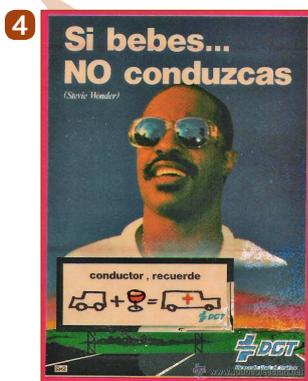


La publicidad en España

1 Observa estos anuncios publicitarios españoles. Relaciona cada uno con la década a la que crees que pertenece.



- a 1940 ➔ c 1960 ➔ e 1980 ➔ g 2000 ➔
 b 1950 ➔ d 1970 ➔ f 1990 ➔

2 Habla con tu compañero/a y di qué características de las imágenes te han ayudado a decidir: los personajes, el mensaje, la forma de vida o el texto.

3 Para comprobar tu respuesta, relaciona cada imagen con los siguientes textos sobre la publicidad en España.

- a** En la actualidad, en España como en el resto del mundo, no puedes abrir ninguna página en internet en la que no aparezcan mensajes publicitarios; cualquier buscador, tu correo electrónico, redes sociales... Son sofisticados, clásicos, nacionales, internacionales... En cualquier caso, a los jóvenes usuarios nada les sorprende porque hay tanta publicidad a su alrededor que han dejado de verla.
- b** En los 60 se generalizan los electrodomésticos que mejoran el nivel de vida. Comienzan a aplicarse las técnicas de *marketing* norteamericano y con Eurovisión la televisión española se conecta, por fin, con el mundo.

c En los años 90, con la nueva ley, se entablaron amplias discusiones sobre la ética publicitaria, sobre qué se podía mostrar y hasta dónde se podía llegar. De esta década recordaremos los polémicos anuncios de una marca de ropa, se habla de racismo, sexismo, exceso de sexo... Productos como el tabaco y el alcohol, antes tan aceptados, sufrieron un acoso sin precedentes, también se prohibieron en las vallas publicitarias. Aparece internet, también en España. Cambian las estrategias publicitarias. En estos momentos ya no le dan importancia a convencer directamente al consumidor con las características del producto, sino que lo hacen de forma indirecta, con metáforas o la imagen de este. También se apoyan en elementos novedosos, como efectos especiales o situaciones fantásticas. La música actual y moderna, los colores llamativos, los personajes y las situaciones ideales van dirigidos a la emoción del consumidor para convencerlo de que compre el producto.

d En los años 50 predominaban los anuncios de objetos: alimentos, perfumería y baño o licores, como el coñac o el anís. Se bebió durante muchas décadas el famoso "sol y sombra" (anís y coñac) que ponía en funcionamiento al país. Los canales que se utilizaban eran carteles, prensa y radio.

e Los 70 estarán caracterizados por mensajes más enfocados al ocio y el bienestar, es decir, coches, cámaras de fotos, teléfonos, refrescos que se beben en playas en vacaciones...

f En los años 40 se utilizaba básicamente la publicidad como propaganda del régimen político que existía en España: la dictadura franquista. El país unido a través de la familia y el trabajo duro. Existía la censura, que duró, de hecho, hasta 1976.

g Es a partir de la década de los 80 cuando la publicidad se convertirá en un instrumento capaz de generar y cambiar comportamientos. En estos años empezarán a verse las primeras campañas políticas e institucionales (por ejemplo, no conducir si bebes alcohol). Había llegado la Democracia. La década viene marcada por la derogación del estatuto de publicidad de 1964, ya anticuado, a favor de la *Ley General de la Publicidad* de 1988.

4 En grupos, participaréis en un debate en el que tendréis que defender vuestra postura sobre el tema: **La ética en la publicidad**. Seguid las instrucciones que os va a dar vuestro profesor/a.

Alumno A

La anomalía para provocar:
"Derecho a la libertad de expresión".

No todo es posible: "Derecho a la intimidad, a la protección de la juventud, a la igualdad".

Alumno B