

# LA PUBLICITAT

## INDEX

- Introducció
  - o Compra, ho necessites!
- La publicitat
  - o Per a què serveix?
- Les marques
  - o I tu? També vas de marca?
  - o Què és una marca?
  - o Com es crea una marca?
  - o Què són les megamarques?
- Funcionament
  - o Com ens venen la moto?
  - o Quina moto ens venen?
  - o Què ens expliquen? Un anunci, una història
  - o Per a què?
- Veiem publicitat

## INTRODUCCIÓ

### Compra, ho necessites!

Un bon anunci val més que mil consells si l'objectiu és aconseguir que acabem comprant fins i tot allò que no necessitem. Els creatius publicitaris dominen perfectament totes les tècniques i utilitzen tots els recursos per aconseguir la fórmula màgica de la publicitat: aconseguir cridar l'**atenció** dels possibles consumidors, despertar el nostre **interès** pel producte que s'anuncia, augmentar el nostre **desig** per posseir el producte fins aconseguir que l'acabem **adquirint**.

Els missatges publicitaris no només ens venen productes sinó que també juguen amb els nostres sentiments i amb les nostres emocions, de manera que ens produeixen la necessitat de ser més atractius, envejats pels altres, més joves, etc. En el món dels anuncis tot és perfecte i les desgràcies sempre es solucionen adquirint el producte anunciat!

Fer un bon anunci és un art! Veieu alguns exemples i traieu conclusions.

## LA PUBLICITAT PER A QUÈ SERVEIX?

Si t'agraden els anuncis, deus pensar que la publicitat serveix per divertir-nos mentre intenten vendre'ns algun producte. En canvi, si no t'agraden, deus creure que la publicitat és allò que tant et molesta perquè inunda la bústia de casa teva de papers que llences sense mirar, o que no et deixa veure en pau el teu programa de TV preferit. Amb aquest exemple, ja està tot dit. La publicitat té defensors i té detractors, però tothom en parla.

### Teniu clar per a què serveix la publicitat?

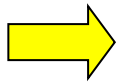
En principi, la publicitat és un mitjà que serveix per ajudar els consumidors a tenir informació i triar millor els productes que compra. Així, qualsevol consumidor pot conèixer les característiques d'un producte mirant els espots televisius o qualsevol missatge publicitari que parli d'aquest producte. Però... esteu segurs que realment és així?

És possible que els primers anuncis que es van inventar complissin aquesta missió, però actualment els productes que es venen tenen les mateixes característiques i s'assemblen molt. Per exemple, tots els iogurts tenen gust de iogurt. Per això, en un anunci cal associar el producte a altres aspectes diferents que van més enllà de la seva aparença externa o de les seves utilitats evidents. En el cas del iogurt, hi ha un anunci a la televisió en què s'associa el plaer que provoca menjar-se un iogurt amb el plaer intel·lectual que provoca la poesia.

De tot això en podem concloure que la publicitat serveix per vendre productes, però també per vendre idees, desitjos i emocions.

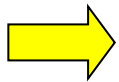
## LES MARQUES I TU? TAMBÉ VAS DE MARCA ?

Potser tu ets un noi o una noia molt aficionat a les marques... o potser no. En tot cas, ens agradaria explicar-te alguns secrets que tenen a veure amb les marques. Estem segurs que t'interessarà.



Per començar, et proposem un exercici molt fàcil.

Observa quantes de les coses que fas servir diàriament són productes de marca (roba, calçat, menjar, transport, estris i complements, etc.). Fes una llista dels productes i de les marques que et surtin. Què et sembla? Abans de fer aquest exercici eres conscient de la quantitat de marques que envolten la teva vida quotidiana?



Un altre exercici!

Pensa a quines marques associes els productes d'aquesta llista:

PRODUCTE	MARCA
logurt	
Refresc de cola	
Beguda energètica	
Vambes	
Hamburguesa	
Bolquers per als nadons	
Aigua	

De ben segur que has associat ràpidament cada producte amb una marca sense pensar-t'ho gaire, d'una manera automàtica. Per què? Doncs és molt senzill d'entendre. Resulta que gràcies al poder de la publicitat hi ha marques que tenen una presència constant en tots els mitjans i per això ens resulten tan familiars.

Ara intenta respondre sincerament: Abans de comprar un producte, mires de quina marca és? Prefereixes comprar un producte de marca abans que un sense marca o de marca desconeguda?

### LES MARQUES QUÈ ÉS UNA MARCA ?

Si t'hi fixes, veuràs que el mercat està ple de productes que s'assemblen com dues gotes d'aigua. Observa, per exemple, dos brics de llet. Què és el que els fa diferents? **La marca!**

## LA MARCA

És un signe que serveix per distingir els productes o serveis que fabrica una empresa dels productes o serveis que en fabrica una altra.

Però, en la nostra societat, les marques no serveixen únicament per simbolitzar un producte i diferenciar-lo de la resta de productes similars que hi ha al mercat, sinó que les marques representen un estil de vida. Es pot saber quin tipus de vida porta una persona si s'observen quines marques consumeix.

## LES MARQUES COM ES CREA UNA MARCA?

Llegeix el text que et proposem a continuació:

### **Nike i Jordan, la creació d'una marca Naomi Klein**

*Cada dia m'aixeco, em dutxo i em miro el tatuatge, i això em dina forces per la resta del dia. Dia rera dia em recorda el què he de fer, que és senzillament "aconseguir-ho" ("just do it").* Aquestes són les declaracions que fa l'empresari d'Internet Carmine Coletions, de 35 any, quan explica la seva decisió de tatuar-se el logo de NIKE al melic, al desembre de 1997.

El que va situar a Nike al paradís de les marques va ser el talent extraordinari pel bàsquet de Michael Jordan, però varen ser els anuncis de Nike els que van convertir a Jordan en una superestrella mundial. Alguns atletes com Babe Ruth i Muhammad Ali eren ja famosos abans de l'era Nike, però mai no van arribar al nivell sobrenatural de la fama de Jordan.

Aquesta condició estava reservada per les estrelles del cinema o del pop. Abans de Nike, les estrelles de l'esport, per molt que fossin reconegudes i respectades continuaven ancorades a terra. El futbol, el hockey i el beisbol sortien sempre a la televisió, però els esports televisats transcorrien en temps real, i això els feia de vegades avorrits, de vegades interessants, i excel·lents només en la transmissió de les repeticions de les jugades amb efecte retardat. Pel que fa als atletes que recomanaven els seus productes, no podria dir-se que els anuncis fossin especialment creatius,,,,,

L'anunci televisiu de 1985 de Nike amb Michael Jordan va introduir l'esport en el món de l'espectacle: les seqüències fixes, els primers plans i els talls van fer que semblés que en Jordan quedava suspès en mig d'un salt, la qual cosa produïa la sensació de que realment volava.

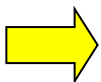
La idea d'utilitzar la tecnologia de les sabates esportives per crear un ésser superior, la idea d'un Michael Jordan volant amb un moviment suspès a l'aire, era l'aplicació real de la capacitat de Nike per crear un mite. Aquests anuncis varen ser els primer vídeos de rock sobre els espots i varen crear quelcom d'absolutament nou. Com diu el propi Michael Jordan "el que en Phil (Knight) i Nike varen fer amb mi és un somni. "

## LES MARQUES QUÈ SÓN LES "MEGAMARQUES"?

Per poder considerar una marca com a "**megamarca**" és necessari que estigui disponible a la majoria de països i cal també que es comercialitzi amb el mateix nom. Per això hi ha grans **empreses multinacionals** que aglutinen un nombre considerable de marques.

Les multinacionals que tenen més megamarques són:

- **UNILEVER**: Dove, Knorr, Lipton, Lux, Pond's...
- **PROCTER & GAMBLE**: Clairol, Ivory, Max Factor...
- **JOHNSON & JOHNSON**: Clear&Clear, Johnson's, Neutrogena, Roc, l'Oréal, Vichy...



Busca a casa teva alguns productes de neteja o d'higiene personal i mira a l'etiqueta a quina megamarca pertanyen. Són les mateixes?

## FUNCIONAMENT COM ENS VENEN LA MOTO?

De ben segur que a tu també et fascinen els anuncis que surten a la tele... O no? No és pas estrany que sigui així, perquè els publicistes saben molt bé com fer-ho perquè t'enganxis a l'anunci i acabis comprant aquell producte que t'ofereixen encara que no el necessitis.

T'expliquem alguns secrets de "**com ens venen la moto**".

### **1. Nens i joves ideals.**

Fixa't com sempre ens ensenyen nens i joves més grans que tu per oferir un producte que aniria adreçat a nens més petits. Per què? Perquè a tots els nens els hi agradaria assemblar-se i fer les coses que fan els que són més grans...

### **2. Gent feliç!**

T'has fixat que a la majoria dels anuncis per infants i joves sempre apareixen famílies felices perquè estan consumint el producte que s'anuncia? Sembla com si només es pogués ser feliç si es compra el producte anunciat.

### **3. Família ideal**

Als anuncis es mostren famílies ideals que no tenen problemes econòmics ni de cap mena... Viuen en unes cases precioses, tenen unes cuines fantàstiques i ho poden comprar tot. Com a la realitat?

### **4. Juguines impossibles?**

Les juguines de les botigues són com les que ensenyen els anuncis? No t'has sentit enganyat mai al comprovar que aquell avió que volava sol a l'anunci quan el tens a les mans l'has de fer volar tu?

No t'ha sorprès que la nina que menjava sola i caminava com una persona no fa res de tot això quan hi jugues? I què me'n dius dels escenaris per on es mouen aquestes juguines? Has comprovat que després, quan obres la capsa, no hi apareixen ni els núvols, ni les platges ni les muntanyes...?

### **5. I com sona!**


La música és molt important per cridar l'atenció de l'espectador. Per això, la majoria dels anuncis s'acompanyen de cançons conegudes i d'efectes sonors potents, com passa als videoclip i als videojocs.

### **6. Famosos en acció**

Observeu com en la majoria dels anuncis que s'adrecen a infants i joves surten personatges famosos, relacionats amb el món dels esports o de la música, i també personatges coneguts dels dibuixos animats (les tres bessones, Ben 10, etc.).

### 7. *Imatges a mil!!!*

Per aconseguir que us quedeu bocabadats i sense respiració davant la pantalla, es fa un muntatge molt ràpid i dinàmic de les imatges: tot passa a gran velocitat i s'acompanya de molts efectes especials i sons.

 Posa en marxa el teu sentit crític! Mira els anuncis i intenta posar un exemple per a cada un d'aquests punts:

TEMA	ANUNCI (Marca)	QUÈ VEIEM?
1. Nens i joves ideals		
2. Gent feliç!		
3. Família ideal		
4. Juguines impossibles?		
5. I com sona!		
6. Famosos en acció		
7. Mil imatges		

### FUNCIONAMENT QUINA MOTO ENS VENEN?

És evident que els anuncis no únicament venen productes, sinó també models que intentem imitar.

Per exemple, en la majoria dels anuncis les **noies** són maques, estan molt preocupades per la seva imatge i per això sembla que només s'interessin per ser primes i atractives o que es dediquin a tenir cura dels marits i dels fills.



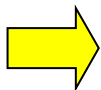
Els **nois** acostumen a ser forts, esportistes, enlluernats pels cotxes i les motos potents, i també pel consum de productes d'alta tecnologia.



Els anuncis marquen molt la **diferència de sexes**.

### FUNCIONAMENT

#### **QUÈ ENS EXPLIQUEN? UN ANUNCI, UNA HISTÒRIA**



Per començar et proposem que llegeixis la història d'En Pep Esport.

Què t'ha semblat? Quines sensacions tens quan veus un anunci que t'agrada? Voldries ser com el protagonista? Et vénen moltes ganes de comprar el producte que s'anuncia?

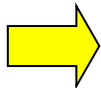
En Pep Esport diu, i potser amb una mica de raó, que les millors pel·lícules són els anuncis. Tots sabem, és clar, que un anunci no és pas una pel·lícula, però, tot i això, hi podem trobar alguna relació.

Els anuncis, com els contes, expliquen petites històries, molt breus, perquè duren pocs segons. Podríem dir que són "**microhistòries**" o "**micropel·lícules**".



Mireu ara les **coincidències** que hi ha entre els **contes tradicionals** i els **anuncis**.

CONTE	ANUNCI
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Es presenta l'heroi, se li posa un nom i se'l situa per l'acció.</li> <li>· L'heroi té un problema i surt del seu lloc habitual per solucionar-lo.</li> <li>· L'heroi demostra les seves virtuts passant per diferents proves, lluita amb l'antiheroi...</li> <li>· L'heroi triomfa i és feliç.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Es presenta el/la protagonista.</li> <li>· Es presenta el seu problema o el seu desig.</li> <li>· Es presenta el producte, se li dóna un nom i es mostren les seves virtuts</li> <li>· El personatge consumeix el producte, soluciona els seus problemes i és feliç.</li> </ul>



Mira un anunci i explica que passa.

PERSONATGE :

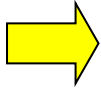
PROBLEMA:

SOLUCIÓ:

## FUNCIONAMENT PER A QUÈ?

Els primers anuncis eren molt directes. Es deia: "**Compri això perquè li convé**". Avui, per dir el mateix es busquen noves formes d'expressió i s'aprofiten els recursos de les noves tecnologies. Però, a més de vendre el producte en qüestió, s'intenta vendre altres coses: emocions, sensacions, sentiments, etc.

També, en un sol anunci, en pocs segons, es multipliquen les imatges a gran velocitat. El conjunt produeix un efecte magnètic en els espectadors.



Compara els següents dos anuncis tot omplint les seves graelles corresponents:

### ODORONO

Producte .....	Durada .....
Marca ..... <b>QUÈ VEIEM/QUÈ ESCOLTEM</b> 1. La imatge · Nombre de plans · Colors que destaquen · Trucs que has observat · Personatges: com són, què fan 2. Text que llegim i escoltem · Eslògan · Veu en off · Diàlegs 3. Sons · Tipus de música (original, versió d'un tema conegut) · Altres sons	..... <b>QUÈ INTERPRETEM</b> 1. Què interpretes d'aquestes imatges? · Quin ritme tenen · Per què serveixen els trucs? · Què volem dir? · Què opines dels personatges i dels conflictes que presenten? 2. Què et comunica i quina intenció tenen l'eslògan i el text? 3. Per què serveixen els sons i la música (evocar, acompanyar...) 4. A quin públic s'adreça l'anunci? 5. Quins valors ens transmet?

## REXONA

Producte .....	Durada .....
Marca .....	
<b>QUÈ VEIEM/QUÈ ESCOLTEM</b>	<b>QUÈ INTERPRETEM</b>
<p>1. La imatge</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Nombre de plans</li> <li>· Colors que destaquen</li> <li>· Trucs que has observat</li> <li>· Personatges: com són, què fan</li> </ul> <p>2. Text que llegim i escoltem</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Eslògan</li> <li>· Veu en off</li> <li>· Diàlegs</li> </ul> <p>3. Sons</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Tipus de música (original, versió d'un tema conegut)</li> <li>· Altres sons</li> </ul>	<p>1. Què interpretes d'aquestes imatges?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Quin ritme tenen</li> <li>· Per què serveixen els trucs?</li> <li>· Què volem dir?</li> <li>· Què opines dels personatges i dels conflictes que presenten?</li> </ul> <p>2. Què et comunica i quina intenció tenen l'eslògan i el text?</p> <p>3. Per què serveixen els sons i la música (evocar, acompanyar...)</p> <p>4. A quin públic s'adreça l'anunci?</p> <p>5. Quins valors ens transmet?</p>

## VEIEM PUBLICITAT

A Internet trobareu moltíssims espots publicitaris. A continuació podeu veure alguns anuncis de quatre grans marques:

- [Coca-Cola](#)
- [BMW](#)
- [Nike](#)
- [Ikea](#)