

La publicidad

Desde que existen productos que comercializar se ha tenido la necesidad de comunicar la existencia de los mismos. Por ello, la publicidad existe desde los orígenes de la civilización y el comercio, época en la que la forma más común de publicitar diversos productos era la expresión oral.

En Babilonia se encontró una tablilla de arcilla con inscripciones para un comerciante de ungüentos, un escribano y un zapatero que data del 3000 a. C. Ya desde la civilización egipcia, Tebas conoció épocas de gran esplendor económico y religioso; a esta ciudad tan próspera se le atribuyen uno de los primeros textos publicitarios. La frase encontrada en un papiro egipcio ha sido considerada como el primer reclamo publicitario del que se tiene memoria. Hacia 1821 se encontró en las ruinas de Pompeya una gran variedad de anuncios de estilo grafiti que hablan de una rica tradición publicitaria en la que se pueden observar vendedores de vino, panaderos, joyeros, tejedores, entre otros. En Roma y Grecia, se inició el perfeccionamiento del pregonero, quien anunciaba de viva voz al público la llegada de embarcaciones cargadas de vinos, víveres y otros, siendo acompañados en ocasiones por músicos que daban a estos el tono adecuado para el pregón; eran contratados por comerciantes y por el estado. Esta forma de publicidad continuó hasta la Edad Media. En Francia, los dueños de las tabernas voceaban los vinos y empleaban campanas y cuernos para atraer a la clientela; en España, utilizaban tambores y gaitas, y en México los pregoneros empleaban los tambores para acompañar los avisos.

La publicidad tiene dos objetivos:

En primera instancia, idealmente, la publicidad informa al consumidor sobre los beneficios de un determinado producto o servicio, resaltando la diferenciación por sobre otras marcas.

En segundo lugar, la publicidad busca inclinar la balanza motivacional del sujeto hacia el producto anunciado por medios psicológicos, de manera que la probabilidad de que el objeto o servicio anunciado sea adquirido por el consumidor se haga más alta gracias al anuncio. Debido a la brevedad del espacio disponible en los medios gráficos o del tiempo para los anuncios en televisión o radio, se hace necesario crear la preferencia por el producto anunciado a partir de argumentos rápidos que no siempre son la demostración objetiva de la superioridad del producto por encima del de la competencia, o de lo necesario que es, sino, muchas veces, simplemente una serie de estímulos atractivos, que buscan llamar la atención e interesar de diversas maneras. Ejemplo de esto son muchos de los comerciales algunas bebidas gaseosas, donde se muestran principalmente situaciones felices y gente consumiendo el producto, cosa que generalmente se solidifica

dentro de consignas implícitas como «Tomar esta bebida es ser feliz», «Si tomas esta bebida tendrás un buen momento o lo pasarás bien» o «La gente feliz toma esta bebida».

Uno de los principales objetivos de la publicidad es crear demanda o modificar las tendencias de demanda de un producto (bien o servicio). En palabras más simples, crear la necesidad de consumir determinado producto, bien o servicio o modificar el comportamiento que tienen las personas respecto de un determinado producto (bien o servicio), o respecto de una determinada marca. Por ello, la publicidad es una herramienta de comunicación por la cual la información sobre el producto es transmitida a estos individuos Ésta consiste en comunicar las cualidades que dan una cierta personalidad o reputación a una marca de fábrica, es decir, un valor de marca que la hace diferente a las de su competencia y su objetivo central es vender productos para obtener grandes ganancias.

Fuente: Wikipedia.com