

# LA PUBLICIDAD



@ROZGADANI  
@HISPANSKI.ROZGADANI  
WWW.ROZGADANI.ORG

QUIZLET

JOANNA DOTZAUER

1

Lee esta entrevista a una experta en publicidad y anota las respuestas a las siguientes preguntas

- ¿Qué relación tienen el big data y el neuromarketing con la publicidad?
- ¿Qué tipos de publicidad y qué objetivos de la publicidad se mencionan?
- ¿Qué ha hecho posible internet en la publicidad?

ENTREVISTA

17 de septiembre de 2020



## Las redes sociales son muy eficaces para seducir a los consumidores.

Marta Ávila, una publicista con más de 30 años de experiencia, nos habla de las tendencias de la publicidad hoy: *big data*, neuromarketing, *influencers* y redes sociales.

Usted lleva 30 años en publicidad, 30 años que han cambiado el mundo. ¿Cómo es la publicidad hoy?

Actualmente, gracias al *big data*, los publicistas tenemos muchos datos sobre los consumidores. Por eso podemos hacer campañas publicitarias muy personalizadas, dirigidas a un tipo específico de consumidor. Además, la publicidad es cada vez más emotiva y menos racional. Sabemos, en gran parte gracias a los estudios de neuromarketing, que lo que muchas veces impacta son los valores que asociamos a los productos, y no tanto lo que mostramos de los productos. Mire, por ejemplo, algunos eslóganes que han tenido un éxito enorme y que han consolidado a grandes marcas: "Just do it", de Nike, es una filosofía de vida; BMW, con su eslogan "¿Te gusta conducir?", evoca libertad. Coca-cola, en sus anuncios, vende una idea de juventud y de comunidad. Y, claro, como la publicidad es un reflejo de

los gustos y sentimientos de cada época, hoy en día vende lo ecológico, lo que es solidario, lo que muestra una cierta preocupación social.

¿Se puede decir que hoy en día la publicidad es sobre todo digital?

Bueno, se siguen haciendo campañas en los soportes de siempre: prensa, radio, vallas publicitarias, televisión... Pero internet tiene cada vez más importancia. Muchas pequeñas empresas anuncian sus productos o servicios por internet porque es la manera más barata de hacerlo. Y también porque saben que las redes sociales son muy eficaces para seducir a los consumidores.

¿Y por eso tienen tanto éxito los influencers?

¡Claro! Esa es una tendencia muy clara de la publicidad hoy. Las empresas comunican de manera más eficaz a través de *influencers* que representan al sector de la población al que le quieren

vender sus productos. Los *influencers* usan las redes sociales para dar a conocer esos productos de manera natural y horizontal. Funciona muy bien.

¿Por qué?

Entre otras razones, porque a través de las redes sociales los consumidores pueden expresar mucho más fácilmente sus opiniones. La gente hoy en día hace mucho más caso de lo que opinan los otros consumidores que de los anuncios... Y las empresas lo saben.

Algunos creen que la publicidad en internet invade cada vez más la intimidad de los consumidores. ¿Cree que es así?

Pues sí, no se puede negar. Por un lado, están los *pop-ups* (ventanas emergentes) con anuncios, los *banners*, y los anuncios en redes sociales... Y, por otro, el *retargeting*, una tecnología que, a través de las *cookies*, localiza los gustos del usuario para poder mostrarle

después anuncios de productos que se corresponden con esos gustos.

¿Cuál es el futuro de la publicidad?

La publicidad es una herramienta imprescindible no solo para las empresas que venden productos, sino también para las instituciones que necesitan comunicarse con el público. Cada vez más, los Gobiernos, los organismos públicos y las ONG lanzan campañas para concienciar a la gente sobre un problema y proponer una solución. E internet ofrece más posibilidades que nunca: las empresas e instituciones ponen anuncios en los buscadores principales, como Google, en YouTube y en redes sociales, como Twitter, Facebook, Instagram o LinkedIn, no solo para informar sobre sus productos, sino también para conocer las opiniones de los consumidores.

Fuente : Aula Plus 3

2

Observa los siguientes anuncios y responde a las preguntas.

- ¿Qué producto se anuncia?
- ¿Cuál es el mensaje principal del anuncio?
- ¿A qué público crees que va dirigido?
- ¿Qué técnicas publicitarias se usan? (humor, nostalgia, colores, etc.)
- ¿Te convence este anuncio? ¿Por qué sí o por qué no?



Fuente :

<https://neoattack.com/blog/100-mejores-anuncios-publicitarios-creativos-del-mundo/>

<https://www.cinconoticias.com/anuncios-mas-famosos/>

@ROZGADANI

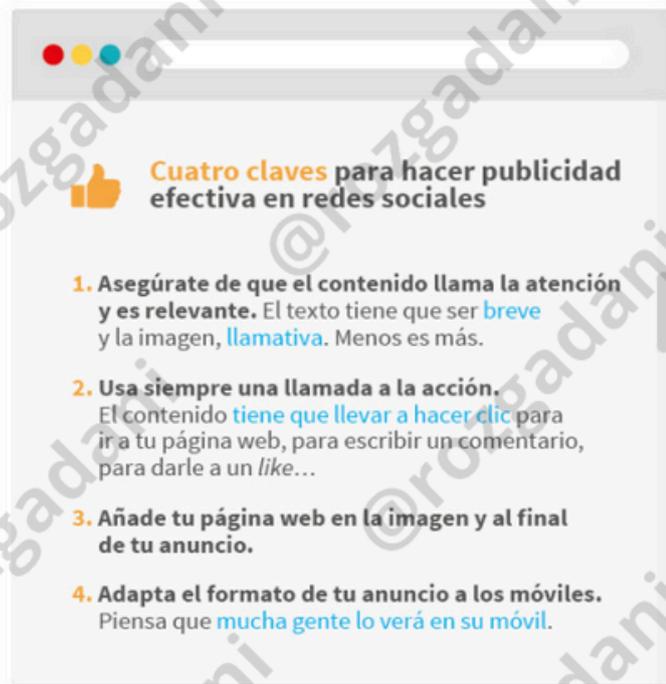
@HISPANSKI.ROZGADANI

[WWW.ROZGADANI.ORG](http://WWW.ROZGADANI.ORG)

3

3

Lee el texto “Cuatro claves para hacer publicidad efectiva en redes sociales”. Luego, mira el anuncio de la derecha. ¿Crees que sigue los consejos que se da en el texto?



**Cuatro claves** para hacer publicidad efectiva en redes sociales

1. **Asegúrate de que el contenido llama la atención y es relevante.** El texto tiene que ser **breve** y la imagen, **llamativa**. Menos es más.
2. **Usa siempre una llamada a la acción.** El contenido **tiene que llevar a hacer clic** para ir a tu página web, para escribir un comentario, para darle a un *like*...
3. **Añade tu página web en la imagen y al final de tu anuncio.**
4. **Adapta el formato de tu anuncio a los móviles.** Piensa que **muchas gente lo verá en su móvil**.



Aitor Jirón  
@aitoron1968

MASCARILLA PURIFICADORA  
**DE MIAL**

Cómo usarla:

- 1 Aplicatela en el rostro.
- 2 Deja actuar 15 minutos.
- 3 Retírala con un pañuelo y lávate la cara con agua tibia.

Para optimizar los resultados, úsala una o dos veces por semana.

TU PIEL SABE  
**LO QUE NECESITAS**

125 likes 31 comentarios 7 veces compartido

¿Qué estructura gramatical se usa en ambos textos?



## IMPERATIVO - REPASO

# EL IMPERATIVO



Las formas de **tú** y **vosotros** en imperativo afirmativo son las únicas que tienen una **conjugación propia**, las demás se conjugan igual que el presente de subjuntivo.

¿CÓMO SE FORMA EL IMPERATIVO AFIRMATIVO?



**-AR** hablar      **-ER** comer      **-IR** vivir

	+	-	+	-	+	-
TÚ	habla	no hables	come	no comas	vive	no vivas
VOSOTROS/AS	hablad	no habléis	comed	no comáis	vivid	no viváis



El imperativo negativo se forma con **no + presente de subjuntivo** en todas las personas.

	+	-	+	-	+	-
USTED	hable	no hable	coma	no coma	viva	no viva
NOSOTROS/AS	hablemos	no hablemos	comamos	no comamos	vivamos	no vivamos
USTEDES	hablen	no hablen	coman	no coman	vivan	no vivan

### USOS



**dar órdenes:** habla más alto  
invitar: venid a mi casa a las 9



**dar instrucciones:** gira a la derecha  
**dar consejos:** no fumes, es malo

### PRONOMBRES

Los pronombres van después en afirmativo: **cómelo**, **cómetelo** y antes en negativo: **no lo comas**, **no te lo comas**.  
Los reflexivos en vosotros pierden la -d: **levantaos** (vosotros), excepto en irse: **idos**

## IRREGULARES



Existen verbos irregulares en imperativo para la persona «tú», pero no para «vosotros».

**SER** sé      **IR** ve      **VENIR** ven      **TENER** ten      **SALIR** sal      **HACER** haz      **DECIR** di      **PONER** pon

Los verbos con cambio vocálico en presente de indicativo mantienen la forma de su raíz en el imperativo afirmativo de «tú»:

**pensar** > piensas > **piensa** (tú)

Otros verbos:

pedir > pides > pide  
dormir > duermes > duerme  
elegir > eliges > elige  
...

sentir > sientes > siente  
volver > vuelves > vuelve  
seguir > sigues > sigue  
...

Los verbos con cambio vocálico en presente de indicativo **también cambian en presente de subjuntivo**. Algunos verbos cambian en más personas:

**duerma** (usted)  
**durmamos** (nosotros/as)  
**no durmáis** (vosotros/as)

Los verbos con **cambio ortográfico en presente** también cambian en imperativo:

**oír** > oyes > **oye** (tú)

Fuente: profedelee - versión digital



4

Completa la tabla de los verbos irregulares.

DECIR

EMPEZAR

SALIR



tú

él/ella/usted

vosotros/as

ellos/as/ustedes

afirmativo	negativo	afirmativo	negativo	afirmativo	negativo

5

Escribe las frases

1. Coger / el / teléfono.

tú

¡Coge el teléfono!

usted

Coja el teléfono.

2. Traer / la / cámara de fotos.

\_\_\_\_\_

3. Dar-me / tu / su número de móvil.

\_\_\_\_\_

4. Esperarme / en la puerta de la clase.

\_\_\_\_\_

5. Hacer / ejercicio / y / comer / más verdura.

\_\_\_\_\_

6. Cerrar / el libro.

\_\_\_\_\_

7. Pasar / por allí.

\_\_\_\_\_

8. Venir / a mi casa.

\_\_\_\_\_

9. Ir / al médico.

\_\_\_\_\_

6

Escribe la forma negativa.

1. Enciende la tele.
2. Empieza ya.
3. Sube al autobús.
4. Sal de casa.
5. Pon la lavadora en marcha.
6. Di la verdad.
7. Llama a Joaquín.
8. Haz los ejercicios.
9. Vuelve mañana.
10. Come más chocolate.
11. Paga tú las bebidas.
12. Pide otra bebida.
13. Ven antes de las diez.
14. Ve a casa de Rodolfo.
15. Trae más patatas.

No enciendas la tele.

No \_\_\_\_\_ todavía.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Fuente : Aprende A2

más actividades





7

## En grupos, crea tu propio anuncio

- Elige un producto (puede ser inventado o real).
- Crea un anuncio con eslogan, público objetivo y estilo visual (pueden dibujarlo o describirlo).
- Presenta el anuncio al resto de la clase como si estuvieras en una agencia de publicidad.

ELEMENTO	IDEAS DEL GRUPO
nombre del producto	
público objetivo	
eslogan del anuncio	
características (estilo - humor, emocional, moderno)	
medio de difusión	
descripción visual	
frase / mensaje final	

