

## **PRACTICA I COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.**

### **"LOS ANUNCIANTES DESCUBREN LA TV: PUBLICIDAD ENTRE 1957 Y 1967"**

Prof. Cristina del Pino

Universidad Carlos III de Madrid

Se trata de un completo ejercicio práctico en el que el alumno va a descubrir en qué consistía la realidad publicitaria de los inicios del medio televisión. Cuando ha pasado más de medio siglo del nacimiento de la TV como medio de comunicación y como soporte publicitario, el que ha sido considerado "medio rey" de inversión publicitaria vive en la actualidad el proceso de compartir protagonismo con otros medios, en especial, Internet.

Partiendo de esta realidad, esta práctica resulta de mucha utilidad para descubrir, entre otros factores, cuáles eran los principales recursos creativos que se utilizaron en los primeros años del nacimiento de la publicidad televisiva de nuestro país. El alumno descubrirá cómo eran esos primeros spots, cómo lucían las modelos publicitarias y cuáles eran los principales escenarios que se usaban. Dibujo animado, platós infinitos, modelos que igual publicitaban un producto para un anunciante y para su competencia...Un curioso panorama en donde el objetivo era seducir a la audiencia de una forma sencilla, pues la técnica de la época se encontraba en ciernes.

Para este visionado, se llevará a cabo el análisis de la selección de anuncios ofrecida por la recopilación de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, bajo el título: "Los anunciantes descubren la TV: primera publicidad en TV entre los años 1957 y 1967"

Dicho visionado se llevará a cabo en dos sesiones, articulándose las mismas de la siguiente forma:

Primera sesión: Comienza el visionado, realizándose una parada en el mismo cada diez minutos aproximadamente. En cada pausa, los estudiantes de manera voluntaria, van interviniendo aportando cada uno de ellos su visión sobre lo más llamativo de los



recursos creativos que están viendo. Al final de la primera sesión, se ha debido llegar hasta la mitad de la selección

Segunda sesión: Se procede de igual forma, hasta acabar con el total de la selección.

Terminada la segunda sesión, se procede al visionado de la selección de piezas publicitarias que bajo el título "Publicidad prohibida en la actualidad" , servirá al alumno para tomar conciencia de lo que se hacía en publicidad en los años 50 en publicidad gráfica.

- Trabajo en grupo de esta práctica:

Los estudiantes formarán grupos de cuatro personas. Cada uno de ellos deberá entregar un informe como trabajo final de la práctica.

Dicho informe estará basado en tres puntos clave:

1. Resumir cuales son los principales recursos creativos de la época.
2. Llevar a cabo una descripción del papel de la mujer en esta primera publicidad.
3. Analizar una muestra de dos anuncios, escogidos al azar, de entre toda la muestra visionada en clase. Llevar a cabo una descripción de las dos piezas de la misma forma que se ha realizado a lo largo de las pausas emprendidas en las dos sesiones de trabajo (pausas en las que ha participado el alumnado, describiendo qué es lo que más le ha llamado la atención o cuáles son, entre otras, las diferencias más flagrantes con la publicidad actual).

Este informe formará parte del 55% de la nota que van a constituir las cuatro prácticas de clase.