

ANÁLISIS DE PUBLICIDAD – 8

Silvia Rozas Barrero
Periodista

Lectores críticos

Los niños pequeños son los personajes que más atraen a los lectores de cualquier tipo de publicidad, aunque esto no lleva implícito que sean posibles consumidores. Sin embargo, las personas nos sentimos atraídas por las imágenes de bebés porque despiertan en nosotros la ternura, la delicadeza, la maternidad o la paternidad; despiertan lo más femenino (de cualquier persona, sea hombre o mujer).

Así, en esta didáctica intentaremos que los jóvenes descubran cómo la publicidad utiliza a los niños para captar la atención. Ni siquiera los anuncios de ropa para bebés están dirigidos a los más pequeños sino a los mayores. Otro de los temas que podemos tratar es el del tiempo libre. Los anuncios dirigidos, sobre todo, a jóvenes insertan a sus personajes en ambientes que especifican diferentes formas de invertir nuestro descanso. Aprendamos las diferencias y ayudémosles a valorarlos.



Se tiene o no se tiene

Se tiene o no se tiene, esa es la cuestión. Con este anuncio, cada educador puede trabajar con los jóvenes el proceso de transformación de un gusanillo en una mariposa, por ejemplo. El interés por la naturaleza se adquiere cuando entramos en contacto con ella. Muchos jóvenes nunca se han parado a observar las mariposas, por eso, propongo que el educador realice una marcha con sus alumnos a la montaña para contemplar el mundo entero: las flores y sus funciones, la hierba, los montes...

Los libros de ciencias a menudo incluyen fotografías sobre la naturaleza, pero ¿desembute el joven la importancia de observar y de captar a través de los sentidos?

Después de una dinámica al aire libre, cada alumno puede realizar un anuncio con aquello que ha aprendido. Pero, ¿cuál es la lectura que cada uno hace de esta publicidad? ¿Cuál es la característica del *Chivas* para que atraiga a la mariposa y las abejas?



Los NIÑOS en la publicidad



1 *Lanvin L'Homme* (1). Analiza visualmente este anuncio: luz, color, composición... ¿Qué es lo más importante de este ambiente? ¿Cómo se refleja visualmente en el anuncio?

¿Qué estilo publicitario utiliza el anunciante en esta publicidad? ¿Qué función tiene el bebé? ¿Por qué aparece desnudo? Describe a los dos personajes y analiza la relación que tienen con el producto que se publicita.

2 *Patek Philippe* (2). Analiza la composición del anuncio y valora si el

producto, la marca, el eslogan y la imagen están en el espacio visual más adecuado para captar la atención del consumidor. ¿Qué diferencias encuentras con el anuncio anterior de *Lanvin*?

Inventate una historia con el padre y el hijo. ¿Quién es el padre, en qué trabaja, cuántos años tiene, está casado? ¿Por qué están abrazados? ¿Qué representa? Dialogad en clase sobre los distintos cuentos que cada uno habéis elaborado.

Nunca un Patek Philippe es del todo suyo. Suyo es el placer de custodiarlo has

ta la siguiente generación. ¿Qué relación tiene esta leyenda con el padre y el hijo?

3 *Multiópticas* (3). ¿A quién va dirigido este anuncio? ¿Qué problema desea resolver esta campaña? ¿Sabes cómo funcionan los cristales progresivos? Investiga sus funciones en una óptica, analiza el precio y valora la satisfacción en el posible consumidor o público objetivo.

¿Qué función tiene aquí el bebé? Intenta buscar los estereotipos de género en estos tres ejemplos.



4 *Weebok* (4). Este anuncio utiliza un plano en picado que da un valor esencial al personaje principal. ¿Quién está mirando a la niña? ¿Cómo se refleja esto en la publicidad? ¿Qué significados positivos y negativos adquiere el personaje con este plano visual?

Describe los colores y su relación con los niños y con la época del año. Analiza en estos tres anuncios el público objetivo al que se dirigen. ¿Por qué?

5 En el anuncio de *chico* (5) encontramos de nuevo este plano en picado, ¿tendrá alguna relación con el público objetivo

al que se dirige? Dialogad en clase sobre esta idea. Los productos son para los niños, pero la publicidad no se dirige a los pequeños. Intenta hacer un anuncio sabiendo que el público objetivo son los niños. ¿Cómo lo harías? ¿Cómo captarías su atención? ¿Qué medio publicitario utilizarías?

6 *Moda por fuera Salud por dentro* (6). ¿Cuáles son las características de un zapato para que sea saludable al pie? Investígalo. En este anuncio ¿qué es lo más importante de su composición?

EL TIEMPO LIBRE en la publicidad

☞ *Llevas toda la vida usando quattro* (1). Describe este anuncio y relaciona el producto con la imagen que aparece. ¿Cuál es el beneficio real de este automóvil a través de la publicidad? ¿A quien está dirigido?

☞ ¿Qué nos dice sobre el tiempo libre? ¿Por qué aparece una toalla roja en la playa y con esas piedras? Una de las marcas más universales es la del Audi. Busca otras marcas, que como los aros, sean perfectamente conocidas por todos.

☞ *Levi's 517. Más anchos* (2). ¿Qué identificación se reali-

za entre el patinete, el vaquero y el chico? ¿Cuál es el público objetivo? ¿Qué características tiene el anuncio para descubrir ese target?

Describe a este personaje e intenta ponerle una cara. Utiliza para ello recortes de otras revistas. Si el público objetivo fuera una chica, ¿qué objeto pondrías? ¿Por qué? ¿Caemos en estereotipos? Prueba a poner una chica con el patinete y analiza su lectura.

Borra de este anuncio la marca y la leyenda. ¿Qué se publicita así: el vaquero, el patinete, las pulseras o la ropa interior?



3



4



5



6



7



8

☞ *Armani Jeans* (3). ¿Qué se anuncia? ¿Cómo lo sabes? ¿Qué aporta esta publicidad sobre las características del producto?

☞ Has visto alguna vez un patinete parecido? ¿Crees que se puede utilizar de noche? ¿Qué precauciones debería tomar el personaje para desplazarse con el patinete?

☞ *Quiksilver* (4). ¿Quién es este personaje? ¿Qué importancia le da al anuncio con su imagen? Busca otros anuncios de deportes donde aparezcan famosos. ¿nos atraen más por el hecho de ser personajes socialmente reconocidos? ¿Cuál es el recorrido mental que los publicistas creen que hacemos? ¿Si él lo utiliza es porque es bueno?

Analiza el movimiento de esta imagen.

Describe el surf y a las personas que practican este deporte.

☞ *Timberland* (5). ¿Qué relación existe entre la imagen de la izquierda y la de la derecha? ¿Y con BIG? ¿Qué hacen estos niños durante su tiempo libre? Describe a los cuatro personajes. ¿Hay estereotipos?

☞ *Thomson* (6). ¿Qué punto de diferencia tiene este anuncio? ¿Cómo logra que se recuerde más y que el consumidor se sienta motivado a adquirirlo? ¿Qué género publicitario se utiliza para captar la atención?

☞ *Movistar* (7). Montaña, valle y río. Investiga que actividades se pueden realizar en estos tres lugares. ¿Aprovechas tu tiempo libre para practicar algún deporte?

☞ *Dockers* (8). ¿Qué hace esta chica en su tiempo libre? ¿Dónde está? ¿Cuáles son las características de este local? ¿Qué nos dice el anuncio sobre su personalidad y sus sentimientos?

Desglose de anuncios

◆ ¿Qué necesidades cubre el móvil? ¿Y los juegos?

◆ Describe este anuncio: ¿Dónde aparece la marca? ¿Cómo se identifica con los colores?

◆ Busca en esta leyenda palabras que caractericen este servicio a través del móvil.

◆ Pregunta a tu familia cuáles eran los juegos más importantes en su niñez. Haz una lista y complétala entre toda la clase.

◆ ¿Cuáles son hoy los juegos? ¿Qué diferencias existen entre unos y otros?



◆ ¿Qué deportes se pueden practicar con cada uno de estos objetos?

◆ A través de este anuncio, ¿qué se puede hacer en el tiempo libre?

◆ ¿Qué haces tú en tu tiempo libre? Pón en este anuncio objetos y personas que identifiquen tu actividad durante un día normal.

◆ ¿Qué capacidades ejercitas a través de los móvilgames?

◆ ¿En qué momentos pueden ayudar estos juegos y en cuáles no?

◆ ¿Cuánto dinero te cuesta utilizar este servicio? Investígalo y valora su rentabilidad.

◆ Describe el anuncio y analiza el impacto visual más interesante. ¿Por qué aparece un pájaro al lado del personaje? ¿Qué relación se establece entre los dos?

◆ Busca información sobre el fútbol americano. ¿Qué diferencias hay con el español?

◆ Describe el campo de fútbol de tu ciudad: longitud, capacidad, forma, clases de asientos, normas de seguridad. Busca y pregunta cuáles son esas normas de seguridad que establece la ley. ¿Se cumplen en tu ciudad?

◆ ¿Qué tipo de persona lleva estos pantalones? ¿Cómo la describirías?

◆ Busca en los medios de comunicación los desastres que se han producido en varios campos de fútbol. Analiza las causas.

◆ ¿Cuál es la función de las peñas de fútbol? ¿Qué hacen en el campo?

