

PROCESOS DE COMUNICACIÓN

LA PUBLICIDAD

HISTORIA DE UN ANUNCIO

POR SI NO LO SABÍAS...

Al principio, hace muchos años, la publicidad era bastante simple. O sea, un anuncio era esto:

GASEOSA MANOLITA

¿Ya está? Sí, ya está. Los anuncios eran así porque sólo se pretendía dar a conocer el producto y su nombre. Y se suponía que la gente lo compraría, sin más, por las buenas.

Poco después, el fabricante se atrevió a pedir al consumidor que, además de recordar que existía la **GASEOSA MANOLITA**, se la bebiera. Y el anuncio quedó así: **BEBA GASEOSA MANOLITA**.

Pero la **GASEOSA MANOLITA** no era la única que había, como puedes imaginarte, y un día la competencia colocó un cartel al lado que decía lo mismo: **BEBA GASEOSA SINFOROSA**. Y el pobre consumidor se quedaba hecho un lío: ¿cuál bebo? ¿**MANOLITA** o **SINFOROSA**?

Así que había que ser necesariamente más ingenioso si se quería llamar más la atención de la gente. Así que el fabricante contrató a un publicista. Y aunque te parezca mentira, empezaron a aparecer anuncios como éste:

**GASEOSA MANOLITA,
la beben los caballeros
y también las señoritas.**

Desde entonces, uno de los recursos típicos de la publicidad va a ser la rima, aunque hoy día se utiliza poco.

Pero la competencia no se quedó con los brazos cruzados y contraatacó con un recurso que entonces era toda una novedad y que ahora, sin embargo, es de los más eficaces: la exposición de cualidades del producto, usando construcciones comparativas (*Nuestras patatas fritas son **más crujientes que otras***) o de superlativo absoluto (*Nuestras patatas fritas son **las más crujientes***). Se trataba de destacar, intensificándola al máximo, una cualidad del producto que lo hiciera más atractivo para el posible comprador:

**GASEOSA SINFOROSA,
la más refrescante
y espumosa**

De este modo, a **GASEOSA MANOLITA** no le quedó más remedio que empezar a ofrecer algo más que gaseosa:

**BEBE GASEOSA MANOLITA Y LLÉVATE UNA MOTOCICLETA.
Busca debajo de los tapones.**

Si eres observador habrás notado algunos cambios. Por ejemplo, al consumidor ahora se le tutea. Y también el tipo de letra ha cambiado, es más actual. Ésta será la letra con la que el consumidor identifique a partir de ahora a la marca.

Pero en **GASEOSA SINFOROSA** ya regalaban un balón de playa sin sorteos, sólo con comprar un *pack* de seis botellas.

Y **GASEOSA MANOLITA** contrató a un famoso futbolista para que apareciera en los anuncios, sonriente, bebiéndose un buen trago de la gaseosa (no sin antes, curiosamente, echarse la mitad por la cabeza).

Y **GASEOSA SINFOROSA**, que ahora ya era **GASEOSA SINFOROSA**, rodó un anuncio con una guapísima actriz de moda que salía en bikini tomándose su gaseosa (de paso, ya puestos, se nos insinuaba que su estupenda figura se la debía al hábito de beber gaseosa de esa marca).

Hasta que un buen día, un ejecutivo de **GASEOSA SINFOROSA** enciende la tele y se encuentra con anuncio de chicos y chicas, jóvenes y atractivos, que hacen música en plena calle con las botellas de **GASEOSA MANOLITA**, golpeándolas con unas baquetas, abriéndolas después de agitarlas (y poniéndose perdidos, claro), etc. De fondo se oye una conocida canción de moda (¿o la canción está de moda porque sale en el anuncio? A veces ocurre y es una forma de promocionar a cantantes y grupos nuevos).

¿Qué crees que pensó el ejecutivo de **GASEOSA SINFOROSA**? ¿Que se habían vuelto locos? Todo lo contrario. Llamó inmediatamente a su agencia de publicidad y les encargó que respondieran con un anuncio que fuera ...

¡AHORA TE TOCA A TI!

En primer lugar, debes buscar ejemplos de cada uno de los tipos de anuncios que han ido apareciendo, indicando en qué medio de comunicación los has encontrado (revistas o periódicos / vallas publicitarias / radio / televisión / internet). Todos ellos, incluido el primero, siguen utilizándose hoy día, así que no te resultará difícil.

Simultáneamente, debes ir haciendo una lista de todos los recursos utilizados (como la rima, por ejemplo).

Por último, imagínate que trabajas en una agencia de publicidad para **GASEOSA SINFOROSA** y que te encargan rodar un anuncio para televisión que responda a la última campaña de la competencia. ¿Qué se te ocurriría? Pues ¡a trabajar, que para eso te pagan!
