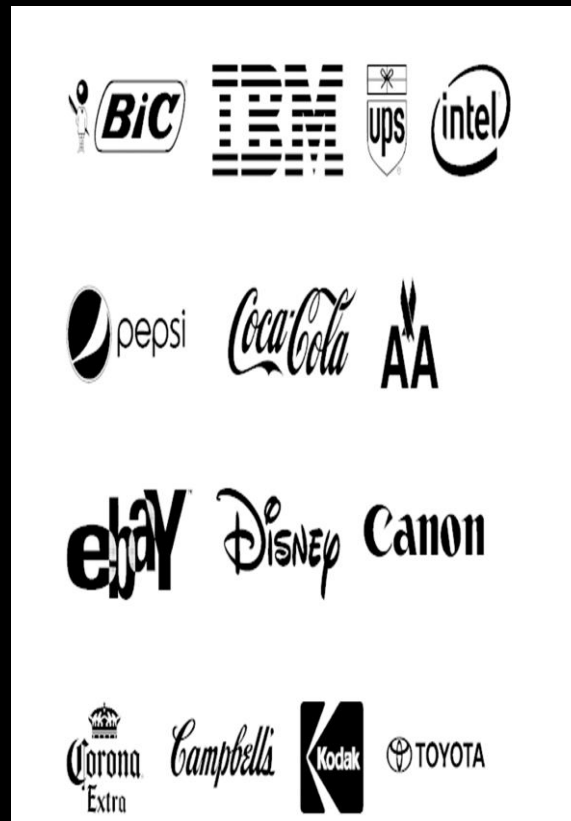
Verde: Calmante,  
esperanza, naturaleza



Naranja energía y morado serenidad



# LA TIPOGRAFÍA EN LA PUBLICIDAD





Com cigarro tudo vira cinza.



Comissão de Saúde  
0800 282 5005  
NÃO USE A SAÚDE.

**ALERJ**  
ALERTAS PARA A SAÚDE  
www.alerj.rj.gov.br

seen on **funtasticus.com**

Avanzar manualmente



**GREENPEACE**

Creando conciencia sobre el calentamiento global



**CERTAIN THINGS  
HANG ON FOREVER**

GET THE GOOD THINGS FROM HANGING AND HOLDING



**“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**