

LA PUBBLICITA'

Che cos'è la pubblicità?

Ipotesi:

-
-

Quindi a che cosa serve la pubblicità?

- 1) Serve a far vendere di più il prodotto reclamizzato;
- 2) serve a stimolare il desiderio di possedere quel prodotto;
- 3) induce il consumatore a ritenersi stupido o mancante di qualche cosa se non possiede quel prodotto;
- 4) mette in cattiva luce o disprezza gli altri prodotti ritenendoli inferiori.

Dal vocabolario: attività volta a far conoscere l'esistenza di un bene o di un servizio ed a incrementarne l'uso e il consumo.

Con il termine pubblicità si intende quella forma di **comunicazione** a pagamento, diffusa su iniziativa di operatori economici, aziende, ecc. attraverso mezzi come la **televisione**, la **radio**, i **giornali**, le **affissioni**, la **posta**, **Internet**, che tende **in modo intenzionale e sistematico a influenzare gli atteggiamenti e le scelte degli individui in relazione al consumo di beni e all'utilizzo di servizi.**

CURIOSITA' SULLA PUBBLICITA'

- Già nell'antica Babilonia esisteva la pubblicità Orale, nel senso che i mercanti ambulanti urlavano ai passanti le qualità delle proprie merci.
- Nell'antichità sono state trovate nelle stive delle navi fenicie anfore con le “ Marche dei vini”.
- A Pompei sono stati trovati timbri che recavano il nome di un costruttore e servivano a marchiare i prodotti del costruttore.
- Nel medioevo c'erano i banditori che gridavano gli annunci lungo le strade per attirare l'attenzione dei clienti.
- L'elemento più importante per la diffusione della pubblicità fu la scoperta della stampa avvenuta nella seconda metà del 1400: ecco che cominciarono ad essere inventati i “ volantini” cioè dei fogli scritti che divulgano un prodotto o una attività.
- Il primo annuncio pubblicitario a pagamento apparve il 1630 in Francia sulla Gazzetta.
- Nel 1658 apparve il primo messaggio pubblicitario sul thè
- Nel 1830 apparve il primo manifesto pubblicitario in bianco e nero e nel 1836 il primo a colori.
- Il mondo della pubblicità venne completamente rivoluzionato con l'arrivo della televisione. Nacque così un vero spettacolo per reclamizzare i prodotti che veniva offerto ai clienti solo una volta durante la giornata alle ore 20.50 dopo il

telegiornale durava circa dieci minuti e ogni pubblicità durava 2 minuti e mezzo: si chiamava Carosello.

A chi viene rivolta la pubblicità?

.....

Che tipo di comunicazione è usata nella pubblicità?

.....

Che cosa suscita in genere la pubblicità?

.....

Dove si trovano i messaggi pubblicitari?

....

Tu che cosa pensi della pubblicità?

.....

Come ci viene presentata la pubblicità, che cosa vediamo?

Guardando la pubblicità si vede sempre che:

- 1) viene sempre presentata gente: bella, pulita, elegante e felice;
- 2) tutti sono ricchi, le case sempre grandi, pulite e piene di comodità, le tavole sono sempre ben apparecchiate e ricche di cibi costosi e abbondanti;
- 3) le famiglie sono sempre riunite in pace e in armonia;
- 4) la vita dei protagonisti della pubblicità è facile e non presenta problemi;
- 5) la pubblicità è elaborata affinché resti nella mente del consumatore il nome del prodotto.

Sandrino e la televisione

Sandrino guarda talmente tanto la televisione che conosce a memoria tutte le pubblicità e le usa per rispondere alla mamma:

- ◆ - Sandrino ti sei lavato bene ?
- ◆ - Mi sono lavato e le mie mani sono così bianche che più bianche non si può
- ◆ -Ti sei lavato i denti?
- ◆ - Si adesso i miei denti hanno la tripla protezione
- ◆ - Hai fatto le operazioni?
- ◆ - Si, sto facendo il 3x2
- ◆ - Cosa vuoi mangiare?
- ◆ - Cose buone dal mondo.
- ◆ - E' tardi vai a dormire
- ◆ - Sogni caldi e notti belle succhiando caramelle.

Inventa un dialogo tra te e la tua mamma nel quale rispondi con slogan della pubblicità.

GUARDIAMO ALCUNE PUBBLICITA'

Guardando una pubblicità vediamo che essa comunica:

- ◆ -Il nome del prodotto da reclamizzare
- ◆ -le caratteristiche del prodotto;
- ◆ -il suo uso;
- ◆ -i destinatari;
- ◆ -la ditta produttrice.

A volte questi aspetti sono spesso visibili chiaramente nel testo, altre volte sono contenuti nell'immagine, accompagnata spesso dal solo MARCHIO, cioè il simbolo o la scritta che la fabbrica usa per distinguere il suo prodotto da quello degli altri. Talvolta al marchio è unito uno SLOGAN, cioè una breve frase che esprime il concetto che la gente deve associare al prodotto.

La pubblicità punta a convincere le persone a comprare. La persuasione punta molto sull'aspetto grafico, la scelta dei caratteri, dei colori, delle immagini. La scelta delle immagini che accompagnano il testo **deve convincere chi la guarda che avendo quel prodotto si diventerà come i personaggi rappresentati, usando solo quel prodotto si potrà avere successo, si potrà diventare belli, eleganti, interessanti, ecc.** Spesso le immagini richiamano alla mente le sensazioni che vengono associate al prodotto: **morbidezza, calore, dolcezza, tenerezza ,che rendono più convincenti le parole.**

Nella pubblicità le parole che vengono usate di più sono:

- ◆ I nomi composti (minigombro, puliscitutto, minispazio, lavasciuga)
- ◆ I superlativi assoluti (amarissimo, bianchissimo, pulitissimo, ultrabianco, superbianco,).

TECNICHE E FORME PER RECLAMIZZARE LA PUBBLICITA'

Nella pubblicità, la maggior parte delle volte, vengono inserite alcune tecniche, che servono ad esprimere in modo più calzante e suggestivo un'idea, utilizzando un'immagine che ha con essa una relazione di somiglianza.

Nel creare pubblicità ci si serve di:

- **L'anafora:** è la ripetizione di una o più parole nell'ambito di più versi, all'inizio di più versi successivi, allo scopo di sottolineare un determinato concetto. Così, nei seguenti versi di [Dante](#) (Inferno, canto III) la ripetizione "*Per me si va*" vuole indicare chiaramente il destino dei dannati;
- **L'Antitesi:** accostamento di due parole o di due frasi che esprimono pensieri di significato opposto o fortemente divergente : **è così buono che senti un caldo fresco in bocca;**
- **L'ellissi:** è la soppressione all'interno di una frase di una parte importante del discorso: spesso si toglie il verbo
- **L'iperbole:** consiste nell'esprimere un concetto o un'idea con termini esagerati, tanto esagerati che, presi alla lettera, risulterebbero inverosimili o assurdi. Molto frequente nel linguaggio comune: "Ti ho aspettato un secolo";

"Mi si spezza il cuore"; "Facciamo quattro passi"; "Te l'ho detto un milione di volte").

- **La metafora:** sono presenti due termini, (la cosa di cui stiamo parlando e quella a cui la paragoniamo), messi in relazione da caratteristiche comuni. Tradizionalmente la metafora è considerata una *similitudine abbreviata*
- **L'ossimoro:** può essere considerata una particolare forma di Antitesi che accosta, all'interno della stessa espressione, termini di senso opposto che sembrano escludersi a vicenda: amara dolcezza, grido silenzioso;
- **La personificazione:** quando si attribuiscono ad animali o cose sentimenti o azioni propri delle persone. Di solito i nomi, anche se si tratta di "nomi comuni di cose", sono scritti con l'iniziale maiuscola.

Della pubblicità abbiamo capito che:

- 1) la pubblicità influenza moltissimo la scelta del consumatore che in genere compra un prodotto che "ha già sentito dire";
- 2) determina in maniera impressionante la scelta sia degli adulti che dei bambini;
- 3) vuol far credere che il prodotto reclamizzato è sempre migliore di tutti gli altri anche se non è vero;
- 4) molte volte la pubblicità è falsa e non sincera e corretta (fa credere che se si usa SOLO quel prodotto si ottengono certi risultati: più bianco, più intelligente, più pulito, più);
- 5) usa parole che non esistono e sono inventate **per quel prodotto;**
- 6) per vendere di più determinati prodotti ,vengono dati degli "omaggi" con la raccolta di punti che se guardiamo la differenza di prezzo fra due prodotti dello stesso tipo si capisce benissimo che non solo non sono in omaggio ma sono molto ben pagati.

Conclusione:la pubblicità promette ed illude ma quasi sempre delude.

Aspetti positivi della pubblicità

Anche la pubblicità però ha degli aspetti positivi:

- ci fa conoscere prodotti ultimi nati;
- ci permette di fare confronti;
- ci dà informazioni sui prodotti;
- ci diverte con storielle e scene ridicole;
- ci fa vedere paesaggi e località nuove;