

COMUNICACIÓN

# Describir un anuncio

**NIVEL**

Intermedio

**NÚMERO**

ES\_B1\_2014X

**IDIOMA**

Español

## Objetivos

- Puedo estructurar los diferentes elementos de un anuncio publicitario.
- Puedo reconocer sin problemas los valores de la publicidad y dar mi opinión sobre estos.



# Vocabulario

Lee estas palabras. ¿Qué idea te inspiran? **Piensa** en una sola palabra que las englobe a todas.

logo

consumidor

eslogan

imagen

marca ?

producto

encabezado

audiencia

estudio de mercado



# ¡Comenzamos!

Lee y responde.

“La imagen es el elemento de un anuncio que atrae a la mayoría de la audiencia. Pero...  
¿Es cierto que una imagen vale más que mil palabras? ¿Qué importancia tienen las palabras en los anuncios?”



¿Qué crees que tiene más impacto en un anuncio publicitario?

¿El producto, la imagen, el eslogan...?

¿Qué te atrae más de los anuncios?

# Las partes de un anuncio

Todos somos consumidores y vemos anuncios a toda hora, pero ¿nos hemos detenido a analizar los diferentes elementos que componen un anuncio publicitario?  
¡Veamos cuáles son!





# ¿Qué es cada uno?

Relaciona.

- |   |   |   |                                |
|---|---|---|--------------------------------|
| 1 | <i>Consiste en incitar o invitar a la compra, pero hay que hacerlo de manera discreta.</i>              | a | <b>encabezado</b>              |
| 2 | <i>Forma en que queremos que el consumidor se ponga en contacto con la empresa.</i>                     | b | <b>cuerpo</b>                  |
| 3 | <i>Es el texto que da información sobre el producto. Debe estar escrito en el lenguaje del público.</i> | c | <b>logotipo</b>                |
| 4 | <i>Llama la atención y es el responsable de que el consumidor lea el anuncio completo.</i>              | d | <b>eslogan</b>                 |
| 5 | <i>Frase que hace que el público recuerde el anuncio. Debe ser corta y original.</i>                    | e | <b>llamada a la acción</b>     |
| 6 | <i>Símbolo o marca que nos diferencia de la competencia. Debe ser sencillo e ingenioso.</i>             | f | <b>información de contacto</b> |







## Responde las preguntas

**¿Qué características crees que tienen que tener los logos?**



**¿Qué logotipos recuerdas? ¿De qué marcas?**

**¿Qué logotipo te parece original o efectivo?**



# La imagen de un anuncio

Los publicistas han escogido esta imagen como fotografía para un anuncio de... ¿qué producto?

**Responde:**

1 Imagina el producto. ¿Cuál puede ser?

2 ¿A qué tipo de público va dirigido?

3 ¿Cuál podría ser el logotipo del producto?







# Personaliza el anuncio

El anuncio debe ajustarse a los diferentes tipos de público.

**Responde:** ¿cómo serían los anuncios para estos públicos?



Según estos tipos de audiencia o potenciales consumidores, piensa en cómo serían diferentes entre sí.



**Toma una foto** de esta actividad **antes** de entrar en la *breakout room*.

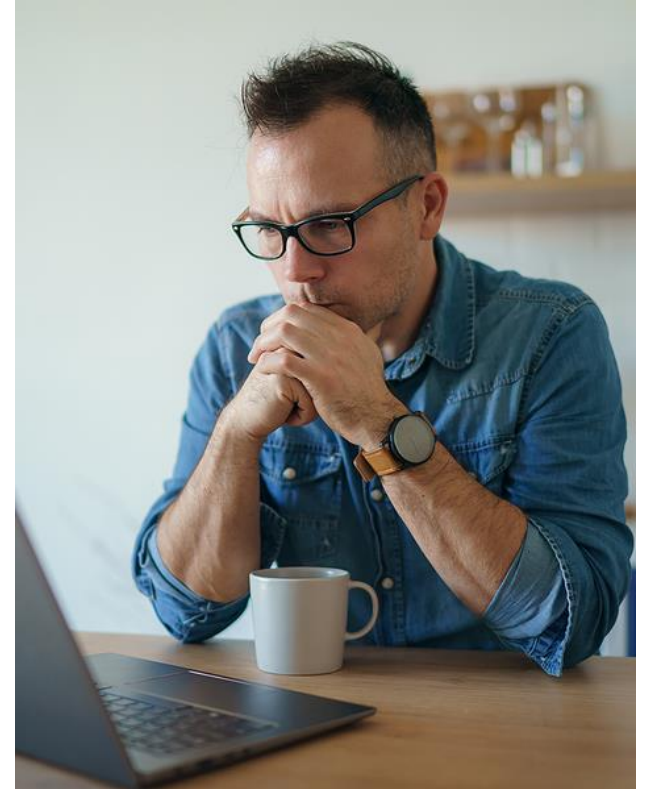


# Anuncios famosos

**Describe** un anuncio famoso en tu país.

**Piensa en un  
anuncio  
famoso.**

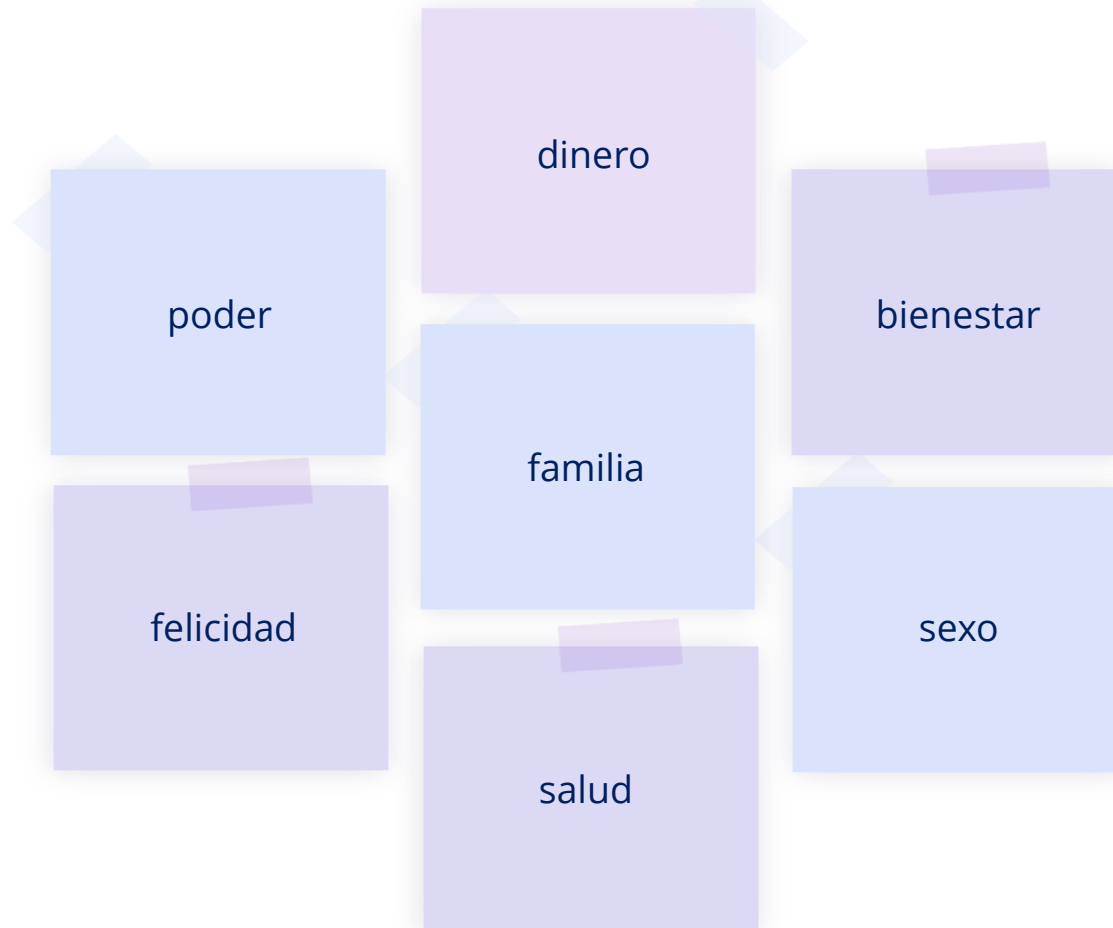
**¿Por qué crees que este  
anuncio tiene tanto éxito?**





# ¿Qué opinas?

Acá tienes una lista de algunos valores transmitidos por la publicidad. ¿Qué opinas sobre cada uno de ellos? **Analízalos.** ¿Se te ocurren algunos más?





# Debatimos

**Responde** estas preguntas y da tu opinión al resto de la clase.



¿Existen **estereotipos** en los anuncios?

¿Crees que los anuncios son **inclusivos** hoy en día?

¿Qué tipo de anuncios piensas que **discriminan**?

# Los anuncios y los mensajes que transmiten

**Responde** las preguntas: ¿Qué tipo de mensajes transmiten normalmente los anuncios de estos productos? ¿A qué público tienden a estar dirigidos?



autos

electrodomésticos

productos de belleza

alimentos bio

Ej.

Los anuncios de autos normalmente transmiten libertad, facilidad de viajar, potencia...



# Describe un anuncio

**Elige** un anuncio que te guste y **descríbelo**. Puedes utilizar alguna de estas expresiones.



El anuncio trata de...

Es un anuncio de...

En el anuncio aparece...

El eslogan principal es...

La fotografía muestra...

Al final del anuncio dice...

El público al que se dirige es...

El lenguaje que emplea es...

Los valores que transmite el anuncio son...





# ¡Bienvenidos a la agencia de publicidad!

Vamos a crear un anuncio publicitario.



Debemos escoger la **marca**, el **producto** que queremos publicitar, el **público** al que va dirigido y los **valores** que deseamos transmitir.



# ¡Bienvenidos a la agencia de publicidad!

Vamos a crear un anuncio publicitario.



Debemos escoger la **marca**, el **producto** que queremos publicitar, el **público** al que va dirigido y los **valores** que deseamos transmitir.



Luego, hay que diseñar los diferentes elementos del anuncio: **encabezado**, **cuerpo**, **llamada a la acción**.



# ¡Bienvenidos a la agencia de publicidad!

Vamos a crear un anuncio publicitario.



Debemos escoger la **marca**, el **producto** que queremos publicitar, el **público** al que va dirigido y los **valores** que deseamos transmitir.



Luego, hay que diseñar los diferentes elementos del anuncio: **encabezado**, **cuerpo**, **llamada a la acción**.



Finalmente, hay que crear un **eslogan** atractivo que el público recuerde con facilidad.



# Inventa la historia

**Observa** las imágenes e **inventa** una historia donde todos los elementos giran en torno al poder de la publicidad.

Esta persona tiene un deseo, ve un anuncio y... ¿Qué ocurre?  
Continúa la historia.





# Fin de la lección

Expresión

***Una imagen vale más que mil palabras***

**Significado:** Una representación visual puede ser más efectiva y expresar mejor un significado que una descripción.

**¿Existe en tu idioma una expresión similar?**





# Práctica adicional



# ¿Qué opinas?

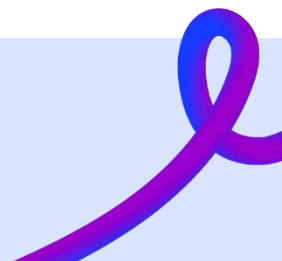
¿Estás de acuerdo o en desacuerdo con estas frases? ¿Por qué?

**“El consumo nos da felicidad”.**

**“Los productos no deberían distinguirse entre productos para hombres y mujeres”.**

**“Necesitas el último modelo de teléfono celular para estar a la moda”.**

**“El consumo debe ser responsable y los productos sustentables”.**





# Completa el texto

**Utiliza** las palabras de la caja rosa.

La primera línea de un anuncio se llama \_\_\_\_\_ o encabezado. La línea más grande que aparece a continuación es el \_\_\_\_\_.

A continuación viene el \_\_\_\_\_, donde expones las ideas con una redacción inteligente y adaptada al tipo de \_\_\_\_\_ que desees para tu producto.

La \_\_\_\_\_ debe ser escogida estratégicamente, ya que es el elemento que atraerá la mirada del potencial consumidor.

También hay que incluir un \_\_\_\_\_ que sea fácil de memorizar y el \_\_\_\_\_ de la empresa, que nos diferencia de la competencia.

¡Y no te olvides de la \_\_\_\_\_! Así el potencial cliente podrá dejar de ser potencial y convertirse en real.

eslogan

encabezado

público

cuerpo

fotografía

información de  
contacto

logotipo

título



# Partes de un anuncio

**Escribe** los elementos de un anuncio y sus principales características.



¿Qué no puede faltar en un anuncio publicitario?

¿Cómo debe ser cada elemento del anuncio?

Puedes volver a la página 6 para revisar los conceptos.



# Soluciones

**P. 3:** Anuncio (publicitario); publicidad; *marketing*.

**P. 6:** 1. llamada a la acción 2. información de contacto 3. cuerpo 4. encabezado 5. eslogan 6. logotipo.

**P. 23:** La primera línea de un anuncio se llama **título** o encabezado. La línea más grande que aparece a continuación es el **encabezado**. A continuación, viene el **cuerpo**, donde expones las ideas con una redacción inteligente y adaptada al tipo de **público** que deseas para tu producto. La **fotografía** debe ser escogida estratégicamente, ya que es el elemento que atraerá la mirada del potencial consumidor. También hay que incluir un **eslogan** que sea fácil de memorizar y el **logotipo** de la empresa, que nos diferencia de la competencia. ¡Y no te olvides de la **información de contacto**! Así el potencial cliente podrá dejar de ser potencial...



# Resumen

## Las partes de un anuncio

- el encabezado; el cuerpo; la llamada a la acción; el eslogan; la información de contacto; el logotipo
- *En la información de contacto incluimos la forma o el canal por el que queremos que el consumidor se ponga en contacto con nosotros.*

## Anuncios

- Los **mensajes** que pueden transmitir o promover: poder; felicidad; bienestar; inclusión, estereotipos, discriminación, multiculturalidad
- **Productos:** electrodomésticos; alimentos bio; de belleza; servicios





# Vocabulario

el logo

transmitir

mostrar

el encabezado

el estudio de mercado

el eslogan

la imagen

el producto

la audiencia

el cuerpo

llamada a la acción

el logotipo

la información de contacto

el objetivo

inclusivo, inclusiva

tratar de

dirigirse a



## Notas