



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



MÓDULO 1

Definición de Publicidad.

Principales características del anuncio publicitario.

Definición de Estrategia Creativa.

DEFINICIÓN DE PUBLICIDAD

El término Publicidad deviene del Latín: Publicare o Publicus.

Es decir “hacer Público algo: dar a conocer un objeto, una persona, una marca,etc.”

La Publicidad es una técnica de comunicación comercial. Utiliza los medios masivos de comunicación y sus tecnologías para divulgar sus mensajes. De esta manera alcanzará efectivamente a sus destinatarios, que serán los diferentes públicos que intervienen en el proceso de comunicación en el rol de receptores.

En paralelo a esta definición encontramos a “**La Propaganda**” que tiene las mismas características que la Publicidad, pero difiere en sus objetivos. La Propaganda tiene objetivos sociales, culturales, religiosos, políticos, pero nunca comerciales. Por ej: Una campaña de medio ambiente, una propuesta política, una campaña de vacunación, etc.



Principales características del anuncio publicitario.

Los anuncios publicitarios poseen diferentes características y formatos en cuanto al mensaje, el contexto, el diseño, la marca y los públicos a los que están orientados.

Un anuncio publicitario es un soporte donde se coloca un mensaje textual (escrito) o iconográfico (imágenes).

De acuerdo al tipo de soporte recibe diferentes nombres:

1. **En televisión y cine** se denomina: spot publicitario.
2. **En Radio:** Spot o cuña radial según el país.
3. **En Diarios y Revistas:** Se denominan simplemente avisos gráficos.
4. **En Vía Pública o Publicidad exterior /Outdoor:** Los soportes o formatos son muy variados. Encontramos el clásico afiche en diferentes medidas. Pero también hoy se aplican otras tecnologías en este contexto como led, avisos corpóreos, sensores de aproximación, etc.
5. **En Internet:** Los formatos digitales en sitios y redes varía muchísimo, encontrando los clásicos banners, avisos al pie de pantalla,, los adwords de Google, spot, webisodios, advergames (juegos con publicidad incorporada), aplicaciones, etc. Donde la publicidad está incorporada en las escenas, muchas veces sin que nos demos cuenta. Por ejemplo: La indumentaria de los actores. El propio producto es el personaje principal como el caso de thriller de BMW que se destaca en el video de BMW del material complementario. Este formato se denomina Advertainment (Adver de advertising: Publicidad en idioma inglés. Y tainment apocope de entertainment).

Es ser líder de tu vida

La Estrategia Creativa

¿Cómo la entendemos?

Contestando este interrogante, se puede concebir a la misma, como una herramienta estratégica que exige, sobre todo, un esfuerzo intelectual de parte del profesional que la elabora. Tiene por misión y por función, orientarnos - como una brújula - hacia nuestro Norte, que es sin lugar a dudas, el hallazgo y posterior construcción de la GRAN IDEA o Idea memorable, entendiendo este vocablo, no como sinónimo de algo trascendente (aunque es válido también), sino como una huella indeleble que debe quedar en la mente. La misma debe cumplir con la función enganche con la marca. Marca e idea deben estar coherentemente ligadas, relacionadas. Si la idea va por un lado y el concepto de la marca por otro no estamos haciendo bien las cosas: *La idea se dice que está fuera de estrategia.*

LA ESTRATEGIA CREATIVA, NO ES LA IDEA CREATIVA. NOS CONDUCE HACIA ELLA, POR EL CAMINO DEL ANÁLISIS ERUDITO Y LA REFLEXIÓN INTELECTUAL. (F.Roig:2011)

CAPACITARTE
Es ser líder de tu vida