

Publicidad

SESIÓN N.º 7

OBJETIVO GENERAL	Tomar conciencia de los mensajes engañosos que comunica la publicidad y de las tácticas que emplea para manipular nuestra conducta.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none">• Discutir el impacto de la publicidad en los hábitos de consumo.• Identificar las estrategias que emplean los publicistas.• Analizar anuncios de tabaco y alcohol.
MATERIALES QUE SE NECESITAN	Una muestra de anuncios que incluya marcas diferentes de tabaco y bebidas alcohólicas.
TAREA PARA CASA	Ficha de evaluación Eslogan antitabaco y antialcohol.

Introducción




En esta unidad abordaremos otro mecanismo que influye en las decisiones que tomamos: la publicidad. Nos centraremos en algunos aspectos básicos de las estrategias que utilizan los publicistas y analizaremos anuncios que pretenden promover el consumo de tabaco y alcohol.

Discutir el impacto de la publicidad en los hábitos de consumo

Desarrolle un pequeño debate sobre la publicidad. Haga que la clase reflexione en torno a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es la publicidad para vosotros?
- ¿Para qué sirve la publicidad?
- ¿Influye la publicidad en lo que la gente hace?
- ¿Qué hay de cierto en lo que dicen los anunciantes sobre sus productos?

Ideas clave:

-  Aunque habitualmente se dice que la publicidad es información, la realidad es que la mayoría de los anuncios dicen poco o nada de las características del producto que anuncian.
-  Con la publicidad se pretende crear la necesidad de un producto concreto y hacer que se escoja una marca determinada.
-  Si las empresas están dispuestas a invertir mucho dinero en sus campañas publicitarias es porque verdaderamente les compensa económicamente.

Identificar las estrategias que emplean los publicistas

Para promover actitudes positivas hacia un producto y venderlo, las agencias publicitarias utilizan distintas estrategias. Expóngales las siguientes y pídale que pongan ejemplos de cada una de ellas:

- Presentar información parcial sobre el producto, exagerando sus virtudes y obviando o minimizando sus defectos.
- Presentar a personas famosas utilizando o recomendando un producto.
- Asociar el producto a modelos con determinadas características (elegancia, belleza, fama, poder...) para que la gente los imite utilizándolo.
- Crear la sensación de que el consumo de determinada marca es lo normal (ej: en las series de televisión, películas, etc. las empresas pagan para que aparezcan sus productos).
- Asociar el producto a ciertas características que el producto por sí mismo no aporta (prestigio, distinción, amistad, éxito...).

Ideas clave:

- ✍ En general, lo que hacen las agencias publicitarias es buscar cuáles son las necesidades de la gente, lo que les motiva o desean, y convencerles de que conseguirán satisfacerlas comprando los productos que anuncian.
- ✍ En un anuncio publicitario nada se deja al azar; cada elemento está pensado para lograr que el producto se venda.

Analizar la publicidad de tabaco y alcohol

La industria tabaquera necesita de la publicidad en mayor medida que otras industrias, puesto que el tabaco es un producto con una característica muy especial: su consumo tiene importantes repercusiones sobre la salud y aparece cada vez más cuestionado a nivel social. Es por esto que las empresas de tabaco gastan cada año billones de pesetas procurando que la gente adquiera y mantenga el hábito de fumar.

Otro tanto se puede decir respecto a la publicidad del alcohol. La creciente crítica social contra la publicidad de este producto y la necesidad de crear y mantener el hábito de su consumo hace que las empresas se tengan que gastar grandes cantidades de dinero cada año para persuadir a la gente de que consuma bebidas alcohólicas. Esto hace que el alcohol sea uno de los productos que más publicidad genera a lo largo del año.

En nuestro país existe una legislación que regula y restringe este tipo de publicidad; por ello, los publicistas se han visto obligados a buscar nuevas estrategias para promocionar las marcas de este tipo de productos en medios a los que tienen limitado el acceso:

- Utilización de las mismas marcas de cigarrillos y bebidas alcohólicas en otros productos (gafas, tejanos, relojes,...).
- Patrocinio de eventos culturales y deportivos.

Pídales que pongan ejemplos:

Winston -> marca de tejanos.

Larios (ginebra) -> aperitivos, equipo de atletismo.

Fortuna -> barco que compite en regatas de veleros.

Divida la clase en grupos para trabajar sobre los anuncios de cigarrillos y bebidas alcohólicas que haya seleccionado. Para analizar en qué medida los anuncios son engañosos y manipula-

dores, pida a los alumnos que identifiquen los argumentos utilizados en cada uno de ellos. Haga que tengan en cuenta tanto la parte gráfica del anuncio como el mensaje escrito en él. Puede utilizar como ejemplo algunos de los anuncios analizados en el Manual del Alumno.

PÁG. 52, 53 Y 54

Una vez realizada la tarea pida a cada grupo que exponga su anuncio. Las preguntas siguientes le ayudarán a promover la discusión:

- ¿Qué pretende comunicarnos cada anuncio?
- ¿Cuál es el beneficio o ventaja que hace “diferente” al producto anunciado?
- ¿Qué relación guarda el producto con la situación representada?
- ¿Consideras correctas las asociaciones que se establecen?
- ¿Qué hay de cierto en los argumentos utilizados?
- ¿Qué cualidades personales se destacan en los modelos que aparecen?
- ¿Qué datos acerca del producto aporta el texto?
- ¿Qué otros datos consideras que deberían aportarse?


Teniendo en cuenta lo tratado pídeles que piensen sobre las cosas que no ven en los anuncios del tabaco y el alcohol.

PÁG. 56





Ejemplos:

- Tabaco: humo, dientes amarillos, toses...
- Alcohol: accidentes de tráfico, peleas, gente que se pone pesada...

Idea clave:

-  La mayoría de los anuncios de tabaco y alcohol van dirigidos a los/as jóvenes. Tanto para la industria del tabaco como para la del alcohol los/as jóvenes son un objetivo prioritario, ya que si se logra generar el hábito en ellos, probablemente se consiga un consumidor para toda la vida.

Resumen

-  La publicidad es un instrumento de persuasión y manipulación.
-  El propósito de la publicidad es conseguir usuarios de un producto.
-  Los anunciantes no se limitan a informar sobre las características del producto que ofertan.
-  La publicidad de tabaco y bebidas alcohólicas se centra en aspectos irrelevantes, obviando las características intrínsecas de esos productos.

Tarea para casa

Eslogan antitabaco, y antialcohol.

PÁG. 57

Ficha de evaluación.

PÁG. 58