

M,

# Análisis de la publicidad

A silhouette of a large crowd of people, representing an audience, positioned at the bottom of the slide.

**Edufuturo**

Somos una sociedad consumista, acostumbramos a consumir no solo lo necesario, sino que siempre un poco más. Y ese poco más, muchas veces es influenciado por la publicidad, que nos lleva a comprar productos innecesarios, no perdurables y fácilmente sustituibles por otros. Lo que importa es consumir y consumir. La publicidad es la gran cómplice en este proceso.

## **La publicidad subliminal**

La publicidad produce anuncios que envían mensajes al subconsciente, a través de imágenes o sonidos. Estos mensajes pasan la barrera de la mente racional, o sea, la parte consciente de la persona. Lo hacen a través de la inclusión de imágenes escondidas dentro de otras imágenes, ilusiones visuales creadas combinando espacios y líneas en blanco, uso de frases o imágenes en doble sentido, proyección de imágenes o sonidos en ultra frecuencia (altas velocidades) no audibles normalmente, emisión de luz y sonido de baja intensidad para dirigir la atención a donde se quiere, uso de la luz y sonido para provocar las emociones que se desean.

Cuando observas un anuncio publicitario, no importa en qué medio se esté difundiendo, debes estar atento al tipo de mensaje que estás viendo y cómo pretende condicionar tu conducta. La publicidad mantiene una serie de imágenes, o modelos como representativos de un grupo social, nos hace pensar que, si no somos así, no pertenecemos a ese grupo. Resalta la importancia de ser de una forma determinada para poder pertenecer. Si no encajas, si no perteneces...estás fuera de todo. Debes

estar alerta, tener la capacidad de discernir sobre este tipo de mensajes y no permitir que influyan en tu forma de ser o de actuar.

Observa y analiza, los anuncios pretenden condicionar tu forma de actuar, para enmarcarla dentro de determinados roles, por ejemplo: ideal relacionado a la condición física, forma de vivir, todo el mundo está feliz si usa o consume determinado producto, todo el mundo hace deporte o se mantiene en fiestas para ser feliz.

Debes estar consciente de tu realidad y no asumir como propia la realidad de fantasía que te presenta la publicidad. Generalmente las estrellas de los anuncios o protagonistas de la televisión, son personas altas, delgadas, hermosas, cuando aparece un gordo, es el divertido o el rechazado. No hagas caso de esas señales, no corresponden a la realidad. Nosotros somos los artífices de nuestra realidad.

Los jóvenes, adolescentes y los niños, son el objetivo preferido de la publicidad. Constituyen el público ideal, el más receptivo para los mensajes que desean enviar, en teoría no tienen el poder adquisitivo, pero definitivamente, sí tienen el poder de influenciar e incluso, decidir la compra, con los padres de familia.

El problema, es que son muy manipulables y absorben lo observado y hacen propios los mensajes de moralidad, religión, respeto y comportamiento. Por ello es importante que aprendas a analizar los anuncios y a discernir el tipo de información que quieres procesar. Aléjate de los estereotipos, no es necesario que te guste todo el tipo de música que anuncian y que supuestamente identifica a la juventud, no es necesario que te diviertas de noche, que ingieras bebidas alcohólicas para ser feliz.

Debes saber analizar los trucos que usan los publicistas para manipularte, es necesario que los conozcas para tener una actitud crítica hacia la publicidad.

La reconocida profesora Amaya Gil, de la universidad católica Andrés Bello de Venezuela, dice que el proceso de manipulación colectiva, es el siguiente:

— Modelación estratégica de la mente, la voluntad y los sentimientos, orientándolos en una determinada dirección. Se trata de que las personas no piensen por sí mismas, sino que piensen y sientan lo que les digan.

— Adoctrinamiento cultural. Se promocionan nuevas ideas, formas de pensar y de actuar. Todo lo nuevo es “cool”, es moderno y juvenil, todo lo anterior es atrasado y fuera de moda. Entre lo antiguo, se incluye la religión, la ética, la moral, los valores, la historia.

— Configuración de la conducta: las ideas motrices que se han convertido en ideales ya se consideran como los valores decisivos de la nueva sociedad.

No caigas en la trampa de creer que los mensajes comerciales son los auténticos portavoces del sistema actual, no es cierto que la vida de los jóvenes se trate solo de divertirse. No es cierto que todas las personas sean hermosas, que siempre estén felices, que todo el mundo tenga el cuerpo perfecto, el carro último modelo y la ropa de moda. El mundo real es diferente, las amas de casa no siempre están arregladas,

el lavado de la ropa, aunque el jabón huela muy bien, no siempre es una tarea agradable, cuando preparamos la comida, no siempre estamos cantando.

Pongamos las cosas en su justa dimensión, por ejemplo: si mi pelo es colucho y lo tengo maltratado, solo por usar el shampoo ultra novedoso, del anuncio, no se me va a ver como el pelo de la modelo del anuncio. Ella lleva horas siendo peinada y haciendo que su pelo luzca así. No quiere decir que el shampoo sea malo, solo no te crees falsas expectativas. Analiza el contenido del producto, compara el precio, con el que tú puedes pagar y si decides comprarlo, tienes que ser objetivo y no esperar milagros.

El anuncio del jabón, que dice que todos los demás productos son malos, no necesariamente es verdadero. Probablemente tu sartén usado, no va a quedar radiante y a lucir como nuevo, solo con rociarlo y pasarle el pashte. Nuevamente, analiza el costo, versus tu presupuesto y sí te llama la atención, cómpralo y prueba.

Recuerda, lo que el anunciante quiere, es vender. Venderte el producto, venderte la idea de que esto o aquello van a pasar si tú usas ese producto. Esa es su intención y va a usar los recursos que sean necesarios para convencerte, va a decirte lo que deseas escuchar.

La publicidad es buena, ya que te da a conocer los productos, te mantiene informado sobre las últimas novedades, te muestra nuevos usos de los productos que has usado y que no conocías. A través de la publicidad, tienes la oportunidad de comparar

precios, te da la oportunidad de elegir. El problema, es que, con tal de vender, muchas veces recurren al engaño. Por ejemplo, el yogurt que dice “natural” y cuando lees detenidamente, la letra diminuta, en donde figuran los ingredientes, te encuentras con que tiene azúcar. Perdón, pero SI tiene azúcar, NO es natural.

Otras formas de engaño, son: los testimonios exagerados de gente que está claramente pagada para hacerlo; las exageraciones, en vehículos súper veloces o mágicos productos de limpieza; la asociación fuera de la realidad, entre el uso de un producto y sus efectos, como en el caso del cigarrillo, playa, arena y chicas y chicos guapos; la letra pequeña con información importante, para que no te enteres; productos de belleza que van a hacer milagros.

No toda la publicidad es engañosa o exagerada, hay buenos anuncios publicitarios, que te ofrecen productos o servicios con beneficios reales. Lo único que debes hacer, es aprender a discernir entre lo real o factible y lo contrario.

Mucho cuidado con los anuncios que aparecen en las redes sociales, fíjate, todo es lindo, barato, de buena calidad. Si son productos para adelgazar, te quitan el hambre por completo, te adelgazan solo los brazos o solo el estómago, y los efectos se notan en una semana. Si son productos para verte más joven, el efecto es casi instantáneo. Todo lo que venden por internet, es fabuloso, está en perfectas condiciones y funciona de inmediato.

Nuevamente, no los rechaces, aprende a analizar. ¿Hay algún alimento que solo te engorde los brazos?

Los anuncios impresos, generalmente tienden a tener información más veraz, en cambio los anuncios por radio o televisión, suelen ser más fantasiosos, exagerados, menos tangibles.

Con el uso del internet, tienes la enorme ventaja de poder consultar las opiniones, que antiguos usuarios tienen, sobre determinado producto. No tienes más que teclear en la ventana del navegador: “opiniones sobre.....” y escribes el nombre del producto y te aparecerán un sinfín de las últimas revisiones sobre el uso o consumo del producto. Siempre debes tener cuidado, observa quién publica, si es la misma persona la que opina varias veces o son varias personas. Selecciona las fuentes que estás consultando, regularmente hay una sección con la opinión de los usuarios.

# Referencias

<https://militak.wordpress.com/influencia-de-la-publicidad-en-el-comportamiento-de-los-jovenes-y-a-dolescentes-2/>

<http://html.rincondelvago.com/consumo-y-publicidad.html>

[www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)