



DISEÑO PUBLICITARIO

SÉPTIMO SEMESTRE

Santiago Barriga Fray
Carrera de Diseño Gráfico / UNACH

UNIDAD I: CAMPO PUBLICITARIO Y PERSUASIÓN



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprende los hitos y personajes que han marcado la historia de la publicidad.
- Discierne el impacto de la publicidad en la sociedad, la cultura y la economía.

1.2. Introducción a la publicidad

1.2.1. Evolución de la publicidad

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprende los hitos y personajes que han marcado la historia de la publicidad, discerniendo su impacto en la sociedad, la cultura y la economía.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

Evolución de la publicidad



Antigua, como el nacimiento del comercio.

*La publicidad nació ante la **necesidad de comunicar** la existencia de estos, la forma más común de esta publicidad era por medio del habla.*



En Babilonia se han encontrado tablillas de arcilla que contienen inscripciones de un comerciante de 3000 a. C.

Evolución de la publicidad



Ruinas de Pompeya

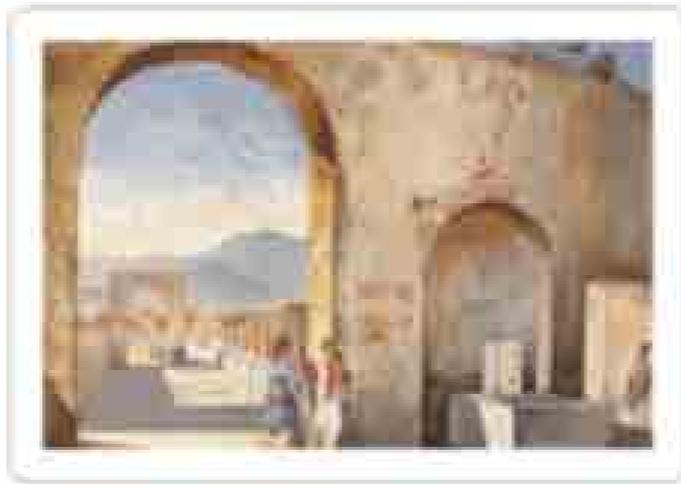
Evolución de la publicidad



*Durante la edad media se desarrolló una técnica simple pero efectiva, que consistía en **anunciar de viva voz** eventos y productos, gracias a los pregoneros, personas que leían noticias en público o comerciantes que anunciaban sus productos.*

Evolución de la publicidad

El "Álbum" y el "Libellus"



Evolución de la publicidad



*En la Edad Media, los dueños de tabernas **voceaban** los vinos usando cuernos y campanas para atraer a los clientes.*

*Se utilizaban gaitas y tambores empleados por los **pregoneros** para acompañar los avisos.*

*El Cartel entra en decadencia, Se usa la "**Enseña**", que diferenciaba los comercios entre sí, semejante con lo que conocemos por "logotipos".*

Evolución de la publicidad



En el Siglo XVI, se cree que fue el “**The Times Handlist**”, periódico inglés, fundado en 1622, donde el aparece el primer anuncio de prensa.

Evolución de la publicidad

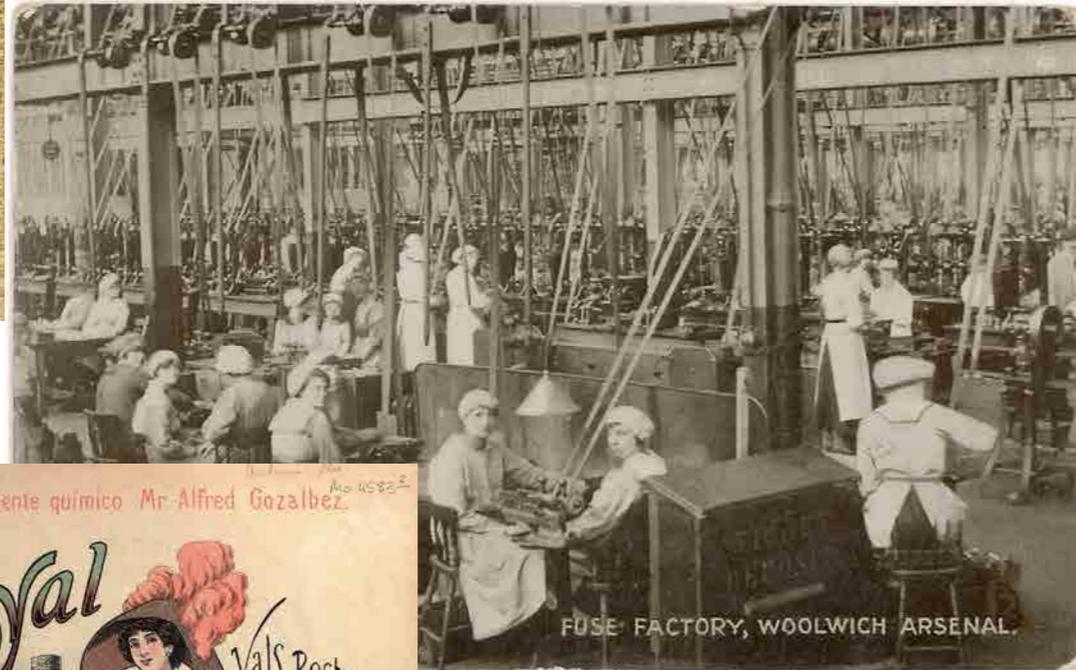
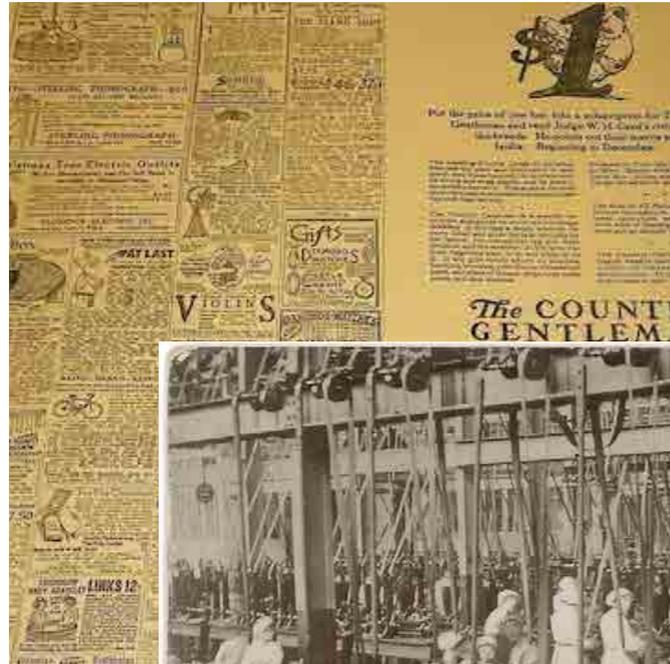


*La **marca registrada** que **simboliza** una empresa o un producto aparece en el siglo XVI, los comerciantes empezaron a colocar símbolos a la entrada de sus tiendas.*

En 1740, apareció en Londres el primer letrero de corte para colocarse al aire libre, conocido como cartelera.



Evolución de la publicidad



Siglo XVIII, la prensa comienza a **cobrar** por publicar anuncios.

Revolución industrial, **consumo** masivo.

Siglo XIX, surgen **agencias publicitarias**.

Evolución de la publicidad

After the verbal statement is forgotten

What did the advertisement say?

What point did it make? Did it really make it?

Did it make *you* want the product or the result which it said the product would bring?

Within the limits of the page, an advertisement must make you see *not* the article itself, but what that article means to you.

So effectively illustrations carry that the illustrations everywhere, convey



"A skin you love to touch"

cerity and reflects very definitely the personality of the product.

he verbal statement has, that same message properly illustrated, will what the reader gets generally what he ul



Take a
KODAK
with you

EASTMAN KODAK COMPANY,
ROCHESTER, N. Y., The Kodak City.

Revolución industrial,
fotografía 1939, otorga
credibilidad.

Se emplea en **revistas**.

<http://library.duke.edu/digitalcollections/eaal/>

Evolución de la publicidad

V. B. PALMER'S
 Country Newspaper Subscription and
ADVERTISING AGENCY,
 N. W. Corner of Third and Chestnut Street, Philadelphia.
 ENTRANCE ON THIRD ST., AT THE COAL OFFICE.

V. B. PALMER is the duly authorized agent of most of the best Newspapers of all the cities and principal towns in the United States and Canada, for which he is daily receiving advertisements and subscriptions, and for which he is empowered by the proprietor to give receipts. Through this Agency, Merchants, Manufacturers, Importers, Professional Men and Artists, as well as Public Institutions, Societies, Incorporated Companies, and the business community generally, may spread information throughout the country, far and near, insuring trade from all quarters.

Volney B. Palmer
(1841)

N.W. Ayer & Sons
(1869)

Like a Sweet Memory
 from the luxurious courts of old come Nabisco Sugar Wafers—the most exquisite confection that ever graced My Lady's Table or crowned the banquet of a King.
 A medley of flavors in Lemon, Orange, Chocolate, Vanilla and Mint. Harmonizing perfectly with Viand and Vintage, Punch, Sherbet and Fruit.

NABISCO
 SUGAR WAFERS
NATIONAL BISCUIT COMPANY

Evolución de la publicidad



Finales del siglo XIX, se imprimen las marcas en los envases

Evolución de la publicidad



SUNLIGHT - Lumiere

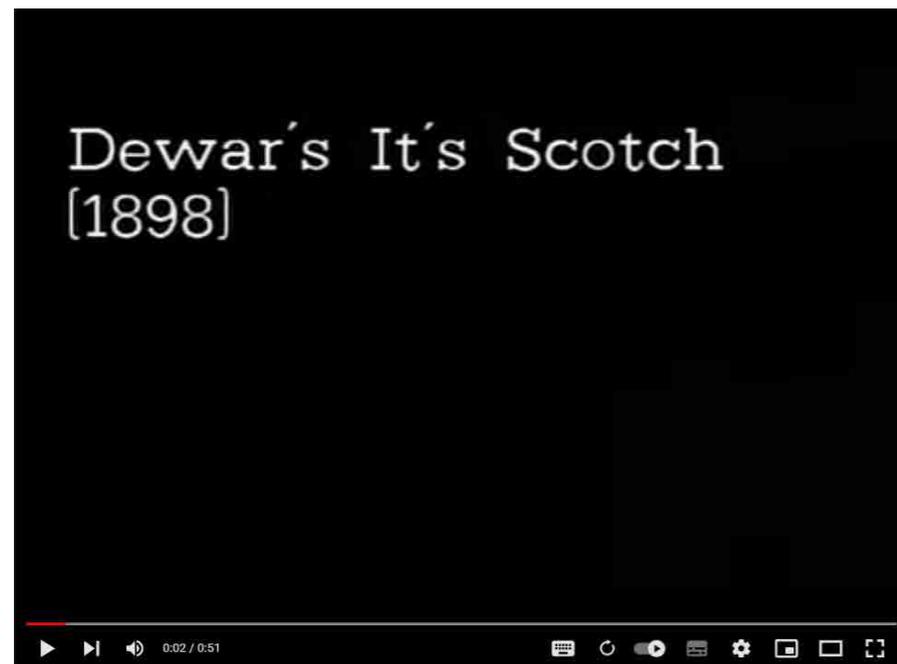
<https://www.youtube.com/watch?v=bx3YUwHmYo>

1865 Hermanos Lumière

*1892 Película Les Laveuses, en la que el protagonista de la escena era el **jabón Sunlight**.*

*Clases altas **influyen** en clases obreras a **emular** su tipo de vida centrado en el **consumo**.*

Evolución de la publicidad



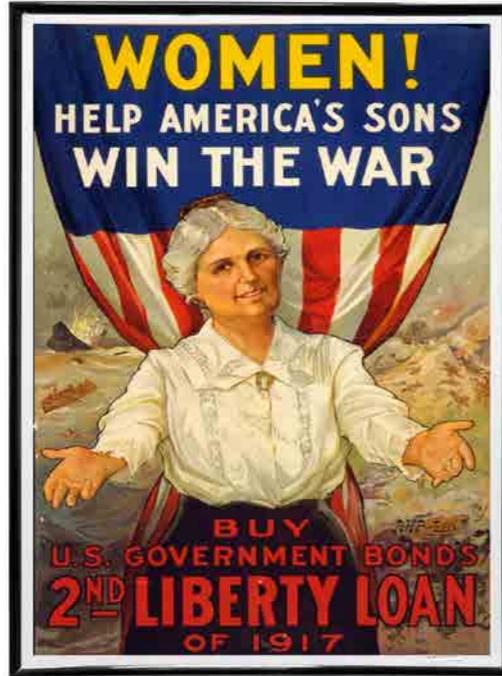
1898 Edwin S. Porter

*Anuncio de Whisky **Deward's-
It's Scotch***

Dewars.Its.Scotch.1897

<https://www.youtube.com/watch?v=cmF9ipKg7x4>

Evolución de la publicidad



Primera Guerra Mundial
1914 - 1918

Mejora la **industria**
norteamericana y la *publicidad*
toma mayor impulso.

Propaganda de guerra.



Evolución de la publicidad

La propaganda siempre debe dirigirse hacia las amplias masas del pueblo.

Porque para las clases intelectuales, o lo que se llama las clases intelectuales hoy en día, la propaganda no es adecuada, sino solo exposiciones científicas.

Adolf Hitler (Mi Lucha, 1925. p.193)

Evolución de la publicidad

Edward Bernays (1891-1995)

Técnicas de la **mente** humana
Ingeniería del **consentimiento**

No compras algo por su valor, sino por lo que éste puede decir de ti, **se conecta emocionalmente, convierte el deseo en una necesidad.**

Asociación entre automóvil y masculinidad, y la del reloj de muñeca con la hombría y el coraje.

Cristalizando la opinión pública (1923)
Propaganda (1928)



M. Flagg, I Want You for U.S. Army poster (1917)



Evolución de la publicidad

Hoy en día, sin embargo, despunta la reacción. La minoría ha descubierto que influir en las mayorías puede serle de gran ayuda. Se ha visto que es posible moldear la mente de las masas de tal suerte que éstas dirijan su poder recién conquistado en la dirección deseada. Esta práctica resulta inevitable en la estructura actual de la sociedad. Sea en política, finanzas, industria, agricultura, caridad, educación o en otros terrenos, cualquier actividad de calado social que se lleve a cabo tiene que servirse de la ayuda de la propaganda. La propaganda es el brazo ejecutor del gobierno invisible.

Edward Bernays (Propaganda, 1928. p.13)

Evolución de la publicidad



En 1916 se inauguró la primera emisora en Nueva York.

*Durante la década de 1920 comenzaron las primeras transmisiones regulares con programas de **entretenimiento**.*

*Los anunciantes, podían llegar con **rapidez** a grandes audiencias.*

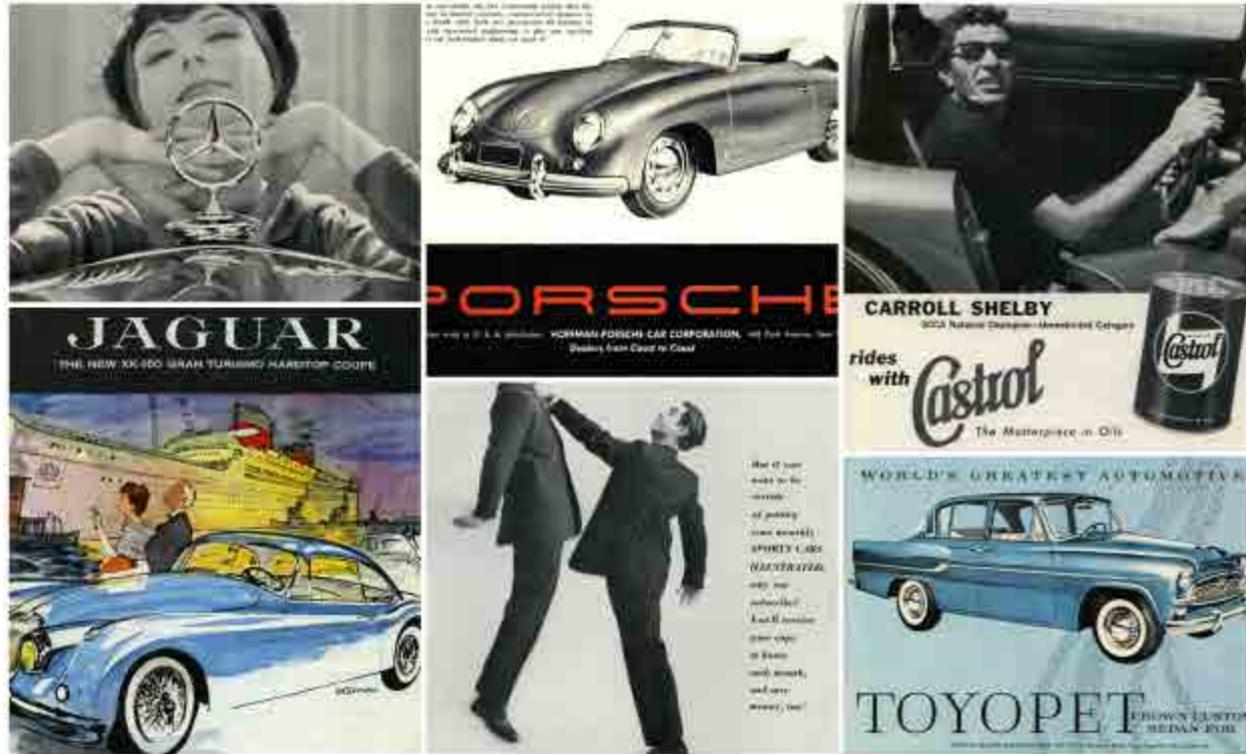
Evolución de la publicidad



Las marcas buscaban venderle al público cualidades especiales, siguiendo la estrategia de **diferenciación**, presentándolas como mejores que la competencia al ofrecer calidad, variedad y conveniencia.

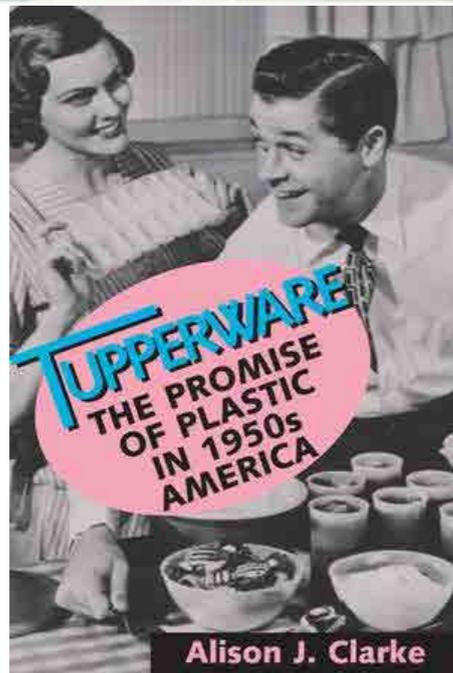


Evolución de la publicidad



1950 - 1980 La publicidad se vuelve una actividad profesional.

Fotomontaje
Letreros luminosos
Técnicas de impresión
Llegada de la TV



“La publicidad es vender la felicidad”

Evolución de la publicidad

Década de 1980, inicios 90s

*Punto más alto de la **publicidad masiva.***

*La televisión por pago permite mayor **segmentación** de mercados.*



Evolución de la publicidad



*El **internet** ha **pontenciado** el desarrollo de la publicidad y plantea constantemente la **reformulación** de las técnicas empleadas en la **comunicación**.*

1.2. Introducción a la publicidad

1.2.2. Definición y tipos de publicidad

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprende los hitos y personajes que han marcado la historia de la publicidad, discerniendo su impacto en la sociedad, la cultura y la economía.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

Definición y tipos de publicidad

¿Qué es la publicidad?

Definición y tipos de publicidad

*Forma de comunicación comercial para **promocionar** productos, servicios o ideas a un público objetivo.*

*Su objetivo principal es **persuadir** a los consumidores para que adquieran o utilicen un producto o servicio.*

*Puede ser pagada o no pagada y se dirige a un **público determinado**.*

*A diferencia de la propaganda, es **complementaria** de las relaciones públicas en la comunicación de una marca con su audiencia.*

Definición y tipos de publicidad

Funciones

1. Informar
2. Crear identidad de marca
3. Promocionar productos o servicios
4. Persuadir
5. Mantener una demanda constante



Definición y tipos de publicidad

*Sobre productos o servicios, **explicando** sus características más importantes.*



Funciones

1. Informar

2. *Crear identidad de marca*
3. *Promocionar productos o servicios*
4. *Persuadir*
5. *Mantener una demanda constante*

*Apple ha creado una **propuesta de valor** individualizada para cada uno de sus productos, como el iPhone, el iPad y el Mac, que se basa en la creatividad, la simplicidad y la facilidad de uso*

Definición y tipos de publicidad

Funciones

1. Informar
2. **Crear identidad de marca**
3. Promocionar productos o servicios
4. Persuadir
5. Mantener una demanda constante

Ayuda a crear una **identificación** con la marca, generando un **estímulo emocional** entre el receptor y la marca.



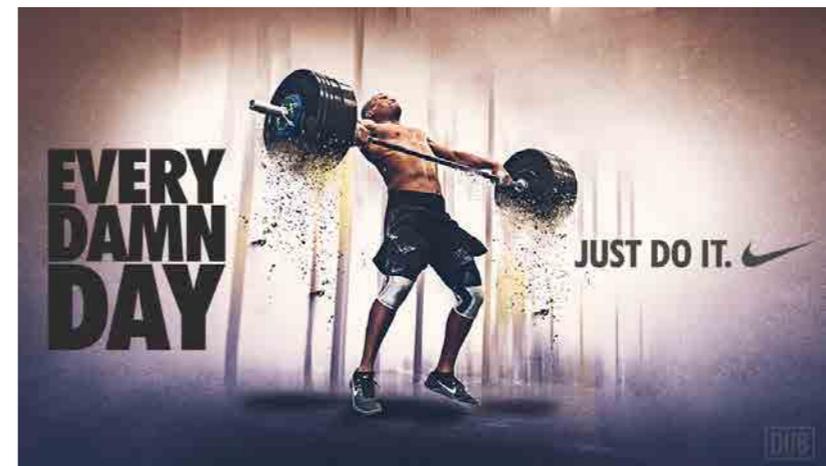
Coca-Cola utiliza el **color rojo** y el **logotipo icónico** en todas sus campañas publicitarias.

Definición y tipos de publicidad

Funciones

1. Informar
2. Crear identidad de marca
3. **Promocionar productos o servicios**
4. Persuadir
5. Mantener una demanda constante

Se utiliza para promocionar productos o servicios, haciéndolos más **visibles** y **atractivos** para los consumidores.



Nike se basa en su **filosofía** de vida **“Just Do It”**, en campañas publicitarias con atletas de élite y mensajes **inspiradores**.

Definición y tipos de publicidad

Funciones

1. Informar
2. Crear identidad de marca
3. Promocionar productos o servicios
- 4. Persuadir**
5. Mantener una demanda constante

Busca persuadir a los consumidores de la **necesidad** de adquirir un producto o servicio, **haciéndoles creer** que es mejor que otros.



McDonald's emplea la **conveniencia** y la **calidad** de sus productos, con mensajes como **“Comida rápida, lista en un minuto”** y **“Calidad que puedes probar”**.

Definición y tipos de publicidad

Su objetivo es **recordar** a la gente la **necesidad** de **comprar** un producto específico.

Funciones

1. Informar
2. Crear identidad de marca
3. Promocionar productos o servicios
4. Persuadir
5. **Mantener una demanda constante**



Amazon utiliza una política de **precios bajos** y una **amplia gama** de productos y la **necesidad de comprar otros**.

Definición y tipos de publicidad

Clasificación

1. *Según su objetivo:*
comercial, social,
institucional, etc.
2. *Según el medio utilizado:*
prensa, radio, televisión,
digital, etc.
3. *Según el público objetivo:*
B2B, B2C, etc.



Definición y tipos de publicidad

Clasificación

**1. Según su objetivo:
comercial, social,
institucional, etc.**

2. Según el medio utilizado:
prensa, radio, televisión,
digital, etc.

3. Según el público objetivo:
B2B, B2C, etc.

- *Comercial: para promocionar productos o servicios con el fin de aumentar las ventas.*
- *Social: para promover causas sociales, como la seguridad vial, la donación de sangre, o la lucha contra el cáncer. Campaña “No te vayas sin donar” de la Cruz Roja Española.*
- *Institucional: para promocionar una institución, como una universidad, un hospital, o una organización sin fines de lucro.*

Definición y tipos de publicidad

Clasificación

1. *Según su objetivo: comercial, social, institucional, etc.*
2. **Según el medio utilizado: prensa, radio, televisión, digital, etc.**
3. *Según el público objetivo: B2B, B2C, etc.*



Definición y tipos de publicidad

Clasificación

1. Según su objetivo:
comercial, social,
institucional, etc.
2. Según el medio utilizado:
prensa, radio, televisión,
digital, etc.
3. Según el público objetivo:
B2B, B2C, etc.

B2B (*Business-to-Business*)
B2C (*Business-to-Consumer*)

B2B empresas que ofrecen servicios a otras empresas.



B2C, estrategias de marketing dirigidas a consumidores finales.



Definición y tipos de publicidad

